

## **PRO 3610 – Métodos e Meios de Produção**

### **Estratégia empresa – Estratégia operações**

Prof. Dr. Fausto L. Mascia

E-mail: [fmascia@usp.br](mailto:fmascia@usp.br)

EPUSP - PRO

1

### **Alinhamento**

#### **Estratégia da empresa e Estratégia de operações**

Trade off – conflitos entre critérios de desempenho (não se pode ter tudo em um só projeto).

Uma decisão que consiste na escolha de uma opção em detrimento de outra

Renuncia-se ao desempenho superior de determinado critério para privilegiar outro.

2

## **Papel estratégico da produção**

Porque a função produção se é possível contratar?

Embraer - BMW Designworks USA



PRO 2721 - Materiais e Processos de Produção IV

3

## **Implementação da estratégia operacional**

A produção contribui para concretizar a estratégia

Estratégia é algo intangível x o produto

Produtos de elevado valor agregado ou produtos com alta tecnologia

Rede de hotéis – clientes em viagem de negócios – tudo deve ser pensado para atender o usuário/cliente.

PRO 2721 - Materiais e Processos de Produção IV

4

## Diferentes formas de competir no mercado

### Grandes objetivos

- a. - Qualidade;
- b. - Rapidez;
- c. - Confiabilidade;
- d. - Flexibilidade;
- e. - Preço/custo.



PRO 2721 - Materiais e Processos de Produção IV

5

## Diferentes formas de competir no mercado

### a) Qualidade (I) – bens e serviços isentos de erros

- Desempenho (funções do produto)
- Conformidade (atendimento às especificações do produto)
- Durabilidade (tempo de vida útil do produto)
- Confiabilidade (probabilidade de falha do produto)
- Usabilidade (do produto)

PRO 2721 - Materiais e Processos de Produção IV

6

## Diferentes formas de competir no mercado

### a) Qualidade (II)

- Estética/forma (produto e instalações das operações)
- *Limpeza (instalações da operação)*
- *Conforto (instalações da operação)*
- *Comunicação (clareza precisão da informação – operação)*
- *Competência (capacitação técnica da operação)*
- *Atendimento (operação)*

## Diferentes formas de competir no mercado

### b) Rapidez – (relacionado à dimensão de tempo) quanto tempo para receber o produto ou serviço

- Acesso
- *Atendimento (iniciar o atendimento – operações)*
- Entrega

## Diferentes formas de competir no mercado

### c) **Confiabilidade** – cumpre o que promete

- O julgamento ocorre após a entrega (ou não) do bem ou serviço;
- Referência para o julgamento

## Diferentes formas de competir no mercado

### d) **Flexibilidade** – capacidade de mudar a operação

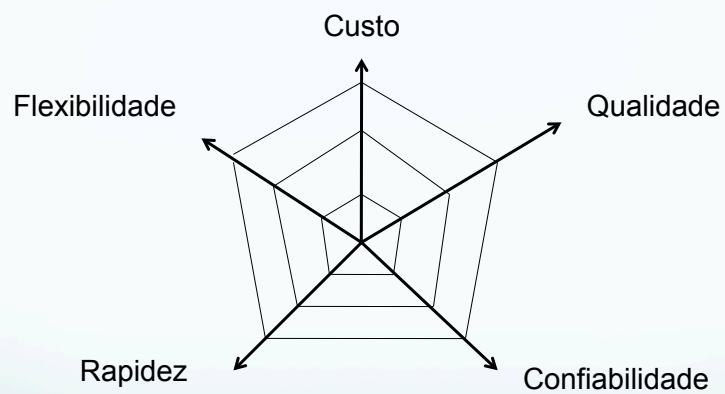
- Produtos/Mix (introduzir/modificar produtos)
- Entregas (possibilidade de alterações)
- Volume (possibilidade de alterar volumes de produção)
- *Horários (amplitude de atendimento – operações)*
- *Área (amplitude geográfica do atendimento – operações)*

## Diferentes formas de competir no mercado

### e) Preço/custo

- Custo de produzir (o produto);
- Custo de servir (entregar e servir o cliente).

## Diferentes formas de competir no mercado



Representação polar – importância relativa dos objetivos de desempenho; Slack et al., 2002 .

## Diferentes formas de competir no mercado

