



Tema:  
**"OS DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO  
NA UNIMEP"**



## 21º Congresso de Iniciação Científica

### **GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS: IMPLEMENTAÇÃO DOS PROCESSOS DE NEGÓCIO GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM CLIENTES E GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES**

#### **Autor(es)**

---

FELIPE DE CAMPOS MARTINS

#### **Orientador(es)**

---

ALEXANDRE TADEU SIMON

#### **Apoio Financeiro**

---

PIBIC/CNPq

#### **Resumo Simplificado**

---

Verifica-se que empresas de todos os segmentos vêm buscando incansavelmente formas de obter vantagem competitiva e se destacar no mercado ao qual estão inseridas. Cada vez mais novas tecnologias, ferramentas e estratégias vêm sendo desenvolvidas de forma a reduzir custos e perdas e melhorar a produtividade. Entre elas, cite-se a Gestão da Cadeia de Suprimentos (*Supply Chain Management* – SCM) que, segundo o *The Global Supply Chain Forum* (GSCF), é a integração dos processos de negócio desde o usuário final até os fornecedores originais que provê produtos, serviços e informações que adicionam valor para clientes e stakeholders. Esse conceito vem se destacando nos meios acadêmicos e industriais e várias pesquisas vêm sendo desenvolvidas na área, a fim de se buscar uma gestão eficaz e eficiente das cadeias de suprimentos. Entretanto, nota-se que não existe consenso com relação ao conceito de SCM. Dessa forma, faz-se necessário desenvolver métodos ou processos que orientem as empresas no entendimento do conceito e implantação da estratégia SCM. Sob este ponto de vista, o objetivo deste trabalho é propor um método de implementação dos dois processos de negócio críticos para as empresas: Gestão do Relacionamento com Clientes e Gestão do Relacionamento com Fornecedores. Para tanto, foi utilizado como referência o modelo de Cooper Lambert e Pagh (1997), que consiste de três elementos interconectados: a) estrutura da Cadeia de Suprimentos, b) nível de integração da SCM e c) processos de negócio. A partir do Método para Avaliação do Grau de Aderência das Empresas a um modelo conceitual de SCM (Método AGA SCM) proposto por Simon (2005) e da literatura, foi definido um método de implementação preliminar e este foi discutido com profissionais da academia e da indústria. Com as sugestões dos profissionais incorporadas, foi proposto o método de implementação final dos processos de negócio Gestão do Relacionamento com Clientes e Gestão do Relacionamento com Fornecedores. Quando a literatura e as discussões apresentaram soluções prontas, estas foram adaptadas e aplicadas diretamente. Quando não, foram desenvolvidas soluções particulares ou indicadas fontes para seu desenvolvimento. Observa-se que o método fornece detalhadamente procedimentos orientativos para implantação dos quesitos de cada um desses processos de negócio e seus sub processos, buscando facilitar a implementação e gestão dos processos de negócio críticos na cadeia de suprimentos em que a empresa está inserida e, assim, poder obter maior vantagem competitiva dentro de seu mercado. Não obstante, o método também pode ser utilizado para que as empresas avaliem a forma como elas gerenciam seus clientes e fornecedores, podendo identificar seus pontos falhos e corrigi-los. Ao todo, são vinte e seis quesitos que detalham os procedimentos que a empresa deve realizar para melhor gerenciar seus clientes e fornecedores e obter os benefícios decorrentes desse gerenciamento. Para o aprimoramento do método aqui proposto, deverão ser conduzidas aplicações nas empresas e essas experiências deverão ser incorporadas ao mesmo. Espera-se que o método apresentado neste trabalho

---

venha a contribuir para a implantação bem sucedida dos dois processos de negócio críticos para a Gestão da Cadeia de Suprimentos.