



Estudo de Caso: Análise do alinhamento da Estratégia de Produção com a Estratégia Corporativa da empresa Gráfica e Editora Comunicação Impressa Ltda

Esta pesquisa analisa o alinhamento da estratégia de produção com a estratégia corporativa considerando a realidade da empresa Gráfica e Editora Comunicação Impressa Ltda. Configura-se em um estudo de caso de cunho qualitativo exploratório desenvolvido através de entrevistas semi-estruturadas realizadas com o proprietário, funcionários e um cliente da empresa. Considera o planejamento do processo de produção como um elemento que favorece a qualificação de fluxo, alocação de informações, materiais e pessoas levando a resultados satisfatórios no que diz respeito ao atendimento à demanda por produtos e serviços. Fato que agrega valor competitivo à empresa em seu segmento mercadológico. Informações sobre objetivos, metas e decisões foram analisadas. A ausência formal de um planejamento estratégico foi detectada e, ainda assim, constatou-se que há um bom alinhamento da área produtiva com os critérios competitivos qualidade, desempenho de entrega e flexibilidade que diferenciam a empresa de seus concorrentes no ramo gráfico.

Segundo Hayes *et al.* (2008), o objetivo de uma estratégia de produção é guiar uma empresa na montagem e alinhamento dos recursos que irão propiciar a implementação eficaz da estratégia corporativa da empresa. Além disso, ficou comprovado o alinhamento dos critérios competitivos com as categorias de decisão, ou seja, as decisões e ações internas são coerentes para possibilitar a vantagem competitiva da empresa. A alta tecnologia e flexibilidade de seus equipamentos para atender o *mix* de produtos, a experiência e multifuncionalidade da equipe, a parceria com de longo prazo com os fornecedores e um sistema gerencial que integra as áreas da empresa e agiliza a tomada de decisão são os principais elementos que sustentam os diferenciais competitivos da empresa. Como sugestão, ressalta-se a necessidade da definição da visão e missão da empresa de forma a estabelecer o planejamento estratégico e a criação de indicadores operacionais que possibilitam uma gestão mais eficaz dos recursos.