

	PROCEDIMENTO	
	DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO – GATE 0	Identificação: PRO-MKT-008
		Versão: 01

1. OBJETIVO

Estabelecer o processo de desenvolvimento de novos produtos, por meio de projetos com etapas estruturadas que incluem o levantamento de informações e dados técnicos que visam cumprir todos os critérios necessários de aprovação desde a ideia inicial até o lançamento.

Este documento descreve a etapa de aprovação inicial do produto denominada como **GATE 0**.

2. RESPONSABILIDADES

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES			BELLIZ company		Cargo e Nome dos integrantes do processo	
R	Responsável (aquele que executa)		Gerentes Marketing	Diretoria de Marketing		
A	Aprovador (apenas aprova a execução da atividade)					
C	Consultado (Especialista ou outros Colaboradores)					
I	Informado(Deverá ser Informado após a decisão ou ação)					
Entregável / Nome da Tarefa			Observação			
3.1.1	Ideação – Apresentação da Ideia					
3.1.2	Análise de Mercado					
3.1.3	Proposta de Diferenciais					
3.1.4	Definir Conceito / Portfólio					
3.1.5	Preparação da Documentação para o Gate 0					
3.1.6	Aprovação do Projeto					

3. GATES

Os projetos de novos produtos, devem ser desenvolvidos obedecendo as etapas compostas por informações e análises específicas primordiais, que passarão por crivos de aprovação, a começar pela Ideia Inicial, e submetida a aprovação no **GATE 0**. Após a aprovação do projeto no Gate 0, cuja alçada é da Diretoria de Marketing, deverá ser submetido aos demais **GATES (1,2,3 e 4)** existentes, de acordo com as características de desenvolvimento, investimento e faturamento previstos.

Nesta fase a ideia é elaborada pelo gerente de Marketing responsável pelo tipo de produto em questão, e submetida à aprovação da **Diretoria de Marketing**, considerando os estudos preliminares e uma visão geral do projeto e produto, portanto, todas as informações que irão servir para fundamentar a ideia deverão ser apresentadas.

	PROCEDIMENTO	
	DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO – GATE 0	Identificação: PRO-MKT-008
		Versão: 01

O material desenvolvido, servirá para a avaliação e tomada de decisão no **GATE 0**, momento em que o projeto poderá ser aprovado para avanço às próximas etapas ou direcionado ao Banco de ideias para eventual reestruturação.

A responsabilidade pela consolidação dos dados iniciais é do time de Marketing, que deverá organizar essas informações por meio do registro do projeto através do formulário: [FOR-MKT-002-XX CONCEITO-INICIAL-DE-PRODUTO-GATE-0](#). O preenchimento deve ser realizado sempre de maneira a orientar os objetivos, detalhes técnicos e estratégicos do produto, para lhe conferir elementos de análise suficientes para sua aprovação e continuidade. Os campos foram estruturados mediante o mapeamento do processo e suas etapas que devem ser registradas na sequência a seguir.

3.1.1. Ideação – Apresentação da Ideia

O setor de Marketing é responsável pela captação, análise e registro de ideias para desenvolvimento de novos produtos. As propostas podem surgir a partir das seguintes fontes:

- **Inspiração Criativa:** Ideias espontâneas originadas por observações, experiências ou insights da equipe.
- **Tendências de Mercado:** Análises de comportamento de consumo, relatórios de tendências e benchmarking com concorrentes.
- **Conteúdos Virais:** Observação de conteúdos com grande engajamento nas redes sociais, que possam apontar oportunidades de produto.
- **Feiras e Eventos:** Participação em eventos do setor, com coleta de referências de lançamentos, inovações e movimentações do mercado.
- **Catálogos de Fornecedores ou Concorrentes:** Consulta a materiais promocionais e técnicos para identificação de oportunidades ou lacunas.
- **Novas Tecnologias:** Acompanhamento de inovações tecnológicas que possam ser aplicadas ao portfólio atual ou gerar novos produtos.
- **Sugestões Internas (Outras Áreas):** Ideias oriundas dos setores de Vendas, Produção, Qualidade, Logística, P&D, entre outros.
- **Fórum SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente):** Levantamento de sugestões, reclamações ou demandas frequentes dos clientes, recebidas via SAC.

3.1.2. Análise de Mercado / Concorrência

Após a concepção inicial da ideia do produto, o setor de Marketing realiza a análise de mercado com o objetivo de embasar a viabilidade comercial e estratégica da proposta. Esta análise deve contemplar:

- **Referências:** Pesquisa de produtos similares existentes no mercado nacional e internacional, identificando características técnicas, diferenciais, aplicações e apelo visual;

	PROCEDIMENTO	
	DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO – GATE 0	Identificação: PRO-MKT-008
		Versão: 01

- **Concorrência:** Levantamento de concorrentes diretos e indiretos que oferecem soluções semelhantes. Avalia-se o posicionamento de marca, qualidade percebida, distribuição e comunicação, com o objetivo de identificar oportunidades ou ameaças.
- **Valores (Pricing Benchmark):** Coleta de preços praticados no mercado para produtos comparáveis. A análise contempla diferentes faixas de preço, margens estimadas, e percepção de valor pelo cliente final, com o objetivo de orientar o futuro posicionamento do produto.

Com base nessas informações, o Marketing estrutura um Relatório de Análise de Mercado, a ser inserido na apresentação, que servirá como base para a tomada de decisão nas próximas etapas do processo.

3.1.3. Proposta de Diferenciais

Em complemento as informações necessárias para análise inicial do produto, o Marketing deve realizar a definição da proposta de valor idealizado, dentro do que condiz com os preços praticados pela marca da companhia X a base nas demandas identificadas na **análise de mercado**. O objetivo é validar se as características, diferenciais e benefícios do produto atendem de forma eficaz às necessidades, expectativas e comportamentos do público-alvo. Devem ser avaliados fatores como:

- **Posicionamento:** Coerência da proposta em relação ao portfólio da marca e ao segmento de mercado pretendido.
- **Competitividade:** Nível de diferenciação frente aos principais concorrentes e o valor percebido pelo consumidor.
- **Aderência:** Grau de alinhamento da proposta com as tendências de mercado e com os insights obtidos na pesquisa com o consumidor.
- **Viabilidade comercial:** Análise de preço, margem e potencial de volume de vendas, garantindo sustentabilidade financeira para a companhia.

3.1.4. Definir Conceito / Portfólio

Com base no alinhamento Produto x Mercado, esta etapa tem como foco a consolidação do conceito criativo e estratégico do produto. Devem ser definidos:

- **O que é?** – descrição clara e objetiva do produto;
- **Insight** – ideia central que inspira e diferencia o produto;
- **Tipo de Produto** – Família, Categoria e função principal;
- **Claim Principal** – principal promessa, diferencial ou benefício a ser comunicado;
- **Necessidade de Agência para Design** – avaliação de demanda externa e estimativa de investimento para desenvolvimento visual;
- **Mercado** – reforço do contexto competitivo e posicionamento;
- **Proposta de Valor** – síntese dos benefícios e diferenciais percebidos pelo consumidor.

	PROCEDIMENTO	
	DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO – GATE 0	Identificação: PRO-MKT-008
		Versão: 01

- **Fornecedores** – Indicar se já existe fornecedor desenvolvido, ou não, e se a origem do produto será nacional ou importada.

Essa etapa orienta os times envolvidos na criação, garantindo coerência entre identidade, valor percebido e estratégia de lançamento.

3.2. DEFINIÇÃO DO FLUXO DE GATES

A definição de quais projetos serão submetidos à aprovação do **Comitê** em seus respectivos GATES, deve considerar a qual categoria o projeto/produto pertence, se é um **Complemento de Linha** ou **Nova Família**. Outros fatores que definem a submissão ao Comitê, são seus respectivos valores de investimentos e faturamento previstos, e o nível de complexidade conforme a seguir:

Categoria	Tipo de Projeto / Produto		Investimento previsto		Faturamento previsto (anual)	
	Nova Família	Complemento de Linha	Superior a R\$ 3K	Inferior a R\$ 3K	Superior a R\$ 3M	Inferior a R\$ 3M
Acessórios	Todos os Gates	GATE 3	Todos os Gates	GATE 3	Todos os Gates	GATE 3
Cosméticos	Todos os Gates	Todos os Gates	Todos os Gates	Todos os Gates	Todos os Gates	Todos os Gates
Elétricos	Todos os Gates	Todos os Gates	Todos os Gates	Todos os Gates	Todos os Gates	Todos os Gates

3.3. COMPOSIÇÃO DO COMITÊ

Seguindo os critérios de definição do fluxo de cada tipo de projeto, estes são submetidos ao Comitê de Inovação, cuja composição está definida conforme abaixo:

- **GATE 0** – Gerência de Marketing e Diretoria de Marketing;
- **GATES 1, 2 e 3** – Gerência de Marketing, Diretoria de Marketing, Acionista, CEO, Diretoria de Operações, P&D;
- **GATE 4** – Gerência de Marketing, Diretoria de Marketing, Acionista e CEO.

3.3.1. Preparação da documentação para aprovação da Ideação no GATE 0

A consolidação de todas as informações desenvolvidas nas etapas anteriores se dá por meio da elaboração de uma apresentação em formato PPT padronizado, [FER-MKT-001-XX APRESENTACAO APROVACAO IDEACAO](#).

Essa apresentação será utilizada na Reunião de aprovação da Ideia, etapa aprobatória onde o projeto será avaliado, e será tomada de decisão quanto ao prosseguimento ou arquivamento.

A agenda das reuniões é determinada pelo time de Marketing e pode ser composta pela apresentação de uma ou mais etapas de projetos que estejam em andamento.

	PROCEDIMENTO	
	DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO – GATE 0	Identificação: PRO-MKT-008
		Versão: 01

3.3.2. Aprovação do Projeto no Gate 0

A diretoria de Marketing é responsável por aprovar a continuidade do projeto no GATE 0, ou solicitar ajustes para nova apresentação. As rodadas de aprovação devem ser monitoradas e registradas para que os indicadores sejam gerados.

- **Aprovação da Ideia do Projeto:** O projeto segue para a próxima fase, que precisa cumprir com os requisitos e análises e estudos definidos nos próximos Gates.
- **Reprovação da Ideia do Projeto:** O projeto é direcionado ao Banco de Ideias, podendo ser reavaliado futuramente.

Quando o projeto for aprovado em sua análise inicial conforme descrito neste documento, deve-se seguir para a etapa do GATE 01, conforme descrito no documento [PRO-MKT-009-XX PROCEDIMENTO-DE-DESENVOLVIMENTO-DE-PRODUTO-GATE-1.](#)

4. REFERÊNCIAS

- N/A

5. RISCOS

Riscos	Consequência Potencial
1. Produto sem viabilidade comercial	Baixa demanda, excesso de estoque e prejuízo financeiro.
2. Falta de alinhamento com o portfólio da marca	Confusão de identidade, canibalização e perda de credibilidade.
3. Ausência de diferencial competitivo	Produto pouco atrativo, facilmente superado por concorrentes.
4. Desconexão com o consumidor	Baixa aceitação, aumento de devoluções e reclamações.
5. Decisões sem embasamento técnico	Direcionamentos frágeis e maior risco de falhas estratégicas.
6. Retrabalho e desperdício de recursos	Redesenhos, atrasos e aumento de custos de desenvolvimento.
7. Impactos financeiros e comerciais	Margens comprometidas e resultados negativos para o negócio.
8. Atraso no cronograma de desenvolvimento	Perda de time-to-market e impacto nas vendas futuras.
9. Falta de histórico e rastreabilidade	Dificuldade para consultas futuras, auditorias e aprendizado organizacional.
10. Perda de padrão e governança no processo	Desorganização, processos inconsistentes e risco de não conformidade.
11. Risco de imagem e reputação da marca	Percepção negativa de qualidade e confiabilidade junto ao mercado.

6. CONTROLES DE RISCOS

Riscos	Controles de Risco / Ações Preventivas
1. Produto sem viabilidade comercial	Realização obrigatória da Análise de Mercado e Pricing Benchmark antes da aprovação no Gate 0.
2. Falta de alinhamento com o portfólio da marca	Revisão formal da Arquitetura de Portfólio e alinhamento com a estratégia de marca durante o preenchimento do Briefing Gate 0.
3. Ausência de diferencial competitivo	Inclusão da análise de concorrência e tendências de mercado como requisito obrigatório no formulário Gate 0.

	PROCEDIMENTO	
	DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO – GATE 0	Identificação: PRO-MKT-008
		Versão: 01

4. Desconexão com o consumidor	Validação da Proposta de Valor com base em pesquisas de mercado, insights do SAC e dados de comportamento de consumo.
5. Decisões sem embasamento técnico	Uso obrigatório do formulário padronizado FOR-MKT-001, exigindo dados objetivos e quantitativos para análise no Gate 0.
6. Retrabalho e desperdício de recursos	Realização de revisões internas de qualidade do material antes da submissão ao Gate 0, com checklist de requisitos mínimos.
7. Impactos financeiros e comerciais	Inclusão de estimativas preliminares de margem e volume potencial no material do Gate 0 para análise de viabilidade financeira.
8. Atraso no cronograma de desenvolvimento	Acompanhamento do cronograma de projetos de produto com checkpoints obrigatórios e agenda fixa de reuniões de Gate.
9. Falta de histórico e rastreabilidade	Registro e arquivamento digital de todas as apresentações e decisões de Gate em repositório oficial da companhia.
10. Perda de padrão e governança no processo	Obrigatoriedade de seguir o fluxo de GATES e uso dos documentos oficiais, com controle de versões e aprovações formais.
11. Risco de imagem e reputação da marca	Validação obrigatória de posicionamento, comunicação e proposta de valor, com parecer técnico do time de Branding/Marketing Estratégico antes do avanço para Gate 1.

7. CONTROLES INTERNOS / KPIs

KPI's	Descrição	Objetivo / Benefício
% de Projetos aprovados no Gate 0 na primeira submissão	(Número de projetos aprovados na primeira apresentação / Total de projetos submetidos) x 100	Medir a qualidade e o nível de preparo das informações enviadas ao Gate 0, evitando retrabalho.
Tempo médio de análise e aprovação no Gate 0	Média de dias entre a submissão do projeto e a decisão de aprovação/reprovação.	Avaliar a agilidade e eficiência do processo de decisão.
% de projetos reprovados no Gate 0 e reestruturados com sucesso	(Número de projetos reprovados que voltaram e foram aprovados depois de ajustes / Total de projetos reprovados) x 100	Avaliar a capacidade de reestruturação e aproveitamento de ideias inicialmente não aprovadas.
% de projetos que avançaram do Gate 0 até o lançamento (Time-to-Market completo)	(Número de projetos que saíram do Gate 0 e chegaram ao mercado / Total de projetos aprovados no Gate 0) x 100	Medir a taxa de sucesso da filtragem inicial feita no Gate 0, avaliando a qualidade da seleção inicial.
Tempo médio entre Ideação e submissão ao Gate 0	Tempo (em dias) entre o registro da ideia e sua submissão formal ao Gate 0.	Monitorar a velocidade do processo de maturação das ideias antes da primeira análise oficial.
% de formulários de Gate 0 preenchidos com não conformidades / pendências	(Número de formulários com erros ou campos incompletos / Total de formulários submetidos) x 100	Medir a disciplina e a qualidade no preenchimento da documentação obrigatória.
% de projetos com análise de mercado e proposta de valor completos	(Número de projetos com ambas as análises completas e validadas / Total)	Garantir que os projetos cheguem ao Gate 0 com as análises mínimas obrigatórias concluídas.

	PROCEDIMENTO	
	DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO – GATE 0	Identificação: PRO-MKT-008
		Versão: 01

	de projetos submetidos ao Gate 0) x 100	
% de retrabalho pós-Gate 0 por falha de definição de conceito	(Número de projetos que tiveram que voltar ao estágio de conceito por falha / Total de projetos aprovados) x 100	Monitorar a clareza e a assertividade das definições de conceito desde o início.
Satisfação do Comitê de GATES com a qualidade das submissões (NPS interno ou score de qualidade)	Pesquisa interna de satisfação dos avaliadores após cada ciclo de Gate 0.	Avaliar a percepção dos decisores sobre a qualidade dos projetos apresentados.

8. CONTROLE E RASTREABILIDADE

Identificação	Responsável	Local	Proteção	Retenção	Disposição
FOR-MKT-002-01_CONCEITO-INICIAL-DE-PRODUTO-IDEACAO	Marketing	FORMULÁRIOS DE MARKETING Portal SIG Belliz	Backup	-	-
FER-MKT-001-01_APRESENTACAO_IDEACAO	Marketing	FERRAMENTAS DE MARKETING Portal SIG Belliz	Backup	-	-
PRO-MKT-009-01_PROCEDIMENTO-DE-DESENVOLVIMENTO-DE-PRODUTO-GATE-1	Marketing	PROCEDIMENTO DE MARKETING Portal SIG Belliz	Backup	-	-

9. CONTROLE DE REVISÕES

Controle de Revisões				
Revisão	Data	Principais Alterações	Elaborado por	Aprovado por
01	26/09/2025	PRIMEIRA PUBLICAÇÃO	Gestão / P&D	