DISCIPLINA: CÓDIGO – **Nome da disciplina**

**RESENHA XX**

Nome do aluno

E-mail institucional

RA: xxxxxxxxxxxxx

Curso: xxxxxxxxxx

Prof.º Resp.: xxxxxxxxxxx

Data: xx/xx/xxxx

Projeto em si é a parte conceitual do produto/serviço que são usualmente a primeira coisa que os clientes notam em uma empresa, tendo como objetivo satisfazer as necessidades de seus consumidores, sem esquecer os recursos disponíveis e objetivos de desempenho para o produto/serviço. Slack (2010, p. 114) menciona que “o objetivo de projetar produtos e serviços é satisfazer os consumidores atendendo a suas necessidades e expectativas atuais e futuras”. Por outro lado, o conceito de projeto também pode ser entendido como um conjunto de atividades inter-relacionadas para produzir um resultado definido dentro de um prazo determinado, utilizando recursos específicos (CORRÊA, 2006).

Para Slack (2010, p. 117) “o resultado da atividade de projeto é uma especificação bem detalhada do produto ou serviço”. Entretanto, esse detalhamento de projeto compreende cinco passos: definir a Estrutura de Divisão do Trabalho – EDT (*Work Breakdown Structure* – *WBS*); fazer um diagrama de rede; desenvolver o cronograma; analisar *trade-offs* custo-tempo; e avaliar os riscos (KRAJEWSKI, 2009).

O desenvolvimento de um projeto de produto e serviço é um fator determinante para Slack (2010, p. 118) que diz que “as ideias para conceitos de novos produtos ou serviços podem vir de fontes externas à organização, como consumidores e concorrentes, e de fontes internas à organização, como o pessoal (por exemplo, o pessoal de vendas e da linha de frente) ou o departamento de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento)”. Nesse contexto, ouvir os consumidores de uma maneira menos estruturada, às vezes, pode ser um meio melhor para gerar novas ideias (PETERS, 1982).

Se pensarmos no desenvolver de novos produtos/serviços, no tocante à participação de mercado, é fundamental não esquecer o tempo que será despendido desde a concepção do projeto até a sua inserção (chegada) no mercado. Para Slack (2010, p.116) “uma nova ideia, traduzida em um conceito, pacote ou processo comercializável, pode dar a um concorrente uma vantagem no mercado, mesmo que seja somente temporária”. E essa vantagem precisa ser muito bem aproveitada já que o mercado está cada vez mais competitivo, mudando a todo instante devido à necessidade de reagir às inovações e ao ciclo de vida dos produtos estarem mais curtos (DAVIS, 2001).

Por isso, essas oportunidades precisam ser monitoradas pelo Marketing da empresa através da coleta e análise de dados de maneira formal e estruturada. Slack (2010, p. 118) menciona que “a função de marketing é responsável por manter os olhos e ouvidos no mercado para identificar novas oportunidades e possíveis produtos ou serviços adequados”. Uma boa pesquisa de marketing dá a organização o escopo do qual ela precisa para manter as margens de lucro desejadas, com os constantes lançamentos de novos produtos/serviços no mercado (DAVIS, 2001). A criação de produtos e serviços inovadores na sociedade do conhecimento apresenta uma inflexão mercadológica, e este cada vez mais competitivo.

E esses produtos ou serviços inovadores apresentam preços competitivos e atraentes aos consumidores e isso só é possível pela redução dos custos; e a engenharia de valor é responsável por tal atribuição. Slack (2010, p. 127) diz que “o objetivo da engenharia de valor é tentar reduzir custos e prevenir quaisquer custos desnecessários, antes de produzir o produto ou serviço”. Para projetos de manufatura existem dois princípios básicos: simplificação, ao reduzir o número de partes e componentes do produto para que se torne mais simples e barato sem perder a qualidade; e padronização, ao intercambiar peças para permitir maiores economia de escala, rapidez e facilidade de manutenção e menores estoques (CORRÊA, 2006). Sem deixar de lado a satisfação das necessidades e os desejos dos clientes. Essa coordenação de atividades e processos é conhecida como engenharia simultânea (ou concorrente) em operações de manufatura e segundo Broughton (1990, p. 25-36) “a engenharia simultânea procura otimizar o projeto do produto e do processo de manufatura para conseguir reduzir tempos de desenvolvimento e melhorar a qualidade e os custos através da integração das atividades de projeto e manufatura e da maximização do paralelismo nas práticas de trabalho”. Dessa forma, projetos voltados para manufatura (PVF) que leva em conta a forma como o produto será fabricado e o projeto voltado para a montagem (PVM) que leva em conta a forma como o produto será montado, reduzindo o número de peças, os métodos e a sequência do processo (STEVENSON, 2001).