

Os 5 princípios da produção enxuta

1 – Valor para o cliente

O primeiro passo para se tornar “Lean” é a identificação do valor que só é significativo quando expresso em termos de um produto específico, que atenda às necessidades do cliente, a um preço específico, em um momento específico. O valor é tudo aquilo que os clientes consideram importantes em um produto e é o ponto motivador que faz o consumidor adquirir certo produto de uma determinada empresa. O conceito de valor de um produto está diretamente ligado ao conceito de qualidade na visão do cliente e pode ser expresso por diversas formas, como: a cor, a forma, o tamanho, a tecnologia agregada, funcionalidade, embalagem, a força da marca no mercado e o preço final do produto.

Em suma, especificar o valor de maneira precisa com base nas reais necessidades dos clientes é o primeiro passo para a aplicação do pensamento enxuto. Temos que ter em mente que oferecer um bem ou serviço errado, mesmo que da forma certa, é desperdício.

Nesse contexto, esta etapa requer que as empresas definam o que os clientes valorizam e como seus produtos ou serviços atendem a esses valores. Nesse caso, o valor requer:

- Elaboração de produtos visando atender as necessidades dos clientes;
- Eliminação de recursos que não atendam especificamente a essas necessidades.

Dessa forma, ao projetar produtos personalizados para atender a necessidades específicas, as empresas eliminam etapas desnecessárias.

2 – Fluxo de valor

O segundo princípio da manufatura enxuta é o mapeamento do fluxo de valor. Um fluxo de valor é o ciclo de vida completo de um produto, que inclui o design, o seu uso pelos clientes e o seu descarte.

Esta etapa requer que as empresas identifiquem e mapeiem o fluxo de valor do produto. Nesse contexto, Ferramentas enxutas como o VSM (Value Stream Mapping) podem ser usadas para mapear visualmente todo o fluxo do produto. Com base nessa definição e analisando o fluxo de

valor, é possível diferenciar as ações que ocorrem ao longo do processo, entre ações que agregam valor e ações que não agregam valor:

- Etapas que agregam valor: são as etapas do processo produtivo que efetivamente transformam as matérias primas com o objetivo de dar forma ao produto final; nessas etapas o produto ganha atributos que os clientes reconhecem e estão dispostos a pagar por elas.
- Etapas que não agregam valor: são as etapas completamente desnecessárias ou repetitivas dentro de um processo produtivo, onde o cliente não as reconhece como valor e por isso não está disposto a pagar pelas mesmas.