

F. Ciências Sociais Aplicadas - 2. Gestão e Administração - 3. Gestão da Produção e Marketing

Administração da Produção: estudo de caso em uma microempresa de Lavras-MG.

ELIZANDER DE SOUZA NORA¹

ANA FLÁVIA FELIPPE DA SILVA MATOS¹

JULIANA COIMBRA ABREU¹

NATÁLIA DE LOURDES LEITE FERREIRA¹

CIBELE DA SILVA¹

PROF. MARIA ÂNGELA O. NASCIMENTO¹

1. UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS

RESUMO:

Em virtude das inúmeras abordagens de aspectos produtivos cada vez mais específicos torna-se necessário analisar possíveis estratégias a serem utilizadas em microempresas familiares que não contam com profissionais de Administração em sua grande maioria. O presente trabalho foi realizado em uma doceria que atua há sete anos no mercado de Lavras-MG e objetiva analisar o processo de produção dessa microempresa familiar abordando aspectos teóricos relevantes à Administração da Produção. A empresa passa no momento por um processo de ampliação, no qual se tornará doceria, sorveteria, cafeteria e padaria, e conquistou seus clientes através da busca contínua e incessante da qualidade em seus produtos. Nesse momento de reestruturação o proprietário do estabelecimento direcionou seus esforços para a área de marketing da empresa visando o aumento de público consumidor que supra sua oferta agora ampliada. A coleta de dados se baseou em entrevista semi estruturada e técnicas de observação participante. Durante o trabalho analisou-se o setor de produção identificando as estratégias de administração da produção adotadas perante os concorrentes e clientes, a estrutura hierárquica, os objetivos de desempenho e as forças/fraquezas e ameaças/oportunidades da empresa. Como conclusão, evidenciou-se que as práticas de produção não são generalizáveis para todos e quaisquer tipos de organização e que não existem tipos ideais. As técnicas de Administração da Produção são adotadas livre e inconscientemente, visto que o proprietário que possui o papel de administrar não possui conhecimento específico no assunto. E, por fim, a ausência de um planejamento estratégico prejudica o crescimento integral da empresa.

Palavras-chave: Administração da Produção, Empresas Familiares, Perfil do Administrador.