

Gestão de Projetos

CãoFaiate

- **Aluna:** Luana Carolina Arantes
- **Modalidade:** On-line
- **Professor(es) Tutor(es):**
CLAUDIA REGINA BARBOSA REZZIERI (Ética Profissional)
MARCELO PINOTTI MEAULO
- **Turma:** TURMA DRG - TO240014877P1 (**Gestão de Projetos, Módulo 01**)

Sumário

1	Projeto (Agenda 1).....	6
1.1	Principais termos	6
1.1.1	PMO (Project Management Office):.....	6
1.1.2	Escopo	6
1.1.3	Cronograma	6
1.1.4	Stakeholder	7
1.1.5	EAP (Estrutura Analítica do Projeto).....	7
1.1.6	Risco.....	7
1.1.7	Caminho Crítico	7
1.1.8	Baseline	7
1.1.9	Entregáveis.....	7
1.1.10	Planejamento.....	7
1.1.11	Gestão de Riscos.....	7
1.1.12	Gestão de Qualidade	8
1.1.13	Ciclo de Vida do Projeto	8
1.1.14	Escopo do Projeto	8
1.1.15	Matriz de Responsabilidades (RACI).....	8
1.1.16	Patrocinador	8
1.1.17	Gestão de Mudanças	8
1.1.18	Plano de Projeto	8
1.1.19	PMBOK (Project Management Body of Knowledge)	8
1.1.20	Gerente de Projeto	9
1.1.21	Escopo do Produto	9
1.1.22	Partes Interessadas	9
1.1.23	Orçamento	9
1.1.24	Recursos	9
1.1.25	Gestão de Comunicação	9
2	Gerência de Projetos (Agenda 1).....	10
3	Introdução (Agenda 1).....	10
4	Etapas de um Projeto de Roupa para Cachorro (Agenda 2).....	11

4.1	Definição do Escopo.....	11
4.2	Impactos do Projeto.....	11
4.3	Recursos	13
4.4	Cronograma.....	14
4.5	Controles	16
4.6	Riscos	18
4.7	Lista das Atividades (Agenda 3)	20
4.8	Processo de Comunicação no Projeto de Roupa para Cachorro	21
4.9	Aquisições.....	22
4.10	Custos	22
5	Plano do Projeto (Agenda 4)	24
5.1	Pesquisa de Mercado.....	24
5.2	Desenvolvimento do Design	25
5.3	Seleção de Materiais.....	26
5.4	Desenvolvimento de Protótipos	26
5.5	Testes e Ajustes.....	27
5.6	Produção em Massa.....	28
5.7	Marketing e Publicidade.....	29
5.8	Distribuição e Vendas	31
5.9	Avaliação e Feedback.....	32
6	Controle de Mudanças e Documentação de Modificações no Projeto (Agenda 4)	33
6.1	Formulário de Solicitação de Mudança	33
6.2	Fluxo de Trabalho para Mudanças	33
6.3	Avaliação da Mudança.....	33
6.4	Implementação da Mudança	34
6.5	Comunicação da Mudança	34
6.6	Monitoramento e Revisão	34
7	Estrutura Analítica do Projeto (Agenda 5)	35
7.1	Item Pai: Pesquisa de Mercado.....	35
7.2	Item Pai: Desenvolvimento do Design.....	35
7.3	Item Pai: Seleção de Materiais	35

7.4	Item Pai: Desenvolvimento de Protótipos	36
7.5	Item Pai: Testes e Ajustes.....	36
7.6	Item Pai: Produção em massa.....	36
7.7	Item Pai: Marketing e Publicidade	36
7.8	Item Pai: Distribuição e Vendas	37
7.9	Item Pai: Avaliação e Feedback.....	37
8	Diagrama de Redes – 1ª fase (Agenda 6).....	38
9	Gráfico de Gantt (Agenda 7)	39
	Pesquisa de Mercado.....	39
	Desenvolvimento do Design	39
	Seleção de Materiais.....	39
	Desenvolvimento de Protótipos	39
	Testes e Ajustes.....	39
	Produção em Massa	39
	Marketing e Publicidade.....	39
	Distribuição e Vendas.....	39
	Avaliação e Feedback	39
10	Os recursos necessários à execução de um projeto (Agenda 8).....	41
10.1	Pesquisa de Mercado.....	41
10.2	Desenvolvimento do Design	41
10.3	Seleção de Materiais.....	42
10.4	Desenvolvimento de Protótipos	43
10.5	Testes e Ajustes.....	43
10.6	Produção em Massa.....	44
10.7	Marketing e Publicidade.....	44
10.8	Distribuição e Vendas	45
10.9	Avaliação e Feedback.....	46
10.10	Organograma	46
10.11	Recursos	47
11	O custo de um projeto e sua adequação ao cronograma financeiro (Agenda 9)	48
12	Controlando a qualidade nos processos de um projeto (Agenda 10)	50

13	O compartilhamento de informações na gerência de projetos (Agenda 11)	51
14	A identificação e minimização dos efeitos dos riscos (Agenda 12).....	53
15	A gerência de aquisições – do planejamento à gestão de contratos (Agenda 13)	57
16	Os Stakeholders (Agenda 14).....	58
17	As metodologias ágeis na gerência de projetos (Agenda 15).....	61
18	As Utilizando o MS Project e o EXCEL como ferramentas da gestão de projetos metodologias ágeis na gerência de projetos (Agenda 16).....	62

1 Projeto (Agenda 1)

Um projeto é um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado único. Ele tem um início e um fim definidos e é caracterizado por sua singularidade, o que significa que cada projeto é diferente de outros em algum aspecto. Os projetos podem variar em tamanho e complexidade e são frequentemente implementados para atingir objetivos específicos, como resolver um problema, aproveitar uma oportunidade ou atender a uma necessidade.

Características principais de um projeto:

- Temporário: Tem uma duração limitada com um começo e fim claramente estabelecidos.
- Único: Produz um resultado que é distinto, seja um produto, serviço ou outro tipo de entrega.
- Progressivo: É desenvolvido em etapas, com ajustes e refinamentos ao longo do tempo.

1.1 Principais termos

1.1.1 PMO (Project Management Office):

Escritório de Gerenciamento de Projetos responsável por padronizar processos e práticas de gerenciamento de projetos dentro de uma organização.

1.1.2 Escopo

Conjunto de entregas, atividades e objetivos que definem o que está incluído e o que está excluído do projeto.

1.1.3 Cronograma

Plano que detalha o tempo necessário para a conclusão de cada atividade e fase do projeto.

1.1.4 Stakeholder

Partes interessadas que têm interesse ou influência sobre o projeto, como clientes, patrocinadores, equipe do projeto.

1.1.5 EAP (Estrutura Analítica do Projeto)

Divisão hierárquica do escopo do projeto em componentes menores e mais gerenciáveis.

1.1.6 Risco

Evento ou condição incerta que, se ocorrer, pode ter um impacto positivo ou negativo no projeto.

1.1.7 Caminho Crítico

Sequência de atividades que determina a duração mínima do projeto. Atrasos no caminho crítico resultam em atrasos no projeto.

1.1.8 Baseline

Versão aprovada do cronograma, orçamento ou escopo que serve como referência para comparação com o desempenho atual do projeto.

1.1.9 Entregáveis

Resultados ou produtos específicos que o projeto deve produzir para ser considerado concluído.

1.1.10 Planejamento

Processo de definir objetivos, metas, estratégias e ações necessárias para alcançar os resultados desejados no projeto.

1.1.11 Gestão de Riscos

Processo de identificar, analisar, e responder a riscos durante o ciclo de vida do projeto.

1.1.12 Gestão de Qualidade

Garantir que o projeto atenda aos requisitos de qualidade estabelecidos.

1.1.13 Ciclo de Vida do Projeto

Sequência de fases que um projeto atravessa desde o início até a conclusão.

1.1.14 Escopo do Projeto

Descrição detalhada das entregas, limites e objetivos do projeto.

1.1.15 Matriz de Responsabilidades (RACI)

Ferramenta que define os papéis e responsabilidades de cada membro da equipe do projeto em relação às tarefas.

1.1.16 Patrocinador

Pessoa ou grupo que fornece os recursos financeiros e apoio para o projeto.

1.1.17 Gestão de Mudanças

Processo de identificar, documentar, aprovar e implementar alterações no projeto de forma controlada.

1.1.18 Plano de Projeto

Documento que detalha como o projeto será executado, monitorado e controlado.

1.1.19 PMBOK (Project Management Body of Knowledge)

Conjunto de melhores práticas, terminologias e diretrizes amplamente aceitas para gerenciamento de projetos.

1.1.20 Gerente de Projeto

Profissional responsável pelo planejamento, execução e encerramento do projeto, garantindo que os objetivos sejam alcançados dentro das restrições de tempo, custo e qualidade.

1.1.21 Escopo do Produto

Características e funções que descrevem um produto, serviço ou resultado específico que será entregue pelo projeto.

1.1.22 Partes Interessadas

Indivíduos, grupos ou organizações que podem afetar ou ser afetados pelo resultado do projeto.

1.1.23 Orçamento

Estimativa dos custos totais necessários para completar o projeto.

1.1.24 Recursos

Pessoas, equipamentos, materiais e informações necessários para completar as atividades do projeto.

1.1.25 Gestão de Comunicação

Planejamento, execução e monitoramento das comunicações internas e externas do projeto.

2 Gerência de Projetos (Agenda 1)

Gerência de projetos é a aplicação de conhecimentos, habilidades, ferramentas e técnicas às atividades do projeto para atender aos seus requisitos. Envolve a integração de diversos processos e práticas para planejar, executar, monitorar, controlar e encerrar um projeto com sucesso. A gerência de projetos busca equilibrar as restrições e demandas de escopo, tempo, custo, qualidade, recursos e riscos para alcançar os objetivos definidos.

Componentes principais da gerência de projetos:

- Planejamento: Definir os objetivos do projeto, as entregas, as atividades necessárias e os recursos que serão utilizados.
- Execução: Coordenar pessoas e recursos para realizar o trabalho planejado.
- Monitoramento e Controle: Acompanhar o progresso do projeto, identificar desvios e implementar ações corretivas.
- Encerramento: Finalizar todas as atividades do projeto, formalizar a aceitação das entregas e documentar as lições aprendidas.

A gerência de projetos é essencial para garantir que os projetos sejam concluídos com sucesso, dentro do prazo, do orçamento e atendendo às expectativas de qualidade e desempenho.

3 Introdução (Agenda 1)

O mercado pet tem crescido significativamente nos últimos anos, impulsionado pela crescente preocupação dos donos de animais com o bem-estar e conforto de seus cães. Dentro desse contexto, a moda pet emerge como um segmento em expansão, oferecendo produtos que aliam estilo, funcionalidade e proteção. Este projeto tem como objetivo desenvolver uma linha de roupas para cães que não apenas atenda às necessidades práticas, como proteção contra o frio e a chuva, mas também ofereça aos donos a possibilidade de expressar seu estilo e personalidade através de seus animais de estimação.

A roupa para cães deve ser projetada com um foco especial no conforto do animal, respeitando suas particularidades físicas e comportamentais. Além

disso, a escolha dos materiais, o design ergonômico e a facilidade de uso serão aspectos centrais neste projeto, garantindo que as peças sejam não apenas esteticamente agradáveis, mas também funcionais e seguras para o uso diário.

Este projeto busca criar uma coleção inovadora de roupas para cães, que se destaque no mercado pela qualidade dos materiais, pela atenção aos detalhes no design, e pela capacidade de atender às expectativas de um público cada vez mais exigente e preocupado com a qualidade de vida de seus pets.

4 Etapas de um Projeto de Roupas para Cachorro (Agenda 2)

4.1 Definição do Escopo

Um projeto de roupa para cachorro envolve o desenvolvimento de vestuário especificamente projetado para cães, considerando aspectos como conforto, funcionalidade, estilo e segurança. Esse tipo de projeto pode ser realizado por designers de moda, fabricantes de produtos para pets ou entusiastas do mundo pet que buscam criar roupas personalizadas para seus animais de estimação.

Objetivo: Determinar o tipo de roupa (casaco, camiseta, fantasia) que será desenvolvida e para quais raças ou tamanhos de cães ela será projetada.

Especificações: Definir os materiais que serão utilizados, como algodão, lã, ou tecidos impermeáveis, e considerar fatores como a facilidade de vestir e retirar a roupa, e se será usada em ambientes internos ou externos.

4.2 Impactos do Projeto

No projeto de roupa para cachorro, várias pessoas e organizações podem ser afetadas pelos resultados. Aqui estão as principais:

Donos de Cães:

- **Conforto e Satisfação:** Os donos de cães são os consumidores finais que comprarão e utilizarão as roupas em seus pets. A qualidade, funcionalidade, e estética das roupas afetarão diretamente sua satisfação e percepção de valor.
- **Necessidades e Preferências:** As escolhas de design, materiais e estilo devem atender às necessidades e preferências dos donos, garantindo que eles vejam o produto como uma solução prática e desejável.

Cães:

- Conforto e Bem-estar: O bem-estar dos cães é uma consideração central. Roupas mal projetadas podem causar desconforto, alergias ou restringir o movimento, afetando negativamente a experiência dos animais.
- Segurança: Roupas seguras e adequadas ao tamanho e comportamento do cão são essenciais para evitar acidentes e garantir que o animal se sinta confortável ao usá-las.

Designers e Fabricantes:

- Qualidade e Produção: Profissionais envolvidos no design e fabricação das roupas serão diretamente afetados, já que o sucesso do produto depende da eficiência e qualidade do trabalho deles. Eles precisam garantir que os materiais escolhidos e os processos de fabricação estejam alinhados com os padrões esperados.
- Inovação e Criatividade: Designers terão a oportunidade de inovar, mas também enfrentarão desafios para equilibrar estética, funcionalidade e custo.

Lojas de Produtos para Animais (Pet Shops):

- Oferta e Demanda: As pet shops que comercializam essas roupas poderão ser impactadas pela aceitação do produto no mercado. Se o produto for bem-sucedido, poderá aumentar as vendas e atrair mais clientes.
- Relacionamento com Clientes: Lojas que oferecem produtos de alta qualidade e que satisfazem seus clientes podem fortalecer sua reputação e fidelizar consumidores.

Fornecedores de Materiais:

- Demanda por Materiais: O sucesso do projeto pode afetar os fornecedores de tecidos, acessórios e outros materiais, aumentando a demanda por produtos específicos.
- Parcerias de Longo Prazo: Bons resultados podem levar a parcerias mais fortes e contínuas entre os fabricantes de roupas e os fornecedores de materiais.

Organizações de Proteção Animal:

- Doações e Parcerias: Algumas organizações de proteção animal podem se beneficiar através de parcerias para a doação de roupas para cães resgatados ou em abrigos, melhorando o bem-estar desses animais.

- Sensibilização: O projeto pode ajudar a sensibilizar o público sobre a importância de cuidar bem dos animais, inclusive em aspectos como vestimenta adequada para determinadas condições climáticas.

Consumidores de Produtos Pet em Geral:

- Expectativas do Mercado: O sucesso do projeto pode influenciar as expectativas de outros consumidores de produtos pet, aumentando a demanda por roupas de alta qualidade, seguras e esteticamente atraentes para animais.

Os resultados do projeto, portanto, terão um impacto abrangente, envolvendo não apenas os consumidores finais, mas também toda a cadeia produtiva e as organizações relacionadas ao bem-estar animal.

4.3 Recursos

Para o projeto de roupa para cachorro, serão necessários os seguintes recursos:

Recursos Financeiros

- Investimento Inicial: Capital para cobrir os custos iniciais de design, prototipagem e produção.
- Custos de Produção: Recursos para aquisição de materiais, fabricação das roupas, e pagamento da equipe.
- Marketing e Publicidade: Orçamento para campanhas de marketing, branding, e promoção do produto.
- Infraestrutura: Financiamento para aluguel de espaço físico, compra de equipamentos de costura e design, e outras necessidades operacionais.
- Pesquisa de Mercado: Recursos para conduzir pesquisas de mercado, analisar concorrência e identificar tendências.
- Contingência: Fundo de reserva para lidar com imprevistos durante o desenvolvimento e lançamento do produto.

Recursos Humanos

- Equipe de Design: Designers de moda especializados em vestuário para pets, responsáveis pela criação e desenvolvimento das peças.
- Costureiros e Artesãos: Profissionais responsáveis pela confecção das roupas, garantindo qualidade e precisão no acabamento.
- Gestor de Projeto: Pessoa responsável por coordenar todas as etapas do projeto, desde o planejamento até a execução e controle.
- Especialistas em Pesquisa de Mercado: Profissionais para realizar pesquisas de mercado, identificar necessidades dos consumidores e tendências de moda pet.

- Equipe de Marketing: Profissionais responsáveis pela criação de estratégias de marketing, branding, e promoção das roupas.
- Equipe de Vendas: Pessoal encarregado de distribuir o produto para pet shops, lojas online e outros canais de venda.
- Consultores Legais: Advogados especializados para garantir que o projeto esteja em conformidade com regulamentações e leis de proteção animal e de direitos do consumidor.

Recursos Materiais

- Tecidos e Materiais de Costura: Matérias-primas como algodão, lã, tecidos impermeáveis, botões, zíperes, velcro e elásticos.
- Equipamentos de Costura: Máquinas de costura, tesouras, linhas, agulhas e outros equipamentos necessários para a confecção das roupas.
- Software de Design: Ferramentas de design gráfico e modelagem para criar os protótipos e padrões das roupas.
- Espaço de Trabalho: Ateliê ou fábrica equipada para a produção das roupas, incluindo áreas para design, costura e armazenamento.
- Embalagens e Etiquetas: Materiais para embalagem do produto final, incluindo etiquetas com informações sobre tamanho, material e cuidados.
- Equipamentos de Marketing: Materiais promocionais, como flyers, banners, e outros itens de publicidade.

Esses recursos são essenciais para garantir o desenvolvimento bem-sucedido do projeto de roupas para cachorro, desde a concepção até a entrega ao consumidor final.

4.4 Cronograma

O tempo necessário para a execução do projeto de roupa para cachorro pode variar dependendo da complexidade e escala do projeto. No entanto, uma estimativa geral pode ser dividida nas seguintes fases:

Planejamento e Pesquisa (4 semanas)

- Definição do Escopo: Estabelecer os objetivos do projeto e as especificações do produto.
- Pesquisa de Mercado: Realizar pesquisas para entender as necessidades dos consumidores, analisar a concorrência e identificar tendências de moda pet.
- Planejamento de Recursos: Identificar e alocar recursos financeiros, humanos e materiais necessários.

Design e Desenvolvimento (6 semanas)

- Criação dos Desenhos: Desenvolver esboços e modelos digitais das roupas.
- Seleção de Materiais: Escolher tecidos e outros materiais adequados para as peças.
- Desenvolvimento de Protótipos: Produzir protótipos para testar o design, conforto e funcionalidade das roupas.

Testes e Ajustes (5 semanas)

- Testes de Produto: Realizar testes com cães de diferentes tamanhos e raças para avaliar o ajuste, conforto e segurança das roupas.
- Coleta de Feedback: Obter feedback de donos de cães e ajustar o design conforme necessário.
- Aperfeiçoamento dos Protótipos: Implementar ajustes e finalizar o design do produto.

Produção e Controle de Qualidade (8 semanas)

- Produção em Larga Escala: Iniciar a produção das roupas em maior quantidade.
- Controle de Qualidade: Inspecionar as peças produzidas para garantir que atendam aos padrões estabelecidos.

Marketing e Lançamento (6 semanas)

- Desenvolvimento de Marca e Embalagem: Criar a identidade visual da marca e desenvolver as embalagens do produto.
- Campanhas de Marketing: Planejar e executar campanhas publicitárias para promover o produto.
- Distribuição e Lançamento: Distribuir as roupas para os canais de venda e realizar o lançamento oficial no mercado.

Monitoramento e Avaliação (6 semanas)

- Monitoramento de Vendas: Acompanhar o desempenho das vendas e a recepção do produto no mercado.
- Avaliação de Feedback: Continuar coletando feedback dos clientes para identificar possíveis melhorias.
- Ajustes Finais: Realizar ajustes no produto ou nas estratégias de marketing, se necessário.

Esse cronograma pode ser ajustado de acordo com as necessidades específicas do projeto, disponibilidade de recursos, e eventuais imprevistos que possam surgir durante o processo.

4.5 Controles

No desenvolvimento do projeto de roupa para cachorro, é essencial implementar itens de controle para garantir que o projeto seja executado de maneira eficaz, dentro dos padrões de qualidade esperados, e conforme o cronograma e orçamento planejados. Abaixo estão os principais itens de controle que precisarão ser monitorados:

Qualidade dos Processos

- **Padrões de Qualidade:** Garantir que cada fase do projeto, desde o design até a produção, siga padrões de qualidade estabelecidos. Isso inclui o controle de materiais, acabamento das roupas, e conformidade com especificações técnicas.
- **Controle de Protótipos:** Avaliar a qualidade dos protótipos produzidos, verificando o ajuste, conforto, durabilidade e segurança das roupas.

Inspeção de Produção: Implementar inspeções regulares durante a produção para garantir que os produtos mantenham a qualidade desejada.

Custos

- **Orçamento Global:** Monitorar o cumprimento do orçamento do projeto, garantindo que os custos não ultrapassem o previsto para cada fase.
- **Custo dos Materiais:** Controlar os custos de aquisição de materiais, buscando equilibrar qualidade e preço, e evitando desperdícios.
- **Despesas Operacionais:** Manter o controle sobre despesas operacionais, como mão de obra, aluguel de espaço, e despesas com marketing.

Desempenho da Equipe

- **Produtividade da Equipe:** Acompanhar o desempenho dos membros da equipe em termos de produtividade e cumprimento de prazos.
- **Comunicação e Colaboração:** Controlar a eficácia da comunicação interna e a colaboração entre os diferentes departamentos (design, produção, marketing).
- **Satisfação da Equipe:** Avaliar a motivação e satisfação dos profissionais envolvidos, garantindo um ambiente de trabalho saudável e produtivo.

Cronograma e Prazos

- Cumprimento do Cronograma: Monitorar o progresso do projeto em relação ao cronograma estabelecido, identificando e corrigindo atrasos ou gargalos.
- Prazos de Entrega: Controlar o cumprimento dos prazos para cada etapa do projeto, desde o design até a distribuição das roupas.

Gestão de Riscos

- Identificação de Riscos: Monitorar e identificar riscos potenciais que possam afetar o projeto, como atrasos na entrega de materiais, problemas técnicos, ou mudanças no mercado.
- Plano de Contingência: Implementar ações corretivas quando riscos forem identificados, mitigando impactos negativos no projeto.

Feedback e Satisfação do Cliente

- Coleta de Feedback: Controlar a coleta de feedback dos consumidores durante as fases de teste e após o lançamento, utilizando as informações para melhorias contínuas.
- Ajustes Baseados em Feedback: Monitorar e implementar ajustes no produto ou nas estratégias de marketing conforme necessário, com base no feedback dos clientes.

Sustentabilidade e Ética

- Responsabilidade Ambiental: Controlar o uso de materiais e processos que minimizem o impacto ambiental, garantindo que o projeto siga práticas sustentáveis.
- Conformidade Legal e Ética: Assegurar que todos os aspectos do projeto estejam em conformidade com as leis e regulamentos aplicáveis, especialmente em relação ao bem-estar animal e aos direitos dos consumidores.

Desempenho das Vendas

- Monitoramento de Vendas: Controlar o desempenho das vendas após o lançamento do produto, analisando a aceitação do mercado e ajustando estratégias conforme necessário.
- Retorno sobre Investimento (ROI): Avaliar o retorno financeiro do projeto em relação aos investimentos realizados, garantindo a viabilidade econômica.

Esses itens de controle são fundamentais para garantir o sucesso do projeto de roupa para cachorro, permitindo ajustes em tempo real e assegurando que os objetivos sejam atingidos com eficiência e dentro dos parâmetros estabelecidos.

4.6 Riscos

No projeto de roupas para cachorro, é importante identificar e gerenciar os riscos que podem ameaçar o sucesso do empreendimento. Abaixo estão os principais riscos e as medidas preventivas que podem ser adotadas:

Risco de Falhas no Design

- O que pode dar errado: O design das roupas pode não atender às expectativas dos consumidores ou não ser funcional para os cães, resultando em produtos que não se ajustam bem, causam desconforto ou são difíceis de vestir.
- Prevenção:
- Pesquisa de Mercado: Realizar pesquisas detalhadas com donos de cães para entender suas necessidades e preferências antes de iniciar o design.
- Testes de Protótipos: Desenvolver e testar protótipos com uma variedade de raças e tamanhos de cães para garantir que o design seja confortável e prático.
- Iterações de Design: Fazer ajustes no design com base no feedback recebido durante a fase de testes.

Risco de Qualidade dos Materiais

- O que pode dar errado: Materiais de baixa qualidade podem resultar em roupas desconfortáveis, que irritam a pele dos cães ou que se desgastam rapidamente, prejudicando a reputação do produto.
- Prevenção:
- Seleção Cuidadosa de Materiais: Escolher fornecedores confiáveis e testar amostras de materiais antes da produção em larga escala.
- Controle de Qualidade: Implementar processos rigorosos de controle de qualidade durante a produção para assegurar que os materiais utilizados estejam em conformidade com os padrões desejados.

Risco de Atrasos no Cronograma

- O que pode dar errado: Atrasos na entrega de materiais, produção ou outros processos podem comprometer o cronograma do projeto, resultando em lançamento tardio ou custos adicionais.
- Prevenção:
- Planejamento Realista: Criar um cronograma realista que considere possíveis atrasos e inclua margens de tempo para imprevistos.

- Gerenciamento de Fornecedores: Manter uma comunicação eficaz e constante com fornecedores para monitorar prazos de entrega e resolver problemas rapidamente.
- Monitoramento de Progresso: Acompanhar regularmente o progresso do projeto para identificar e resolver possíveis atrasos precocemente.

Risco Financeiro

- O que pode dar errado: Estouro de orçamento devido a custos inesperados ou subestimação dos recursos necessários, o que pode comprometer a viabilidade financeira do projeto.

Prevenção:

- Orçamento Detalhado: Desenvolver um orçamento detalhado que contemple todos os custos potenciais, incluindo uma reserva para imprevistos.
- Monitoramento de Custos: Controlar rigorosamente os gastos durante todas as fases do projeto para evitar desvios significativos.
- Análise de ROI: Realizar análises contínuas do retorno sobre o investimento (ROI) para garantir que o projeto permaneça financeiramente viável.

Risco de Falta de Aceitação no Mercado

- O que pode dar errado: O produto pode não ser bem recebido pelos consumidores, resultando em vendas baixas e prejuízos financeiros.

Prevenção:

- Pesquisa de Mercado Prévia: Investir em pesquisa de mercado antes de lançar o produto para assegurar que ele atende a uma demanda real.
- Marketing Eficaz: Desenvolver uma estratégia de marketing sólida que destaque os diferenciais do produto e atinja o público-alvo de forma eficaz.
- Lançamento Piloto: Considerar o lançamento de uma edição limitada ou piloto para testar a aceitação do mercado antes de investir em uma produção em larga escala.

Risco de Problemas Legais e Regulatórios

- O que pode dar errado: O projeto pode enfrentar problemas legais relacionados à segurança do produto, conformidade com regulamentações de bem-estar animal ou direitos de propriedade intelectual.

Prevenção:

- Conformidade Regulatória: Assegurar que todas as etapas do projeto, desde o design até a produção e comercialização, estejam em conformidade com as leis e regulamentações aplicáveis.

- Consultoria Jurídica: Consultar advogados especializados para revisar contratos, garantir que as marcas e designs estejam protegidos, e que os produtos atendam aos padrões de segurança exigidos.

Risco de Problemas de Distribuição e Logística

- O que pode dar errado: Problemas na distribuição e logística podem levar a atrasos na entrega do produto aos consumidores ou a problemas de estoque.

Prevenção:

- Planejamento Logístico: Desenvolver um plano logístico detalhado que inclua fornecedores, transporte, armazenamento e canais de distribuição.
- Parcerias Sólidas: Estabelecer parcerias confiáveis com distribuidores e transportadoras para assegurar que o produto chegue ao mercado conforme o planejado.

4.7 Lista das Atividades (Agenda 3)

a) Pesquisa de Mercado

Duração: 4 semanas

b) Desenvolvimento do Design

Duração: 2 semanas

c) Seleção de Materiais

Duração: 2 semanas

d) Desenvolvimento de Protótipos

Duração: 2 semanas

e) Teste de Qualidade e Ajustes

Duração: 5 semanas

f) Produção

Duração: 8 semanas

g) Marketing

Duração: 6 semanas

h) Distribuição e Vendas**Duração: 4 semanas****i) Avaliação e Feedback****Duração: 2 semanas**

4.8 Processo de Comunicação no Projeto de Roupa para Cachorro

1. Comunicação Interna

- Reuniões Semanais: Realização de reuniões regulares com a equipe de desenvolvimento para atualização do status do projeto, discussão de desafios e planejamento das próximas etapas.
- Plataforma de Comunicação: Utilização de ferramentas como Slack ou Microsoft Teams para comunicação diária e rápida resolução de problemas.
- Documentação Compartilhada: Uso de plataformas como Google Drive ou SharePoint para compartilhar documentos, atualizações de progresso e registros das reuniões.

2. Interação com Fornecedores

- Comunicação Formal: Contato com fornecedores de materiais através de e-mails ou reuniões agendadas para discutir especificações, prazos de entrega e qualidade dos insumos.
- Negociação e Ajustes: Reuniões esporádicas para negociação de preços e ajuste de contratos, conforme necessário.

3. Envolvimento dos Clientes

- Pesquisa de Satisfação: Coleta de feedback dos clientes através de questionários ou plataformas de e-commerce após o lançamento do produto.
- Canal de Atendimento: Disponibilização de um canal direto de comunicação para clientes, como um e-mail ou chat, para tirar dúvidas e resolver problemas.

4. Relatórios para Stakeholders

- Relatórios Mensais: Envio de relatórios de progresso para stakeholders principais, como investidores ou parceiros estratégicos, destacando o andamento do projeto, desafios e conquistas.
- Apresentações Periódicas: Realização de apresentações trimestrais para revisar o progresso do projeto e alinhar expectativas.

4.9 Aquisições

1. Materiais e Insumos

- Tecidos: Diferentes tipos de tecidos como algodão, lã, tecido impermeável.
- Fios e Linhas: Linhas de costura adequadas para os materiais escolhidos.
- Acessórios: Zíperes, botões, velcros, elásticos, etiquetas, e outros itens necessários para acabamento.
- Enchimento: Materiais como espuma ou manta acrílica, se forem necessários para conforto ou isolamento térmico.

2. Equipamentos e Ferramentas

- Máquinas de Costura: Máquinas específicas para diferentes tipos de costura, como costura reta, overlock.
- Ferramentas de Corte: Tesouras, cortadores rotativos, régua, e mesas de corte.
- Moldes e Gabaritos: Ferramentas para criar e reproduzir moldes com precisão.

3. Serviços Terceirizados

- Consultoria de Design: Serviços de profissionais especializados em design de moda ou de produtos.
- Protótipos e Amostras: Contratação de empresas ou profissionais para confeccionar protótipos.
- Fotografia e Marketing: Serviços de fotografia profissional e criação de material de marketing.
-

4. Embalagens e Etiquetas

- Embalagens: Caixas, sacolas, ou outros tipos de embalagens para a apresentação e proteção das roupas.
- Etiquetas: Impressão de etiquetas de marca, de cuidados de lavagem e composição dos produtos.

5. Logística

- Armazenamento: Aluguel de espaço para armazenamento de materiais e produtos acabados.
- Transporte: Contratação de serviços de transporte para a distribuição dos produtos.

4.10 Custos

1. Pesquisa de Mercado

- Custo Estimado: R\$ 500,00
- Itens: Pesquisa de tendências, análise da concorrência, entrevistas com clientes potenciais.

2. Desenvolvimento do Design

- Custo Estimado: R\$ 300,00
- Itens: Criação de esboços.

3. Seleção de Materiais

- Custo Estimado: R\$ 700,00
- Itens: Aquisição de amostras de tecidos e acessórios, testes de qualidade.

4. Desenvolvimento de Protótipos

- Custo Estimado: R\$ 1.000,00
- Itens: Confeção de amostras iniciais, ajustes e testes de fit.

5. Teste de Qualidade e Ajustes

- Custo Estimado: R\$ 600,00
- Itens: Avaliação de resistência, conforto e segurança, realização de ajustes.

6. Produção em Massa

- Custo Estimado: R\$ 1.200,00
- Itens: Produção de uma pequena quantidade de roupas, controle de qualidade.

7. Estratégia de Marketing

- Custo Estimado: R\$ 800,00
- Itens: Desenvolvimento de branding, campanhas de marketing, design de identidade visual.

8. Distribuição e Vendas

- Custo Estimado: R\$ 400,00
- Itens: Planejamento e execução do lançamento, logística de distribuição.

9. Avaliação e Feedback

- Custo Estimado: R\$ 400,00
- Itens: Coleta de feedback, suporte ao cliente, melhorias contínuas.

Orçamento Total Estimado: R\$ 5.900,00

5 Plano do Projeto (Agenda 4)

5.1 Pesquisa de Mercado

Atividades:

- Analisar tendências atuais de moda pet.
- Identificar necessidades e preferências dos clientes.
- Estudar a concorrência e os produtos existentes no mercado.
- Realizar pesquisas com donos de pets para coletar feedback.

Recursos Necessários:

- Pesquisa de mercado.
- Ferramentas de pesquisa online (exemplo: Google Forms).
- Pesquisa de relatórios e dados de mercado.

Como Fazer:

- Coleta de Dados Primários: Desenvolver e distribuir questionários online e entrevistas com donos de pets para entender suas preferências e necessidades específicas em relação a roupas para cachorros.
- Análise de Dados Secundários: Revisar estudos de mercado existentes, relatórios de tendências e estatísticas do setor pet.
- Análise da Concorrência: Estudar produtos oferecidos por concorrentes, avaliando pontos fortes e fracos, preços, materiais usados e estratégias de marketing.
- Identificação de Nichos: Descobrir segmentos de mercado pouco explorados ou demandas específicas que não estão sendo atendidas adequadamente.

Conhecimentos:

- Técnicas de pesquisa qualitativa e quantitativa.
- Análise de dados estatísticos.
- Compreensão do mercado pet e tendências de consumo.

Habilidades:

- Comunicação eficaz.
- Pensamento analítico e crítico.
- Capacidade de interpretar e apresentar dados de forma clara.

5.2 Desenvolvimento do Design

Atividades:

- Criação de esboços e modelos iniciais.
- Seleção de estilos, cores e padrões.
- Desenvolvimento de designs funcionais e confortáveis para diferentes raças e tamanhos.
- Revisão e refinamento dos designs baseados em feedback.

Recursos Necessários:

- Designers de moda especializados ou com experiência em roupas para animais.
- Materiais de desenho (papel, lápis, etc.).
- Espaço de trabalho criativo.

Como Fazer:

- Brainstorming Criativo: Reunir a equipe para gerar ideias inovadoras que combinam funcionalidade e estética.
- Desenhos e Esboços: Elaborar desenhos detalhados dos modelos de roupas, considerando diferentes tamanhos e adaptações para diversas raças.
- Feedback Iterativo: Apresentar os designs preliminares a um grupo focal para obter feedback e fazer os ajustes necessários.

Conhecimentos:

- Princípios de design de moda.
- Anatomia e comportamento canino.
- Tendências atuais de moda e estilo.

Habilidades:

- Criatividade e inovação.

- Atenção aos detalhes e senso estético apurado.

5.3 Seleção de Materiais

Atividades:

- Identificar tecidos e materiais adequados (confortáveis, duráveis e seguros para animais).
- Avaliar custos e disponibilidade dos materiais.
- Testar materiais quanto à resistência e conforto.

Recursos Necessários:

- Rede de fornecedores confiáveis.
- Orçamento para aquisição de materiais.

Como Fazer:

- Pesquisa de Materiais: Identificar e catalogar diferentes tipos de tecidos e materiais que sejam adequados para animais, priorizando conforto, durabilidade e segurança.
- Testes de Qualidade: Realizar testes de resistência, lavabilidade e conforto dos materiais selecionados.
- Análise de Custos: Comparar os custos dos materiais em relação ao orçamento disponível e à qualidade desejada.
- Escolha Final: Selecionar os materiais que melhor equilibram qualidade, funcionalidade e custo-benefício.

Conhecimentos:

- Normas de segurança e conforto para produtos pet.
- Mercado de fornecedores e cadeia de suprimentos.

Habilidades:

- Negociação e avaliação de fornecedores.
- Avaliação técnica de materiais.
- Gestão de custos e orçamento.

5.4 Desenvolvimento de Protótipos

Atividades:

- Produção de modelos iniciais baseados nos designs aprovados.

- Ajustes e modificações conforme necessário após testes iniciais.
- Garantir que os protótipos atendam aos padrões de qualidade e funcionalidade.

Recursos Necessários:

- Costureiros(as) ou modelistas experientes.
- Equipamentos de costura e produção.
- Materiais selecionados previamente.
- Espaço de ateliê ou oficina.

Como Fazer:

- Criação de Moldes: Desenvolver moldes baseados nos designs aprovados, adaptando-os para diferentes tamanhos e formas caninas.
- Costura Inicial: Produzir as primeiras peças usando os materiais selecionados, seguindo os padrões estabelecidos.
- Revisão Detalhada: Inspecionar os protótipos quanto a acabamento, ajuste e conformidade com o design original.
- Documentação: Registrar todo o processo de criação dos protótipos, incluindo ajustes e modificações realizadas, para referência futura.

Conhecimentos:

- Técnicas de costura e modelagem.
- Processos de prototipagem rápida.
- Padrões de qualidade na confecção têxtil.

Habilidades:

- Habilidade manual e precisão técnica.
- Resolução de problemas e adaptações rápidas.
- Documentação e registro de processos.

5.5 Testes e Ajustes

Atividades:

- Testar os protótipos em diferentes cachorros para avaliar o ajuste e conforto.

- Coletar feedback dos donos e observar a mobilidade e reação dos animais.
- Identificar e implementar ajustes necessários nos designs ou materiais.

Recursos Necessários:

- Voluntários com cachorros de diversas raças e tamanhos.
- Equipe para conduzir e supervisionar os testes.
- Documentação para registrar feedback e observações.

Como Fazer:

- Seleção de Participantes: Recrutar donos de cachorros dispostos a participar dos testes, garantindo variedade de raças e tamanhos.
- Sessões de Prova: Organizar eventos onde os protótipos são experimentados pelos animais, observando ajuste, conforto e mobilidade.
- Coleta de Feedback: Entrevistar os donos para obter opiniões sobre usabilidade, estilo e possíveis melhorias.
- Análise dos Resultados: Compilar e analisar o feedback para identificar padrões e áreas que necessitam de ajustes.
- Implementação de Melhorias: Realizar as modificações necessárias nos designs e materiais conforme indicado pelos resultados dos testes.

Conhecimentos:

- Métodos de teste de produtos.
- Comportamento animal e bem-estar.
- Técnicas de coleta e análise de feedback.

Habilidades:

- Observação e interpretação de comportamentos.
- Empatia e comunicação com donos de pets.
- Flexibilidade para implementar mudanças conforme necessário.

5.6 Produção em Massa

Atividades:

- Planejamento da linha de produção e logística.
- Fabricação das peças em grandes quantidades.
- Implementação de controle de qualidade em todas as etapas.

Recursos Necessários:

- Fábrica ou parceria com manufaturas têxteis.
- Mão de obra qualificada.
- Equipamentos industriais de costura e acabamento.
- Sistema de controle de qualidade.

Como Fazer:

- Planejamento da Produção: Definir cronogramas, quantidades e sequências de produção, garantindo eficiência e cumprimento de prazos.
- Configuração da Linha de Produção: Estabelecer processos padronizados para corte, costura e acabamento das peças.
- Treinamento da Equipe: Garantir que todos os envolvidos na produção compreendam os padrões de qualidade e procedimentos operacionais.
- Controle de Qualidade Contínuo: Implementar checkpoints em diferentes etapas da produção para assegurar consistência e qualidade das peças.
- Gerenciamento de Estoque: Monitorar a produção e o armazenamento para manter níveis adequados de inventário e evitar desperdícios.

Conhecimentos:

- Processos industriais de manufatura têxtil.
- Gestão de produção e logística.
- Sistemas de controle de qualidade.

Habilidades:

- Planejamento e organização.
- Liderança e gestão de equipes.
- Otimização de processos e eficiência operacional.

5.7 Marketing e Publicidade

Atividades:

- Desenvolvimento de estratégia de marketing (online e offline).
- Criação de conteúdo promocional (fotos, vídeos, descrições de produtos).
- Lançamento de campanhas publicitárias em redes sociais, websites e outros meios.
- Participação em feiras e eventos do segmento pet.

Recursos Necessários:

- Equipe de marketing e publicidade.
- Orçamento para campanhas promocionais.
- Fotógrafos e designers gráficos.
- Plataformas de publicidade e canais de distribuição.

Como Fazer:

- Desenvolvimento de Marca: Criar uma identidade de marca forte, incluindo logo, paleta de cores e voz da marca que ressoe com o público-alvo.
- Estratégia de Conteúdo: Planejar e produzir conteúdo atraente para diferentes plataformas, destacando os diferenciais e benefícios dos produtos.
- Campanhas Publicitárias: Lançar campanhas direcionadas em redes sociais, motores de busca e mídias tradicionais, utilizando anúncios pagos e orgânicos.
- Parcerias Estratégicas: Colaborar com influenciadores, lojas de pets e veterinários para aumentar a visibilidade e credibilidade da marca.
- Participação em Eventos: Expor os produtos em feiras e eventos do setor pet para interagir diretamente com potenciais clientes e obter feedback imediato.

Conhecimentos:

- Estratégias de marketing digital e tradicional.
- Comportamento do consumidor e segmentação de mercado.

Habilidades:

- Criatividade na criação de campanhas.
- Análise de métricas e desempenho de marketing.

- Comunicação persuasiva e storytelling.

5.8 Distribuição e Vendas

Atividades:

- Estabelecimento de canais de venda (lojas físicas, online, parceiros comerciais).
- Gerenciamento de estoque e logística de entrega.
- Atendimento ao cliente e suporte pós-venda.

Recursos Necessários:

- Plataforma de e-commerce ou parcerias com lojas existentes.
- Sistema de gerenciamento de estoque.
- Equipe de vendas e suporte ao cliente.
- Infraestrutura logística (armazenamento, transporte).

Como Fazer:

- Estabelecimento de Canais de Venda: Criar uma loja online funcional e intuitiva, além de considerar parcerias com varejistas e marketplaces.
- Logística de Entrega: Firmar acordos com empresas de transporte confiáveis para garantir entregas rápidas e seguras.
- Políticas de Atendimento: Definir políticas claras de atendimento ao cliente, incluindo devoluções, trocas e suporte pós-venda.
- Monitoramento de Vendas: Utilizar sistemas de gerenciamento para acompanhar desempenho de vendas, identificar tendências e ajustar estratégias conforme necessário.

Conhecimentos:

- Estratégias de vendas e negociação.
- Gestão de estoque e logística.
- Atendimento ao cliente e experiência do usuário.

Habilidades:

- Negociação e construção de relacionamentos.

- Gestão de plataformas de e-commerce.
- Resolução de conflitos e suporte ao cliente.

5.9 Avaliação e Feedback

Atividades:

- Coleta de feedback dos clientes sobre os produtos.
- Análise de vendas e desempenho no mercado.
- Identificação de áreas para melhoria e desenvolvimento futuro.

Recursos Necessários:

- Ferramentas de análise de dados.
- Equipe de relacionamento com o cliente.
- Sistemas de gerenciamento de feedback e avaliações.

Como Fazer:

- Coleta de Dados: Implementar mecanismos para receber feedback dos clientes, como avaliações online e pesquisas de satisfação.
- Análise de Desempenho: Utilizar ferramentas analíticas para interpretar dados de vendas, engajamento e satisfação do cliente.
- Relatórios Periódicos: Produzir relatórios detalhados que informem sobre o desempenho geral do produto e áreas de melhoria.
- Ações de Melhoria Contínua: Desenvolver planos de ação baseados nas análises para aprimorar produtos existentes e orientar o desenvolvimento de novas linhas.

Conhecimentos:

- Métodos de pesquisa de satisfação do cliente.
- Análise de dados e métricas de desempenho.
- Planejamento estratégico para melhorias contínuas.

Habilidades:

- Interpretação de dados e tomada de decisão baseada em evidências.
- Comunicação clara de resultados e planos de ação.

- Adaptabilidade e proatividade na implementação de melhorias.

6 Controle de Mudanças e Documentação de Modificações no Projeto (Agenda 4)

6.1 Formulário de Solicitação de Mudança

Formulário de Solicitação de Mudança (FSM): Criar um documento padrão onde todas as solicitações de mudanças serão registradas. O FSM deve incluir:

- Descrição detalhada da mudança proposta.
- Razões e justificativas para a mudança.
- Impacto esperado em termos de custo, tempo, recursos e qualidade.
- Avaliação dos riscos associados.
- Aprovações necessárias (quem deve autorizar a mudança).

6.2 Fluxo de Trabalho para Mudanças

- **Identificação da Necessidade de Mudança:** Qualquer membro da equipe ou parte interessada pode identificar a necessidade de uma mudança durante a execução do projeto.
- **Submissão da Solicitação:** A mudança proposta é formalmente registrada através do FSM e submetida ao gerente do projeto ou comitê de mudanças.

6.3 Avaliação da Mudança

- **Análise de Impacto:** Avaliar como a mudança afetará o escopo, cronograma, custo e qualidade do projeto.
- **Avaliação de Viabilidade:** Determinar se a mudança é viável e benéfica para o projeto.

- Consultas Necessárias: Envolver especialistas ou partes interessadas relevantes para fornecer insights adicionais.
- Decisão: O gerente do projeto ou comitê responsável decide aprovar, rejeitar ou solicitar mais informações sobre a mudança proposta.

6.4 Implementação da Mudança

- Planejamento da Implementação: Desenvolver um plano detalhado de como a mudança será implementada, incluindo tarefas, responsáveis e cronograma.
- Execução: Realizar as atividades necessárias para efetivar a mudança conforme o plano.
- Atualização da Documentação: Todas as documentações do projeto (planos, cronogramas, orçamentos, etc.) devem ser atualizadas para refletir a mudança.

6.5 Comunicação da Mudança

- Informar as Partes Interessadas: Comunicar de forma clara e oportuna a todas as partes relevantes sobre a mudança, seu impacto e quaisquer novas responsabilidades ou expectativas.
- Treinamento ou Orientação: Se necessário, fornecer treinamento ou orientação adicional para garantir que a equipe compreenda e adapte-se à mudança.

6.6 Monitoramento e Revisão

- Acompanhamento: Monitorar a implementação da mudança para garantir que os objetivos sejam alcançados conforme o esperado.
- Revisão Pós-Implementação: Avaliar o resultado da mudança e documentar lições aprendidas para futuros projetos ou modificações.

7 Estrutura Analítica do Projeto (Agenda 5)

7.1 Item Pai: Pesquisa de Mercado

Itens filhos:

- Desenvolver um questionário
- Distribuir o questionário para donos de pets
- Pesquisas estudos de mercados
- Analisar os estudos de mercados
- Pesquisar produtos de concorrentes
- Analisar os produtos de concorrentes
- Observar algum nicho não atendido

7.2 Item Pai: Desenvolvimento do Design

Itens filhos:

- Criar modelos iniciais
- Escolher um padrão
- Melhorar os modelos com base na pesquisa

7.3 Item Pai: Seleção de Materiais

Itens filhos:

- Escolher os tecidos
- Avaliar o custo
- Avaliar o lead time de entrega
- Testar os tecidos escolhidos

7.4 Item Pai: Desenvolvimento de Protótipos

Itens filhos:

- Produzir os primeiros modelos
- Ajustar conforme necessidade
- Controlar a qualidade

7.5 Item Pai: Testes e Ajustes

Itens filhos:

- Testar os primeiros modelos
- Coletar as informações sobre os primeiros modelos com os donos dos cachorros que utilizaram os primeiros modelos de teste
- Avaliar os ajustes que podem ser feitos

7.6 Item Pai: Produção em massa

Itens filhos:

- Planejar a produção
- Planejar a entrega
- Produzir
- Fazer o controle de qualidade
- Entregar

7.7 Item Pai: Marketing e Publicidade

Itens filhos:

- Planejar os temas e datas das campanhas online e offline
- Criar os conteúdos para as campanhas

- Divulgar o conteúdo

7.8 Item Pai: Distribuição e Vendas

Itens filhos:

- Estabelecer os locais de venda
- Gerenciar o estoque
- Gerenciar a entrega

7.9 Item Pai: Avaliação e Feedback

Itens filhos:

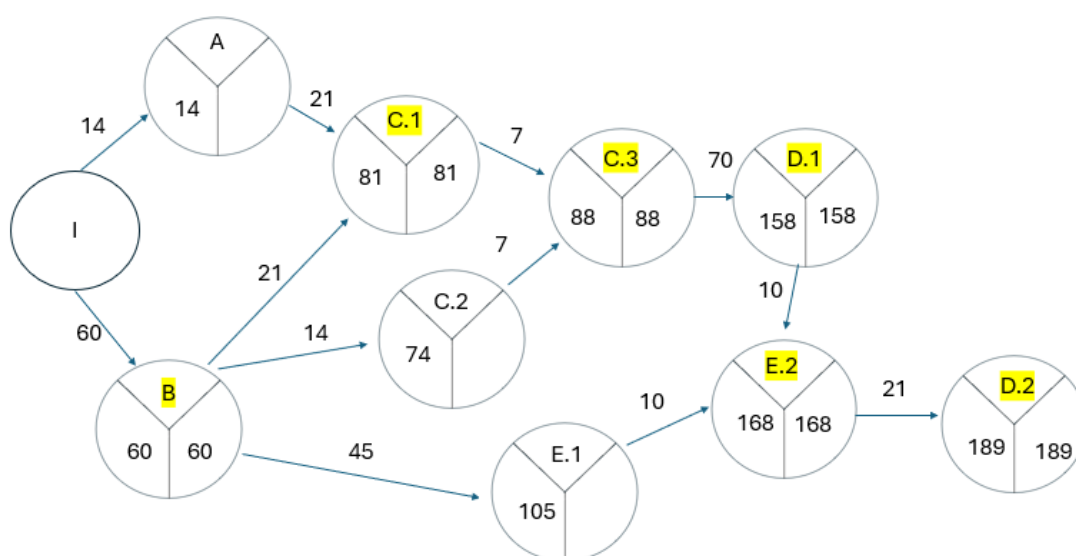
- Entrar em contato com os clientes para saber o que acharam do produto
- Analisar as vendas: qual produto mais vendido e qual menos vendido
- Analisar o que pode ser feito com mais qualidade

8 Diagrama de Redes – 1ª fase (Agenda 6)

Segue abaixo exemplo de EAP – Estrutura Analítica do Projeto:

	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

Abaixo o diagrama de redes da primeira fase do projeto (EAP – Estrutura Analítica do Projeto):



Os caminhos críticos estão destacados em amarelo.

9 Gráfico de Gantt (Agenda 7)

Segue abaixo a EAP – Estrutura Analítica do Projeto:

Sequência	Atividade	Duração (semanas)	Dependência
A	Pesquisa de Mercado	4	-
B	Desenvolvimento do Design	2	-
C	Seleção de Materiais	2	-
D	Desenvolvimento de Protótipos	2	-
E	Testes e Ajustes	5	-
F	Produção em Massa	8	-
G	Marketing e Publicidade	6	-
H	Distribuição e Vendas	4	-
I	Avaliação e Feedback	2	-

Segue abaixo o Gráfico de Gantt:

Atividade	Duração (em semanas)	Status	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
Pesquisa de Mercado	4	Planejado																																			
		Realizado																																			
Desenvolvimento do Design	2	Planejado																																			
		Realizado																																			
Seleção de Materiais	2	Planejado																																			
		Realizado																																			
Desenvolvimento de Protótipos	2	Planejado																																			
		Realizado																																			
Testes e Ajustes	5	Planejado																																			
		Realizado																																			
Produção em Massa	8	Planejado																																			
		Realizado																																			
Marketing e Publicidade	6	Planejado																																			
		Realizado																																			
Distribuição e Vendas	4	Planejado																																			
		Realizado																																			
Avaliação e Feedback	2	Planejado																																			
		Realizado																																			

Legenda:

	Atividade Crítica Planejada
	Atividade Não Crítica Planejada
	Atividade Realizada

10 Os recursos necessários à execução de um projeto (Agenda 8)

10.1 Pesquisa de Mercado

Profissional:

- Analista de pesquisa de mercado – Para conduzir a coleta análise de dados.

Conhecimentos:

- Técnicas de pesquisa qualitativa e quantitativa.
- Análise de dados estatísticos.
- Compreensão do mercado pet e tendências de consumo.

Perfil:

- Formação: Preferencialmente em marketing, administração, economia ou estatística.
- Habilidades analíticas: Capacidade de coletar, interpretar e transformar dados em insights estratégicos.
- Conhecimento de ferramentas: Experiência com softwares de análise de dados, como Excel, SPSS ou Google Analytics.
- Técnicas de pesquisa: Domínio de métodos qualitativos e quantitativos de pesquisa.
- Comunicação: Habilidade para apresentar relatórios claros e insights acionáveis para as equipes.
- Perfil investigativo: Interesse em entender comportamentos de consumo e tendências de mercado.

10.2 Desenvolvimento do Design

Profissional:

- Designer de moda com experiência ou interesse em roupas para animais, especialmente cães.

Conhecimentos:

- Princípios de design de moda.
- Anatomia e comportamento canino.
- Tendências atuais de moda e estilo.

Perfil:

- Formação: Design de moda, com foco em produtos para animais ou áreas similares.
- Conhecimento em ergonomia animal: Entendimento da anatomia canina para criar peças funcionais e confortáveis.
- Criatividade e inovação: Capacidade de desenvolver roupas que combinem estilo e praticidade.
- Conhecimento de tendências: Atualização constante sobre moda pet e design funcional.
- Habilidades técnicas: Domínio de softwares de design (CAD, Illustrator) e técnicas de costura.

10.3 Seleção de Materiais

Profissional:

- Especialista em desenvolvimento de produto têxtil ou engenheiro de materiais.

Conhecimentos:

- Normas de segurança e conforto para produtos pet.
- Mercado de fornecedores e cadeia de suprimentos.

Perfil:

- Formação: Engenharia têxtil, design de moda ou áreas afins.
- Conhecimento técnico: Familiaridade com tecidos, normas de segurança e testes de resistência.
- Habilidades de negociação: Capacidade de avaliar e negociar com fornecedores.
- Experiência em gestão de custos: Análise de custo-benefício dos materiais.
- Foco em funcionalidade: Capacidade de selecionar materiais confortáveis e duráveis para pets.

10.4 Desenvolvimento de Protótipos

Profissional:

- Costureiro(a) especializado em prototipagem têxtil.

Conhecimentos:

- Técnicas de costura e modelagem.
- Processos de prototipagem rápida.
- Padrões de qualidade na confecção têxtil.

Perfil:

- Formação: Técnico em modelagem, corte e costura, ou design de moda.
- Conhecimentos técnicos: Habilidades avançadas em criação de moldes, técnicas de costura e acabamento.
- Experiência em prototipagem: Capacidade de ajustar rapidamente peças para atingir a funcionalidade e o design esperado.
- Habilidades manuais: Precisão na produção e ajustes dos protótipos.
- Atenção aos detalhes: Garantir conformidade com padrões de qualidade e conforto.

10.5 Testes e Ajustes

Profissional:

- Coordenador de testes de produtos pet.

Conhecimentos:

- Métodos de teste de produtos.
- Comportamento animal e bem-estar.
- Técnicas de coleta e análise de feedback.

Perfil:

- Formação: Zootecnista, veterinário ou designer de produtos pet.
- Conhecimento em comportamento animal: Capacidade de avaliar o conforto e mobilidade dos pets durante os testes.
- Habilidades de observação: Detectar problemas de ajuste e comportamento.

- Comunicação: Coletar e analisar feedback dos donos de pets.
- Flexibilidade: Implementar ajustes nos produtos conforme as reações dos animais e o feedback obtido.

10.6 Produção em Massa

Profissional:

- Gerente de produção têxtil

Conhecimentos:

- Processos industriais de manufatura têxtil.
- Gestão de produção e logística.
- Sistemas de controle de qualidade.

Perfil:

- Formação: Engenharia de produção, gestão industrial ou áreas afins.
- Conhecimentos técnicos: Expertise em processos de manufatura têxtil, controle de qualidade e logística.
- Habilidades organizacionais: Planejamento de cronogramas, coordenação de equipes e otimização da produção.
- Gestão de qualidade: Implementação de sistemas de controle rigorosos para garantir consistência.
- Experiência em gestão de operações: Supervisão da linha de produção e gerenciamento de estoque de forma eficiente e econômica.

10.7 Marketing e Publicidade

Profissional:

- Especialista em marketing digital.

Conhecimentos:

- Processos industriais de manufatura têxtil.
- Gestão de produção e logística.
- Sistemas de controle de qualidade.

Perfil:

- Formação: Marketing, publicidade, comunicação social ou áreas relacionadas.
- Conhecimentos: Estratégias de marketing digital (SEO, redes sociais) e tradicional, análise de mercado, segmentação e comportamento do consumidor.
- Habilidades criativas: Criação de campanhas e conteúdo visual atraente.
- Capacidade analítica: Análise de métricas de desempenho para otimizar campanhas.
- Experiência em branding: Desenvolvimento de identidade de marca e storytelling envolvente.

10.8 Distribuição e Vendas

Profissional:

- Gerente de logística e vendas.

Conhecimentos:

- Estratégias de vendas e negociação.
- Gestão de estoque e logística.
- Atendimento ao cliente e experiência do usuário.

Perfil:

- Formação: Administração, logística, marketing ou áreas afins.
- Conhecimentos: Gestão de canais de venda, plataformas de e-commerce, controle de estoque e logística de distribuição.
- Habilidades de negociação: Estabelecer parcerias com varejistas e marketplaces.
- Capacidade organizacional: Gestão de estoques e coordenação de entregas.
- Atendimento ao cliente: Habilidade em resolver problemas e fornecer suporte pós-venda eficaz.

10.9 Avaliação e Feedback

Profissional:

- Analista de experiência do cliente.

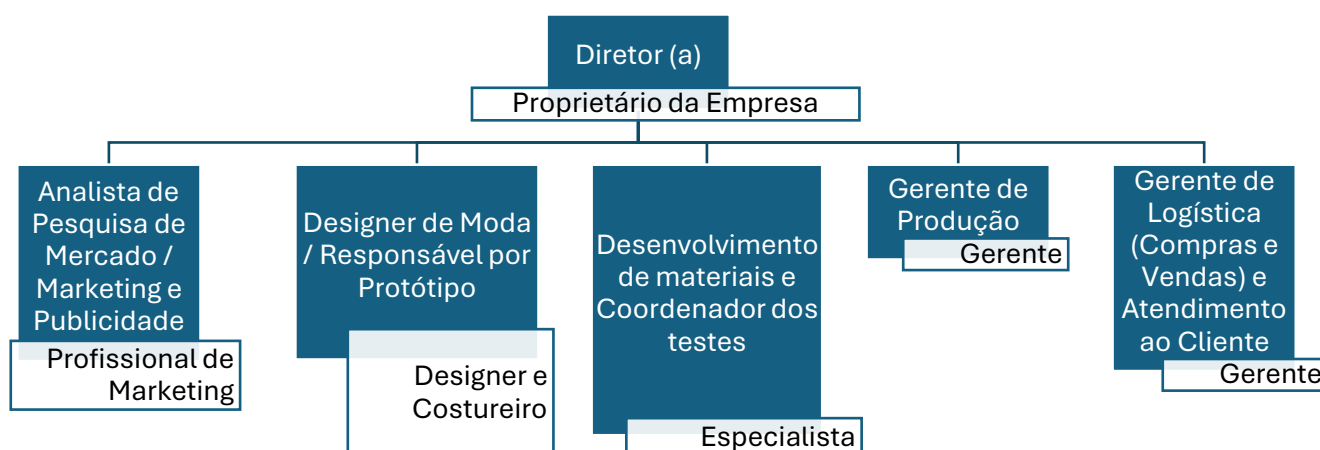
Conhecimentos:

- Métodos de pesquisa de satisfação do cliente.
- Análise de dados e métricas de desempenho.
- Planejamento estratégico para melhorias contínuas.

Perfil:

- Formação: Administração, marketing ou análise de dados.
- Conhecimentos: Pesquisa de satisfação, análise de feedback e métricas de desempenho.
- Habilidades analíticas: Capacidade de interpretar dados e identificar áreas para melhorias.
- Comunicação eficaz: Transmitir insights de forma clara e colaborativa.
- Proatividade: Implementar planos de melhoria contínua com base em feedback dos clientes e desempenho de vendas.

10.10 Organograma



10.11 Recursos

Recursos Financeiros

- Investimento Inicial: Capital para cobrir os custos iniciais de design, prototipagem e produção.
- Custos de Produção: Recursos para aquisição de materiais, fabricação das roupas, e pagamento da equipe.
- Marketing e Publicidade: Orçamento para campanhas de marketing, branding, e promoção do produto.
- Infraestrutura: Financiamento para aluguel de espaço físico, compra de equipamentos de costura e design, e outras necessidades operacionais.
- Pesquisa de Mercado: Recursos para conduzir pesquisas de mercado, analisar concorrência e identificar tendências.
- Contingência: Fundo de reserva para lidar com imprevistos durante o desenvolvimento e lançamento do produto.

Recursos Humanos

- Equipe de Design: Designers de moda especializados em vestuário para pets, responsáveis pela criação e desenvolvimento das peças.
- Costureiros e Artesãos: Profissionais responsáveis pela confecção das roupas, garantindo qualidade e precisão no acabamento.
- Gestor de Projeto: Pessoa responsável por coordenar todas as etapas do projeto, desde o planejamento até a execução e controle.
- Especialistas em Pesquisa de Mercado: Profissionais para realizar pesquisas de mercado, identificar necessidades dos consumidores e tendências de moda pet.
- Equipe de Marketing: Profissionais responsáveis pela criação de estratégias de marketing, branding, e promoção das roupas.
- Equipe de Vendas: Pessoal encarregado de distribuir o produto para pet shops, lojas online e outros canais de venda.
- Consultores Legais: Advogados especializados para garantir que o projeto esteja em conformidade com regulamentações e leis de proteção animal e de direitos do consumidor.

Recursos Materiais

- Tecidos e Materiais de Costura: Matérias-primas como algodão, lã, tecidos impermeáveis, botões, zíperes, velcro e elásticos.
- Equipamentos de Costura: Máquinas de costura, tesouras, linhas, agulhas e outros equipamentos necessários para a confecção das roupas.

- Software de Design: Ferramentas de design gráfico e modelagem para criar os protótipos e padrões das roupas.
- Espaço de Trabalho: Ateliê ou fábrica equipada para a produção das roupas, incluindo áreas para design, costura e armazenamento.
- Embalagens e Etiquetas: Materiais para embalagem do produto final, incluindo etiquetas com informações sobre tamanho, material e cuidados.
- Equipamentos de Marketing: Materiais promocionais, como flyers, banners, e outros itens de publicidade.

11 O custo de um projeto e sua adequação ao cronograma financeiro (Agenda 9)

No desenvolvimento de um projeto, o controle de custos e a adequação ao cronograma financeiro são elementos cruciais para garantir sua viabilidade. A estratégia inicial prevê a produção em casa, o que permite reduzir despesas com infraestrutura e logística. Além disso, a execução de determinadas etapas contará com a colaboração de profissionais externos, contratados para serviços específicos que demandam maior expertise ou equipamentos especializados. Essa abordagem flexível possibilita maior controle sobre o orçamento, pois os gastos com profissionais externos serão limitados a tarefas pontuais, enquanto a produção interna proporcionará economia e agilidade, favorecendo o cumprimento dos prazos estabelecidos no cronograma financeiro.

1. Pesquisa de Mercado

- Custo Estimado: R\$ 500,00
- Itens: Pesquisa de tendências, análise da concorrência, entrevistas com clientes potenciais.

2. Desenvolvimento do Design

- Custo Estimado: R\$ 300,00
- Itens: Criação de esboços.

3. Seleção de Materiais

- Custo Estimado: R\$ 700,00
- Itens: Aquisição de amostras de tecidos e acessórios, testes de qualidade.

4. Desenvolvimento de Protótipos

- Custo Estimado: R\$ 1.000,00
- Itens: Confeção de amostras iniciais, ajustes e testes de fit.

5. Teste de Qualidade e Ajustes

- Custo Estimado: R\$ 600,00
- Itens: Avaliação de resistência, conforto e segurança, realização de ajustes.

6. Produção em Massa

- Custo Estimado: R\$ 1.200,00
- Itens: Produção de uma pequena quantidade de roupas, controle de qualidade.

7. Estratégia de Marketing

- Custo Estimado: R\$ 800,00
- Itens: Desenvolvimento de branding, campanhas de marketing, design de identidade visual.

8. Distribuição e Vendas

- Custo Estimado: R\$ 400,00
- Itens: Planejamento e execução do lançamento, logística de distribuição.

9. Avaliação e Feedback

- Custo Estimado: R\$ 400,00
- Itens: Coleta de feedback, suporte ao cliente, melhorias contínuas.

Orçamento Total Estimado: R\$ 5.900,00

Segue o cronograma:

Atividade	Duração (em semanas)	Status	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	
Pesquisa de Mercado	4	Planejado																																				
		Realizado																																				
Desenvolvimento do Design	2	Planejado																																				
		Realizado																																				
Seleção de Materiais	2	Planejado																																				
		Realizado																																				
Desenvolvimento de Protótipos	2	Planejado																																				
		Realizado																																				
Testes e Ajustes	5	Planejado																																				
		Realizado																																				
Produção em Massa	8	Planejado																																				
		Realizado																																				
Marketing e Publicidade	6	Planejado																																				
		Realizado																																				
Distribuição e Vendas	4	Planejado																																				
		Realizado																																				
Avaliação e Feedback	2	Planejado																																				
		Realizado																																				
CUSTO			R\$ 500,00				R\$ 300,00				R\$ 700,00				R\$ 1.000,00				R\$ 600,00				R\$ 1.200,00				R\$ 800,00				R\$ 400,00				R\$ 400,00			

Legenda:

	Atividade Crítica Planejada
	Atividade Não Crítica Planejada
	Atividade Realizada

12 Controlando a qualidade nos processos de um projeto (Agenda 10)

Inspeção Visual: Cada peça deve passar por uma inspeção final para garantir que não haja defeitos de fabricação, como manchas, costuras defeituosas ou imperfeições no acabamento.

Para realizar a inspeção visual, é essencial desenvolver um modelo de padrão que defina claramente os critérios de qualidade. Esse modelo deve estabelecer os limites aceitáveis para variações, assim como identificar os defeitos e irregularidades que não serão aceitos. Dessa forma, a inspeção se torna objetiva, garantindo que todas as peças estejam em conformidade com os padrões definidos, e qualquer item fora das especificações será identificado e descartado ou ajustado conforme necessário.

A inspeção visual deve ser realizada antes do processo de embalagem. Em caso de reprovação, o produto pode ser retornado à produção para retrabalho, dependendo da natureza do defeito. Caso o problema seja irreparável ou comprometa a qualidade final, o item deverá ser descartado, assegurando que apenas produtos em conformidade com os padrões de qualidade sigam para o envio.

Segue o planejamento:



13 O compartilhamento de informações na gerência de projetos (Agenda 11)

As partes interessadas no projeto são:

- O diretor da empresa, como proprietário;
- O profissional de marketing, responsável pela análise de pesquisa de mercado, marketing e publicidade;
- O designer e costureiro, responsável pelo designer de moda e por protótipo;
- O especialista, responsável pelo desenvolvimento de materiais e testes;
- O gerente de produção, responsável pela produção;
- O gerente de logística, responsável por compras, vendas e atendimento ao cliente.

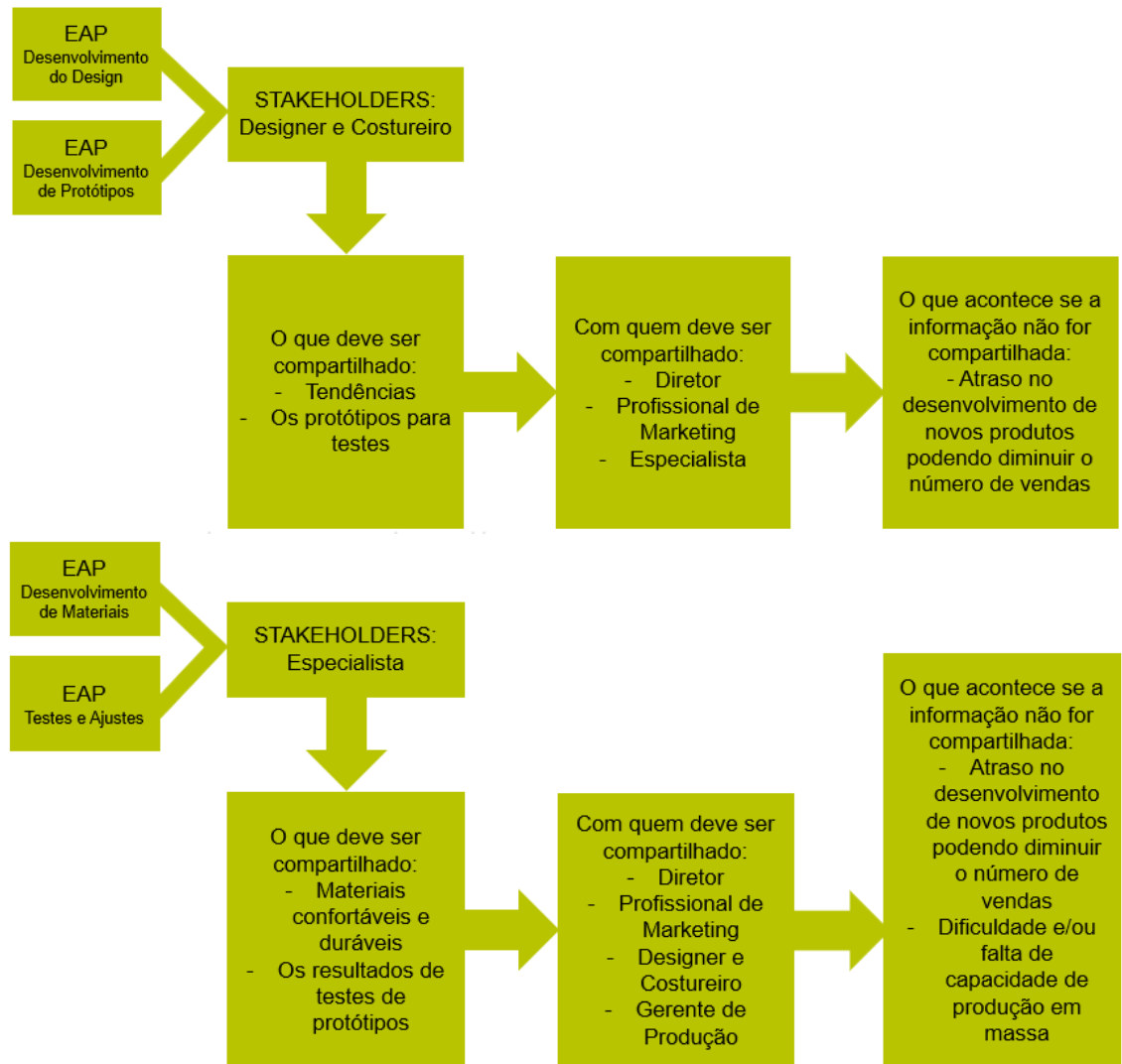
As reuniões podem ser online ou presenciais na sede da empresa. Para reuniões online utilizar inicialmente software gratuito.

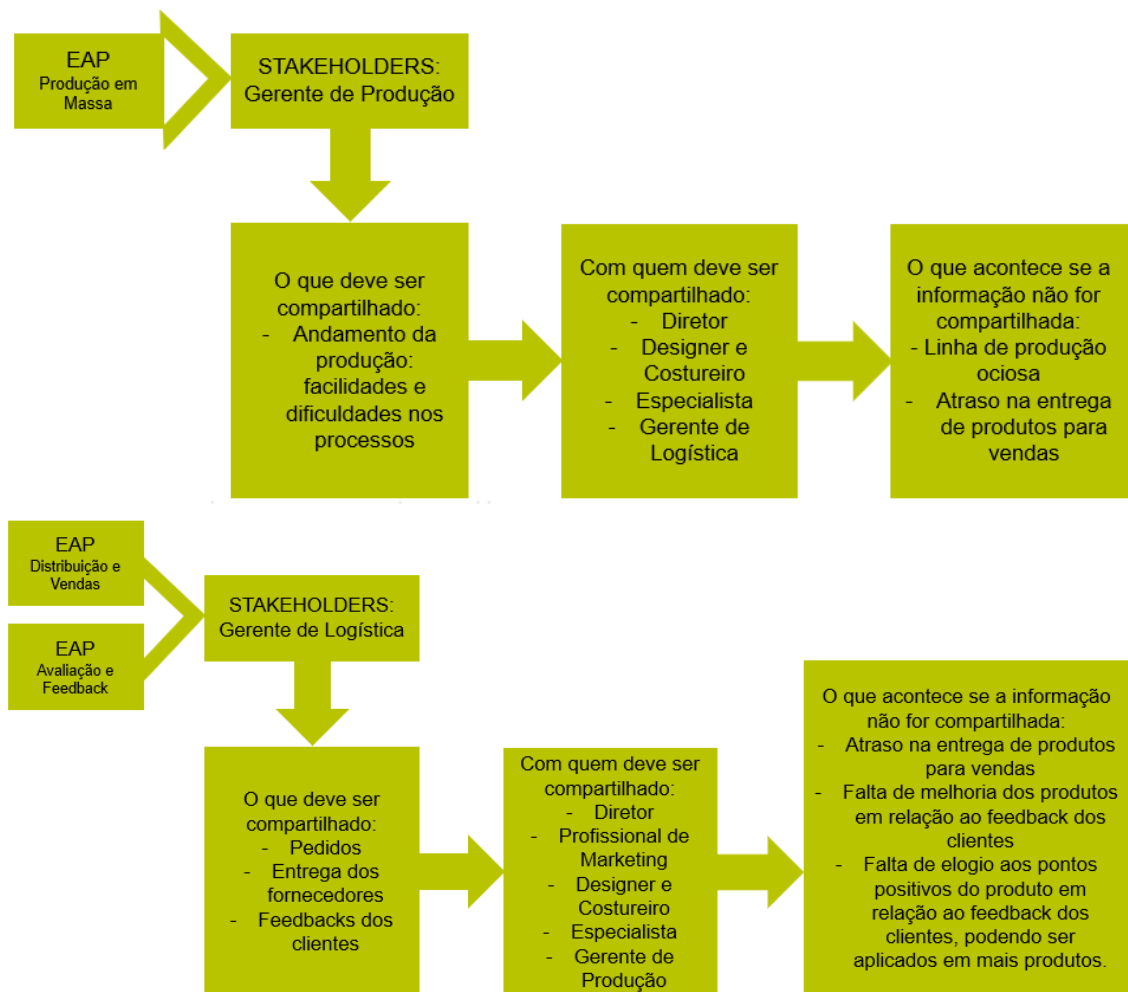
As reuniões devem acontecer no mínimo 1 vez por semana, podendo ocorrer quantas vezes forem necessárias.

Para registro da reunião deve ser elaborada uma ata com no mínimo as seguintes informações: data, horário, local, participantes, título, descrição dos assuntos tratados. Em caso de atividades futuras, colocar prazo e responsável.

Segue abaixo as atividades pela EAP:



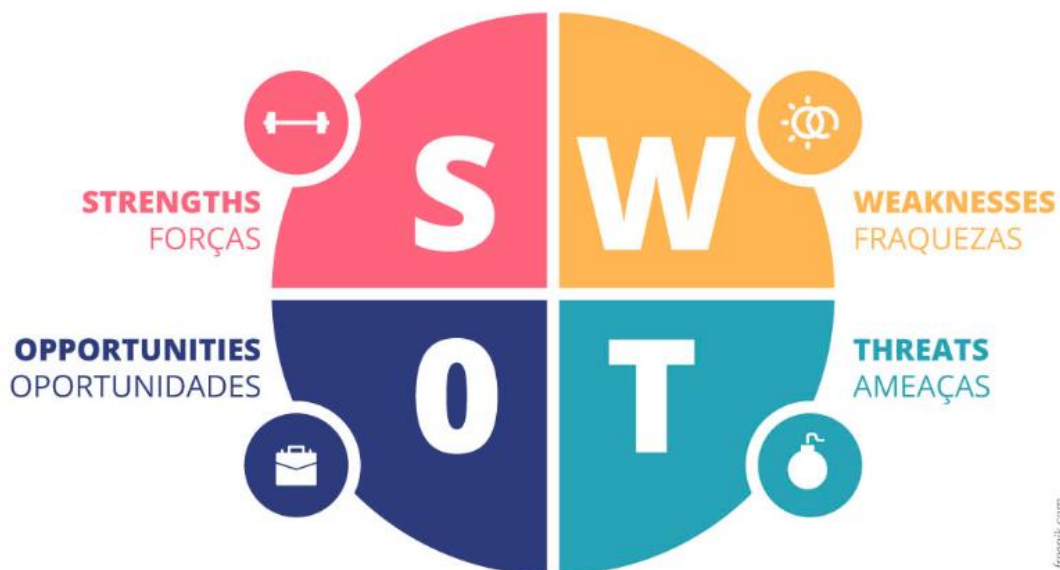




14 A identificação e minimização dos efeitos dos riscos (Agenda 12)

A análise SWOT é uma ferramenta estratégica amplamente utilizada para avaliar a posição de uma organização ou projeto no mercado. O termo "SWOT" é um acrônimo que representa quatro componentes fundamentais: Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Essa análise permite identificar os pontos fortes e fracos internos de um negócio, bem como as oportunidades e ameaças externas que podem impactar seu desempenho.

Ao realizar uma análise SWOT, as empresas podem entender melhor sua situação atual, definir estratégias mais eficazes e tomar decisões informadas para melhorar seu desempenho. É uma ferramenta valiosa para planejamento estratégico, desenvolvimento de produtos e avaliação de mercado, contribuindo para um entendimento holístico das dinâmicas que afetam o sucesso de um projeto ou organização.



Segue a análise SWOT para o projeto:

Forças (Strengths)

- Mercado em Crescimento: A indústria de produtos para pets, especialmente roupas, tem mostrado crescimento constante.
- Diferenciação: Roupas exclusivas ou personalizadas podem se destacar no mercado.
- Apoio Emocional: Muitos donos de pets consideram seus animais como membros da família, o que aumenta a demanda por produtos de qualidade.
- Sustentabilidade: Uso de materiais ecológicos pode atrair clientes conscientes ambientalmente.

Fraquezas (Weaknesses)

- Custo de Produção: Materiais de qualidade e design podem aumentar os custos.
- Aceitação do Produto: Alguns donos podem não ver necessidade em roupas para cães, limitando o mercado.
- Variedade de Tamanhos: Necessidade de oferecer uma ampla gama de tamanhos para atender diferentes raças.

Oportunidades (Opportunities)

- Tendências de Moda: A crescente popularidade de roupas de moda para pets pode ser explorada.
- Parcerias: Colaborações com influenciadores ou marcas de pet shop podem expandir a visibilidade.

- Eventos e Feiras: Participação em eventos de pets pode aumentar o reconhecimento da marca.

Ameaças (Threats)

- Concorrência: Mercado saturado com muitos concorrentes oferecendo produtos similares.
- Mudanças nas Tendências: Mudanças nas preferências dos consumidores podem afetar a demanda.
- Condições Econômicas: Crises econômicas podem levar a uma redução nos gastos com itens não essenciais para pets.

Árvore de Decisão para Riscos:

Risco A: Baixa Aceitação do Produto

Risco B: Concorrência Intensa

Risco C: Flutuação nos Custos de Materiais

Resposta ao Risco:

Risco A: Baixa Aceitação do Produto

Opção 1: Investir em Pesquisa de Mercado

Resultado Positivo: Aumenta a aceitação; decisões informadas sobre design.

Resultado Negativo: Custo elevado; pode não garantir sucesso.

Opção 2: Lançamento de Produto Limitado

Resultado Positivo: Reduz riscos financeiros; feedback inicial.

Resultado Negativo: Pode não gerar vendas suficientes para justificar o custo.

Risco B: Concorrência Intensa

Opção 1: Diferenciação de Produto

Resultado Positivo: Aumenta a atratividade e o valor percebido.

Resultado Negativo: Custo mais alto de desenvolvimento e marketing.

Opção 2: Preço Competitivo

Resultado Positivo: Atração de mais clientes; aumento de vendas.

Resultado Negativo: Margens de lucro reduzidas; possível percepção de baixa qualidade.

Risco C: Flutuação nos Custos de Materiais

Opção 1: Contratos de Fornecimento Fixo

Resultado Positivo: Estabilidade de custos; planejamento financeiro mais fácil.

Resultado Negativo: Menos flexibilidade para mudar fornecedores.

Opção 2: Diversificação de Fornecedores

Resultado Positivo: Mitiga riscos de dependência de um único fornecedor.

Resultado Negativo: Aumento da complexidade na gestão de fornecedores.

Controle das respostas aos riscos

KPI, ou Indicador de Desempenho Chave (Key Performance Indicator, em inglês), é uma métrica utilizada para avaliar o sucesso de uma organização ou projeto em relação aos seus objetivos estratégicos. Os KPIs ajudam a medir o desempenho em áreas específicas, permitindo que empresas identifiquem tendências, avaliem a eficácia de suas estratégias e tomem decisões informadas.

É fundamental que os KPIs sejam monitorados mensalmente. Essa frequência permite uma avaliação contínua e oportuna dos resultados, possibilitando ajustes rápidos e eficazes. Ao revisar os KPIs mensalmente, a equipe pode identificar rapidamente qualquer desvio em relação às metas estabelecidas, analisando o que está funcionando bem e o que precisa de melhorias. Essa prática não apenas ajuda a manter o foco nas prioridades, mas também facilita a comunicação dos resultados com todas as partes interessadas, garantindo que todos estejam alinhados em relação aos objetivos e progressos do projeto.

Definição de Indicadores de Desempenho (KPIs):

Vendas: Acompanhe o volume de vendas e a receita gerada.

Compras: Acompanhe o volume e preços das matérias-primas.

Satisfação do Cliente: Use pesquisas e feedbacks para medir a satisfação.

Taxa de Retorno: Monitore a quantidade de produtos devolvidos.

Engajamento nas Redes Sociais: Análise curtidas, compartilhamentos e comentários sobre suas postagens.

15 A gerência de aquisições – do planejamento à gestão de contratos (Agenda 13)

Todo mês, será necessário produzir uma nova linha de produtos, cada um com sua própria lista de materiais (BOM) definida. Com base nessas listas, a equipe de compras avaliará o estoque dos insumos necessários para a produção dos produtos finais e iniciará o processo de aquisição quando houver necessidade.

As compras dos insumos devem ser planejadas para que estejam disponíveis no estoque na data programada para a produção. Em caso de possíveis atrasos na entrega, a produção deverá ser replanejada de acordo com a nova data de entrega dos insumos.

Todo insumo recebido deve passar pela conferência da nota fiscal com o pedido de compras, verificando item, quantidade e valor, além da conferência da nota fiscal com o produto físico. Produtos sem pedido de compras não serão recebidos. Em casos de divergência, o fornecedor será notificado. Os produtos que apresentarem divergência devem ser separados no estoque em um local identificado como "produto com divergência" e não poderão ser utilizados pela produção até que o problema seja solucionado.

O departamento de compras enviará mensalmente ao fornecedor uma avaliação IQF.

A avaliação IQF, ou Índice de Qualidade do Fornecedor, é uma ferramenta utilizada para mensurar a performance de seus fornecedores. Essa avaliação leva em conta diversos critérios, como a qualidade dos produtos, o cumprimento de prazos de entrega, o atendimento ao cliente e a conformidade com especificações técnicas.

Os fornecedores são classificados em categorias, como excelente, regular ou insatisfatório, com base em seus desempenhos mensais. Essa classificação ajuda a empresa a tomar decisões sobre a continuidade da parceria, identificar áreas de melhoria e garantir que a qualidade dos insumos se mantenha em padrões adequados.

Em caso de avaliação insatisfatória, o fornecedor deverá apresentar uma análise do problema que levou a essa classificação e trabalhar para recuperar sua nota para regular no mês seguinte. Caso a nota permaneça insatisfatória por dois meses consecutivos, o fornecedor será bloqueado.

Os contratos de compra serão estabelecidos com cada fornecedor, levando em consideração fatores como lotes mínimos, preços fixos para compras firmes e prazos de entrega.

Exemplo:

BOM													
Produto Final ROUPA 1											Data da Necessidade (Produção)		25/11/2024
											Insumos:		
Código Material	Descrição	QTD P/ 1 Produto Final	Unidade	QTD de peças P/ produzir	QTD Insumo Total / mês	QTD Estoque	QTD a Comprar	Fornecedor	Lote Mínimo de Compra	Valor / Unidade	Valor Total / mês	Prazo de Entrega	Previsão de Entrega
TPA	Tecido Principal Algodão 100%	0,5	m	10	5	3	2	Tecido Brasil	10	R\$ 15,00	R\$ 150,00	7	02/12/2024
TFP	Tecido Forro Poliéster	0,2	m	10	2	0	2	Tecido Brasil	5	R\$ 10,00	R\$ 50,00	7	02/12/2024
ZP	Zipper de Plástico	1	unidade	10	10	56	0	Rei do Zipper	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00	5	30/11/2024
BP	Botão de Plástico	2	unidade	10	20	10	10	Corozzita	100	R\$ 0,50	R\$ 50,00	5	30/11/2024
ET	Etiqueta	1	unidade	10	8	0	8	Identifica	100	R\$ 0,20	R\$ 20,00	5	30/11/2024

16 Os Stakeholders (Agenda 14)

Em um projeto, cada stakeholder tem um papel crucial e pode afetar ou ser afetado pelos outros de diversas maneiras. A interação entre as partes interessadas pode ser positiva ou desafiadora, dependendo da comunicação, objetivos e prioridades de cada um. Vou detalhar como cada um dos stakeholders mencionados se afeta ou é afetado pelos outros:

1. Diretor da Empresa (Proprietário)

Afeta: O diretor tem o poder de tomar decisões estratégicas e financeiras que impactam o andamento do projeto. Ele define os objetivos e os recursos disponíveis, impactando diretamente a visão e o foco do projeto. **É afetado por:** O desempenho de todos os outros stakeholders. Se a pesquisa de mercado não for bem feita, se o design não for atrativo ou se a produção não for eficiente, isso pode afetar os resultados financeiros e a posição no mercado, o que impacta diretamente a posição do diretor no negócio.

2. Profissional de Marketing

Afeta: O profissional de marketing pode fornecer insights sobre o mercado e o consumidor, impactando diretamente a forma como o produto será posicionado e promovido. Eles influenciam o design e o desenvolvimento do produto com base nas pesquisas de mercado. **É afetado por:** O sucesso do produto depende de como o design, a produção e a logística respondem às expectativas do mercado. Se o produto não for bem produzido ou não atender às necessidades dos consumidores, isso pode comprometer as campanhas de marketing e vendas.

3. Designer e Costureiro

Afeta: O designer e costureiro são responsáveis pela criação do produto. A qualidade e a inovação do design impactam diretamente a percepção do consumidor e a eficácia da campanha de marketing. Além disso, a viabilidade do design também impacta a produção. **É afetado por:** O feedback do marketing sobre as preferências do consumidor, o conhecimento técnico do especialista sobre materiais, e as limitações ou capacidades da produção (por exemplo, materiais e prazos).

4. Especialista (Desenvolvimento de Materiais e Testes)

Afeta: O especialista garante que os materiais sejam adequados para a produção e que o produto final seja funcional e de alta qualidade. Ele realiza testes essenciais que podem afetar a decisão sobre o design ou ajustes necessários. **É afetado por:** O designer e costureiro, que especificam o tipo de material necessário. A produção e logística também influenciam, pois as limitações de produção podem exigir modificações nos materiais ou no processo de teste.

5. Gerente de Produção

Afeta: O gerente de produção é responsável por transformar o design e os materiais em um produto final. Ele deve garantir que a produção aconteça no prazo e com qualidade. Seu trabalho afeta diretamente a disponibilidade de produtos para o mercado e os custos envolvidos. **É afetado por:** O design e os materiais fornecidos pelo especialista e pelo costureiro, bem como pelas previsões de vendas e pela demanda de marketing. Qualquer falha no fornecimento de materiais ou problemas de design podem afetar o cronograma e os custos da produção.

6. Gerente de Logística

Afeta: O gerente de logística é responsável por garantir que os produtos sejam entregues ao cliente final de forma eficiente, o que impacta diretamente a experiência do consumidor e as vendas. Ele também afeta as compras, garantindo que os materiais necessários para a produção estejam disponíveis. **É afetado por:** A produção, que define os prazos e as quantidades a serem entregues. O marketing também pode afetar a logística, caso as previsões de demanda não estejam alinhadas com a capacidade de entrega.

Interações entre Stakeholders:

- **Diretor da Empresa ↔ Profissional de Marketing:** O diretor define o orçamento e os objetivos estratégicos, enquanto o marketing adapta as ações para alinhar a comunicação e o posicionamento do produto. Se as estratégias de marketing não estiverem alinhadas com os objetivos da empresa, isso pode gerar problemas financeiros.
- **Profissional de Marketing ↔ Designer e Costureiro:** O marketing fornece informações sobre as tendências do mercado, o que pode influenciar as decisões de design. O design, por sua vez, precisa ser atraente e funcional, atendendo às necessidades do consumidor e às demandas do marketing.
- **Designer e Costureiro ↔ Especialista:** O designer precisa da orientação do especialista para escolher os materiais adequados e garantir que o produto seja viável. O especialista, por sua vez, fornece feedback técnico sobre os materiais escolhidos.
- **Gerente de Produção ↔ Designer e Costureiro:** O gerente de produção pode sugerir ajustes no design ou no processo de fabricação para otimizar a produção. Qualquer complexidade no design pode afetar a viabilidade da produção em larga escala.
- **Gerente de Produção ↔ Gerente de Logística:** O gerente de produção precisa garantir que os prazos de produção sejam cumpridos, enquanto o gerente de logística organiza a distribuição dos produtos. A falha de um pode afetar diretamente o outro, impactando os prazos de entrega e a satisfação do cliente.
- **Profissional de Marketing ↔ Gerente de Logística:** O marketing deve fornecer previsões de demanda para que a logística possa planejar adequadamente os estoques e a distribuição. Falhas no planejamento de marketing podem gerar excesso de estoques ou falta de produtos.

Conclusão:

Esses stakeholders têm uma interdependência clara: as ações de cada um impactam os outros de maneira direta. Uma falha em uma área pode comprometer o sucesso do projeto como um todo, por isso a colaboração e comunicação constante entre todos são essenciais para o bom andamento e sucesso do projeto.

17 As metodologias ágeis na gerência de projetos (Agenda 15)

A metodologia ágil é baseada em ciclos curtos e iterativos de trabalho. No caso de um projeto de roupa para cachorro, podemos dividir o processo de desenvolvimento em sprints, cada um com um objetivo claro, usando como base as atividades já apresentadas no Gráfico de Gantt:

- Sprint 1: Pesquisa de Mercado
- Sprint 2: Desenvolvimento do Design
- Sprint 3: Seleção de Materiais
- Sprint 4: Desenvolvimento de Protótipos
- Sprint 5: Testes de Ajustes

Após cada sprint, deve-se avaliar o progresso, coletar feedback e fazer ajustes, se necessário. Essa abordagem permite uma adaptação rápida às mudanças ou necessidades de mercado.

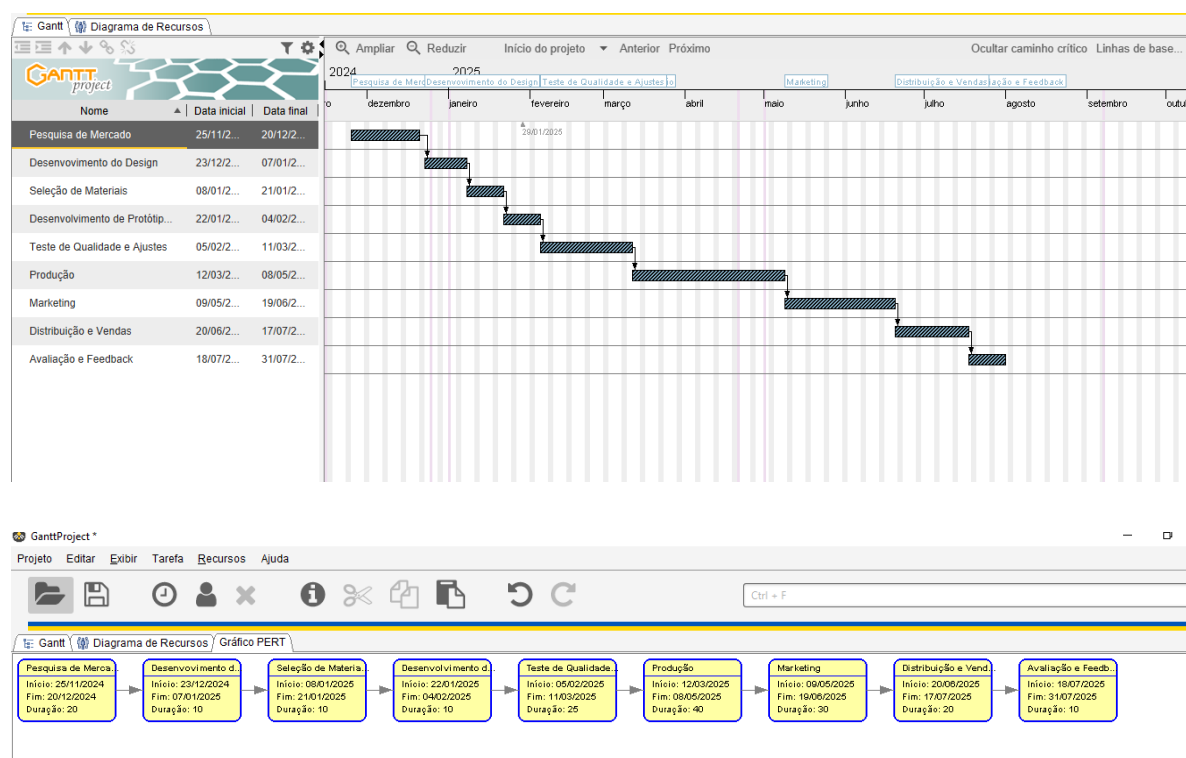
O Kanban é uma técnica ágil que envolve o uso de um quadro visual para gerenciar as tarefas e os fluxos de trabalho. Pode-se utilizar o Kanban para organizar as diferentes fases do desenvolvimento da roupa dentro de cada sprint, como:

- **A Fazer:** Tarefas ou itens a serem trabalhados (ex: pesquisa de materiais, desenhos de moda).
- **Em Progresso:** Tarefas que estão sendo executadas (ex: protótipos em construção).
- **Concluído:** Tarefas finalizadas (ex: testes de ajuste, aprovação final).

Isso proporciona uma visão clara do progresso e permite identificar gargalos rapidamente.

18 As Utilizando o MS Project e o EXCEL como ferramentas da gestão de projetos metodologias ágeis na gerência de projetos (Agenda 16)

Segue imagens dos dados no GanttProject: o gráfico de Gantt, a rede PERT e o caminho crítico.



Segue abaixo cronograma em excel com os custos:

Atividade	Duração (em semanas)	Status	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35										
Pesquisa de Mercado	4	Planejado																																													
		Realizado																																													
Desenvolvimento do Design	2	Planejado																																													
		Realizado																																													
Seleção de Materiais	2	Planejado																																													
		Realizado																																													
Desenvolvimento de Protótipos	2	Planejado																																													
		Realizado																																													
Testes e Ajustes	5	Planejado																																													
		Realizado																																													
Produção em Massa	8	Planejado																																													
		Realizado																																													
Marketing e Publicidade	6	Planejado																																													
		Realizado																																													
Distribuição e Vendas	4	Planejado																																													
		Realizado																																													
Avaliação e Feedback	2	Planejado																																													
		Realizado																																													
CUSTO			R\$	500,00			R\$	300,00			R\$	700,00			R\$	1.000,00			R\$	600,00							1.200,00		R\$						800,00		R\$				400,00		R\$				400,00
Legenda:																																															