



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**

ANÁLISE DA CADEIA LOGÍSTICA E DE  
SUPRIMENTOS

**AgroPet Fernandes**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**  
**ANÁLISE DA CADEIA LOGÍSTICA E DE**  
**SUPRIMENTOS**

**AgroPet Fernandes**

Módulo de Gestão Logística

Gestão Estratégica de Custos

Gestão de Operações de Produção de Bens e Serviços

Gestão de Processos

Gestão da Cadeia de Valor, Logística e Materiais

Gestão de Desenvolvimento de Produtos

ESTUDANTES:

Eduardo Riquena Fonseca, RA 17000969

Fernanda Scavazzani, RA 17000732

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>4</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>5</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>6</b>
3.1 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	6
3.2 GESTÃO DE OPERAÇÕES DE PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS	8
3.3 GESTÃO DE PROCESSOS	11
3.4 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR, LOGÍSTICA E MATERIAIS	15
3.5 GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS	17
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>20</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>21</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>22</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Temos como objetivo apresentar a CADEIA LOGÍSTICA E DE SUPRIMENTOS da empresa AgroPet Fernandes, com isso procuramos identificar e expor o processo de planejamento e execução de projetos, bem como o ciclo de vida do produto lançado.

Iremos também apresentar o lançamento de um novo produto, por este motivo escolhemos a empresa AgroPet Fernandes, que está inserida no mercado Agro Pet, e acreditamos que este novo produto/serviço seja um diferencial para empresa.

Para descrever nosso projeto, iremos desenvolver as seguintes unidades de estudo como referência dentro da empresa escolhida:

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

GESTÃO DE OPERAÇÕES DE PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS

GESTÃO DE PROCESSOS

GESTÃO DA CADEIA DE VALOR, LOGÍSTICA E MATERIAIS

GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

Nosso Projeto envolve a empresa cujo a razão social é Agropet Fernandes, CNPJ: 36.644.571/0001-06, fixada em São João da Boa Vista - SP, na rua Pernambuco, bairro: Vila Fleming - CEP: 13876-30, ela exerce atividades do ramo pet em geral.

A empresa AgroPet Fernandes está inserida no mercado Pet, com comercialização de produtos para Pets em geral (Ave, Cães, Gatos, etc...)

Seus principais produtos comercializados são:

Ração de diversos animais incluindo iscas e mini bifinhos;

Roupinhas para pet ;

Produtos de higiene para pets;

Caminhas e casinhas para pets;

Peças para pescas e varas de pescas;

Produtos para limpeza dos locais onde os animais ficam;

Beteira (áquarios);

Bebedouro para animais;

Brinquedos para pet;

Bobinas de cabo de aço para varal;

Cabos para ferramentas;

Caixas de transportes para animais;

Botas de borracha;

Produtos para jardinagem;

Entre muitos outros produtos que enriquecem seu portfólio.

A empresa, além dos seus principais produtos oferecidos, conta também com a entrega aos clientes.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

Nesta etapa do PI iremos apresentar os conteúdos específicos de cada unidade de estudo e como são aplicados no respectivo estudo de caso, utilizando para isso, uma empresa real, conforme mencionado acima a empresa escolhida é a AgroPet Fernandes.

#### **3.1 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS**

A Gestão Estratégica de Custos é essencial para o sucesso de qualquer empreendimento, pois ela é extremamente eficiente em questões de tomada de decisões, principalmente as gerenciais mais precisas e que auxilia no aumento da rentabilidade e a lucratividade do negócio.

Nem sempre o objetivo maior é manter os preços baixos e ganhar competitividade no mercado, pois isso não é mais suficiente para se manter na liderança do mercado, com isso então surgiu a Gestão Estratégica de Custos, que serve como uma ferramenta para potencializar o processo de melhoria contínua e a criação de valor, sendo possível analisar não somente os processos em que há a valorização por parte da empresa, mas também a cadeia de produção como um todo. Em outras palavras, isso significa gerir os custos com foco estratégico tornando os processos produtivos mais eficientes atingindo a elevação da lucratividade do negócio, pois quando se fala sobre custos, quer dizer que são todos os valores que englobam o produto ou serviço em si, refletindo também na formação do preço de venda, e tendo como resultado vendas mais ágeis e eficientes.

É necessário destacar que esta gestão não pode estar focada apenas no processo produtivo, pois, deve estar relacionada com as soluções propostas ao consumidor final. Ela deve ajudar para a melhoria interna, por meio da otimização dos processos e redução de desperdícios. Por isso, é fundamental conscientizar toda a sua equipe para transformá-la em aliada nos processos de inovação e mudança organizacional.

Em sequência, podemos falar sobre os conceitos para ter uma Gestão Estratégica de Custos eficiente, assim como correlacionados à empresa estudada:

**Gasto:** é o sacrifício financeiro com que a empresa arca para a obtenção de um produto ou serviço, sendo representado por entrega ou promessa de entrega de ativos, e também de sua manutenção.

**Investimento:** é o gasto ativado em função da vida útil da empresa ou de benefícios atribuíveis para período futuro, ideias inovadoras, produtos novos, etc.

**Custo:** é o gasto relativo ao bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços, aluguel, funcionários.

**Despesa:** é o bem ou serviço consumido direta ou indiretamente para a obtenção de receitas, produtos utilizados para a realização dos serviços.

**Desembolso:** é o pagamento resultante da aquisição do bem ou serviço;

**Perda:** é o bem ou serviço consumido de forma anormal e involuntária.

Além do mais, também é possível distinguir os custos entre diretos, indiretos, variáveis ou fixos.

**Custos Diretos:** diretamente ligados aos produtos, como matéria-prima, insumos e mão de obra de funcionários.

**Custos Indiretos:** estão ligados aos produtos/serviços, mas não são diretamente identificados nos produtos/serviços. Exemplo de custo indireto é a mão de obra referente a atividades realizadas em setores auxiliares da empresa ou por prestadores de serviços, como vigilância. Os materiais empregados nestas atividades, como câmeras, também são considerados custos indiretos. À lista podemos acrescentar ainda: a depreciação dos equipamentos, como no caso da empresa, exemplo dos equipamentos para banho e tosa utilizados, os seguros do móvel e do imóvel..

**Custos variáveis:** aqueles custos que sofrem variação quando o volume de produção ou prestação de serviços aumenta ou diminui.

**Custos fixos:** aqueles que independentemente da variação da produção ou da prestação de serviços, permanecem os mesmos.

		FIXOS			
INDIRETOS		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ALUGUEL</li> <li>- DEPRECIAÇÃO</li> <li>- SEGURANÇA</li> <li>-GASTOS COM MANUTENÇÃO</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- POR SE TRATAR DE UMA EMPRESA PEQUENA, E NOVA NO MERCADO, NÃO HÁ MÃO DE OBRA DIRETA, JÁ QUE NO MOMENTO HÁ APENAS A GERENTE/DONA DO NEGÓCIO REALIZANDO TODAS AS ATIVIDADES</li> <li>- POR SE TRATAR DE UMA EMPRESA DE VENDAS, NÃO USO DE MATÉRIA PRIMA</li> </ul>	DIRETOS
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ENERGIA ELÉTRICA</li> <li>- CONSUMO DE ÁGUA</li> <li>- SERVIÇO DE ENTREGA</li> <li>- CONSUMO DE COMBUSTÍVEL</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- EMBALAGEM PARA MERCADORIA</li> </ul>	
		VARIÁVEIS			

### 3.2 GESTÃO DE OPERAÇÕES DE PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS

A Gestão de Operações de Produção de Bens e Serviços, garante que uma organização receba suas matérias-primas / produtos necessários para realização dos serviços prestados no momento correto, bem como os bens e serviços que sejam necessários para gestão da empresa.

Toda atividade da empresa está ligada em uma cadeia de processos que desempenham papel fundamental para seu funcionamento, que são os passos a seguir:

**Planejamento:** após a empresa já conhecer os requisitos dos clientes, é o momento de projetar sobre os suprimentos de forma que permita a empresa cumprir estes requisitos. O objetivo final é, naturalmente, a satisfação do cliente – e esse deve ser o objetivo de todo o resto do plano.

**Desenvolvimento:** depois que o plano é desenvolvido, é necessário identificar os fornecedores viáveis e confiáveis para a compra dos produtos. É importante que os fornecedores se identifiquem com os objetivos da organização, para que isso lhes



permita ajustar as suas atividades em conformidade, e também formular os termos e condições adequadas dos contratos de compra, para assegurar que os mesmos sejam obrigados a fornecer os materiais a tempo e na qualidade adequada para suprir as necessidades do clientes, bem como nas quantidades estipuladas para não ter falta e nem estoque alto.

**Acompanhamento:** a empresa pratica o gerenciamento de estoques solidamente para que ela possa tirar o máximo proveito dos fornecimentos. Uma gestão de estoques sadia permite que a empresa utilize corretamente os suprimentos e mantenha um monitoramento da utilização de estoques.

**Fabricação:** a empresa escolhe o material e se prepara para revender as mercadorias e prestar serviços, e usa as suas técnicas de qualidade, de processos e todo o seu pessoal garantindo os critérios de aceitação, conforme definido em parceria com o cliente.

**Atendimento ao cliente:** Ouvem as sugestões e feedbacks dos clientes após serviços prestados e quanto aos produtos vendidos. Essas sugestões são a base para novas melhorias do estabelecimento e para talvez a criação e novos serviços a serem prestados, como a ideia sugerida de um plano de saúde para animais.

As etapas acima mencionadas podem variar um pouco de acordo com práticas organizacionais específicas, mas a essência da gestão da cadeia de suprimentos permanece a mesma.

A empresa atualmente não tem um padrão de estoque, fazendo o mesmo a partir da necessidade do pedido do cliente, segundo a gerente, a ração é um dos produtos mais comercializados pela empresa, sendo necessário o contato direto com o fornecedor.

Rosângela, gerente da Agropet Fernandes, explica que a cada 15 ou 20 dias, dependendo da saída dos sacos de ração é feito o contato com o fornecedor, que em pouco tempo realiza a entrega para a empresa, ou seja, no momento por se tratar de uma empresa nova (pouco mais de 3 meses) ainda não há um planejamento ou sistema para que seja feita de forma mais eficaz a análise do pedido e consequentemente a economia do estoque.

Por este motivo, sugerimos a Agropet Fernandes, o uso da metodologia PEPS (Primeiro a Entrar, Primeiro a Sair), conforme informado pela empresa, a ração é o produto mais comercializado. A metodologia PEPS como o próprio nome já diz, tem como princípio de que as mercadorias mais antigas devem sair primeiro, ou seja, serem vendidas antes das mais novas. Dentro desta informação, e por se tratar de um produto perecível, acreditamos que utilizando a metodologia PEPS a empresa irá reduzir custos de perda e cuidar do bem estar do pet.

Também foi proposto que a introdução da metodologia Just in time, que funciona basicamente em manter o estoque mais baixo possível, já que segundo a gerente, essa empresa preza é não ter muito estoque, administram muito bem a gestão de estoque da empresa, pois “estoque é dinheiro parado”. E buscam administrar corretamente isso, pois consistem no monitoramento dos materiais utilizados e visam garantir o bom funcionamento dos processos.

. Como esta metodologia é bem rigorosa, é necessário acompanhamento direto, e evitar que compras de grandes quantidades sejam perdidas, sugerimos que ela seja adequada apenas para produtos que saem menos, e assim gerar mais espaço no estoque para os produtos que saem mais como a ração por exemplo e também conforme dito anteriormente “baixo dinheiro parado”.

Realizar inventários mensais para controle do estoque dos produtos, principalmente por cuidarem de vidas mesmo que de animais, mantendo o controle da

validade, e assegurando a qualidade para prestar um bom serviço, assim evitam desperdícios de materiais, não utilização ou vencimentos, mas quando necessário realizam queima de estoques, promoções atrativas para realizar o giro das mercadorias e renovação de estoque sem muita perda do lucro.

### **3.3 GESTÃO DE PROCESSOS**

Em um ambiente corporativo, seja qual for o seguimento, sempre há um processo, este sendo uma sequência de atividades rotineiras que, quando visto em conjunto com outros processos, compõe a forma pela qual a empresa funciona.

A Gestão de Processos, é a abordagem pela qual esses processos serão mapeados, planejados, desenhados, documentados, mensurados, monitorados e controlados. Tudo isso com base nos objetivos e metas da empresa. E é por meio da desta gestão que é possível integrar todas as atividades das diferentes áreas, equipes e sistemas, otimizando o trabalho de toda a empresa..

Em tempos difíceis, onde prezamos contra o desperdício, a Gestão de Processos é uma das peças fundamentais para qualquer empresa atingir o sucesso alcançando seus objetivos ideais, pois é com uma boa gestão que encontramos oportunidades de melhorias, e ideias inovadoras.

Um grande aliado para colocar em ação e gerar resultados essa gestão, é o mapeamento de processos, que é muito útil para padronizar o trabalho e identificar oportunidades de melhorias nos processos do negócio, além disso, o mapeamento de processos é uma ferramenta importante ao transformar um processo, permitindo o aprofundamento de mudanças desejadas, com isso, ajuda as empresas a serem mais eficientes e competitivas, independentemente do porte delas.

O mapeamento de processos é a identificação da sequência lógica das atividades que compõem um processo e de outros elementos que interagem com o fluxo de trabalho da empresa. Essa prática pode ser feita para atingir diferentes objetivos, como:

**Compreender os processos:** entender como o processo funciona na prática.

**Melhorar os processos:** realizar reparos incrementais no processo.

**Documentar os processos:** produzir documentação estruturada e coesa sobre o processo (muito utilizado para capacitar colaboradores).

**Padronizar os processos:** garantir que um processo seja executado da melhor maneira possível.

**Transformar os processos:** promover mudanças profundas em processos, remodelando-os.

Em uma empresa, os processos podem ser classificados em três categorias:

**Processos Primários:** também chamados de processos essenciais ou processos finais, que estão diretamente ligados à entrega de valor para o cliente.

**Processos de Apoio:** também chamados de processos de suporte e entregam valor para os processos primários ou para os processos de gerenciamento.

**Processos de Gerenciamento:** também chamados de processos de gestão e entregam valor para os processos primários ou para os processos de apoio.

Ao fazer um mapa do processo, ele nos fornece uma visão abrangente sobre processo, podendo variar em seu nível de detalhamento, mas em geral, o mapa traz mais detalhes sobre o fluxo de trabalho do que o diagrama de processo. Entre esses detalhes estão: responsáveis, eventos e resultados.

Sobre o modelo de processo, ele representa o estado do negócio e de seus recursos. O estado do negócio pode ser atual ou futuro. E os recursos do negócio incluem pessoas, informação, instalações, automação, finanças e energia. Este modelo consiste em informações mais completas sobre o processo.

Sobre a importância do mapeamento de processos em uma empresa, este processo é uma ferramenta utilizada em projetos de melhoria/transformação de processos e possibilita identificar problemas que atrasam a empresa delimitando funções e papéis, prevendo recursos, estimando custos e mensurando o desempenho do processo como um todo.

Como vantagens, podemos citar a padronização do trabalho, que é a implantação de normas técnicas maximizando a compatibilidade, produtividade, segurança e eficiência das atividades. Um processo só atinge o status de padronizado quando quem os realiza possui amplo conhecimento do que se deve fazer e como fazer, e colocando tudo isso em prática.

Quando ocorre de os processos não serem mapeados, dificilmente a empresa consegue realizar a padronização de processos e sair do campo das ideias e colocarem em prática as concretizando.

Colocando o mapeamento em prática, se obtém maior controle, proporcionando maior visibilidade e padronização, e com isso, se consegue refletir no aumento do controle sobre o processo. O controle das atividades dá uma maior visão quanto aos resultados e torna o acompanhamento do negócio mais simples, evitando surpresas no fim do mês.

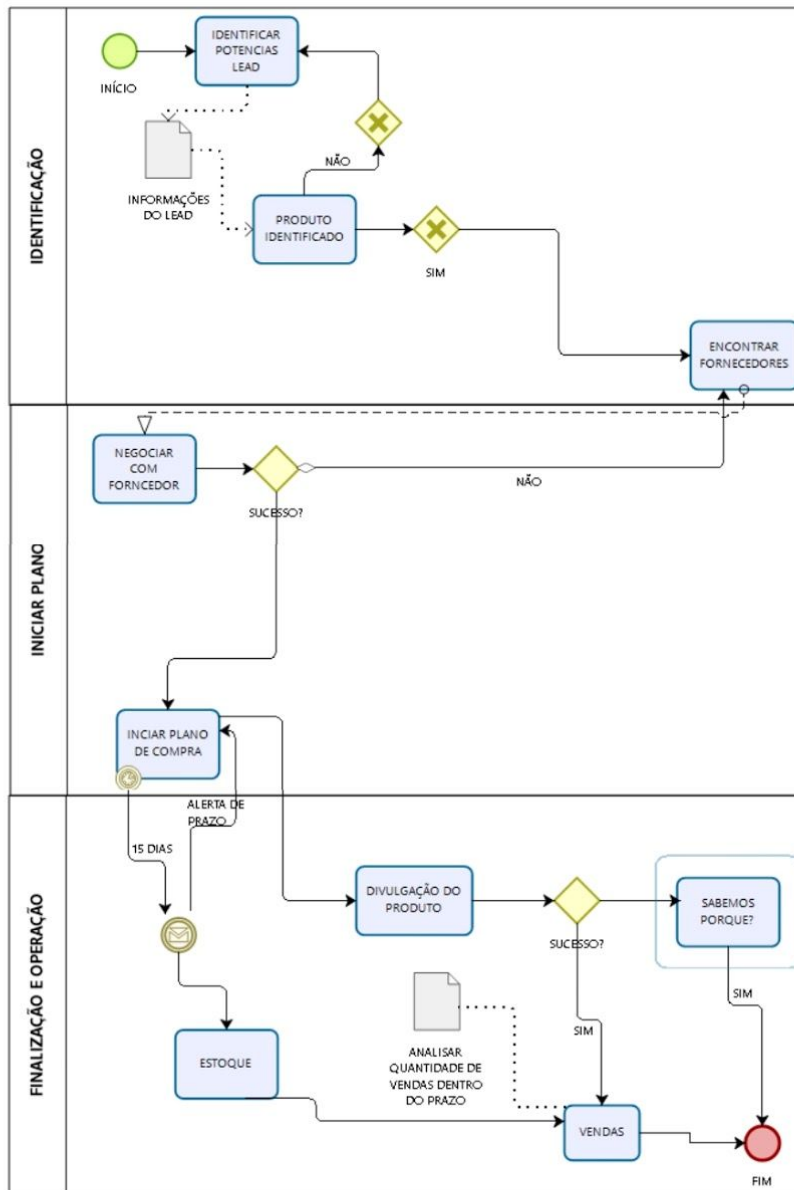
De acordo com a gerente, a princípio não há mapeamentos concretos por se tratar de uma empresa nova no mercado, desta maneira, ela ressalta que no atual momento estão na fase de análise e planejamento dos processos mais eficazes.

No entanto, para fortalecer o seu negócio, sugerimos que fosse feito o mais rápido possível no mínimo um fluxograma para entender a necessidade da compra ou não de um produto, e como exemplo fizemos um mapeamento do produto que é mais comercializado (ração).

Na empresa Agropet Fernandes, eles podem usar um planejamento como base, para mapear os processos diários, com devidas atividades e projeções para não obterem prejuízos e nem surpresas desagradáveis ao decorrer dos processos e sua gestão, sendo categóricos e rigorosos quanto ao cumprimento de etapas e procedimento adequados,

sugeridos pelos integrantes do grupo, otimizando sempre que possível e acatando ideias para agilização e comprometimento para conseguirem êxitos e sucesso em seu negócio, e a dica que nós passamos é “Colocar a mão na massa!”.

A seguir, segue o modelo feito por nós:



Para detalhar o processo acima, é necessário entender que há três partes:

Identificação, onde será identificado os leads e o produto a ser comercializado e também o contato com o fornecedor;

Inicialização do plano: Sugere que seja feita uma negociação para melhor preço de aquisição do produto;

E por fim, a Operação e Finalização: Será feita a escolha do melhor fornecedor, a divulgação do produto e a venda. Também será arquivado a quantidade de venda

dentro de um período para posterior análise, e se julgar necessário a repetição do processo desde o início.

Este é apenas um modelo para produtos, sendo necessário estender para as outras áreas, e também análise rigorosa e constante do mercado.

### **3.4 GESTÃO DA CADEIA DE VALOR, LOGÍSTICA E MATERIAIS**

A gestão da cadeia de valor, logística e materiais, têm como objetivo geral gerenciar as tarefas internas e externas de uma empresa, trazendo vantagem competitiva e analisando os benefícios criados por esta gestão, tais como, redução de custos, tempo, melhor qualidade e flexibilidade, ademais, proporciona o controle da cooperação entre todos os integrantes dessas atividades, sendo eles: os fornecedores, prestadores de serviços e por fim os consumidores.

A gestão na cadeia de suprimentos consiste no gerenciamento dos fluxos de bens, serviços, finanças e informações dentro da empresa. Também é conhecido como Supply Chain Management (SCM), sendo a integração de todos os elementos responsáveis por uma cadeia de suprimentos, incluindo as técnicas utilizadas para adquirir excelência na integração entre as etapas da cadeia, como: transporte, estoque e custo. O gerenciamento apropriado e adequado dessas etapas possibilitam que a empresa tenha facilidade na otimização do serviço ou na qualidade do produto ofertado, e assim satisfazendo as necessidades dos seus clientes finais.

No quesito de redução de custo, tendo a intenção de atender às exigências dos clientes de forma mais assertiva e com a maior qualidade, pois, o foco sempre deve estar voltado aos cliente, e conseguindo entregar seus produtos e serviços no preço e nas condições estabelecidas e acessíveis para os mesmos.

Para realizar uma gestão eficiente, deve ser promovida e colocada em prática as atividades de fluxo dos produtos e das informações interligadas a ele, agilizando os processos e competências da empresa. Para isso o produto passa por diversas etapas

antes de chegar ao cliente final. Primeiro passo é conseguir atrair seus clientes, depois conquistá-los e por fim adquirir a fidelização.

Para implantar qualquer sistema de melhoria é preciso saber sobre o que está lidando, pesquisando, e adquirindo sempre conhecimentos, pois é importante compreender, sendo fundamental conseguir identificar as necessidades da cadeia, e otimizar os processos, unificando agilidade com a qualidade, atingindo um alto padrão de competência, mas é necessário incluir formas as melhorias nas seguintes atividades: localização de fornecedores, produtos, ter controle da previsão e planejamento do equilíbrio entre a oferta e demanda, armazenagem do produto, entrega do produto, e o feedback, sendo este último muito importante por se tratar do serviço ao cliente, sendo necessário ouvi-los para aceitar e colocar em prática as melhorias sugeridas. É muito importante existir participação e comunicação entre provedor e cliente, com informações de possíveis modificações ou melhorias propostas.

Ter objetivo de um estoque cada vez mais baixo, desde que haja segurança, é a melhor opção no quesito de redução de custos para uma empresa, mas com muita cautela, e para isso é necessário gerenciar o estoque com máximo controle.

Em conclusão, a cadeia de suprimentos define as estratégias competitivas e funcionais, visando obter vantagem competitiva de maneira objetiva. E os diferenciais buscados com as mais importantes funções da administração de materiais está no controle dos níveis de estoque, pois com ela se pode ter o controle de seus recursos afim de que seja compatível com sua demanda esperada. Isso significa uma melhor utilização dos recursos e um menor custo. Para isso, é necessária a cadeia de suprimentos estar adaptável e alinhada às mudanças do mercado para se obter a vantagem competitiva, dessa forma é essencial a otimização da cadeia de suprimentos nessa nova era de competição globalizada.

Os sacos de ração segundo a Gerente, são produtos indispensáveis e que não podem de faltar de maneira nenhuma na loja. Mas o que busca um cliente quando entra em uma loja em busca de ração? O preço e qualidade do produto são essenciais para que a empresa possa fidelizar o cliente.



A seguir, como exemplo, um produto comercializado pela empresa Agropet Fernandes, sendo um dos principais produtos que faz parte do gerenciamento de estoque citamos a ração.

De maneira geral, a empresa aderiu a Just in time, onde seus estoques permanecem baixo, porém com análise constante e rigorosa, já que a ração é um produto muito comercializado e não podem faltar. A venda da Ração é feita em sacos fechados de 10kg ou mais, e também comercializada a parte, em poucas quantidades a pedido do cliente

A sua logística inicia no momento em que há demanda do cliente em comprar um saco de ração. O processo tem início assim que a demanda é identificada pela empresa, é onde o primeiro contato com o cliente indica a necessidade em buscar um fornecedor para entregar produtos de valor e baixo custo a fim de satisfazer o cliente e gerar lucro para a Agropet.

Partindo deste primeiro contato, a empresa realiza a compra de uma certa quantidade de sacos variados de ração para poder suprir qualquer demanda, mas sempre pensando em Just-in-time, para reduzir ao máximo o seu dinheiro parado.

E como último processo a forma como a ração chega ao seu cliente final, o melhor amigo do homem. Para poder satisfazer a vontade dos seus clientes, é vendido a ração seja como for pedida, através de sacos fechados, aos poucos separados por KG, ou até mesmo misturadas.

### **3.5 GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS**

A gestão de desenvolvimento de produtos consiste no processo de criação e desenvolvimento de novos produtos através da compreensão de oportunidades para vendas de determinado produto e em determinada área, com base em pesquisas de mercado e público alvo.

É de fácil entendimento sabermos que o desenvolvimento de novos produtos é quesito fundamental para a competitividade de uma empresa no mercado, tendo como

base a junção de diversas áreas da empresa, unidas por só um objetivo: estratégica para a empresa se manter ativa no mercado.

A inovação é um item que acompanha o desenvolvimento de um novo produto, tendo seu início de forma “artesanal” e “manual”, o conhecido modelo, lento e marcado por soluções técnicas, práticas e experiências. As diretrizes dos processos de desenvolvimento podem determinar o sucesso ou fracasso do lançamento de um produto no mercado, e isso faz com que a utilização dos modelos ganhem força para antes de tudo realizarem testes e se reagir positivamente será comercializado.

Não há padrão que determine qual processo para o desenvolvimento é o correto e mais eficaz, o que se podemos afirmar é que em todos os casos as empresas enxergam o desenvolvimento de novos produtos sendo importante para manter-se competitivas e em vantagem em relação aos concorrentes, inclusive todas buscam implantar o seis estágios necessários para a realização, que são:

**Descoberta:** o processo inicia-se com a etapa de descoberta, fase essa em que as ideias são geradas livremente, tudo é válido.

**Investigação preliminar:** as ideias do projeto devem passar por uma “peneira” para a tomada de decisão, após este processo inicia-se a investigação preliminar para decidir os aspectos técnicos, custos e tempo..

**Construir plano de negócio:** neste estágio se dá a construção do plano de negócio, através de pesquisa de mercado é verificada a necessidade do cliente,este estudo é feito de forma detalhada para atender com propriedade as preferências e exigências em questão. A execução do trabalho se dá de forma eficaz e econômica, abordando o fluxo de caixa para melhores resultados, valendo a pena a questão lucrativa..

**Desenvolvimento:** durante este processo o escopo do projeto é desenvolvido com base nos planos operacionais já decididos previamente, sempre com atenção redobrada na análise financeira, com atualização de dados de forma constante e exata.

**Testes e validação:** neste estágio as visões econômicas são revisadas, testando a viabilidade do projeto e a aceitação pelo cliente, assim como todo o processo do projeto para validação dos resultados.

**Lançamento:** esta é a etapa final, na qual envolve a área do marketing para o lançamento do projeto.

Os estágios acima quando unificados e consolidados dão vida e conceito ao negócio, elevando a chance do sucesso.

A ideia central é trazer ao mercado e aos consumidores uma versão básica e simplificada do novo produto a fim de testar a adesão do produto, validando hipóteses, aprendendo com os erros e acertos.

Um possível novo produto para desenvolvimento e lançamento pela empresa Agropet Fernandes, é sobre um plano de saúde para pets com associação a rede de veterinários mais abrangente e com custo acessível a todos.

Os plano ofereceriam desde serviços básicos, como consultas e exames, até outros mais específicos, como cobertura de parto, implante de microchip e auxílio-funeral, e os mais completos com vacinas, castração e reembolsos de procedimentos feitos fora da rede credenciada, assim como oferecimento de descontos em medicamentos. A adesão a planos de saúde pet é um bom investimento, tendo em conta o oferecimento de economia e tranquilidade, pois as as despesas veterinárias são periódicas e não costumam ser baratas, e segundo estudos o que um dono de pet gasta em média em um ano são 2.000 reais, levando em conta esses dados o investe é algo que vale a pena, pois ter animais de estimação é ter consciência dos cuidados e amor para/com eles, portanto obter um plano seria ter uma garantia desses cuidados.

## 4. CONCLUSÃO

Neste trabalho, buscamos analisar a cadeia logística e de suprimentos da Agropet Fernandes, com o passar da coleta de informações, identificamos diversos pontos de melhoria, e também de possíveis implantações de novas metodologias a fim de poder auxiliar a empresa em seu crescimento, conseguimos observar e destacar que a empresa encontra-se em crescimento constante, adaptando-se e implantando novas técnicas para melhor administração do seu negócio.

Algumas dificuldades já eram esperadas por se tratar de uma empresa recém chegada ao mercado, como por exemplo falta de processos e de informações relevantes para a escrita do projeto, porém ao mesmo tempo, sabemos que fomos úteis para o crescimento da mesma, onde sugerimos algumas formas de potencializar as vendas e também a economia em mercadorias

Há ainda muito a ser feito, mas com força de vontade a empresa crescerá abrangentemente. Podemos dizer que muito já foi feito, mas que ainda há muito mais em aprendizado pela frente.

## REFERÊNCIAS

2019 mercado Pet Brasil. ABINPET, 2019. Disponível em: <http://abinpet.org.br/mercado/>. Acesso em 04/06/2020

Coelho, Leandro Callegari. Gestão Da Cadeia De Suprimentos Na Gestão De Operações. Comexblog.com, 2012. Disponível em: <https://www.comexblog.com.br/logistica/gestao-da-cadeia-de-suprimentos-na-gestao-de-operacoes/>. Acesso em 02/06/2020.

Frankenthal, Rafaela. 6 dicas para o lançamento de novos produtos que garantem o sucesso desses projetos, 2018. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/projeto-lancamento-novo-produto/> . Acesso em 10/06/2020.

Oda, Luciana Sayuri. Loja de ração como investir no ramo. SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/loja-de-racao-garante-lucro/> . Acesso em 04/06/2020.

Schultz, Felix. Como tomar melhores decisões na Gestão de Estoque. Bom controle, 2017. Disponível em: <https://bomcontrole.com.br/importancia-da-gestao-de-estoque/>. Acesso em 07/06/2020.

## ANEXOS

