

**NOME DO ALUNO:** PAULA YARA PEDRO

**CURSO:** Gestão de Projetos

**PROJETO:** Comércio Eletrônico para Distribuidora de Componentes Eletrônicos

## **AGENDA 01 – Conceitos Gerais da Gerência de Projetos**

**Comunicação:** O processo de transmitir e compartilhar informações entre as partes interessadas do projeto.

**Cronograma:** Uma representação visual ou escrita de quando as atividades do projeto serão realizadas ao longo do tempo.

**Escopo:** O conjunto de todos os objetivos, tarefas, e resultados que definem o que será feito durante o projeto

### **Outros termos da AGENDA 01 (GLOSSÁRIO)**

**APT:** Autonomous Project Team (Equipe Autônoma de Projetos) – tem como objetivo atender a situações específicas, nos casos em que a empresa não tem experiência em gerência de projetos e/ou o projeto não tem um relacionamento intrínseco com o restante da organização. Possui a responsabilidade pelos resultados e centraliza a gerência das áreas de conhecimento do projeto. Seu sucesso está relacionado à experiência do Gerente de Projetos e sua habilidade em liderar pessoas, e também ao nível de maturidade da equipe.

**Gerente de Projetos:** É o profissional, cuja carreira é embasada em critérios técnicos, diferenciais de relacionamento interpessoal, experiência e certificações. É o responsável por fomentar a integração do projeto e atua em várias áreas.

**PMBOK:** Project Management Body of Knowledge (Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos) – Trata-se de um Guia de gerenciamento de projetos, editado pelo PMI (Project Management Institute), que traz a aplicação de conhecimentos e habilidades técnicas de diversas áreas de conhecimento, no desenvolvimento de projetos. Sua função é padronizar e difundir as práticas mais eficientes, testadas e comprovadas por gerentes de projetos em todo o mundo. É um material em constante evolução.

**PMI:** Project Management Institute (Instituto de Gerenciamento de Projetos) - é uma instituição internacional sem fins lucrativos que associa profissionais de

gestão de projetos. O PMI São Paulo é o Chapter regional do PMI no Estado de São Paulo e atualmente, possui aproximadamente 2.500 membros. É o maior Chapter da América Latina e promove diversos encontros, eventos online e presenciais, além de treinamentos e cursos para certificações.

**PMO:** Project Management Office (Escritório de Gerência de Projetos) ou PO Project Office (Escritório de Projeto). É uma estrutura formal na organização, que foi criada, quando o Gerenciamento de Projetos ganhou destaque no planejamento estratégico das empresas. Sua função é garantir que essa gestão aconteça de forma estruturada e eficiente.

**PMP:** Project Management Professional (Profissional de Gerenciamento de Projetos) - é uma certificação, normalmente indicada para Gerentes de Projetos, que é emitida pelo PMI e embasada no Guia PMBOK. Através desta licença, atesta-se que o profissional certificado tem amplos conhecimentos nas práticas de Gerenciamento de Projetos, além de responsabilidade social e ética.

**Projeto:** do latim “projectus”, cujo significado é “Plano para a realização de um ato, intenção.” Em outras palavras, significa um plano detalhado de um empreendimento a ser realizado. Além disso, não é apenas aquilo que está no campo das ideias, mas também aquilo que já está em fase de implementação (de tornar-se real, concreto). Todo projeto é temporário, único e precisa ser planejado. Um projeto envolve cinco processos até chegar à sua conclusão: Inicialização (em que ocorre o levantamento de todas as necessidades), Planejamento (define os caminhos para obter os objetivos), Execução (é a realização e conclusão dos produtos ou serviços), Controle (identifica os problemas a tempo de solucioná-los) e Encerramento (fase em que todos os contratos firmados durante a execução são encerrados e tem-se condições para realizar a avaliação de desempenho).

**PSO:** Project Support Office (Escritórios de Apoio a Projetos) – são uma evolução das APTs. Nesse caso, o escritório constitui um departamento da empresa, que atua simultaneamente em diversos projetos. O departamento é formado por profissionais mais experientes (Gerentes de Projeto Seniores) e formaliza uma cultura de projetos na organização, fornecendo consultoria, treinamento, rastreabilidade e automação do fluxo de trabalho.

## **REFERÊNCIAS:**

<https://pmisp.org.br/sobre-o-pmi-sao-paulo/>

## **AGENDA 02 – O Ciclo de Vida de um Projeto**

a) Qual é o projeto?

A criação de um Comércio Eletrônico para uma empresa Distribuidora de Componentes Eletrônicos. A empresa atua na comercialização de semicondutores de potência (transistores, tiristores, diodos, etc) e nos últimos anos tem sofrido com a concorrência desleal das importações chinesas, a venda de produtos eletrônicos nos marketplaces e com a própria mudança de hábitos do consumidor. Assim, ter uma loja digital própria, poderia ser uma maneira de minimizar a perda de receitas, além de adotar uma postura mais moderna de negócios.

b) Quais são os objetivos de seu projeto?

Oferecer ao cliente uma opção de compra online, a qualquer tempo (fora do horário comercial), com novas formas de pagamento e outras condições de frete/ logística. Isto, para que as vendas da empresa sejam impulsionadas. Desta forma, pode ser gerado um aumento nos lucros, que será re-investido, através de divulgação/ marketing.

c) Que pessoas ou organizações serão afetadas pelos resultados do seu projeto?

A empresa PWRX Eletroeletrônicos LTDA. e seus sócios.

d) Quais recursos serão necessários (financeiros, humanos e materiais)? Obs. Aqui ainda não é necessário quantificar os recursos, basta elencá-los.

Financeiros: dispendir um valor pré-determinado, para que o projeto seja implementado;

Humanos: esforço por parte dos sócios, em agrupar as informações necessárias, para a montagem do projeto;

Materiais: selecionar no portfólio de produtos, os itens passíveis de comercialização via digital (itens com maior procura ou que representam determinado grupo de produtos).

e) Quanto tempo será necessário para sua execução?

Inicialmente, seria bastante proveitoso, se o projeto pudesse ser executado em aproximadamente, dois meses.

f) Quais serão os itens de controle, ou seja, naquilo que você está idealizando, o que precisará ser controlado no desenvolvimento do projeto (qualidade dos processos, custos, desempenho da equipe etc.)?

Itens de controle:

- os custos não podem ser alterados (aumentados), já que a empresa encontra-se em contenção de custos e recuperação de dívidas;

- desempenho da equipe: será preciso arranjar tempo extra, para que sejam fornecidas as informações e outros, necessários em cada parte do projeto (ex: fotos extras de produtos, especificações técnicas, etc.).

g) Quais são os riscos de algo dar errado? Que ocorrências podem ameaçar o sucesso do projeto e como preveni-las?

Riscos e ameaças ao projeto:

- vazamento das informações dos clientes;

- fraude nos pagamentos;

- não obter um montante suficiente de vendas, para que o investimento do projeto possa ser recuperado.

Uma forma de prevenção para os dois primeiros itens, seria contratar empresas fornecedoras, que garantam segurança ao projeto.

## **AGENDA 03 – As Dimensões Gerenciais de um Projeto**

a) Escopo: Faça uma lista de quais são as atividades que serão executadas em seu projeto.

Atividade 1 - Realizar o levantamento, dentre o portfólio de produtos, dos itens passíveis de comercialização via digital;

Atividade 2 - Pesquisar, dentre os fornecedores, quais os valores cobrados para os tipos de produtos/serviços necessários (domínio para a loja virtual, plataforma de comércio eletrônico, etc). Avaliar as opções e realizar a compra de cada um deles;

Atividade 3 - Refazer o site da empresa, e acoplar loja virtual;

Atividade 4 - Configurar as opções de pagamento (avaliar as possibilidades de integração, como por exemplo, aos meios de pagamento, como o Pagseguro);

Atividade 5 - Organizar a loja virtual.

Atividade 6 - Planejar o marketing da loja virtual.

Atividade 7 - Monitorar os resultados.

b) Stakeholders: quais são as pessoas afetadas pela existência de seu projeto? (Clientes, fornecedores, colaboradores etc.).

Os envolvidos no projeto (stake holders) são: os sócios da empresa PWRX Eletroeletrônicos LTDA., fornecedores (dos produtos escolhidos – fornecimento programado) e clientes (poderão contar com maior comodidade e mais opções, para as compras).

c) Tempo: Qual é o tempo previsto para a execução de cada uma das atividades e conseqüentemente para a conclusão do projeto?

Atividade 1 – uma semana;

Atividade 2 – uma semana;

Atividade 3 e 4 – três semanas;

Atividade 5 – uma semana;

Atividade 6 – uma semana;

Atividade 7 – uma semana.

d) Integração: Como as atividades se integram? Qual é a relação existente entre uma atividade e outra?

As Atividades 1 e 2 se relacionam com pesquisa; as Atividades 3, 4, 5 e 6 são aquelas que, de fato, concretizam a criação da loja virtual; e a Atividade 7, serve para controlar e avaliar os resultados.

e) Comunicação: Como se dará o processo de comunicação no âmbito do projeto? Qual será o nível de interação entre as partes interessadas?

Pretende-se estabelecer uma comunicação clara/ transparente e direta entre todas as partes, assegurando que cada um consiga desempenhar suas funções, em tempo acordado, e sem prejudicar o andamento de outra parte. Por outro lado, também pode-se investir para que as partes tenham liberdade para trabalhar em conjunto quando necessário.

f) Riscos: A que tipo de riscos esse projeto está sujeito? Quais problemas poderão ocorrer em cada uma das fases e que podem ameaçar o seu sucesso? Como minimizar esses riscos?

Há diversos problemas que podem surgir durante o desenvolvimento do projeto:

- Implementar uma loja virtual com vulnerabilidade cibernética, ou seja, com a possibilidade de sofrer ataques cibernéticos, que visam danificar sistemas, roubar informações ou causar interrupções;

- A possibilidade das expectativas do cliente não serem atendidas pelo projeto;

- Não cumprir os prazos nas etapas e/ou na totalidade.

No caso dos problemas de segurança, vale investir em treinamentos ou cursos sobre segurança da informação, para que os sócios saibam utilizar antivírus atualizado, realizar backups regularmente, verificar a autenticidade de links e anexos antes de abrir, não usar a mesma senha para todos os logins e escolher senhas de alto nível de segurança.

g) Aquisições: O que será necessário comprar para a execução de cada uma das atividades desse projeto? Quais seriam os possíveis fornecedores?

Para a criação da loja virtual, será preciso realizar a compra de: domínio; serviço em plataforma de comércio eletrônico; meio de pagamento, como por exemplo, o Pagseguro.

h) Custo: Qual é o orçamento do projeto? Qual é custo de cada fase?

Inicialmente, supõe-se que o projeto esteja entre R\$ 2.000,00 a R\$ 5.000,00 (valor máximo), que também é o valor que o cliente tem condições de investir no projeto. Portanto, é importante, que tudo seja muito preciso, para o projeto não exceder esse orçamento previsto. O custo de cada fase será confirmado com pesquisas.

i) Qualidade: Quais são os pressupostos para atender às exigências de qualidade do projeto?

Os pressupostos são: compreender o máximo possível sobre o que o cliente almeja como resultado; e fornecer os recursos necessários para que a equipe tenha condições de executar as atividades, colocando o padrão de qualidade em prática.

j) Recursos humanos: Quais profissionais serão necessários para dar andamento em cada fase do projeto e como você pretende manter as pessoas motivadas durante a execução das atividades?

Fora todo o esforço da equipe, será necessário a ajuda de profissionais da área de Tecnologia, para a implementação do e-commerce.

Para motivar a equipe, é bom lembrá-los que as medidas estão sendo tomadas, para que a empresa tenha suas vendas incrementadas e consiga retomar sua posição no mercado. Também, faz parte de uma modernização para que os processos sejam mais rápidos e efetivos. Em última instância, é essencial que colaborem em todo o processo, como forma de manter seus próprios empregos.

## **AGENDA 04 – Integrando os Diversos Processos de um Projeto**

### Desenvolvimento do Plano do Projeto

1. Numa sequência lógica liste todos os processos e respectivas atividades neles constantes, que deverão ser desenvolvidas ao longo do projeto, bem como os recursos materiais (máquinas, equipamentos e insumos) necessários para cada uma delas. Em outras palavras, faça uma lista do trabalho a ser realizado e de quais recursos serão necessários para tal realização.

Processo 1 - Realizar o levantamento, dentre o portfólio de produtos, dos itens passíveis de comercialização via digital.

Atividades: Confirmar no estoque, a quantidade de cada um dos itens escolhidos. Preparar-se para importar nova quantidade dos itens com poucos ou sem exemplares disponíveis. Verificar no histórico de vendas, a quantidade média vendida de cada item, e decidir a quantidade a ser importada. Aproveitar o estudo dos itens, para procurar lançamentos do segmento e garimpar, em marketplaces, por produtos com alto índice de vendas. (questionamento: o que mais está sendo vendido na área, que poderia ser incorporado ao nosso portfólio de produtos?). Definir possíveis alterações logísticas.

Processo 2 - Pesquisar, dentre os fornecedores, quais os valores cobrados para os tipos de produtos/serviços necessários e realizar a compra de cada um deles.

Atividades: Pesquisar os melhores fornecedores, para a compra de domínio para a loja virtual, uso de plataforma de comércio eletrônico, etc. Avaliar as opções e escolher os mais adequados. Realizar o controle financeiro de tudo a ser adquirido, para que o Projeto mantenha-se dentro da expectativa pré-estabelecida, quando decidiu-se implementá-lo (a empresa possui recurso limitado para o Projeto, pois está com problemas financeiros).

Processo 3 - Refazer o site da empresa, e acoplar a loja virtual.

Atividades: Analisar os pontos fracos do site da empresa e alterá-los, no momento que ocorrer a integração com a loja virtual. Aperfeiçoar as estratégias de comercialização (garantir o equilíbrio entre a oferta e a demanda, evitando situações, por exemplo, como vendas sem o produto em estoque, ou com prazo não condizente com a chegada do material, que acabariam prejudicando a imagem da empresa, e trazendo prejuízos financeiros, com o cancelamento de pedidos ou mesmo a perda de clientes). Determinar quais sistemas e ferramentas utilizar, tanto no site quanto na loja.

Processo 4 - Configurar as opções de pagamento para a loja virtual.

Atividades: Avaliar as possibilidades de integração, como por exemplo, aos meios de pagamento, como o Pagseguro.

Processo 5 - Organizar a loja virtual.

Atividades: Pesquisar quais as formas mais indicadas para a visualização dos produtos e suas características técnicas. Estudar a possibilidade de acrescentar não só fotos, mas também vídeos com a manipulação dos produtos.

Processo 6 - Planejar o marketing da loja virtual.

Atividades: Considerar os diferentes perfis de clientes, com os quais a empresa realiza negócios. Estudar quais os tipos de ações de inserção em mídia, que seriam mais interessantes para a veiculação dos produtos (por exemplo, definir em quais sites seria interessante o posicionamento de banners, e outros). Estudar o que está sendo feito pela concorrência.

Processo 7 - Monitorar os resultados.

Atividades: Verificar as métricas obtidas (número de vendas, crescimento do índice de contatos, etc) e projetar o tempo para que seja possível alavancar o negócio (qual o período necessário para que ocorra real incremento no fluxo de vendas e aumento dos lucros).

2. Descreva também em linhas gerais como deverá ser realizada cada uma das atividades. Aqui basicamente você deve descrever o “como fazer”. Considere as diversas possibilidades e alternativas que possam existir e escolha uma delas.

A descrição das atividades já foi realizada na questão anterior.

3. Relate quais conhecimentos e habilidades serão necessários para a execução de cada uma delas.

Para a execução das atividades citadas, nos diferentes processos indicados, será necessário que os profissionais envolvidos tenham conhecimentos gerenciais (visão de todo) e habilidades como a comunicação clara com o restante da equipe e a capacidade de integração dessas pessoas (fazendo

com que voluntariamente decidam cooperar e não dificultar as atividades/processos).

4. No que se refere ao controle de mudanças, considere que se durante a execução ocorrer algum tipo de modificação no projeto, como isso será documentado?

Conforme ocorra modificações durante a execução do projeto, essas devem ser documentadas por escrito (para que tornem-se formalizadas), e comunicadas a todos os envolvidos no Projeto. Isto porque, cada um destes deverá avaliar se tais modificações, já implementadas, também irão gerar alguma alteração na sua parte de trabalho, que ainda será desenvolvida, ou que já está sendo desenvolvida.

## **AGENDA 05 – Escopo de um Projeto – do Início ao Controle de Mudanças**

### Estrutura Analítica do Projeto (EAP)

1. Atividade PAI: A) Realizar o levantamento, dentre o portfólio de produtos, dos itens passíveis de comercialização via digital.

Atividades Filhas:

A1) Confirmar no estoque, a quantidade de cada um dos itens escolhidos.

A2) Preparar-se para importar nova quantidade dos itens com poucos ou sem exemplares disponíveis.

A3) Verificar no histórico de vendas, a quantidade média vendida de cada item, e decidir a quantidade a ser importada.

A4) Procurar lançamentos do segmento e garimpar, em marketplaces, por produtos com alto índice de vendas.

A5) Definir possíveis alterações logísticas.

2. Atividade PAI: B) Pesquisar, dentre os fornecedores, quais os valores cobrados para os tipos de produtos/serviços necessários e realizar a compra de cada um deles.

Atividades Filhas:

B1) Pesquisar os melhores fornecedores, para a compra de domínio para a loja virtual, uso de plataforma de comércio eletrônico, etc.

B2) Avaliar as opções e escolher os mais adequados.

B3) Realizar o controle financeiro de tudo a ser adquirido, para que o Projeto mantenha-se dentro da expectativa pré-estabelecida.

3. Atividade PAI: C) Refazer o site da empresa, e acoplar a loja virtual.

Atividades Filhas:

C1) Analisar os pontos fracos do site da empresa e alterá-los, no momento que ocorrer a integração com a loja virtual.

C2) Aperfeiçoar as estratégias de comercialização (garantir o equilíbrio entre a oferta e a demanda, evitando situações, por exemplo, como vendas sem o produto em estoque, ou com prazo não condizente com a chegada do material, que acabariam prejudicando a imagem da empresa, e trazendo prejuízos financeiros, com o cancelamento de pedidos ou mesmo a perda de clientes).

C3) Determinar quais sistemas e ferramentas utilizar, tanto no site quanto na loja.

4. Atividade PAI: D) Configurar as opções de pagamento para a loja virtual.

Atividades Filhas:

D1) Avaliar as possibilidades de integração, como por exemplo, aos meios de pagamento, como o Pagseguro.

D2) Procurar por APIs de fácil implementação e com biblioteca em português. Verificar se adapta-se à infra-estrutura da empresa.

D3) Considerar opções menos burocráticas, que facilitam a vida do cliente. (Evitar abandono de carrinho – desistência da compra)

5. Atividade PAI: E) Organizar a loja virtual.

Atividades Filhas:

E1) Pesquisar quais as formas mais indicadas para a visualização dos produtos e suas características técnicas.

E2) Conseguir solução para acrescentar não só fotos, mas também vídeos com a manipulação dos produtos.

6. Atividade PAI: F) Planejar o marketing da loja virtual.

Atividades Filhas:

F1) Definir os diferentes perfis de clientes, com os quais a empresa realiza negócios.

F2) Estudar quais os tipos de ações de inserção em mídia, que seriam mais interessantes para a veiculação dos produtos (por exemplo, definir em quais sites seria interessante o posicionamento de banners, e outros). Definir se é interessante realizar também anúncios pagos.

F3) Estudar o que está sendo feito pela concorrência e separar o que pode ser útil também para inserir em nosso plano.

7. Atividade PAI: G) Monitorar os resultados.

Atividades Filhas:

G1) Verificar as métricas obtidas (número de vendas, crescimento do índice de contatos, etc) e observar a percentagem que cresceram. As expectativas foram atendidas?

G2) Projetar o tempo para que seja possível alavancar o negócio (qual o período necessário para que ocorra aumento das vendas e dos lucros).

#### Estrutura Analítica do Projeto (EAP)

	<b>Atividade</b>	<b>Duração</b>	<b>Dependência</b>
A.1	Confirmar no estoque, a quantidade dos itens escolhidos.	2	-
A.2	Preparar-se para importar nova quantidade dos itens com poucos ou sem exemplares disponíveis.	1	A1
A.3	Verificar no histórico de vendas, a quantidade média vendida de cada item, e decidir a quantidade a ser importada.	1	A1
A.4	Procurar lançamentos do segmento e garimpar, em marketplaces, por produtos com alto índice de vendas.	1	-
A.5	Definir possíveis alterações logísticas.	1	A2
B.1	Pesquisar os melhores fornecedores, para a compra de domínio para a loja virtual, uso de plataforma de comércio eletrônico, etc.	2	-
B.2	Avaliar as opções e escolher os mais adequados.	1	B1
B.3	Realizar o controle financeiro de tudo a ser adquirido, para que o Projeto mantenha-se dentro da expectativa pré-estabelecida.	2	B2
C.1	Analisar os pontos fracos do site da empresa e alterá-los, no momento que ocorrer a integração com a loja virtual.	2	B3
C.2	Aperfeiçoar as estratégias de comercialização (garantir o equilíbrio entre a oferta e a demanda).	1	C1
C.3	Determinar quais sistemas e ferramentas utilizar, tanto no site quanto na loja.	2	C2

D.1	Avaliar as possibilidades de integração, como por exemplo, aos meios de pagamento, como o Pagseguro.	1	C3
D.2	Procurar por APIs de fácil implementação e com biblioteca em português. Verificar se adapta-se à infra-estrutura da empresa.	1	D1
D.3	Considerar opções menos burocráticas, que facilitam a vida do cliente. (Evitar abandono de carrinho – desistência da compra)	1	D2
E.1	Para organizar a loja virtual, pesquisar as formas mais convenientes para a visualização dos produtos e suas características técnicas.	3	D1
E.2	Conseguir solução para inserção de vídeos com a manipulação dos produtos.	1	E1
F.1	Definir os diferentes perfis de clientes, com os quais a empresa realiza negócios.	1	E2
F.2	Estudar quais os tipos de ações de inserção em mídia, que seriam mais interessantes para a veiculação dos produtos (por exemplo, definir em quais sites seria interessante o posicionamento de banners, e outros). Definir se é interessante realizar também anúncios pagos.	3	F1
F.3	Observar a estratégia de marketing da concorrência e selecionar o que pode ser útil também para inserir em nosso plano.	2	F2
G.1	Verificar as métricas obtidas (número de vendas, crescimento do índice de contatos, etc) e observar a porcentagem que cresceram. Analisar se as expectativas foram atendidas.	3	F3
G.2	Projetar o tempo para que seja possível alavancar o negócio (qual o período necessário para que ocorra aumento das vendas e dos lucros).	2	G1

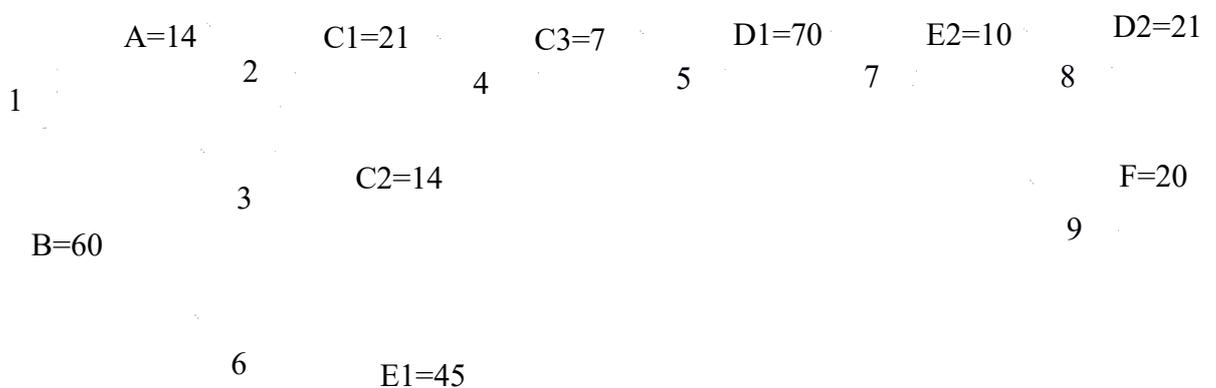
## GP Agenda 06 - A gestão do tempo e as atividades críticas – diagrama de redes

Nessa agenda você deverá apenas montar um diagrama de redes da primeira fase da obra cuja EAP está a seguir. Porém somente até a atividade E2. Após isso, identifique o caminho crítico.

	Atividade	Duração	Dependência
A	Sondagem.	14	-
B	Projeto e aprovação.	60	-
C.1	Escavação da fundação.	21	A e B
C.2	Montagem das quadrilixas da fundação.	14	B
C.3	Concretagem da fundação.	7	C.1 e C.2
D.1	Paredes.	70	C.3
D.2	Forros e divisórias.	21	E.2
E.1	Fabricação das esquadrias.	45	B

E.2	Montagem da cobertura.	10	D.1 e E.1
F	Hidráulica.	20	E.2
G.1	Pintura Exterior.	20	E.2
G.2	Pintura Interior.	30	J
H	Instalação elétrica.	25	D.2
I	Muros.	30	C.3
J	Pisos.	30	D.2
K	Calhas, pingadeiras e rufos.	20	E.2 e I
L	Jardinagem.	10	K, G.1, H e I

### Diagrama de Redes



1º Caminho:

$$A + C1 + C3 + D1 = 14 + 21 + 7 + 70 = 112$$

2º Caminho:

$$B + C1 + C3 + D1 = 60 + 21 + 7 + 70 = 158$$

3º Caminho:

$$B + C2 + C3 + D1 = 60 + 14 + 7 + 70 = 151$$

4º Caminho:

$$B + E1 = 60 + 45 = 105$$

O Caminho Crítico é B, C1, C3, D1, E2 e D2. O tempo total previsto para a conclusão do projeto é 189 dias.

## AGENDA 07 – A Gestão do Tempo e as Atividades Críticas – Gráfico de Gantt

	Atividade	Duração (dias)	Precedentes (Dependência)
A.1	Confirmar no estoque, a quantidade dos itens escolhidos.	1	-
A.2	Preparar-se para importar nova quantidade dos itens com poucos ou sem exemplares disponíveis.	1	A1
A.3	Verificar no histórico de vendas, a quantidade média vendida de cada item, e decidir a quantidade a ser importada.	1	A1
A.4	Procurar lançamentos do segmento e garimpar, em marketplaces, por produtos com alto índice de vendas.	1	-
A.5	Definir possíveis alterações logísticas.	1	A2
B.1	Pesquisar os melhores fornecedores, para a compra de domínio para a loja virtual, uso de plataforma de comércio eletrônico, etc.	2	-
B.2	Avaliar as opções e escolher os mais adequados.	1	B1
B.3	Realizar o controle financeiro de tudo a ser adquirido, para que o Projeto mantenha-se dentro da expectativa pré-estabelecida.	2	B2
C.1	Analisar os pontos fracos do site da empresa e alterá-los, no momento que ocorrer a integração com a loja virtual.	2	B3
C.2	Aperfeiçoar as estratégias de comercialização (garantir o equilíbrio entre a oferta e a demanda).	3	C1
C.3	Determinar quais sistemas e ferramentas utilizar, tanto no site quanto na loja.	2	C2
D.1	Avaliar as possibilidades de integração, como por exemplo, aos meios de pagamento, como o Pagseguro.	3	C3
D.2	Procurar por APIs de fácil implementação e com biblioteca em português. Verificar se adapta-se à infra-estrutura da empresa.	3	D1
D.3	Considerar opções menos burocráticas, que facilitam a vida do cliente. (Evitar abandono de carrinho – desistência da compra)	2	D2
E.1	Para organizar a loja virtual, pesquisar as formas mais convenientes para a visualização dos produtos e suas características técnicas.	3	D1
E.2	Conseguir solução para inserção de vídeos com a manipulação dos produtos.	2	E1
F.1	Definir os diferentes perfis de clientes, com os quais a empresa realiza negócios.	1	E2
F.2	Estudar quais os tipos de ações de inserção em mídia, que seriam mais interessantes para a veiculação dos produtos (por exemplo, definir em quais sites seria interessante o posicionamento de	3	F1



de tudo a ser adquirido	<b>Real</b>								
C.1 – Analisar os pontos fracos do site da empresa e alterá-los, no momento que ocorrer a integração com a loja virtual.	<b>Previsto</b>			X					
	<b>Real</b>								
C.2 – Aperfeiçoar as estratégias de comercialização	<b>Previsto</b>			X					
	<b>Real</b>								
C.3 – Determinar quais sistemas e ferramentas utilizar, tanto no site quanto na loja.	<b>Previsto</b>				X				
	<b>Real</b>								
D.1 – Avaliar as possibilidades de integração, como por exemplo, aos meios de pagamento.	<b>Previsto</b>				X				
	<b>Real</b>								
D.2 – Procurar por APIs de fácil implementação e com biblioteca em português.	<b>Previsto</b>					X			
	<b>Real</b>								
D.3 – Considerar opções menos burocráticas, que facilitam a vida do cliente.	<b>Previsto</b>					X			
	<b>Real</b>								
E.1 - Para organizar a loja virtual, pesquisar as formas mais convenientes para a visualização dos produtos e suas características técnicas.	<b>Previsto</b>						X		
	<b>Real</b>								
E.2 - Conseguir solução para inserção de vídeos com a manipulação dos produtos.	<b>Previsto</b>						X		
	<b>Real</b>								
F.1 - Definir os diferentes perfis de clientes, com os quais a empresa realiza negócios.	<b>Previsto</b>							X	
	<b>Real</b>								
F.2 - Estudar quais os tipos de ações	<b>Previsto</b>							X	

de inserção em mídia, que seriam mais interessantes para a veiculação dos produtos	<b>Real</b>								
F.3 - Observar a estratégia de marketing da concorrência e selecionar o que pode ser útil também para inserir em nosso plano.	<b>Previsto</b>							X	
	<b>Real</b>								
G.1 - Verificar as métricas obtidas e observar a percentagem que cresceram. Analisar se as expectativas foram atendidas.	<b>Previsto</b>								X
	<b>Real</b>								
G.2 - Projetar o tempo para que seja possível alavancar o negócio (aumento das vendas e dos lucros)	<b>Previsto</b>								X
	<b>Real</b>								

## **AGENDA 08 – Os Recursos Necessários à Execução de um Projeto**

1) Lista de profissionais necessários para a execução de todas as atividades relacionadas na EAP do projeto.

Equipe do projeto:

- Sócia da empresa – responsável pela área administrativa
- Sócio da empresa – responsável pela área técnica
- Desenvolvedor do e-commerce – contratação de especialista

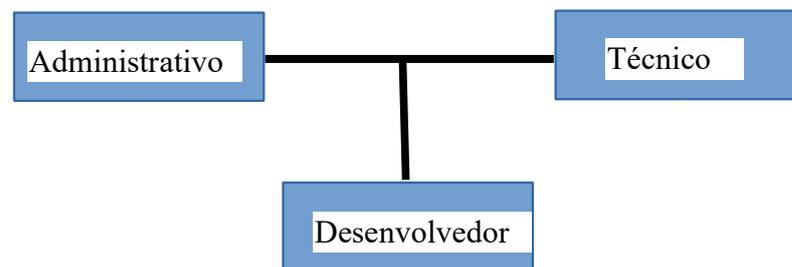
2) Descrever o perfil profissional e pessoal desejados nesses profissionais que deverão ser selecionados e definir uma cadeia de comando entre eles e elaborando um organograma.

- Responsável pela área administrativa: possui conhecimento para fazer um estudo do mercado e planejar estratégias para o negócio, além de ter noções de gestão financeira e de recursos humanos.

- Responsável pela área técnica: possui conhecimento dos produtos comercializados, além de suas aplicações, realizadas pelos clientes (consumidores). Também, consegue classificá-los, organizá-los, e dependendo do caso, repará-los.

- Desenvolvedor do e-commerce (ou equipe – dependendo da constituição da empresa contratada): com amplo conhecimentos em programação e também em marketing digital, para que possa aconselhar de que maneira seria mais atrativo e também lucrativo, a criação da loja virtual. Em outras palavras, trata-se de um profissional, que domina várias linguagens web e que consiga projetar e implementar uma loja para compras online, que integra sistemas de pagamento e otimiza a experiência do usuário. Precisa ser ter um perfil responsável, que construa uma solução, capaz de garantir eficiência e segurança nas transações.

Como são poucos profissionais envolvidos (a empresa é constituída apenas pelos sócios), e como dividem as funções e tomam decisões em conjunto, ambos estariam no mesmo “nível do organograma”. Também, ambos irão se relacionar com o desenvolvedor do e-commerce (ou se for o caso, com uma equipe de desenvolvedores, dependendo da empresa selecionada). Assim, o fluxo de trabalho é mais simplificado, do que quando envolve muito mais pessoas.



3) Retomada dos recursos necessários (financeiros, humanos e materiais) e especificação das descrições e alocações dos recursos materiais.

Recursos necessários:

- Financeiros: dispendir um valor pré-determinado, para que o projeto seja implementado;

- Humanos: esforço por parte dos sócios, em agrupar as informações necessárias, para a montagem do projeto;

- Materiais: selecionar no portfólio de produtos, os itens passíveis de comercialização via digital (itens com maior procura ou que representam determinado grupo de produtos).

Será dada preferência para a venda de produtos da marca Powerex. Em especial, os transistores, diodos e tiristores, que possuem maior demanda no mercado.

Dependendo de como as coisas forem acontecendo, posteriormente, pode-se adicionar outros tipos de semicondutores, e outras marcas. E assim, ampliar a loja virtual. Mas, primeiramente, é preciso divulgar os produtos principais, de maior demanda, e mais rentáveis.

## AGENDA 09 – O Custo de um Projeto e sua Adequação ao Cronograma Financeiro

### 1) Gerenciamento de Custos

Abaixo, especifica-se cada tarefa, quem irá executá-la, seu custo e de que maneira o fluxo de caixa vai sendo impactado ao longo dessas atividades.

Para as funções exercidas pelos sócios, não há valores envolvidos no projeto, pois já estão previstas nos seus salários.

Para os itens que envolvem o desenvolvedor do e-commerce, pretende-se negociar para que o pagamento ocorra em duas parcelas – uma no início do projeto e outra no final do mesmo.

#### Cronograma financeiro

Atividade	Tempo (em Semanas – 5 dias úteis)	1	2	3	4	5	6	7	8
A.1 - Confirmar a quantidade dos itens escolhidos <i>(Administrativo e Técnico)</i>	Semana	X							
	Valor	R\$ 0							
A.2 – Importar itens sem exemplares disponíveis. <i>(Administrativo)</i>	Semana	X							
	Valor	R\$ 0							
A.3 - Verificar a quantidade vendida de cada item e decidir a quantidade a ser importada. <i>(Administrativo e Técnico)</i>	Semana	X							
	Valor	R\$ 0							
A.4 – Garimpar produtos com alto índice de vendas. <i>(Administrativo e Técnico)</i>	Semana	X							
	Valor	R\$ 0							
A.5 – Definir possíveis alterações logísticas. <i>(Administrativo e Técnico)</i>	Semana	X							
	Valor	R\$ 0							

B.1 – Pesquisar os melhores fornecedores, para a compra de domínio para a loja virtual, etc. (Administrativo)	<b>Semana</b>		X					
	<b>Valor</b>		R\$ 0					
B.2 – Avaliar as opções e escolher os mais adequados. (Administrativo e Técnico)	<b>Semana</b>		X					
	<b>Valor</b>		R\$ 0					
B.3 – Realizar o controle financeiro de tudo a ser adquirido. Pagamento pelo produto/serviço. (Administrativo e Técnico)	<b>Semana</b>		X					
	<b>Valor</b>		R\$2.500					
C.1 – Analisar os pontos fracos do site da empresa e alterá-los, no momento que ocorrer a integração com a loja virtual. (Desenvolvedor)	<b>Semana</b>			X				
	<b>Valor</b>			R\$ 0				
C.2 – Aperfeiçoar as estratégias de comercialização (Desenvolvedor)	<b>Semana</b>			X				
	<b>Valor</b>			R\$ 0				
C.3 – Determinar quais sistemas e ferramentas utilizar, tanto no site quanto na loja. (Desenvolvedor)	<b>Semana</b>				X			
	<b>Valor</b>				R\$ 0			
D.1 – Avaliar as possibilidades de integração, como por exemplo, aos meios de pagamento. (Desenvolvedor)	<b>Semana</b>				X			
	<b>Valor</b>				R\$ 0			
D.2 – Procurar por APIs de fácil implementação e com biblioteca em português. (Desenvolvedor)	<b>Semana</b>					X		
	<b>Valor</b>					R\$ 0		
D.3 – Considerar opções menos	<b>Semana</b>					X		

burocráticas, que facilitam a vida do cliente. <i>(Desenvolvedor)</i>	<b>Valor</b>					R\$ 0		
E.1 - Para organizar a loja virtual, pesquisar as formas mais convenientes para a visualização dos produtos e suas características técnicas. <i>(Desenvolvedor)</i>	<b>Semana</b>						X	
	<b>Valor</b>					R\$ 0		
E.2 - Conseguir solução para inserção de vídeos com a manipulação dos produtos. <i>(Desenvolvedor)</i>	<b>Semana</b>						X	
	<b>Valor</b>					R\$ 0		
F.1 - Definir os diferentes perfis de clientes, com os quais a empresa realiza negócios. <i>(Desenvolvedor)</i>	<b>Semana</b>							X
	<b>Valor</b>							R\$ 0
F.2 - Estudar quais os tipos de ações de inserção em mídia, que seriam mais interessantes para a veiculação dos produtos <i>(Desenvolvedor)</i>	<b>Semana</b>							X
	<b>Valor</b>							R\$ 0
F.3 - Observar a estratégia de marketing da concorrência e selecionar o que pode ser útil também para inserir em nosso plano. <i>(Desenvolvedor)</i>	<b>Semana</b>							X
	<b>Valor</b>							R\$ 0
G.1 - Verificar as métricas obtidas e observar a percentagem que cresceram. Analisar se as expectativas foram atendidas. Pagamento do valor restante negociado, pelo produto/serviço. <i>(Administrativo e Técnico)</i>	<b>Semana</b>							X
	<b>Valor</b>							R\$2.500
G.2- Projetar o tempo para que	<b>Semana</b>							X

seja possível alavancar o negócio (aumento das vendas e dos lucros) (Administrativo)	<b>Valor</b>									R\$ 0
	<b>CUSTO</b>		R\$2.500							R\$2.500

Assim, percebe-se que os pagamentos referentes aos valores negociados, serão realizados na segunda e na oitava semana do Projeto. Essa divisão do custo, facilita o processo, já que permite que a empresa tenha mais tempo até a obtenção dos recursos para a segunda parcela.

## AGENDA 10 – Controlando a Qualidade nos Processos de um Projeto

### 1) Planejamento da Qualidade:

Projeto de e-commerce para Distribuidora de Componentes Eletrônicos

Atividade A.1 – Confirmar a quantidade dos itens escolhidos para compor a loja virtual.

Subproduto: lista de itens a ser comercializados na loja virtual

especificações técnicas: cada item da loja deverá trazer os seus parâmetros (técnicos) básicos, presentes em seu datasheet (fornecido pelo fabricante). Isto, para que o consumidor tenha a maior quantidade de informação sobre o produto, diminuindo suas dúvidas, a respeito de aplicação em seus maquinários/ produtos.

- Dentre todas as linhas de semicondutores, escolher quais modelos de produtos da marca Powerex será incluído no portfólio de produtos, para a venda virtual. Destacar, em especial, os transistores, diodos e tiristores, que possuem maior demanda no mercado.

Outro ponto importante: verificar o número total de produtos previamente acordado com o desenvolvedor, e incluso no custo do projeto, para dividi-lo entre as categorias de produtos.

Atividade A.2 – Importar itens sem exemplares disponíveis.

Subproduto: lista de itens com pouco ou nenhum exemplar em estoque.

especificações técnicas: junto com cada item da lista, computar quando ocorreram as últimas vendas, e quais foram os clientes que realizaram

sua compra. Essa informação serve para, posteriormente, envio de aviso aos selecionados, que nova remessa encontra-se disponível.

- Utilizar esta lista para planejar a importação dos itens e preparar um montante financeiro, para a realização da mesma. Iniciar com quantidades menores, e verificar conforme a demanda, a necessidade de novas remessas de importação.

## 2) Planejamento do Controle:

Será realizado através de Gráficos de Controle (de Linhas e/ou Barras) e do Diagrama de Causa e Efeito.

## **AGENDA 11 – O Compartilhamento de Informações na Gerência de Projetos**

### 1) Processo de compartilhamento de informações do projeto:

- Lista de stakeholders: Sócia da empresa (responsável pela área administrativa) e Sócio da empresa (responsável pela área técnica).

- Conjunto de atividade da EAP: as atividades do grupo A (que também foram especificadas no Planejamento da qualidade) são importantes para iniciar todo o processo de separação do que colocar na loja virtual, além de fornecer os detalhes técnicos dos produtos escolhidos e também direcionar o que pode ser acrescentado, que está em alta no mercado. Ainda, dará diretrizes para nortear as futuras importações.

- A especificação de quem executará cada atividade, aparece no cronograma financeiro. E as informações deverão ser compartilhadas por todos, pois a empresa tem apenas dois sócios e envolverá apenas um desenvolvedor (ou equipe de desenvolvimento). Assim, todos deverão saber sobre tudo.

- As informações serão passadas entre os sócios e o desenvolvedor (ou equipe de desenvolvimento), através de relatórios e também pretende-se realizar algumas reuniões semanais, para alinhar etapa por etapa e sanar possíveis dúvidas, que poderiam surgir, em determinada parte do processo.

- Caso essas informações não sejam compartilhadas, podem ocorrer as seguintes consequências: atrasos na realização de tarefas, conflitos (desentendimentos) entre os integrantes do projeto, perda de clientes, perda de

oportunidades de negócios, impacto negativo nos resultados, redução dos lucros, etc.

## **AGENDA 12 – A Identificação e Minimização dos Efeitos dos Riscos**

### Plano de Gerenciamento de Riscos

#### 1) Identificação dos riscos:

##### a) Internos:

- Limitações da equipe (o trabalho relativo ao projeto será somado ao trabalho usual, já executado pelos sócios – assim, a sobrecarga pode aumentar o tempo de entrega, de cada um);

- Limitação de recursos financeiros (o recurso disponibilizado para o projeto deixará de ser aplicado em outro ponto, para ser direcionado ao projeto – além disso, deverá ser obtido em partes, pois a empresa não tem todo o montante antes do projeto ser iniciado);

- Implementar uma loja virtual com vulnerabilidade cibernética, que possa sofrer ataques cibernéticos, e ocorrer o vazamento/roubo das informações dos clientes; danos nos sistemas, interrupções e até mesmo fraudes nos pagamentos;

- A possibilidade das expectativas do cliente não serem atendidas pelo Projeto;

- Não cumprir os prazos nas etapas e/ou na totalidade;

- Não obter um montante suficiente de vendas, fazendo com que o investimento do projeto não possa ser recuperado a médio prazo.

##### b) Externos:

- Alta do dólar, aumentando o valor das importações que precisarão ser feitas, para complementar os itens escolhidos (e faltantes) para a loja virtual;

- Escassez de insumos de prestação de serviços, como menos oferta do trabalho de desenvolvedor (ou equipe de desenvolvedores), em determinadas épocas do ano (por exemplo, no período de final e início de ano), implicando em maior

## 2) Análise dos riscos:

Dar um novo passo, ter uma postura aberta às mudanças, sempre implicará assumir alguns riscos. Faz parte do processo. O importante é saber qual a maior probabilidade e impacto de cada um deles, no Projeto.

Dentre os riscos citados anteriormente, destaca-se:

- maior probabilidade e maior impacto: as limitações da equipe e a limitação de recursos financeiros.

- menor probabilidade e maior impacto: a criação da loja virtual com vulnerabilidade cibernética, o fato das expectativas do cliente não serem atendidas pelo projeto, o não cumprimento dos prazos nas etapas e/ou na totalidade e não obter uma quantidade de vendas, que recupere o investimento do Projeto.

- maior probabilidade e menor impacto: a alta do dólar.

- menor probabilidade e menor impacto: menos oferta do trabalho de desenvolvedor em determinado período.

## 3) Respostas aos Riscos

Ainda que os riscos existam, pode-se adotar medidas para diminuí-los. Ou, desenvolver estratégias para administrá-los e/ou eliminá-los. A análise citada, trabalha nesse sentido e as respostas propostas a seguir, têm esses objetivos.

No caso dos riscos ligados às limitações da equipe, pode-se propor que nas atividades possíveis, seja realizado home office, e nesses dias, não ocorra o desgaste do deslocamento, para os sócios.

Uma forma de prevenção para os itens técnicos, ligados às invasões na loja virtual, seria contratar empresas fornecedoras, que garantam segurança ao projeto. Também deve-se reforçar ao desenvolvedor (ou equipe desenvolvedora) essa necessidade e pedir que seja priorizada. Além disso, é preciso investir em treinamentos ou cursos sobre segurança da informação, para que os sócios saibam utilizar tomar medidas que preservam esta segurança (exemplos: manter antivírus atualizado, realizar backups regularmente, verificar a autenticidade de links e anexos antes de abrir, não usar a mesma senha para todos os logins e escolher senhas de alto nível de segurança, etc.). De qualquer maneira, vale a pena investir todos os esforços, para evitar problemas dessa ordem.

No caso dos problemas relacionados ao prazo, é preciso ser bem pontual e não permitir que, caso ocorra atraso em alguma parte, isso seja repetido em outras etapas.

Com relação ao investimento do Projeto, deve-se haver um esforço máximo para que haja retorno, ainda que sejam maximizadas medidas de marketing

digital, e que tenha-se uma atenção para que não ocorram perdas durante a execução do Projeto.

#### 4) Controle das Respostas aos Riscos

Pretende-se, ainda, acompanhar os resultados, de cada etapa, para desta forma, monitorá-los em todo o processo, e assim, mantê-los sob controle.

### **AGENDA 13 – A Gerência de Aquisições – do Planejamento à gestão de Contratos**

Planejamento das aquisições:

- Contratação de desenvolvedor (ou equipe desenvolvedora), por parte dos sócios, através de um contrato com Pessoa Jurídica. Será utilizada verba reservada para modernização da empresa, através da implementação do e-commerce;

- Juntamente com o desenvolvedor (ou equipe desenvolvedora), buscar uma solução para que ocorra a automatização de processos, como a automatização da importação de pedidos, emissão de notas fiscais, sincronização de estoque e várias outras atividades, que possam tornar a operação mais eficiente e reduzir erros no processo de vendas. Em outras palavras, garantir que ocorra as automatizações do sistema, para a gestão do e-commerce.

- Pesquisar os melhores fornecedores, para a compra de domínio para a loja virtual e também quais as melhores ferramentas para que tais funções estejam garantidas (conversar com o desenvolvedor ou equipe desenvolvedora, para que opinem sobre as possibilidades de mercado e quais suas preferências para o projeto, justificando suas respostas.) Vale lembrar que, todas as ferramentas devem ser compatíveis entre si.

- Destacar que o Projeto precisa criar um e-commerce capaz de vender mais, gastando menos, com uma estratégia de marketing digital inteligente. Discutir as possibilidades de que o projeto também seja capaz de algumas outras funções como: estimular a recompra, recuperar carrinhos abandonados e automatizar campanhas. Por isso, diante das novidades do mercado, verificar com o desenvolvedor (ou equipe), a possibilidade de utilizar ferramentas de IA, aplicadas ao e-commerce.

### **AGENDA 14 – Os Stakeholders**

Planejamento das ações dos stakeholders:

- Sócios: ambos irão contribuir para o desenvolvimento do Projeto, através da adequação das suas agendas, às necessidades dos Projetos. No caso, os dois serão afetados, mas é um sacrifício importante, já que não há verba para a contratação de outros participantes para o Projeto (o que talvez pudesse ajudá-los a não ter sobrecargas);

- Desenvolvedor (ou equipe desenvolvedora): trata-se da(s) pessoa(s) que mais deverá(ão) alocar tempo e se esforçar, para que o Projeto seja desenvolvido e implementado;

- Fornecedores: dos produtos escolhidos – passar o cronograma para o fornecimento programado;

- Clientes: poderão contar com maior comodidade e mais opções, para as compras, com um site novo.

## **AGENDA 15 – As Metodologias Ágeis na Gerência de Projetos**

Lista de Atividades:

- Reuniões frequentes para discutir cada etapa do que está sendo executado – Método SCRUM (Daily Scrum);

- Sócios irão acompanhar as ações do desenvolvedor (equipe desenvolvedora) de perto, mantendo contato o tempo todo. Caso algum problema seja detectado, este será decomposto e traduzido em pequenas tarefas individuais – Método SCRUM;

- As atividades serão executadas de acordo com as prioridades, que podem sofrer mudanças durante o Projeto – Método SCRUM;

- A documentação sobre o site, a loja e o projeto em si, estão em segundo plano (E posteriormente podem ser utilizadas ferramentas para criá-la mais rapidamente e com autoria em grupo, para mantê-la atualizada). O mais importante é fazer funcionar (corretamente) o e-commerce, no menor tempo possível;

- Depois que o principal tiver feito, é que pode-se pensar em detalhes, como elementos de design, por exemplo.

- Para que ninguém esqueça a sua parte, ou mesmo para que cada um se mantenha focado ao seu trabalho, será criado um quadro, que ficará exposto em local visível a todos, com todas as tarefas sinalizadas por meio de cartões (que sinalizam seu status: a executar, em andamento ou finalizada). Isso também permitirá que cada um consiga visualizar sua participação no todo e mantenha-se comprometido para atingir os resultados desejados – Método Kanban.

## **AGENDA 16 – Utilizando o MS Project e o Excel como Ferramentas de Gestão de Projetos**

A construção do Gráfico de Gantt, foi realizada no LucidChart. Além do resultado a seguir (na próxima página), também pode ser visto no link:

[https://lucid.app/lucidspark/ceb64473-eb62-42f5-9fa7-025a625fb036/edit?viewport\\_loc=639%2C1206%2C3154%2C1406%2CT~lkewGfHdfI&invitationId=inv\\_f33d827d-ec93-4e2d-8cbe-402e36a41344](https://lucid.app/lucidspark/ceb64473-eb62-42f5-9fa7-025a625fb036/edit?viewport_loc=639%2C1206%2C3154%2C1406%2CT~lkewGfHdfI&invitationId=inv_f33d827d-ec93-4e2d-8cbe-402e36a41344)

## Gráfico de Gantt

Gestão de Processos | PWRX

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Confirmar a quantidade dos itens escolhidos	Administrativo e Técnico							
Importar itens sem exemplares disponíveis.	Administrativo							
Verificar a quantidade vendida de cada item e decidir a quantidade a ser importada.	Administrativo e Técnico							
Garimpar produtos com alto índice de vendas.	Administrativo e Técnico							
Definir possíveis alterações logísticas.	Administrativo e Técnico							
Pesquisar os melhores fornecedores, para a compra de domínio para a loja virtual, etc.		Administrativo						
Avaliar as opções e escolher os mais adequados.		Administrativo e Técnico						
Realizar o controle financeiro de tudo a ser adquirido. Pagamento pelo produto/serviço		Administrativo e Técnico						
Analisar os pontos fracos do site da empresa e alterá-los, no momento que ocorrer a integração com a loja virtual.			Desenvolvedor					
Aperfeiçoar as estratégias de comercialização			Desenvolvedor					
Determinar quais sistemas e ferramentas utilizar, tanto no site quanto na loja.				Desenvolvedor				
Avaliar as possibilidades de integração, como por exemplo, aos meios de pagamento.				Desenvolvedor				
Procurar por APIs de fácil implementação e com biblioteca em português.					Desenvolvedor			
Considerar opções menos burocráticas, que facilitam a vida do cliente.					Desenvolvedor			
Para organizar a loja virtual, pesquisar as formas mais convenientes para a visualização dos produtos e suas características técnicas.						Desenvolvedor		
Conseguir solução para inserção de vídeos com a manipulação dos produtos.						Desenvolvedor		
Definir os diferentes perfis de clientes, com os quais a empresa realiza negócios.							Desenvolvedor	
Estudar quais os tipos de ações de inserção em mídia, que seriam mais interessantes para a veiculação dos produtos							Desenvolvedor	
Observar a estratégia de marketing da concorrência e selecionar o que pode ser útil também para inserir em nosso plano.							Desenvolvedor	
Verificar as métricas obtidas e observar a percentagem que cresceram. Analisar se as expectativas foram atendidas. Pagamento do valor restante negociado, pelo produto/serviço.								Administrativo e Técnico
Projetar o tempo para que seja possível alavancar o negócio (aumento das vendas e dos lucros)								Administrativo

**Legenda:**



Administrativo e Técnico



Administrativo



Desenvolvedor