



CURSO TÉCNICO EM LOGÍSTICA

Plataforma desenvolvimento de fornecedores estreitando parcerias com clientes em busca de insumos produtivos.

**Marília/SP
2022**

**Plataforma desenvolvimento de fornecedores,
estreitando parcerias com clientes em busca de insumos
produtivos**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso Técnico em
logística da Etec Antônio Devisate,
classe descentralizada orientado
pelo (a) Prof.^a. Vanessa Pivato,
como requisito para obtenção do
título de Técnico em Logística.

Alunos:

Andreia Cristina Baptista RM 21175;
Glaucia Cristina de Oliveira RM 21164;
Leonardo Souza RM 21176;
Taferson Carlos Alves RM 21640;

**Marília/SP
2022**

AGRADECIMENTOS

Somos gratos primeiramente a Deus que nos permitiu a finalização de mais um objetivo em nossas vidas e nos fortaleceu nos momentos de dificuldades e dúvidas.

Somos gratos pela honra que tivemos de ter colegas ao nosso lado onde hoje se tornaram amigos e tivemos a experiência de aprender um com o outro e ao invés de dividir o conhecimento ele se multiplicou.

Somos muito gratos pela equipe de professores que sempre tiveram dispostos a ajudar e a contribuir para um melhor aprendizado e em especial a nossa professora orientadora que sempre nos acompanhou nos dando o auxílio necessário para a elaboração do nosso projeto.

Agradecemos a todos amigos e parceiros que contribuíram com nossas pesquisas obrigada pela colaboração na elaboração dos dados e pela força que nos deu no decorrer do curso para não nos deixar desistir mesmo em meio a um cenário de pandemia tivemos força para chegarmos até aqui.

Nosso muito obrigada.

Se não estivermos dispostos a pagar um preço por nossos valores, se não estivermos dispostos a fazer alguns sacrifícios para realizá-los, então deveríamos nos perguntar se realmente acreditamos neles.
(Barack Obama).

RESUMO

Plataforma de insumos produtivos- Plataformas Logísticas e outros modelos são uma tendência mundial e tem um papel essencial como elemento chave no desenvolvimento econômico e elo que integra as cadeias de suprimentos. A metodologia utilizada para o desenvolvimento desse trabalho foi o estudo de caso onde se viu a dificuldade de se encontrar fornecedores de insumos produtivos que atendam as demandas necessárias, aí surgiu a ideia do projeto que é a plataforma de insumos que irá auxiliar clientes e fornecedores a se fazer grandes parcerias por meio que integre uma boa cadeia de abastecimento. Foi realizada uma pesquisa de mercado notando possíveis necessidades onde a plataforma foi planejada para atender essas dificuldades mostradas podendo assim dar o suporte necessário tanto a clientes como fornecedores. A plataforma necessita de investimento, ferramentas de apoio, planejamento e equipe qualificada para poder dar suporte aos usuários. Como resultado espera-se que clientes e fornecedores interajam de forma que realizem grandes parcerias, tornando a cadeia de suprimentos integrada otimizando os laços entre cliente e fornecedor.

Palavras-chave: Plataforma de insumos produtivos, clientes e fornecedores, cadeia de abastecimento, parcerias.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
HIPOTESE.....	11
OBJETIVO GERAL.....	11
OBJETIVO ESPECIFICO.....	11
JUSTIFICATIVA.....	12
METODOLOGIA.....	13
RESULTADOS ESPERADOS.....	14
CAPITULO I.....	
1 SUPPLY CHAIN.....	15
1.1 como a pandemia contribuiu para melhoria e eficiência da supply Chain	15
1.2 SUPPLY CHAIN: UM FUTURO DESAFIADOR.....	16
CAPITULO II	
2 IMPORTANCIA DA LOGISTICA.....	17
3. SUPPLY CHAIN.....	18
3.1. A CADEIA DE ABASTECIMENTO.....	20
3.1.2 ELOS DA CADEIA DE ABASTECIMENTO.....	21
3.1.3 CANAIS DE FORNECIMENTO.....	22
4 E-COMMERCE.....	23
5 PLATAFORMA DIGITAL.....	25
6 FORNECEDORES DE INSUMOS PRODUTIVOS.....	26
6.1 IMPORTANCIA DAS PARCERIAS.....	27
6.2 RELACIONAMENTO CLIENTE-FORNECEDOR.....	28
7 NORMAS DE CONDUTA ÉTICA EM COMPRAS.....	29
7.1 PRINCIPAL ATRIBUIÇÃO DO COMPRADOR.....	30
7.2 COMPRAS ESTRATEGICAS.....	30
7.3HOMOGOLAÇÃO DE NOVOS FORNECEDORES.....	31
7.4QUALIFICAÇÃO DE FORNECEDORES.....	31
7.5AVALIAÇÃO DE PERFORMANCE DE FORNECEDOR.....	31
CAPITULO III.....	

8. DESENVOLVIMENTO DA IDEIA.....	32
9. CANVAS.....	37
10CONCLUSÃO.....	38
11 REFERENCIAS.....	39

LISTA DE FIGURAS

Figura 1–Fluxo da cadeia logística.....	19
Figura 2–cadeia de suprimento.....	20
Figura 3–Canais de fornecimento.....	23
Figura 4–Fluxo do e-commerce.....	24
Figura 5–Plataformas digitais.....	25

INTRODUÇÃO

A logística é uma operação integrada para cuidar de suprimentos e distribuição de produtos de forma racionalizada, o que proporcionará à empresa o planejamento, coordenação, e a execução de um processo de controle de todas as atividades ligadas à aquisição de materiais para a formação de estoques, desde o momento de sua concepção até seu consumo final. Embora o termo logístico seja recente, estudos enfatizam que a logística está associada às grandes estratégias de guerra e conquistas territoriais as quais não temos dúvidas. Dentre os grandes estrategistas da história da civilização humana nomes como o de Alexandre, o Grande e Napoleão Bonaparte são mencionados como grandes contribuintes para o desenvolvimento destas técnicas (FERNANDES, 2012; p.12).

Operacionalmente a logística possui uma visão organizacional, onde está administra os recursos materiais, financeiros, pessoas e informação, onde exista movimento na organização, fazendo a gestão desde a compra, a entrada de materiais, o planejamento da produção, o armazenamento, o transporte e a distribuição dos produtos, monitorando as operações e gerenciando informações, ou seja, monitorando toda parte de entrega e recebimento de produtos e serviços na organização.

A cadeia de suprimentos também é conhecida no Brasil pelo seu equivalente em inglês, supply Chain. Conceitualmente, ela pode ser definida como um sistema de organizações, pessoas, atividades, informações e recursos envolvidos na atividade de transportar produtos ou serviços dos fornecedores aos clientes.

A cadeia de suprimentos tem uma definição muito mais ampla e está relacionada com todos os métodos e operações ligados ao produto. Isto é, desde a compra de matéria-prima até a satisfação do cliente final com o produto adquirido e isso é fundamental para a empresa fornecedora que cumpra os prazos de entrega e que possa garantir um fornecimento rápido de produtos essas informações vão ser acompanhadas por essa plataforma, garantindo aos usuários uma boa forma de compra e entrega com garantia. Hoje em dia observamos o quão difícil é se encontrar fornecedores de insumos logísticos

como caixas, fitas adesivas e etc., por meio da internet e a dificuldade que isso traz, pois, muitos empreendedores acabam comprando o produto que tem o maior custo. Esse fato ocorre pelas dificuldades de encontrar o fornecedor que agregue valor de custo, uma vez que os contratos com diversos acabam ocasionando tempo de pesquisa, cadastro etc.

Com base em pesquisas observamos que hoje, há diversas plataformas digitais desenvolvidas para facilitar a gestão logística, em diferentes frentes do setor. A grande vantagem dessas tecnologias é o funcionamento em nuvem, o que permite operá-las de forma online, de qualquer lugar ou hora, sem a necessidade de servidores ou softwares instalados nos computadores da empresa.

Outra solução fundamental em termos de plataformas digitais na logística são as chamadas tecnologias One Stop Shop (balcão único) ferramentas que garantem uma gestão ampla, completa e altamente integrada, desde os fornecedores até os pontos de venda. Indispensáveis, por exemplo, no Comércio Exterior. Essas plataformas One Stop Shop possibilitam monitorar, controlar e gerenciar todas as cadeias em movimento, exatamente no tempo e no lugar que elas acontecem, independentemente da complexidade da operação.

Em outras palavras, essas ferramentas digitais conseguem englobar o gerenciamento de diferentes modais de transporte, atender a diversas especificidades e trabalhar de forma integrada as mais variadas interfaces e os bancos de dados (ERP, WMS, CRM, WMS, planilhas de Excel etc.).

Na prática, sua empresa consegue ter uma visão ampla de todo o supply Chain, monitorar as operações em tempo real, acompanhar a performance e o desempenho dos serviços, gerenciar custos, organizar fluxos, entre outras funcionalidades.

E com base em informações e pesquisas analisamos as necessidades de se criar uma plataforma de insumos produtivos que viabilize a identificação de fornecedores de forma ágil e segura esse projeto tem a função de disponibilizar e tornar acessível o contato entre fornecedores e clientes, estreitando laços, elo de grandes parcerias garantindo eficiência e custos competitivos nos resultados logísticos.

HIPOTESE

Até que ponto as empresas se desgastam ou perdem tempo e dinheiro com a beneficência na busca de novos fornecedores?

OBJETIVO GERAL

Identificar os fatores e aspectos que constituem o ambiente de trabalho no qual a problemática foi detectada e de que modo estes fatores e aspectos podem ser melhorados, complementados para resolver o problema de pesquisa.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Desenvolver fornecedores para dar suporte aos compradores;
- Buscar e proporcionar parcerias e criar elos entre fornecedores e clientes;
- Eficiência em se fazer negócios com segurança;
- Conexão entre compradores e vendedores que geram valores;
- Reconhecimento no mercado.

JUSTIFICATIVA

O projeto justificasse pela necessidade constante no mercado, identificada pelo grupo através do brainstorming desenvolvido. Inovação e diferencial buscando uma posição no mercado através dessa plataforma de apoio a empresas e clientes buscando ampliar a visão e as oportunidades no mercado de trabalho.

Espera-se que o mercado interaja com a proposta de integrar Fornecedores que querem ter seus serviços anunciados e empresas que encontram dificuldade para se achar fornecedores se conceituar e fazer grandes parcerias visando desenvolver um e dar suporte a outro com fácil acesso a plataforma de forma segura

METODOLOGIA

O presente trabalho desenvolveu-se por meio de uma pesquisa de estudo de caso realizada a partir de dados primários coletados em uma visita a uma empresa que encontra dificuldades na comunicação e serviços de fornecedores de insumos produtivos.

Foram também realizados pesquisa levantamento onde analisamos sites de informação blogs e plataformas e levantamentos de dados sobre negócios feitos através da plataforma digital, são uma espécie de organização em rede, que conecta dois grupos distintos e gera valor de forma mútua.

E para que o projeto fosse desenvolvido também nos aperfeiçoamos em pesquisa de ação baseada em uma autorreflexão coletiva a necessidade de ser elaborado esse projeto para se desenvolver um bom relacionamento e boas parcerias.

Por fim pesquisa de demanda onde vimos a necessidade de procura por determinado serviço e a dificuldade em encontrar onde vemos a dificuldade de se encontrar fornecedores de insumos produtivos.

É um estudo sobre a cadeia de suprimentos que na prática, representa todas as atividades de compra de insumos, produtos, embalagens, armazenagem, beneficiamento, gerenciamento interno, venda e distribuição aos consumidores. Isto é, são todas as etapas pelas quais um produto passa dentro e fora da empresa, até que chegue ao destino final, o consumidor. Para que tudo isso funcione, invariavelmente é necessária a composição de toda uma infraestrutura.

O que se pretende descobrir com a pesquisa, a viabilidade ou não da aplicação da proposta.

RESULTADOS ESPERADOS

Através deste estudo foi possível concluir que podemos ter resultados através de plataformas logísticas como um meio de se fazer negócios com fornecedores e compradores que encontram dificuldade em se conectar com os mesmos e se firmar parcerias se firmar laços, pois nesse meio de tecnologias se tem poucas plataformas que auxiliam esse tipo de serviço, onde vai se ter a possibilidade de se ter um contato mais de perto e seguro através de serviços de qualidade e satisfação de ambos

CAPÍTULO I

1. Supply Chain

A Supply Chain (Cadeia de Suprimentos) abraça todos os processos que um produto passa desde a captação de matérias-primas até a entrega para o consumidor final. São os métodos e operações que compõem a fabricação, logística e distribuição. Cadeia de suprimento corresponde ao conjunto de processos requeridos para obter materiais, agregar-lhes valor de acordo com a concepção dos clientes e consumidores e disponibilizar os produtos para o lugar (onde) e para a data (quando) que os clientes e consumidores os desejarem.

Antes da década de 1960, o aprimoramento da logística, a mecanização e a maximização do espaço de armazenamento eram o foco da facilitação da cadeia de fornecimento. O gerenciamento de informações era altamente manual, enquanto o transporte de cargas era intermodal.

Mas, naquela década, os caminhões acabaram se tornando o principal contêiner, em especial para mercadorias dependentes do tempo. Essa tendência resultou na conceituação da distribuição física para facilitar uma confluência efetiva de transporte de cargas, armazenamento e manuseio de materiais. O gerenciamento de dados da cadeia de fornecimento, no entanto, permaneceu altamente baseado em papel.

Na década de 1970, a informatização dos dados começou. Uma década depois, os planejadores da cadeia de fornecimento tinham acesso a computadores pessoais, o que lhes permitia otimizações e inovações logísticas.

A partir da década de 1990, a ascensão da internet e outros avanços tecnológicos levaram a uma mudança radical na gestão das redes da cadeia de fornecimento.

As empresas se interessaram pelo gerenciamento dessas operações e começaram a investir em soluções para seu gerenciamento, como Enterprise Resource Planning (ERP) para quebrar silos de informações, garantir a precisão e disponibilidade dos dados e integrar todas as funções.

1.1 como a pandemia contribuiu para melhoria e eficiência da supply Chain

O isolamento social e restrições à circulação de pessoas impostos pela pandemia do COVID-19 foram vistos como uma tragédia comercial.

De fato, muitas empresas não estavam preparadas para atuar via comércio eletrônico ou em home office. Milhares foram fechadas ou tiveram sua atuação interrompida, ou muito reduzida, ceifando centenas de milhares de empregos. Apesar disso, janelas de oportunidades se abriram para a inovação e a criatividade, sendo o supply Chain uma das áreas centrais e garantidoras da sobrevivência de muitos negócios.

Tendências antes já detectadas na logística, distribuição, entrega e automação se aceleraram fortemente, em um esforço de sobrevivência e adaptação. O incremento no uso de robôs virtuais, novos dispositivos de automação de armazenagem e ferramentas avançadas de entrega (como o uso de drones), são alguns exemplos.

Além disso, há um crescente emprego de inteligência artificial na criação de algoritmos para compreensão de comportamentos de consumo.

1.1.2 Supply Chain: um futuro desafiador

Digitalização da cadeia de suprimentos; globalização e *offshoring*; novos modelos de negócios; migração para o e-commerce; equipes remotas e distribuídas: essas são as cinco mudanças na cadeia de suprimentos enfatizadas pelo Gartner os próximos cinco anos.

Para adequar-se a elas é preciso ter uma boa estrutura, contar com tecnologias avançadas, inovar e flexível. E o mais importante: colocar a experiência do cliente no centro das prioridades.

As empresas que implementam práticas de *supply-Chain* bem projetadas são capazes de responder às necessidades dos consumidores de maneira mais rápida, objetiva e ágil.

A supply Chain 4.0 é uma consequência do conceito indústria 4.0 que, por sua vez, é o resultado da transformação digital.

Em termos simples, a supply Chain representa uma nova maneira de operar as demandas logísticas por meio de tecnologias que automatizam processos e auxiliam nas estratégias organizacionais. Desse modo, a cadeia de suprimentos se torna mais independente, integrada e eficiente.

CAPÍTULO II

2. Importância da logística

A logística tem um papel fundamental nas relações comerciais e torna-se indispensável na organização e no planejamento estratégico de uma determinada empresa. É afirmativo dizer que um planejamento logístico eficiente é essencial para que sua empresa se destaque perante a concorrência.

Compreende-se, então, que a Logística é complexa, somada por técnicas, métodos e conhecimentos determinados a sustentar o fluxo de abastecimento de insumos, as movimentações de mercadorias e estocagem. Suas atribuições implicam diversos setores, sendo eles, suprimentos, comercial e financeiro. Portanto, evidencia a importância da área e estimula a relação entre os demais setores para o desenvolvimento de seus processos e consequentemente atingir as metas e a melhorar os resultados financeiros.

A logística por sua complexidade possui uma ampla atuação na economia, visto que, de modo “macro”, garante que os produtos adquiridos sejam entregues aos clientes, possibilitando a movimentação de informações e pedidos. Por isso é relevante que as empresas estejam atentas a atender às expectativas dos seus clientes, ampliando-se no mercado através dos seus produtos e serviços ofertados com qualidade, cumprindo seus prazos e aumentando seus rendimentos. Consequentemente, a atividade realizada de forma eficaz trará bons resultados as organizações. Quando executada de forma certa e planejada inclui praticamente todos os departamentos de uma empresa, desde a obtenção de matéria-prima, até o produto finalizado.

Independente se a empresa é de grande, médio ou pequeno porte, todas, sem exceção, necessitam ter um excelente planejamento logístico para evitar possíveis frustrações em tempos de ampla concorrência.

Por essa razão, a logística é um recurso essencial para as organizações e por isto deve ser aplicada de forma responsável para que não prejudique negativamente o progresso da empresa. Não é possível atingir o crescimento e o desenvolvimento econômico sem atingir o desenvolvimento da Logística. Pois, é ela proporciona que um determinado País amplie sua produção e

produtividade, e colabora nos processos de distribuições de renda e na redução da desigualdade, uma vez que serviços e produtos necessitam chegar as populações carentes e nos lugares afastados e de difíceis acesso. Contudo, a logística sendo realizada de maneira eficiente e apontada como estratégica por empresários e governos, torna-se meios para eliminar custos desnecessários e inclui as regiões e indivíduos aos sistemas de produção e consumo.

A importância da logística vai além da movimentação das mercadorias. Suas funcionalidades são fundamentais no desenvolvimento de serviços para suprir os requisitos de mercado e a satisfação dos clientes.

Christopher (1999) cita que as atividades da função logística integrada podem ainda ser decompostas em três grandes grupos:

- Atividades estratégicas: estas atividades relacionam-se às decisões e à gestão estratégica da própria empresa. A função logística deve participar de decisões sobre serviços, produtos, mercados, alianças, investimentos, alocação de recursos;

- Atividades táticas: estas atividades relacionam-se ao desdobramento das metas estratégicas e ao planejamento do sistema logístico. Envolve decisões sobre fornecedores, sistemas de controle de produção, rede de distribuição, subcontratação de serviços; e

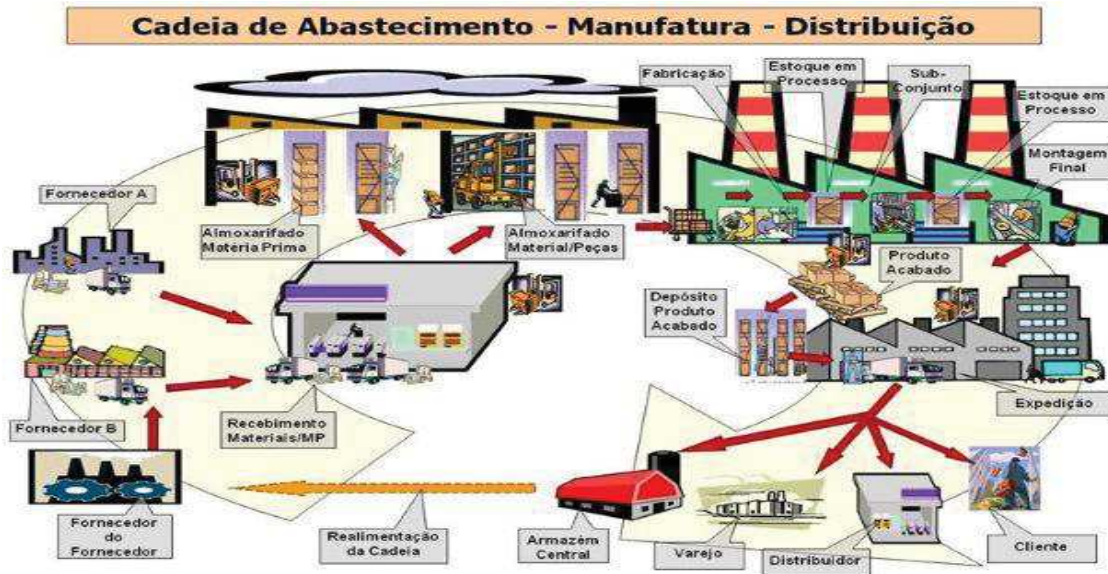
- Atividades operacionais: estas atividades relacionam-se à gestão do dia-a-dia da rede logística. Envolve a manutenção e melhoria do sistema, solução de problemas.

2.1 Supply Chain

Supply Chain ou “cadeia de suprimentos” é o termo utilizado aos processos e aos diversos meios por quais passam os produtos, a começar da retirada da matéria-prima até a entrega ao consumidor final.

A cadeia de suprimentos corresponde ao conjunto de processos requeridos para obter materiais, agregar-lhes valor de acordo com a concepção dos clientes e consumidores e disponibilizar os produtos para o lugar (onde) e para a data (quando) que os clientes e consumidores os desejarem (BERTAGLIA, 2009, p. 5).

Figura1: Fluxo da cadeia logística



Fonte: <https://blogdaqualidade.com.br/gestao-da-cadeia-de-abastecimento-supply-chain-management/>

Acesso em 28/04/2022.

Efetivamente, caracteriza todas as atribuições de compra dos insumos ou produtos, transporte, armazenamento, transformação, embalagem, gerenciamento interno, venda e distribuição aos clientes. Nesse processo de supply Chain, inclui-se também algumas obrigações suplementares, bem como à criação de novos produtos, ao atendimento ao consumidor, ao controle financeiro e ao marketing. Isso implica a relação entre variáveis empresas e profissionais, como produtores, fornecedores, distribuidores e lojistas, além de toda a logística cruciais que concede o fluxo de produtos e insumos.

Portanto, a logística e a supply Chain de fato estão interligadas. Embora a “cadeia de suprimentos” seja uma nova definição, sua origem se dá com o aparecimento da logística como objeto de conhecimento.

Podemos dizer que a Logística é a principal causa pelo fluxo dos produtos de um local para outro e pela documentação relacionada a esses processos. Tais atividades não inclui somente o transporte, mas sim, estratégias para determinar os meios eficientes e adequados a cada categoria, as tecnologias para rastreamento, gestão de riscos e controle de carga e descarga.

Esses processos logísticos propõem garantir que os produtos cheguem ao seu destino dentro do prazo e com segurança.

À medida que a logística se concentra no transporte da mercadoria e no amparo deste, a supply Chain por sua vez, possui um olhar mais amplo, tendo em vista toda a movimentação do produto e sua relação com o negócio e com o cliente. Contudo, a logística dispõe um papel importante dentro da cadeia de suprimentos. Logo, a gestão de supply Chain precisa que os produtos cheguem no prazo, nas condições, na quantidade e no endereço combinados.

Assim, podemos alegar que, se ocorrer falhas na logística, a supply Chain será afetada justamente por isso.

2.1.1 A cadeia de abastecimento

A cadeia de suprimentos (também conhecida no Brasil pelo seu equivalente em inglês, supply Chain) é definida conceitualmente como um sistema de organizações de pessoas, atividades, informações e recursos envolvidos na atividade de transportar produtos ou serviços dos fornecedores aos clientes. Essa rede interligada de processos é fundamental para o crescimento das empresas que querem melhorar a experiência do cliente, considerando que, nos últimos anos, os consumidores começaram a prezar muito mais pela qualidade da jornada de suas compras. Conseqüentemente, marcas que apostam em uma cadeia de suprimentos eficiente e aprimorada são as que conseguem conquistar novos públicos e fortalecer suas imagens no mercado.

Figura 2: cadeia de suprimentos



Fonte: <https://www.ionsistemas.com.br/blog/cadeia-de-suprimentos/>

Acesso em: 28/04/2022

Para gerir de forma eficiente a cadeia de abastecimento é essencial planejar bem toda a rota de movimentação dos materiais. Além disso, é necessário negociar com fornecedores, assegurar a qualidade do que está sendo transportado, coordenar a distribuição, gerir a carga e descarga de mercadorias etc.

B2B: relação de comércio, relacionamento cliente e fornecedor.

B2C: negócio realizado entre empresa e consumidor final.

O que é **B2B**

São diversos os exemplos desse tipo de transação entre pessoas jurídicas. Ela envolve a aquisição de produtos e serviços de muitas naturezas.

A venda/compra de matéria-prima e insumos para linha de produção e comércio é aquilo que mais imediatamente nos vem à cabeça quando falamos de uma negociação B2B.

Isso porque pensamos de imediato na relação entre indústria e todos os segmentos que atuam diretamente com a comercialização e/ou prestação de serviços para o consumidor final. Porém, o modelo B2B diz respeito a qualquer transação de venda e compra de produtos e serviços entre empresas.

Administrar de maneira eficiente uma cadeia de suprimentos passa, necessariamente, por dois fatores básicos: planejamento e controle – desde organizar as operações dos processos previstos até se manter preparado para eventos inesperados, como alterações climáticas.

De forma geral, é importante que a empresa compreenda 8 aspectos essenciais para estruturar uma cadeia de suprimentos adequada aos seus objetivos. São eles: produção, fornecedor, estoque, localização, transporte, informação, manutenção e equipe de marketing & vendas.

Por fim, a cadeia global é composta por todos os fornecedores e clientes e suas cadeias imediatas com seus respectivos fluxos (SLACK, 1993; PIRES, 2009)

2.1.2 Elos da cadeia de abastecimento

Entende-se que abastecimento representa em adquirir os materiais necessários as operações da empresa e armazená-los até o início do processo

de produção e comercialização. Os elos da cadeia de abastecimento ajustam-se as práticas de gestão que são importantes para que todas as empresas agreguem valor ao cliente desde a fabricação dos produtos, percorrendo pela produção de serviços e bens, a distribuição e a entrega final ao cliente. Para que todos os processos fluam bem são necessárias algumas operações:

Aquisição de mercadorias escolhendo fornecedores para o processo de compras dos produtos que a área de produção ou comercial necessita visando a qualidade, preço, condições de pagamento, prazos de entrega e outros.

Armazenagem espaço para armazenar os produtos que a produção utilizara, quando um produto está produzido ele também necessita de um espaço para ser armazenado até o processo de ser entregue ao cliente final e deve se ter o gerenciamento de estoque para se determinar a quantidade de inventario que vai se trabalhar assim como a regularidade dos pedidos se suprimentos para suprir a necessidade de produção e comercialização da empresa.

Fluxo de abastecimento, recebimento de material, tipo de estoque, demanda, fornecedores e unidade de carga. É necessário se realizar uma boa logística de abastecimento assim visando alguns aspectos como melhorar a pontualidade com uma previsão certa nos prazos de entrega e melhoria no desempenho das operações.

Assim se terá custo de produção reduzidos tendo assim a certeza de que haverá o produto necessário para se evitar rupturas e manter os níveis de produtividade estipulados.

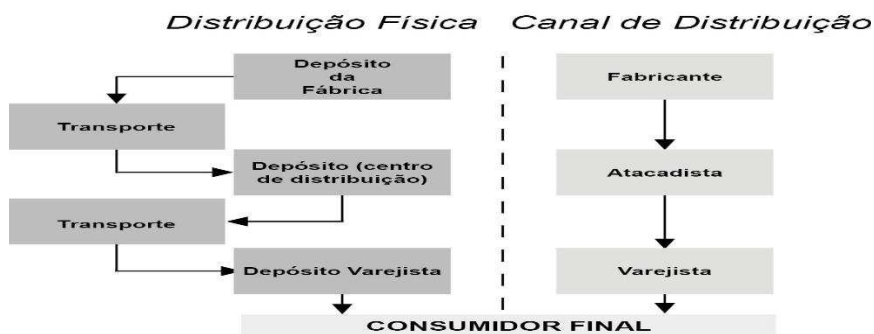
3. Canais de fornecimento

Canais de fornecimentos ou canais de distribuição são, meios quais uma empresa ou uma pessoa física entrega seu produto até o consumidor final estabelece como seu produto estará disponível para o comprador.

Os canais de distribuição são constituídos por provedores de serviço que buscam o mercado promovendo, produtos e negociando, com clientes maneira de entrega e estoques que relacionam a quantidade de produtos que necessitam.

O objetivo geral da distribuição, segundo Novaes (2001), é o de levar os produtos certos, para lugares certos, no momento certo e com o nível de serviço desejado, pelo menor custo possível. Higginson (1993) também aborda este conceito e afirma que o objetivo geral de um sistema de distribuição é atingir níveis aceitáveis de serviço ao cliente e custo total.

Figura 3: Canais de fornecimento



Fonte: <https://slideplayer.com.br/slide/6891147/>

Acesso em: 29/04/2022

Esses provedores tem uma função muito importante no canal de distribuição são eles:

Atacado: O comércio de atacado se destaca pelas compras em grandes quantidades das indústrias, fazendo com que suas vendas sejam específicas para revendedores pequenos e médios varejos. Alguns atacados ou conhecidos também como distribuidores, possuem vendedores que atendem o pequeno varejo direto no seu domicílio.

Varejo: segundo Kotler (1999), representa todas as atividades de venda de produtos ou serviços diretamente ao consumidor final. O varejo é o meio através do qual as mercadorias chegam até o consumidor, seja diretamente ou através de intermediários.

De acordo com Parente (2000), o varejo no Brasil tem atravessado um acelerado ritmo de transformação e consolidação nos últimos anos, com novos formatos de varejo, “mais eficientes e mais adequados às novas necessidades do mercado consumidor”.

ferramenta para as empresas que desejam ser vistos no mercado alcançando novos públicos, trabalhando com diversificação de produtos, aumentando as vendas e reduzindo gastos.

Ele também facilita e agiliza os trabalhos de gestão e, mas por outro lado se tem uma preocupação maior com o peso de estratégias logísticas para poder realizar todas transações com êxito.

A diferença entre e-commerce e loja virtual é que o e-commerce é comercio eletrônico e a loja virtual é um dos seus canais de vendas, entende-se também que a loja virtual é o único canal de vendas de um e-commerce sendo as redes sociais, e-mail, marketing e outros apenas maio de divulgação onde o objetivo é levar usuários a loja virtual.

O e-commerce vem ganhando cada vez mais espaço no brasil e no mundo, e hoje é bem comum encontrar lojas conhecidas atuando na internet como o extra, casas Bahia, lojas americanas e tem as que de cara já iniciaram como a Amazon, ali baba e muitas outras.

A pratica do e-commerce vem aumentando com força pelo alcance que a internet proporciona e a facilidade e é possível se vender praticamente qualquer tipo de produto incluindo alimentos, automóveis e imóveis.

E hoje muitas empresas estão investindo no seu próprio e-commerce para marcar presença digital e acompanhar as tendências do mercado e oferecer ao público alvo soluções práticas e a tecnologia que ajuda a dar impulsos no mercado e outros meios.

5. Plataforma digital

Uma plataforma digital não é só o que se parece uma inovação tecnológica e sim é um modelo de negócio que tem a ver com a criação, entrega e conquista de valor por parte de uma organização, então são ambientes online fornecedores, produtores e consumidores permitindo assim uma relação de troca além de uma simples compra ou venda sendo usadas para ambiente de negócios, entretenimento, cultura, lazer.

Para uma indústria realizar suas atividades do dia a dia é preciso uma série de matérias-primas, insumos e serviços.

São chamados de fornecedores as empresas e pessoas que fornecem estes produtos e serviços.

E se encontrar os melhores fornecedores para uma empresa ou pessoa é muito importante para oferecer um produto de qualidade, pois os fornecedores são responsáveis também pelo sucesso ou fracasso da produção de uma empresa.

Existem etapas a se seguir para se obter fornecedor que melhore a gestão de uma empresa através de:

Seleção de fornecedores, negociação com os mesmos e formação de parcerias

E se tem etapas também para se encontrar bons fornecedores que são:

Possuir várias opções de fornecedores se tendo boas parcerias e se consiga atender demandas. Pesquisa em internet para se obter fornecedores competitivos anúncios, catálogos e revistas especializadas em segmento de divulgação de fornecedores.

Em eventos como feira e palestras onde se é possível conhecer e conversar pessoalmente, e outras tantas formas existentes.

Depois de identificar e listar os potenciais de um fornecedor é recomendado que se tenha informações sobre essa empresa fazendo uma varredura como pesquisas no Procon, reclame aqui e se pedindo amostras de produto buscando também conhecer se a empresa se certifica da qualidade dos seus produtos.

Há alguns critérios para se avaliar em um fornecedor como:

- Preço;
- Forma de pagamento;
- Prazo e pontualidade;
- Reputação localização.

Se tiver mais critérios que a pessoa acha importante junte a lista e avalie também o ambiente pois também pode se trazer benefícios e diferencias a empresa ou há pessoas que vão necessitar dos serviços desses fornecedores.

Fazer parceria com os fornecedores é uma vantagem para a organização e eles não devem ser vistos como adversários (GOMES e RIBEIRO, 2004).

6.1. Importância das parcerias

A importância de uma boa parceria promove um amplo diferencial no mercado competitivo, visto que desfruta de diversas vantagens, dentre elas o aprimoramento de sua imagem no mercado, potencializa processos internos e entre outras. Bem como, opera na união de cooperação mútua, onde empresas incluídas na parceria são beneficiadas.

A visibilidade da sua empresa também pode ocorrer através das parcerias, garantindo que sua marca seja citada por outras empresas e intensificando-as ao público e então acessar novos mercados, ou seja, sua empresa pode ser contemplada pelo o público de outras empresas.

Além disso, propicia a redução da burocracia, podendo ser apontada de duas maneiras distintas: internamente ou no contato com o cliente e na melhoria dos processos internos.

Uma boa parceria entre empresas possibilita aumentos na produtividade e diminui os gastos operacionais, desta forma promove o seu crescimento e assim se torna competitiva no mercado. No segmento de parcerias logísticas, sua finalidade também está em garantir o aprimoramento logístico do seu estabelecimento. Logo, quanto maior o desenvolvimento da sua parceria, mais vantagens para o seu negócio. Portanto, é fundamental levantar pesquisas de campo e do histórico da empresa junto aos clientes antigos.

Todas essas questões são essenciais para descobrir se a empresa de logística com a qual você busca firmar uma parceria possui seriedade e comprometimento com suas tarefas, a fim de garantir uma relação saudável que fomente o crescimento mútuo de ambos.

Os fornecedores tornam-se parceiros da empresa e vice-versa, e essas parcerias são o segredo para a integração da cadeia de suprimentos. As parcerias devem ser vistas como parcerias bilaterais onde os dois lados saem ganhando, trazendo o êxito para ambas (LAMBERT, 2004; BOWERSOX e CLOSS, 2001).

6.2 Relacionamento Cliente – Fornecedor

Nos tempos de hoje o relacionamento cliente e fornecedor é muito diferente de tempos atrás pois havia muito conflito onde nenhum queria sair perdendo assim tirando proveito das situações. Um dos pilares do bom desenvolvimento das empresas é manter um bom relacionamento com fornecedores e clientes, buscando uma relação de parceria com confiança onde cliente e fornecedores se ajudam, procurando soluções certas e entregando cada vez mais produtos com qualidade até o consumidor final.

Pode se definir uma boa parceria com o compromisso entre cliente e fornecedor com uma relação de confiança mútua, cliente e fornecedor precisam trabalhar para manter um vínculo que beneficie ambos os lados, sempre atuando em espírito de parceria a fim melhorar suas experiências, aprimorar seus aprendizados, contribuir com a evolução de seus parceiros e aumentar suas chances de ganho a curto, médio e longo prazo através desse relacionamento.

Ao criar um ambiente onde a parceria é benéfica para ambos, o cliente consegue compreender as vantagens competitivas que esse fornecedor pode trazer, minimizando as chances de uma nova avaliação de fornecedores e trazendo mais possibilidades de negociação e parceria.

Todo esse processo pode acontecer rapidamente, por isso é ideal que fornecedor e cliente saibam que o primeiro contato é uma das partes mais importantes para chegar ao melhor acordo. Estar preparado para criar bons relacionamentos desde o início é o caminho para que fornecedores e clientes saiam ganhando, desenvolvendo um relacionamento vantajoso e flexível entre os dois. Para que a relação atinja um grau de confiança, é necessário atender alguns requisitos e respeitar algumas regras, tais como:

Identificar e selecionar os fornecedores certos;

- Comunicação clara e efetiva e abertas;
- Fornecimento com qualidade assegurada;
- Sugestões, críticas construtivas e avaliações;
- Prazo de entrega no prazo.

Quanto mais forte for o relacionamento entre cliente e fornecedor maior serão as chances de se fazer parcerias e fortalecer os laços e aumentando a confiança e a credibilidade na relação comercial. O papel de cada parceiro é cooperativo, e não adversário a comunicação é nos dois sentidos e frequente para poder refletir necessidades de mudança, expectativa e práticas de negócios de ambos e ambos os lados, compreendem

Que padrões de serviço de alta qualidade são benéficos para as ambas organizações e consumidor final.

7. Normas da conduta ética em compras

Conhecendo a ética que exerce nossa sociedade e pela responsabilidade do setor de compras para a operação de uma empresa, somos capazes de estabelecer que a ética em compras representa os valores morais e boas práticas recomendadas para as relações com a cadeia de suprimentos e demais departamentos internos.

Na busca por uma cadeia de suprimentos todos os esforços dedicados para a buscar serviços com qualificação de fornecedores, acaba sendo natural que a ética em compras se torne uma ferramenta importante.

Para Fernandes (2013), o profissional de compras que quiser ser respeitado, deve manter a ética em suas negociações sempre informando de forma clara e direta quais são as fases de cada processo de cotação, o que é esperado das empresas participantes, dando retorno às empresas não ganhadoras e evitando mudar as regras no meio do processo. Faz parte do processo e da atividade de Compras, pesquisas de mercado de tempos em tempos e isto também deve ser feito de forma clara, tanto para o atual fornecedor, quanto para novas empresas que pretendam ser fornecedores da empresa.

A ética é feita por um conjunto de hábitos e valores que formam nossa conduta moral, a importância da ética no setor de compras é fundamental pelo seu papel de destaque. Seguir tal conduta na maneira como define suas políticas internas, matriz de riscos e diretrizes da gestão de compras é

essencial para o sucesso e rentabilidade a longo prazo de qualquer empreendimento.

O setor de compras precisa atuar de forma certa a cultura, diretrizes da empresa, organização defendendo sua visão de mercado e valores. Assim como o profissional em compras lida com fornecedores se espera a mesma postura de ambos dessa forma são alinhados interesses dentro e fora da empresa com a prática da ética. O conselho brasileiro dos executivos de compra reforça a importância da ética em compras através de um conjunto de normas de conduta e recomendações.

- Não basta agir de maneira ética, tem que se prezar por essa imagem;
- Garantir o melhor custo/benefício é sua obrigação principal;
- Identificar e estimular o desenvolvimento de talentos no setor;
- Garantir o cumprimento às leis e regulamentos
- Incentivar a preservação ambiental e desenvolvimento social;

Os motivos para adotar a ética em compras são:

- Alinhamento de esforços;
- Profissionalismo e transparência;
- Diminuir riscos;
- Foco na eficiência.;

A ética é tão importante para o setor de compras como para o desenvolvimento da empresa e da sociedade também ela fornece mais do que um conjunto de valores morais e normas de conduta assim garantindo que os benefícios que são gerados para um também serão gerados para outra parte.

7.1. Principais atribuições do comprador

Muitas das vezes pensamos que um comprador profissional apenas faz compras. Mas apesar de sua tarefa principal ser adquirir suprimentos e serviços, existem muitas divisões em que eles podem usar suas habilidades de negociação e organização.

Por isso, em um departamento de compras é importante selecionar pessoas com a experiência e conhecimento necessário para ter o melhor retorno no seu investimento.

7.2 Compras estratégicas

Com a visão de compra estratégica é possível melhorar a qualidade dos produtos finais e reduzir gastos e desperdícios desnecessário de insumos.

Os processos de uma empresa devem ser sempre analisados para correções e identificar riscos, quando mencionamos atribuições de comprador quer dizer compra de matéria-prima e insumos.

O comprador busca atender as necessidades da empresa, enquanto alcança um dos principais objetivos que é agradar os consumidores, por meio de um conjunto de técnicas e decisões que se baseia em informações como custos, internos e externos, rede de fornecimento e níveis de serviços prestados a grupo de mercadorias

7.3 Homologação de novos fornecedores

Não basta só selecionar os fornecedores o ideal é garantir se eles são responsáveis e se atenderão as demandas da empresa, por isso é necessário que no processo da homologação sejam estabelecidos critérios que garantam que os fornecedores vão garantir segurança e confiança na parceria.

7.4 Qualificação de fornecedores

Após se firmar parceria é necessário que o fornecedor seja monitorado de perto para se evitar riscos para a empresa e para se tornar seguro o relacionamento com o mesmo. O processo de se ver reputação, e outros atributos do fornecedor pode até parecer exaustivo mais é por meio desse processo que o relacionamento pode se fortalecer.

7.5 Avaliação de performance do fornecedor

Outro processo que o comprador participa é o desempenho do fornecedor depois do recebimento das entregas através de checagem para se ter a certeza que a empresa não firmou parceria com o fornecedor errado ou se foi prejudicada assim analisando a qualidade, preços pontualidade da entrega e apoio dado pelo fornecedor. Outras abordagens feitas pelo

comprador é analisar o orçamento, definir metas, controlar fornecedores e gerir o estoque de insumos

CAPITULO III

3. DESENVOLVIMENTO DA IDEIA

Grandes e pequenas indústrias, sofrem para encontrar fornecedores qualificados, é preciso ter qualidade, preço atraente e uma entrega ágil. Com a plataforma Taglalean, facilitara a procura por fornecedores que agregam as características citadas a cima. Ele tem o intuito de ajudar as empresas sanar as dificuldades para encontrar, preço de qualidade, entrega acessível, qualidade e se possível o mais perto para menos custo, com um preço que cabe no seu bolso. Contribuindo também com a instituição escolar, a crescer o seu leque de opções de matérias pois será um produto bastante procurado pelas empresas que encontrarem ou ainda tem está dificuldade!

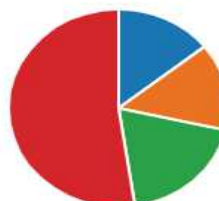
A ideia de abordar a pesquisa de mercado contribui para um melhor desenvolvimento do estudo pois assim temos informações necessária para o desenvolvimento do projeto e um melhor entendimento das dificuldades encontradas por clientes e fornecedores.

1.

Sua empresa é

[Mais Detalhes](#)

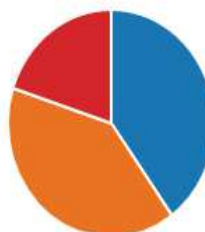
● micro porte	3
● pequeno porte	3
● medio porte	4
● grande porte	11



2. A empresa tem dificuldade para encontrar fornecedores de insumos produtivos com facilidade?

[Mais Detalhes](#)

● nenhuma dificuldade	2
● Sim com fornecedores que dem...	2
● Com fornecedores que só vend...	0
● Dificil acesso a fornecedores	1



3. Se caso acontecer algum imprevisto com a sua mercadoria, o fornecedor oferece algum tipo de indenização ou alguma garantia ?

[Mais Detalhes](#)

● Sim	6
● Nao	5
● As vezes depende do imprevisto	10



4. Se sua empresa tivesse acesso a um site ou plataforma de acesso a fornecedores, qual seria a chance de sua empresa fazer uso desse aplicativo?

[Mais Detalhes](#)

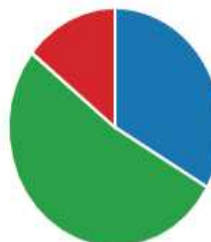
● Nenhuma chance	1
● Usaria com certeza	9
● conheceria para ver como funci...	8
● Daria a oportunidade de conhe...	3



5. Seus fornecedores atendem suas demandas de insumos produtivos com agilidade, qualidade e valor acessível?

[Mais Detalhes](#)

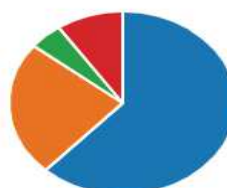
● sim	7
● Nao	0
● As vezes	11
● Tenho muita dificuldade	3



6. Seu fornecedor atende 100 % da sua demanda?

[Mais Detalhes](#)

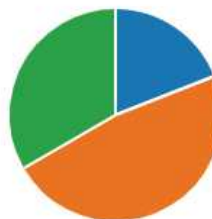
● Sim 100%	13
● Só 80%	5
● Só 60%	1
● maioria das vezes nao	2



7. Sua empresa tem acesso a fornecedores que fornece a quantidade mínima sem cobrar a mais por ser quantidades pequenas?

[Mais Detalhes](#)

● Sim	4
● Nao	10
● As vezes	7



8. Você tem alguma dificuldade em encontrar fornecedores de insumos produtivos? Se sim cite alguns desses problemas.

[Mais Detalhes](#)

6
Respostas

Respostas Mais Recentes

"Não."

"Nao"

A ideia é conectar clientes e fornecedores que muitas das vezes encontram dificuldades para obter os insumos de forma mais fácil e serviços com garantia e qualidade.

Essa ideia pode se gerar muitos benefícios para o fornecedor que terá a possibilidade de fazer seu negócio crescer e ganhar espaço no mercado, montando sua cadeia de clientes.

Existem muitas vantagens em se fazer negócios por meio de plataformas como:

- Acesso econômico e rápido por meio da plataforma;
- Acesso rápido a fornecedores credenciados a plataforma;
- Garantia de credibilidade;
- Gestão e acompanhamento de todos os processos de compra;
- Forma fácil em cotações;

E existem as desvantagens também como:

- Custo com investimentos para manter a plataforma atualizada;
- Custos com softwares;
- Custos com equipe de monitoramento;

A ideia da plataforma surgiu como um estudo de caso em uma microempresa através de um free lance onde foi visto dificuldades para se encontrar fornecedores de insumos em quantidades pequenas e no tempo esperado, pois muitos fornecedores só fornecem em grandes quantidades dificultando a compra dos insumos.

Outra lacuna encontrada é que fornecedores não tem responsabilidade com entregas atrasando serviço e atrasando a demanda.

Uma das maiores dificuldades que um empreendedor tem ao abrir uma empresa é montar sua rede de fornecedores e distribuidores.

Encontrar profissionais com bons preços demanda tempo e, muitas vezes, atrasa o lançamento de um negócio. É justamente nesse mercado que a plataforma atuará trazendo na palma das mãos de forma eficiente e segura os serviços esperados pelos clientes e pelos fornecedores.

O nome da plataforma surgiu das abreviações dos nomes dos alunos que desenvolveram o projeto da plataforma que terá o nome de TAGLALEAN.

TA- Taferson

GLA- Glauca

LE- Leonardo

AN- Andreia

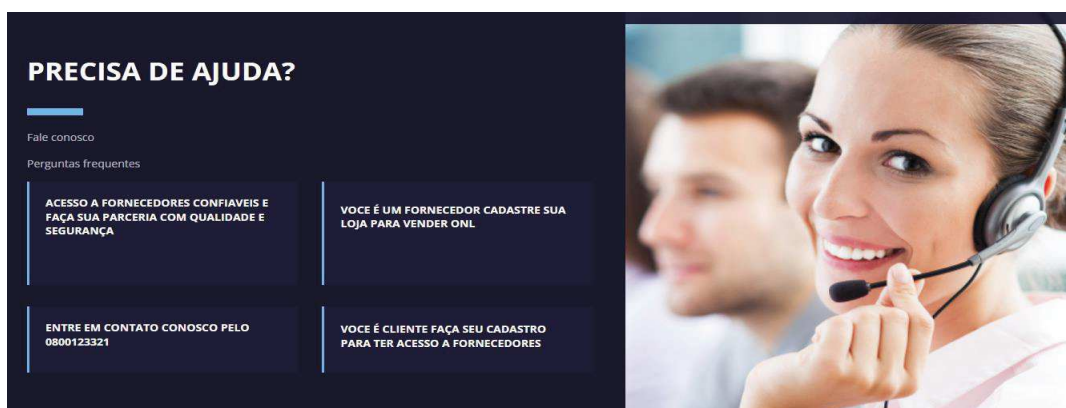
Aqui é o início da plataforma onde se tem acesso a login de usuário, cadastro de clientes, acesso a fornecedores a consulta dos pedidos feitos e acesso aos produtos da plataforma.



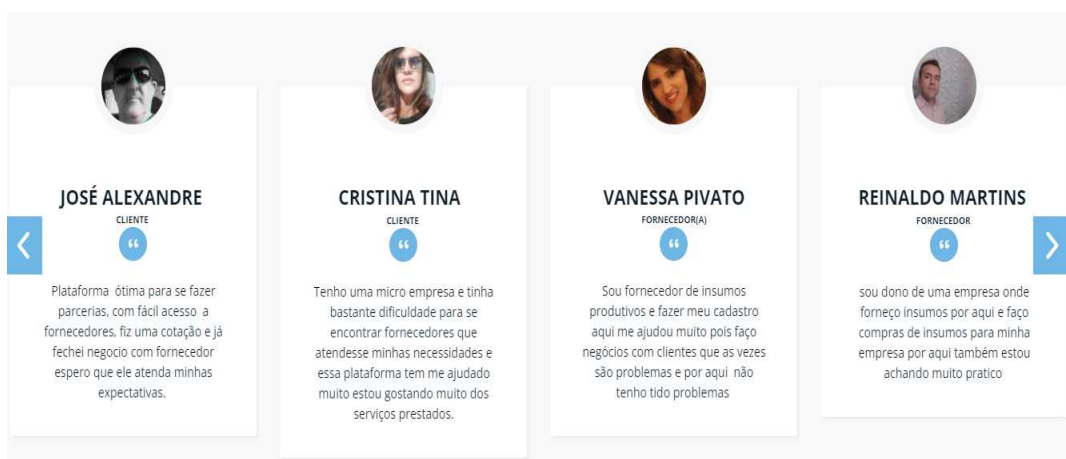
Nessa aba busca o produto por categoria e se tem acesso a cada fornecedor e insumos de interesse do cliente.



Nessa aba são os canais de ajuda onde se pode tirar dúvidas com os assistentes e área de acesso a cadastro e contato através do 0800



Comentários que os usuários postam na plataforma dos clientes e fornecedores comentários positivos e negativos onde é anexado sobre sua respectiva experiência com a plataforma.



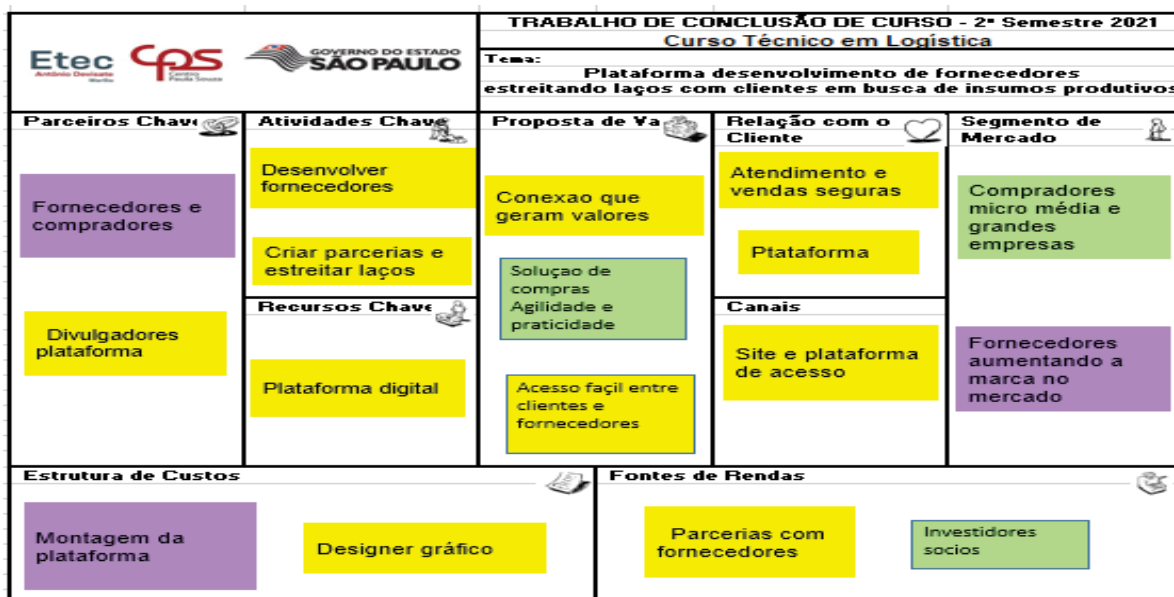
Aqui se tem os contatos sócias da plataforma e o horário de atendimento e meio de comunicação.



E por último as avaliações da plataforma de clientes e avaliação sobre fornecedores.



9. Canvas



CONCLUSÃO

Devido ao grande crescimento de demandas de insumos produtivos aumento de empresas no setor logístico optou-se por esse tema para a realização do projeto. Após um estudo de caso onde notou-se dificuldades com fornecedores surgiu a ideia da plataforma para ajudar e auxiliar clientes e fornecedores a fazer parcerias e a ter uma prestação de serviço de forma otimizada e segura. com isso surgiu a ideia de criarmos uma plataforma de insumos produtivos, voltada a compra direta aos clientes.

Outro ponto é a adesão de usuário que interaja com a plataforma e como se criar valor ao cliente mostrando que a plataforma é uma excelente fermenta para se fazer negócios e parcerias.

A pesquisa de mercado foi realizada e contribuiu com informações concretas para a estrutura da plataforma e outros estudos também realizados por meio de pesquisas via internet onde buscou-se informações para que a montagem da plataforma venha fazer sentido, trazendo soluções para as dificuldades enfrentadas.

O Canvas apresentado nesse projeto também contribui para a ideia e construção da plataforma para sair do papel e virar uma plataforma real.

Para o desenvolvimento da plataforma foi elaborado um site com explicações e as utilidades e aplicabilidades.

Espera-se que a proposta da seja pratica e funcional para empresários e pessoas físicas que queiram ter suas dificuldades atendidas e que não seja só um projeto mais que possa ser adotada por alguém que queira investir em uma ideia que pode dar muito certo e partir para um lançamento no mercado.

Para se conseguir bons resultados deve se investir em uma equipe qualificada com tecnologia de ponta, encontrar parceiros chaves como um empreendedor que esteja interessado no projeto poderia ser adequado para investir.

Os objetivos foram alcançados aos poucos onde foi utilizado ideias, métodos e arriscando para chegar a conclusão do projeto, aprendemos a trabalhar em grupo a nos relacionar em trocas de informações passamos por dificuldades juntos nos superamos até aqui.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BAILY, et al. 2000, p.205 GESTÃO DA INFORMAÇÃO APLICADA À LOGÍSTICA: Estudo de Caso de uma Grande Agroindústria Brasileira.

BERTAGLIA, Paulo Roberto, Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento / Paulo Roberto Bertaglia. 1a ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

CLARKIII, Irvine; Thereza B. Advances in electronic Marketing. Hershey: IGI Publishing.2005.

CHING, H. Y. Gestão de estoques na cadeia de logística integrada – supply Chain. São Paulo: Atlas, 1999.

CHRISTOPHER, M. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: estratégias para a redução de custos e melhorias de serviços. São Paulo: Pioneira, 1997.

CHRISTOPHER, M. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos. São Paulo: Pioneira, 1999.

DIAS, S.R. Estratégia e canais de distribuição. São Paulo: Atlas, 1993.
e.SALES- Produtividade e gestão link: <https://esales.com.br/blog/cadeia-de-abastecimento/>Acesso em : 10/12/2021.

FNQ: Gestão para transformação link: <https://blog.fnq.org.br/como-fazer-o-gerenciamento-das-cadeias-de-fornecimento/-/Acesso em:10/01/2022>.

FERNANDES, José Maurício. 10 competências para ser um bom profissional de Compras. 2013. Disponível em: < <http://www.industriahoje.com.br/10-competenciaspara-ser-um-bom-profissional-de-compras>>. Acesso em: 17/11/2021.

GOMES, Carlos F.S.; RIBEIRO, Priscilla C.C. Gestão da cadeia de suprimentos integrada à tecnologia da informação. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

HIGGINSON, J.K., Modeling Shipper Costs in Physical Distribution Analysis, Transp. Research A, Vol. 27A, p 113-124, 1993.

KOTLER, P. Princípios de Marketing. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LAMBERT, D. M. Supply Chain management: processes, partnerships, performance. Sarasota: SCM Institute, 2004.

LEBOEUF, Michael como conquistar clientes e mantê-los por perto para sempre 1ed. São Paulo: Harbra, 1996.

LINKANA Atribuições do comprador.

<https://www.linkana.com/blog/atribuicoes-comprador/> Acesso em:27/11/2021.

LINKANA Ética em compras link:<https://www.linkana.com/blog/etica-compras/>Acesso em :17/03/2022.

MARTINS, Petrônio Garcia; ALT, Paulo Renato Campos. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. São Paulo: Saraiva, 2000.

MECALUX BRASIL. Logística de abastecimento essencial na cadeia de suprimentos. Acesso <https://www.mecalux.com.br/blog/logistica-de-abastecimento>. Acesso em: 10/03/2022.

MELLO, CARLOS H. P. et al. ISO 9001:2000, sistema de gestão da qualidade para operações de produção e serviços. São Paulo: Atlas, 2002.

NOMUS blog industrial fornecedores ideais. Link:<https://www.nomus.com.br/blog-industrial/como-encontrarfornecedores/> Acesso em:16/03/2022.

NOVAES, Antônio Galvão. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição: estratégia, operação e avaliação. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 409 p.

OPPORTUNITY MAKER Parcerias. link: <http://opportunitymaker.com.br/parcerias-fundamentais-crescimento/> Acesso em:16/03/2022.

PARENTE, J. Varejo no Brasil: Gestão e estratégia. São Paulo: Atlas, 2000.

PRADO, A.R.M.; PEREIRA, G.L.; GUELLER, J.R.L. E-commerce B2B como estratégia de internacionalização: estudo de caso de uma empresa Taiwanesa. Observatório de la Economia Latino-americana, 2016. Disponível 11 fevereiro.2022.

PATRUS TRANSPORTES. Link:<https://patrus.com.br/blog/entenda-de-uma-vez-por-todas-o-que-esupply-chain/> Acesso em:15 fevereiro.2022.

PIRES, S. R. I. Gestão da cadeia de suprimentos (supply Chain management): conceitos, estratégias, práticas e casos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

REVISTA MUNDO LOGÍSTICA. Link: <https://revistamundologistica.com.br/glossario/>. Acesso em: 12/03/2022.

ROCKCONTENT blog Daniel Sampaio Fonte <https://rockcontent.com/br/blog/author/danielsampaio/>Acessoem:18/03/2022.

SLACK, N. Vantagem competitiva em manufatura. São Paulo: Atlas, 1993.

VERTIGO.COM. O que é Plataforma Digital e quais suas funcionalidades.
link:[https://vertigo.com.br/plataforma-digital-portal-intranet-mobile /](https://vertigo.com.br/plataforma-digital-portal-intranet-mobile/)
Acesso em:15/03/2022

FNQ: Gestão para transformação link: <https://blog.fnq.org.br/como-fazer-o-gerenciamento-das-cadeias-de-fornecimento/-/>Acesso em:10/01/2022.