

Resenha LIVE TARGET Costing – 12AGO2020 – V SIGEPRO

Target Costing & Kaizen

O Princípio do “Não-Custo” na Raiz do LEAN Cost Management

Os esforços de melhoria do desempenho das organizações, a partir das iniciativas de kaizen, de forma geral, parecem bem sintonizados com a lógica do “ferrenho combate às **7 perdas**”. No entanto, estes mesmos esforços enfrentam dificuldades em conectar diretamente os ganhos obtidos com o kaizen, como redução dos níveis de estoque (aumento do giro), aumento do rendimento (eficiência e produtividade) dos recursos, redução dos níveis de refugo e retrabalho (apenas para citar alguns), à dimensão financeira do negócio, demonstrando direto e inequívoco impacto em CUSTO de produção e demais indicadores financeiros.

A abordagem TARGET COSTING (Custeio Alvo), aplicada pela Toyota e outras organizações LEAN, enfoca a “Gestão dos Custos” como um “**processo**” que se desdobra desde a fase de desenvolvimento até o final da vida do produto/serviço. Na abordagem TARGET COSTING, todos os esforços e iniciativas de kaizen estão direta e fortemente vinculados ao “**Custo Alvo**” em cada fase da vida do produto, de forma que os ganhos operacionais obtidos a partir do kaizen estejam sempre conectados com os “savings financeiros” oriundos destes ganhos. É minha expectativa explorar e discutir as bases simples e objetivas sobre as quais assentam-me este método.