

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO EM PROJETOS DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS SUSTENTÁVEIS

Jeffson Veríssimo de Oliveira^{1*}, Adriano Matos de Oliveira², Jailson dos Santos Silva³ William Neves da Silva⁴
^{1,2,4} Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
³ Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

1. Introdução

Para impulsionar o desenvolvimento das indústrias alimentícias, devem ser consideradas diversas prioridades estratégicas, incluindo o desenvolvimento de produtos com valor agregado [1]. O desenvolvimento de produtos abrange estudos e pesquisas sobre a criação, adaptação, melhoria e aprimoramento de produtos, de modo a ampliar o mix de produtos das organizações e aprimorar sua posição no mercado [2,3]. Nesse sentido, o desenvolvimento de produtos sustentáveis pode ser um diferencial de mercado na indústria alimentícia, agregando valor à cadeia produtiva.

Entretanto, ressalta-se que, em condições atuais, com mercados competitivos e restritivos à entrada de novos produtos, é imprescindível que estas organizações adotem práticas de gerenciamento de seus projetos. Devido ao aumento do índice de falhas e de projetos mal-sucedidos, as organizações necessitam focar no aprimoramento de suas técnicas gerenciais [4]. Nesse contexto, emerge a importância dos fatores críticos de sucesso (FCS), definidos como áreas da gestão nas quais os resultados devem ser positivos para que os objetivos sejam alcançados [5]. O estudo dos fatores críticos que contribuem para o sucesso é considerado uma das formas de aumentar a eficácia do projeto [6].

Desta forma, a elaboração de um estudo sobre FCS em projetos de desenvolvimento de produtos sustentáveis na indústria alimentícia mostra-se relevante, devido à necessidade de estudos que identifiquem variáveis fundamentais para o sucesso desses projetos, gerando novos conhecimentos e contribuindo para a melhoria do gerenciamento e do lançamento de produtos. Frente ao exposto, o objetivo desse trabalho é identificar os fatores críticos de sucesso no gerenciamento de projetos de desenvolvimento de produtos alimentícios sustentáveis do setor agroindustrial.

2. Experimento

Inicialmente, esta pesquisa utilizou revisão bibliográfica para buscar, na literatura existente, maior aprofundamento sobre o desenvolvimento de produtos e os FCSs que contribuem para o sucesso no gerenciamento de projetos de produto. Assim, selecionaram-se os estudos que relacionaram os fatores críticos de sucesso no contexto do gerenciamento de projetos de desenvolvimento de produtos. Na fase de coleta de material, realizou-se uma busca estruturada nas bases de dados da Web of Science, ScienceDirect e Google Acadêmico, com as seguintes palavras-chave: “critical success factors”, “project management”, “product development”, “New Product Development”. A partir dos resultados obtidos, selecionaram-se os estudos mais pertinentes em função da semelhança com o tema e com o objeto de estudo proposto.

Após seleção da literatura, escolheu-se quais estudos seriam mais relevantes no contexto da pesquisa. A escolha deu ênfase aos estudos sobre os fatores de sucesso no desenvolvimento de produtos. A partir daí, elencaram-se os FCS no gerenciamento de projetos de desenvolvimento de produtos sustentáveis para, posteriormente, serem analisados por uma equipe de sete colaboradores que participou diretamente de um projeto de desenvolvimento de produto alimentício sustentável. Os sete participantes foram: um coordenador de projetos, um gerente de projeto, um especialista em desenvolvimento de produtos, dois técnicos agroindustriais e dois pesquisadores. Os fatores elencados foram apresentados à equipe, que escolheu os mais relevantes para o desenvolvimento do projeto em questão.

3. Resultados e Discussão

Os fatores críticos que influenciam o gerenciamento do projeto de desenvolvimento de produtos alimentícios sustentáveis, selecionados na literatura e validados empiricamente, foram: objetivos do projeto

*Autor correspondente: jeffsonverissimo@gmail.com

claramente definidos; apoio da alta gerência; recursos disponíveis; treinamento e capacitação da equipe; consulta ao cliente; aceitação do cliente; comunicação eficaz; oportunidade de negócio; tecnologia adequada; controle do projeto; impacto no mercado.

“Objetivos do projeto claramente definidos” diz respeito à necessidade de clareza inicial dos objetivos e instruções gerais sobre o projeto, para saber para onde ir, entender o porquê da realização do projeto e especificar os objetivos e metas. No que se trata do “apoio da alta gerência”, percebeu-se que é fundamental em todo o gerenciamento do projeto. No projeto estudado, destaca-se que a confiança depositada, o suporte em todas as etapas do processo e o envolvimento direto da alta administração são cruciais para a gestão do desenvolvimento dos produtos. Além disso, esse apoio expresso potencializa o comprometimento de todos os envolvidos e influencia positivamente o engajamento da equipe. A “disponibilidade de recursos”, tanto financeiros quanto humanos, torna-se imprescindível para que projetos dessa categoria alcancem êxito. Em relação ao fator “treinamento e capacitação da equipe”, é fundamental que membros de equipes que não possuem todas as habilidades necessárias para exercer suas funções ou necessitam de um conhecimento mais avançado em algumas áreas, recebam treinamento e capacitação tanto no início como durante o projeto, conforme são identificadas as reais necessidades da equipe.

“Consulta ao cliente” é imperativa diante de mercados tão competitivos e de clientes cada vez mais exigentes quanto à qualidade dos produtos. Junto a isso está a “aceitação do cliente”, haja vista que a evidente questão para saber se o projeto terá sucesso é saber se o cliente irá comprar o produto. A inovação também foi elencada como um fator crítico, uma vez que é preciso considerar a urgência de desenvolver produtos diferenciados, levando em conta a opinião do cliente e as possibilidades de expansão do mercado consumidor. A “comunicação eficaz” é de extrema importância para a criação de uma atmosfera propícia ao sucesso da realização do projeto. Analisar o potencial de mercado e identificar adequadamente a “oportunidade de negócio” é uma variável estratégica no desenvolvimento de novos produtos. Quanto aos procedimentos técnicos, a equipe do projeto deve dispor de “tecnologia adequada” para prestar o suporte necessário ao bom andamento do projeto. “Controle do projeto” assegura que o projeto será entregue conforme os objetivos estabelecidos, garantindo sempre melhoria na qualidade e obtendo feedback de todas as etapas passadas, dos erros cometidos e das lições aprendidas, e avaliando o cronograma, o desempenho orçamentário e a qualidade. Por fim, avaliar o “impacto de mercado” que o produto trará ao segmento e à região onde está sendo desenvolvido e comercializado é imprescindível para o sucesso dos projetos de desenvolvimento de produtos alimentícios sustentáveis. Essa pesquisa contribui para o estudo de aspectos a serem considerados para que os objetivos de projetos de desenvolvimento de produtos alimentícios sustentáveis sejam alcançados. Foi também importante por contribuir para a identificação de fatores que podem potencializar o mercado agroindustrial de produtos sustentáveis.

4. Referências

- [1] Pulina, G., Milán, M. J., Lavín, M. P., Theodoridis, A., Morin, E., Capote, J., Thomas, D. L., Francesconi, A. H. D., & Caja, G. (2018). Invited review: Current production trends, farm structures, and economics of the dairy sheep and goat sectors. *Journal of Dairy Science*, 101(8), 6715-6729. <http://doi.org/10.3168/jds.2017-14015>
- [2] Chiavenato, I. (2014). *Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações* (4ª ed.). Manole.
- [3] Mubarak, M. F., Jucevicius, G., Shabbir, M., Petraite, M., Ghobakhloo, M., & Evans, R. (2025). Strategic foresight, knowledge management, and open innovation: Drivers of new product development success. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(2), 100654.
- [4] Albertin, E. V.; Amaral, D. C. (2010). Contexto da parceria como qualificador da gestão de projetos universidade-empresa. *Produção*, 20 (2): 224-236.
- [5] Bullen, C.; Rockart, J. F. 1981. A primer on critical success factors. Working Paper, Alfred Sloan School of Management. Center for Information Systems Research. 69.
- [6] Young, Y. C.; Mustaffa, N. E. (2012). Analysis of factors critical to construction project success in Malaysia. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 19 (5): 543-556.