

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC**

GESTÃO DE PROJETOS

Luciano Pereira de Brito

MAUÁ
2024

Conceitos Gerais da Gerência de Projetos

Agenda 01

Glossário Gestão de Projetos

Cronograma

Plano detalhado que estabelece a ordem de atividades, prazos de cada uma delas e também a data prevista para a conclusão.

Escopo

É como um mapa que delimita os limites do projeto, indicando tudo o que precisa ser feito para alcançar o objetivo final.

Fast track

Estratégia de gestão de projetos que visa acelerar a conclusão de um projeto, comprimindo seu cronograma.

Gráfico de Gantt

Ferramenta visual utilizada para representar a linha de tempo de um projeto. Ele oferece uma visão detalhada e organizada das tarefas, durações e prazos.

Gerenciamento

É o processo de orientar equipes a cumprir metas, aplicar conhecimentos, habilidades, ferramentas e técnicas para garantir que o projeto atinja seus objetivos dentro das restrições de tempo, custo e escopo.

Gerenciamento de riscos

Processo de identificar, analisar e responder a eventos que podem ter um impacto positivo ou negativo em um projeto. É como antecipar possíveis problemas e oportunidades para que o projeto possa ser ajustado e alcançar seus objetivos com sucesso.

Monitoramento

É como ter um radar que constantemente verifica se o projeto está no caminho certo e se as metas estão sendo alcançadas.

Planejamento

É um roteiro detalhado que orienta todas as etapas do projeto, desde o início até a conclusão. Monitorando o status de desenvolvimento.

Supervisor de projetos

Profissional responsável por assumir e organizar o controle dos projetos

Tarefas

São as atividades individuais que precisam ser concluídas para alcançar os objetivos gerais do projeto.

Projeto

Tema: Comércio eletrônico

Gostaria de estar trabalhando na elaboração de um projeto para a criação de uma loja online onde o foco é venda de jóias.

O ciclo de vida de um projeto

Agenda 02

a) Qual é o projeto?

E-commerce, venda de jóias.

b) Quais são os objetivos de seu projeto?

- Vender produtos
- Fidelizar clientes
- Obter lucro
- Aumentar o faturamento
- Fortalecer a marca

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

Pessoas as quais buscam elegância e charme no seu dia-a-dia, aprimorando o seu visual. Entre as organizações, estão fornecedores de produtos, transportadoras e concorrentes.

d) Quais recursos serão necessários (financeiros, humanos e materiais)?

- **Financeiro:** Compra de embalagens, compra de produtos (Revenda), Investimento em propagandas e publicidades, aluguel, água, luz, internet.
- **Humano:** Mão de obra para: embalar produtos, separação de pedidos, transporte ou entregas, monitoramento de sites, controle de estoque.
- **Materiais:** Embalagens para envios, Computadores

e) Quanto tempo será necessário para sua execução?

Estimado 5 - 6 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.)?

Quantidade de vendas, tempo de entrega, satisfação de clientes, fidelidade, quantidade de pedidos x quantidade de envios.

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

Há risco de ter investimento em produtos e não haver venda, fazendo com que tenha estoque parado. Lojas com grande tempo de mercado. Para prevenir ameaças de concorrentes, será necessário oferecer alternativas diferentes de produtos, ter uma boa relação com cliente através de atendimento e rapidez na solução de dúvidas e preços competitivos.

As dimensões gerenciais de um projeto

Agenda 03

Scopo: Faça uma lista de quais são as atividades serão executadas em seu projeto.

Fase de Planejamento

- Definição de público alvo
- Pesquisa de mercado
- Escolha de plataforma de e-commerce
- Criação de identidade visual
- Definição de produtos a serem vendidos
- Criação de catálogo de produtos
- Escolha de métodos de pagamento
- Escolha de transportadora
- Criação de política da loja
- Plano de marketing
- Gerenciamento de estoque

Fase de Desenvolvimento

- Desenvolvimento do site
- Marketing de conteúdo

Fase de lançamento

- Testes finais
- Divulgação
- Monitoramento

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

Equipe de marketing, Equipe de logística, Bancos parceiros, Governo, Transportadora, Clientes.

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

Fase de Planejamento

- Definição de público alvo: 4 Dias
- Pesquisa de mercado: 1 Semana
- Escolha de plataforma de e-commerce: 1 Semana
- Criação de identidade visual: 2 Semanas
- Definição de produtos a serem vendidos: 1 Semana
- Criação de catálogo de produtos: 1 Semana
- Escolha de métodos de pagamento: 3 Dias
- Escolha de transportadora: 3 dias

- Criação de política da loja: 1 Semana
- Plano de marketing: 2 Semanas
- Gerenciamento de estoque: 2 Semanas

Fase de Desenvolvimento

- Desenvolvimento do site: 3 Semanas
- Marketing de conteúdo: 2 Semanas

Fase de lançamento

- Testes finais: 4 Dias
- Divulgação: 1 - 2 Semanas
- Monitoramento: 2 semanas

Tempo Total Estimado do Projeto: 20 - 21 Semanas

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

Atividades as quais precisam ser finalizadas para dar início a outras

- Definição de público alvo, Pesquisa de mercado, Definição de produtos a serem vendidos, Criação de identidade visual

Atividades feitas em paralelo

- Escolha de plataforma de e-commerce, Criação de catálogo de produtos, Escolha de métodos de pagamento, Escolha de métodos de pagamento, Escolha de transportadora, Criação de política da loja, Plano de marketing, Gerenciamento de estoque, Desenvolvimento do site, Marketing de conteúdo, Testes finais, Divulgação, Monitoramento

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

A comunicação será por meio de reuniões presenciais para discutir o desenvolvimento do projeto com interação direta. E-mail e WhatsApp também serão usados para facilitar a comunicação rápida e manter todos atualizados de forma eficiente.

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?

Riscos	Minimizar
Quebra no orçamento	Criação de uma reserva de emergência
Público alvo mal selecionado	Realização de estudos frequentes com base nos resultados de vendas

Divulgação mal executada	Plano de marketing bem estruturado, diversificando canais e táticas de vendas.
Atraso no recebimento de produtos	Estabelecimento de prazos, comunicação constante e alternativas de fornecedores.
Falta de estoque	Gerenciamento eficaz de estoque e inventário sempre atualizado.
Problemas de logística	Escolha de transportadoras confiáveis, alternativas de transportes e veículo próprio para o caso de entregas próximas.
Baixo número de busca nos sites	Monitoramento de tráfego, marketing de conteúdo e anúncios pagos para aumentar a divulgação.
Desvantagem contra a concorrência	Buscar se diferenciar dos concorrentes trazendo bom atendimento, produtos exclusivos e ofertas.

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

- Computadores
- Produtos
- Embalagens
- Etiquetas
- Softwares de marketing digital
- Softwares para contabilidade
- Softwares para estoque
- Equipamentos para fotografia

Fornecedores

Para equipamentos eletrônicos: Lojas como Mercado Livre, Amazon e Gearbest

Para embalagens: Fábricas de embalagens

Para softwares: empresa como a Microsoft, Google e empresa que fornece o fornecimento de hospedagem de sites

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

Planejamento: 5 mil

Desenvolvimento: 4 mil

Lançamento: 5 mil

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

Produtos: Produtos com matéria prima de alta qualidade, ótimo acabamento, autenticidade e garantia.

Satisfação dos clientes: Atendimento atencioso, produtos bem embalados, comprometimento dos envios e prazos, rastreamento dos envios e plataforma intuitiva.

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?

Serão necessários profissionais das áreas de marketing, financeiro, logística. A motivação dos colaboradores será através de reconhecimento, recompensas, envolvimento nos resultados e benefícios.

Integrando os diversos processos de um projeto

Agenda 04

1. Fase de Planejamento

1.1 Definição de público alvo

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: Internet e Programa para escritório.

Como fazer: A escolha será feita através de pesquisas para saber quais são os públicos que mais comprar jóias, homens, mulheres, jovens, adultos, idosos. Quais são os canais de pesquisa preferidos dos clientes e a relação com os concorrentes.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos.

1.2 Pesquisa de mercado

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: Internet e Programa para escritório.

Como fazer: A pesquisa de mercado é feita com base nos produtos a serem vendidos e o número de vendas dos concorrentes, verificando como é o comportamento dos clientes ao buscarem aquele determinado produto.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos.

1.3 Escolha de plataforma de e-commerce

Equipamentos: Computador, celular e internet.

Insumos: Internet e Programa para escritório.

Como fazer: Será realizada uma pesquisa comparando as opções disponíveis, verificando as taxas cobradas, benefícios oferecidos e facilidade de interação dos clientes.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos.

1.4 Criação de identidade visual

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: Internet, Programa para escritório e softwares de design.

Como fazer: Definido o público alvo, a aparência da loja deverá ser de modo que chame a atenção dos clientes, em harmonia com nossa missão, visão e valores.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos, conhecimento de design.

1.5 Definição de produtos a serem vendidos

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: Internet e Programa para escritório

Como fazer: Os produtos escolhidos serão os que mais se adequarem aos clientes, com base no estudo do público alvo.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos, conhecimento sobre jóias e moda.

1.6 Criação de catálogo de produtos

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: Softwares de design, edição de imagens e internet

Como fazer: Será criado banners que representam os produtos a serem vendidos.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos, conhecimento de design

1.7 Escolha de métodos de pagamento

Equipamentos: Computador, celular, aplicativos de bancos.

Insumos: Internet

Como fazer: Realizar estudos dos métodos disponíveis e escolher os que sejam de fácil utilização.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos.

1.8 Escolha de transportadora

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: Internet

Como fazer: Será analisado as opções disponíveis comparando taxas e serviços oferecidos, a que melhor se adequar ao nosso orçamento será escolhida.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos.

1.9 Criação de política da loja

Equipamentos: Computadores, softwares para ambiente corporativo

Insumos: Dados sobre a loja.

Como fazer: Estabelecer procedimentos a serem seguidos para trocas e devoluções de mercadoria, formas de pagamentos, reembolsos, garantia do produto e prazos de entrega.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos.

1.10 Plano de marketing

Equipamentos: Computador, celular, softwares de design

Insumos: Dados sobre o público alvo

Como fazer: Criar estratégias de vendas para que haja engajamento entre clientes e produtos a serem vendidos.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, conhecimento sobre marketing digital, análise de dados, experiência com programas corporativos.

1.11 Gerenciamento de estoque

Equipamentos: Computador, celular, softwares de armazenamento e análise de base de dados

Insumos: Dados de vendas dos produtos

Como fazer: Criar relação entre quantidades de vendas e produtos disponíveis, fazendo com que não haja falta de produtos.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, análise de dados, experiência com programas corporativos.

2. Fase de Desenvolvimento

2.1 Desenvolvimento do site

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: softwares de design, programação e internet

Como fazer: Criar um site que tenha a interface que chame atenção e seja de fácil interação para os clientes.

Conhecimentos e habilidades: Experiência com programação.

2.2 Marketing de conteúdo

Equipamentos: Computador, celular, câmeras fotográficas.

Insumos: softwares de design e edição de imagens.

Como fazer: Criar descrição para cada produto, tirar fotos, gravar vídeos, anúncios em sites e redes sociais.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, análise de dados, experiência com programas corporativos, programas editores de fotografia e vídeo.

3. Fase de lançamento

3.1 Testes finais

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: Internet e dados sobre a loja.

Como fazer: Acessar canais da loja, como sites e redes sociais, verificar postagens, anúncios, compra de produtos e prazo de entrega.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, análise de dados, experiência com programas corporativos.

3.2 Divulgação

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: Sites e Redes sociais.

Como fazer: Divulgação do nome da loja em diversos canais de comunicação e redes sociais, para que alcance o maior número de pessoas.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, conhecimento sobre marketing digital, análise de dados, experiência com programas corporativos.

3.3 Monitoramento

Equipamentos: Computador e celular.

Insumos: Internet, dados de clientes, dados de vendas e estoque.

Como fazer: Analisar dados recebidos do número de vendas e verificar a quantidade de busca e quantidade de produtos vendidos.

Conhecimentos e habilidades: Familiaridade com internet, senso crítico, análise de dados, experiência com programas corporativos.

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?

Qualquer parte interessada pode estar solicitando mudanças, para isso, será necessário criar um formulário onde deverá conter:

- Descrição detalhada da mudança
- Justificativa para a mudança
- Impacto previsto

Feito isso, a solicitação passará por revisão e avaliação, caso aprovada, terá permissão para execução.

Escopo de um Projeto

do início ao controle de mudanças.

Agenda 05

1. Fase de Planejamento

1.1 Definição de Público-Alvo

- Pesquisa de perfil demográfico
- Análise de comportamento de compra
- Segmentação de mercado

1.2 Pesquisa de Mercado

- Análise de concorrência
- Identificação de tendências de mercado
- Pesquisa de demanda

1.3 Escolha de Plataforma de E-commerce

- Comparação de plataformas
- Avaliação de funcionalidades e custos
- Seleção da plataforma

1.4 Criação de Identidade Visual

- Definição de logotipo
- Criação de paleta de cores
- Desenvolvimento de material gráfico (cartões, banners)

1.5 Definição de Produtos a Serem Vendidos

- Seleção de fornecedores
- Escolha de categorias de produtos
- Definição de preços

1.6 Criação de Catálogo de Produtos

- Fotografar produtos
- Criar descrições detalhadas
- Desenvolver layout do catálogo

1.7 Escolha de Métodos de Pagamento

- Pesquisa de opções de pagamento
- Configuração de segurança de transações

1.8 Escolha de Transportadora

- Pesquisa de transportadoras
- Comparação de serviços e preços
- Seleção e negociação com transportadora

1.9 Criação de Política da Loja

- Desenvolvimento de políticas de troca e devolução
- Estabelecimento de termos de serviço
- Definição de política de reembolsos

1.10 Plano de Marketing

- Criação de estratégias de marketing digital
- Desenvolvimento de campanhas promocionais
- Definição de canais de divulgação

1.11 Gerenciamento de Estoque

- Implementação de sistema de controle de estoque
- Definição de níveis de estoque mínimo
- Procedimentos para reabastecimento

2. Fase de Desenvolvimento

2.1 Desenvolvimento do Site

- Criação de estrutura do site
- Design de interface e navegação

2.2 Marketing de Conteúdo

- Produção de conteúdo (textos, imagens, vídeos)
- Publicação de conteúdo no site e redes sociais
- Monitoramento e análise de engajamento

3. Fase de Lançamento

3.1 Testes Finais

- Teste de funcionalidades do site
- Verificação de processos de pagamento e envio
- Avaliação da experiência do usuário

3.2 Divulgação

- Lançamento de campanhas de marketing
- Publicação de anúncios
- Promoção em redes sociais e outros canais

3.3 Monitoramento

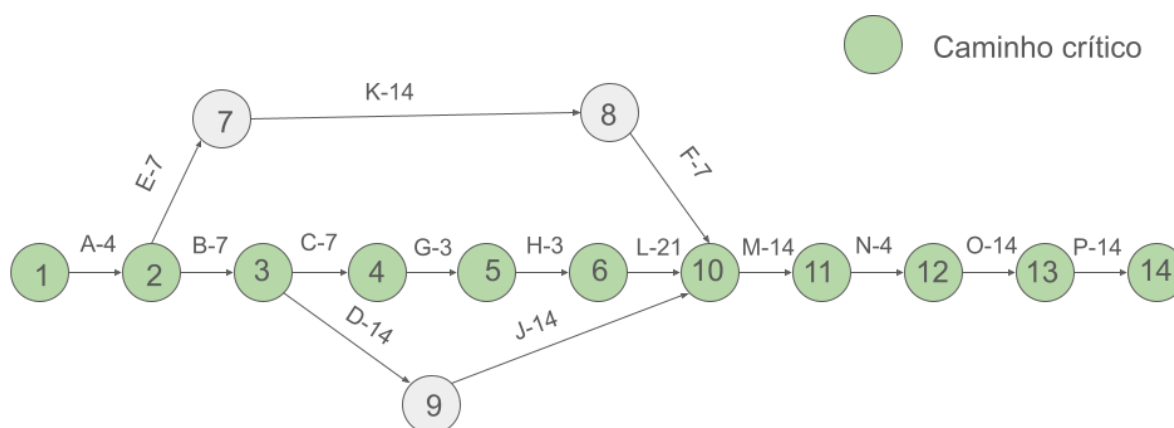
- Análise de métricas de desempenho (vendas, tráfego)
- Avaliação de feedback dos clientes
- Ajustes e otimizações conforme necessário

A gestão do tempo e as atividades críticas

Gráfico de Gantt

Agenda 07

	Fase de Planejamento	Dias	Dependência
A	Definição de público alvo	4	-
B	Pesquisa de mercado	7	A
C	Escolha de plataforma de e-commerce	7	B
D	Criação de identidade visual	14	B
E	Definição de produtos a serem vendidos	7	A
F	Criação de catálogo de produtos	7	K
G	Escolha de métodos de pagamento	3	C
H	Escolha de transportadora	3	G
I	Criação de política da loja	7	F
J	Plano de marketing	14	D
K	Gerenciamento de estoque	14	E
	Fase de Desenvolvimento	Dias	Dependência
L	Desenvolvimento do site	21	H
M	Marketing de conteúdo	14	F-J-L
	Fase de Lançamento	Dias	Dependência
N	Testes finais	4	M
O	Divulgação	7-14	N
P	Monitoramento	14	O



Crítico: A - B - C - G - H - L - M - N - O - P

Dias: $4 + 7 + 7 + 3 + 3 + 21 + 14 + 4 + 14 + 14 = 91$

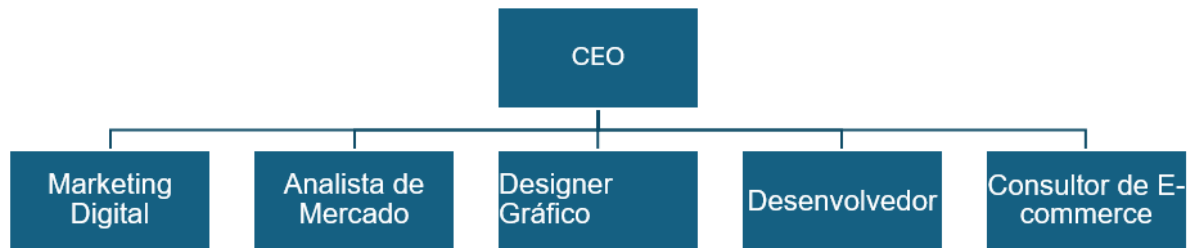
Os recursos necessários à execução de um projeto

Agenda 08

1- Lista de profissionais e atividades executadas.

Profissionais	Atividades executadas	Perfil profissional	Perfil pessoal
Marketing Digital	Definição de público alvo Pesquisa de mercado Marketing de conteúdo Divulgação	Google Ads Redes sociais Ferramentas de email Produção de textos Inglês	Proatividade Organização Adaptabilidade Paciência Paixão por tecnologia Foco em resultados
Analista de Mercado	Escolha de plataforma de e-commerce Definição de produtos a serem vendidos Criação de política da loja	Excel Softwares de estatística Ferramentas de business intelligence Pensamento crítico Inglês	Adaptabilidade Proatividade Organização Paciência Paixão por tecnologia Foco em resultados
Designer Gráfico	Criação de identidade visual Criação de catálogo de produtos	Adobe Photoshop Illustrator Teoria das cores Inglês	Criatividade Paixão pelo design Organização Atenção aos detalhes Adaptabilidade
Desenvolvedor	Desenvolvimento do site Testes finais Monitoramento	Linguagens de programação Frameworks Banco de dados Lógica de programação Inglês	Curiosidade Organização Atenção aos detalhes Trabalho em equipe Paciência Resolução de problemas
Consultor de E-commerce	Escolha de métodos de pagamento Escolha de transportadora Gerenciamento de estoque	Plataformas de e-commerce Logística Pagamentos Análise de dados Inglês	Comunicação clara e concisa Apresentação Proatividade Orientação para resultados Pensamento crítico

2- Organograma



Não é possível definir uma hierarquia entre as profissões designadas, as relações entre elas é mais colaborativa do que hierárquica. Cada profissão possui um papel crucial, trazendo assim suas interdependência.

3- Recursos necessários

Profissionais						
Função	Descrição	Quantidade de Profissionais	Horário de Trabalho	Área de Atuação	Custo Mensal por Profissional (R\$)	Custo Total Mensal (R\$)
Marketing Digital	Desenvolve e gerencia campanhas online e redes sociais.	1	09h-18h	Marketing	4.500,00	4.500,00
Analista de Mercado	Realiza pesquisas e análise de tendências de mercado.	1	09h-18h	Marketing/Planejamento	4.000,00	4.000,00
Designer Gráfico	Criação de materiais visuais, logotipos, e identidade visual.	1	09h-18h	Marketing/Design	3.500,00	3.500,00
Desenvolvedor	Responsável pelo desenvolvimento e manutenção do site.	1	09h-18h	TI/Desenvolvimento	6.000,00	6.000,00
Consultor de E-commerce	Oferece suporte e orientações estratégicas para o negócio online.	1	09h-18h	Consultoria	7.000,00	7.000,00

Recursos						
Recurso	Descrição	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)	Área de Alocação	
Computadores	Equipamento necessário para equipe de desenvolvimento e marketing.	5	4.000,00	20.000,00	Desenvolvimento, Marketing	
Servidores Web	Hospedagem do site e banco de dados	1	15.000,00	15.000,00	TI / Infraestrutura	
Sistema ERP	Software para gestão de estoque e logística	Licença anual	10.000,00	10.000,00	Logística, Financeiro	
Embalagens	Caixas e materiais de embalagem para envio	500 unidades	5	2.500,00	Logística	
Câmeras Fotográficas	Equipamento para fotografar produtos (joias)	2	3.000,00	6.000,00	Marketing/Conteúdo	
Softwares de Edição	Licenças de Adobe Photoshop e Illustrator	2 licenças	2.500,00	5.000,00	Marketing/Design	
Materiais de Escritório	Canetas, papel, pastas, etc.	Diversos	500	500	Administração	
Equipamento de Segurança	Sistema de Câmeras e Alarmes	1 sistema	8.000,00	8.000,00	Sede/Escritório	
Local						
Descrição	Detalhes	Custo Mensal (R\$)	Custo Anual (R\$)			
Aluguel	Locação de espaço para o escritório e estoque	8.000,00	96.000,00			
Água	Consumo de água no local (escritório e operação)	500	6.000,00			
Luz	Energia elétrica para computadores, iluminação, etc.	1.200,00	14.400,00			
Internet	Plano de internet banda larga de alta velocidade	300	3.600,00			

O custo de um projeto e sua adequação ao cronograma financeiro

Agenda 09

- elaborar um cronograma financeiro para alinhar o seu fluxo de caixa.
- fazer um orçamento de custo para cada uma das atividades que você definiu na sua EAP e que agora já devem estar também distribuídas no cronograma que você elaborou.
- Para o orçamento você deve considerar, custos com materiais a serem gastos, mão de obra, locações, taxas (se existirem) etc.
- Após concluir esse levantamento, distribua os valores encontrados ao longo do cronograma, de maneira que possa visualizar quanto será o dispêndio financeiro a cada etapa do projeto.

Atividades	Descrição	Custos	Obs.
1. Fase de Planejamento			
1.1 Definição de Público-Alvo			
Pesquisa de perfil demográfico	Realizado internamente por equipe de marketing e análise.	R\$2.500,00	Pesquisas e análises de dados
Análise de comportamento de compra			
Segmentação de mercado			
1.2 Pesquisa de Mercado			
Análise de concorrência	Pesquisa interna, realizada pela equipe de marketing.	R\$1.500,00	Ferramentas de análise de mercado
Identificação de tendências de mercado			
Pesquisa de demanda			
1.3 Escolha de Plataforma de E-commerce			
Comparação de plataformas	Feita pela equipe interna de e-commerce.	R\$500,00	
Avaliação de funcionalidades e custos			
Seleção da plataforma			
1.4 Criação de Identidade Visual			
Definição de logotipo	Realizado pela equipe de design gráfico interna.	R\$1.000,00	Custo de softwares
Criação de paleta de cores			
Desenvolvimento de material			

gráfico (cartões, banners)			
1.5 Definição de Produtos a Serem Vendidos			
Seleção de fornecedores	Feito internamente pela equipe.	R\$0,00	
Escolha de categorias de produtos			
Definição de preços			
1.6 Criação de Catálogo de Produtos			
Fotografar produtos	Fotografia e design feito internamente.	R\$1.500,00	Equipamentos para estúdio
Criar descrições detalhadas			
Desenvolver layout do catálogo			
1.7 Escolha de Métodos de Pagamento			
Pesquisa de opções de pagamento	Feita pela equipe interna de e-commerce.	R\$0,00	
Configuração de segurança de transações			
1.8 Escolha de Transportadora			
Pesquisa de transportadoras	Pesquisa interna.	R\$0,00	
Comparação de serviços e preços			
Seleção e negociação com transportadora			
1.9 Criação de Política da Loja			
Desenvolvimento de políticas de troca e devolução	Definido internamente	R\$0,00	
Estabelecimento de termos de serviço			
Definição de política de reembolsos			
1.10 Plano de Marketing			
Criação de estratégias de marketing digital	Desenvolvido pela equipe interna de marketing.	R\$2.000,00	
Desenvolvimento de campanhas promocionais			
Definição de canais de divulgação			
1.11 Gerenciamento de Estoque			
Implementação de sistema de controle de estoque	Realizado pela equipe interna de e-commerce.	R\$1.500,00	
Definição de níveis de estoque mínimo			

Procedimentos para reabastecimento			
2. Fase de Desenvolvimento			
2.1 Desenvolvimento do Site			
Criação de estrutura do site	Realizado internamente pela equipe de TI e design.	4.000,00.	
Design de interface e navegação			
2.2 Marketing de Conteúdo			
Produção de conteúdo (textos, imagens, vídeos)	R\$ 5.000,00		
Publicação de conteúdo no site e redes sociais			
Monitoramento e análise de engajamento			
3. Fase de Lançamento			
3.1 Testes Finais			
Teste de funcionalidades do site	R\$0,00		
Verificação de processos de pagamento e envio			
Avaliação da experiência do usuário			
3.2 Divulgação			
Lançamento de campanhas de marketing	R\$5.000,00		
Publicação de anúncios			
Promoção em redes sociais e outros canais			
3.3 Monitoramento			
Análise de métricas de desempenho (vendas, tráfego)	Realizado internamente	R\$0,00	
Avaliação de feedback dos clientes			
Ajustes e otimizações conforme necessário			

Controlando a qualidade nos processos de um projeto

Agenda 10

Joias Personalizadas Sob Encomenda

Tendo em vista que o foco da loja será venda de joias a partir de compra e revenda. Um subproduto interessante poderá ser a venda de jóias personalizadas, oferecer esse serviço, iremos atender a um desejo específico do consumidor, e que também fortalece o vínculo com a loja, tornando a experiência de compra ainda mais especial.

Expectativas

- Exclusividade: O cliente busca uma peça única, que reflita sua personalidade e estilo.
- Design personalizado: O cliente deseja ter a liberdade de escolher os detalhes da peça, como o tipo da matéria prima, as pedras e o design.

Características Essenciais do Subproduto

Dentre as características do subproduto, estão:

- Alta qualidade de matéria prima
- Comprometimento no prazo de entrega
- Atendimento diferenciado
- Facilidade de personalização

Especificações Técnicas

As especificações técnicas do subproduto dependerão da complexidade da personalização que o cliente pretende. Com isso, algumas funcionalidades essenciais incluem:

Catálogo de produtos: Um catálogo completo de materiais, pedras preciosas, designs e acabamentos disponíveis para personalização.

Configurador 3D: Uma ferramenta que permite ao cliente visualizar a peça em 3D, com a possibilidade de fazer ajustes em tempo real.

Controle de Qualidade

O controle de qualidade do subproduto será feito em duas etapas, através de ficha de inspeção e por feedback de clientes.

Ficha de Inspeção:

- Objetivo: Documentar cada etapa do processo de criação da joia, desde a escolha dos materiais até a entrega final.
- Itens a serem verificados: Conformidade do design com o pedido do cliente, qualidade dos materiais utilizados, acabamento, funcionamento de mecanismos (caso aplicável), e embalagem.
- Benefícios: Permite rastrear o histórico de cada peça, identificar possíveis falhas e realizar melhorias contínuas no processo.

Feedback do Cliente:

- Objetivo: Coletar o feedback dos clientes sobre a qualidade das peças personalizadas.
- Métodos: Enquetes de satisfação, entrevistas, análise de comentários em redes sociais.
- Benefícios: Permite identificar oportunidades de melhoria e ajustar os processos de acordo com as necessidades dos clientes.

O compartilhamento de informações na gerência de projetos

Agenda 11

Stakeholders

- Equipe de marketing
- Equipe de logística
- Bancos parceiros
- Governo
- Transportadora
- Clientes.

Atividades	Informações relevantes	Compartilhamento de informações	Modo
3. Fase de Lançamento	Dados obtidos através de análises de desempenhos do site desenvolvido, satisfação dos clientes, facilidade de acessos, alcance de anúncios, total de clicks em anúncios.	Marketing digital	Relatórios Reuniões presenciais Reuniões online ATA de reuniões
3.1 Testes Finais		Designer Gráfico	
Teste de funcionalidades do site		Desenvolvedor	
Verificação de processos de pagamento e envio			
Avaliação da experiência do usuário			
3.2 Divulgação	Dados obtidos através de pesquisas de mercados, feedback de clientes, análises de tráfego em sites e redes sociais, e métricas de vendas.	Marketing digital	
Lançamento de campanhas de marketing		Designer Gráfico	
Publicação de anúncios		Analista de Mercado	
Promoção em redes sociais e outros canais		Consultor de E-commerce	
3.3 Monitoramento	Alcances dos anúncios, retorno de clientes em relação a satisfação.	Marketing digital	
Análise de métricas de desempenho (vendas, tráfego)		Designer Gráfico	
Avaliação de feedback dos clientes		Analista de Mercado	
Ajustes e otimizações conforme necessário		Consultor de E-commerce	
		Desenvolvedor	

Consequências

A falta de comunicação, também como a falta de informações apresentadas acima, pode implicar no desempenho da loja, acarretando em baixo número de vendas, investimentos pouco assertivos em anúncios, insatisfação por parte dos clientes.

A identificação e minimização dos efeitos dos riscos

Agenda 12

Riscos	Probabilidade	Impacto	Mitigação	Tempo Estimado para Mitigação (S)	Custo Estimado (R\$)
Anúncios mal direcionados, baixo número de vendas, público alvo mal selecionado, divulgação mal executada	>70%	Alto	Refinar segmentação, análise de dados, ajuste de estratégias	1	R\$2.000,00
Má organização e falta de estoque	35-70%	Médio	Sistema de gestão de estoque, reposição automática, previsões de demanda	2	R\$1.000,00
Quebra no orçamento	1-35%	Alto	Orçamento detalhado, monitoramento de gastos, negociação com fornecedores	1	R\$900,00
Falta de estoque	35-70%	Médio	Sistema de gestão de estoque, previsões de demanda	Variável	Variável
Falta de transporte, fornecimento de produtos e embalagens	35-70%	Alto	Diversificar fornecedores, contratos de longo prazo, motorista particular	1-2	R\$3.000,00
Baixo tráfego ao site e redes sociais, baixo número de busca nos sites	>70%	Médio	Marketing de conteúdo, redes sociais, promoções, parcerias com influenciadores	3	R\$4.000,00
Atraso no recebimento de produtos, problemas de logística	35-70%	Alto	Sistema de gestão de estoque, previsões de demanda	Não estimável	Variável
Fraudes e ataques cibernéticos	35-70%	Alto	Sistemas de segurança, proteção de dados	1-2	R\$3.000,00
Concorrência	>70%	Médio	Monitoramento da concorrência, adaptação de estratégias, diversificação	1	R\$1.500,00

Mudanças no mercado	>70%	Alto	Acompanhamento de tendências, adaptação a novas tecnologias e produtos	Variável	Variável
Problemas técnicos	35-70%	Alto	Empresa especializada em desenvolvimento e manutenção	Não estimável	Variável

Controle das respostas aos riscos

O monitoramento de resultados deverá ser feito com base em coletas de dados, através de relatórios, planilhas e ferramentas de analíticas como por exemplo o Google Analytics.

Um cronograma também será essencial, com ele será definido a frequência das análises, podendo variar em diárias ou semanais, de acordo com a necessidade de cada atividade.

Por fim, a comparação dos resultados irá apontar quais foram os desvios e causas, podendo assim ter uma visão clara para elaborar planos de ação.

A gerência de aquisições

do planejamento à gestão de contratos

Agenda 13

- todas as atividades e os recursos financeiros disponíveis;
- as condições de mercado, as restrições e as premissas definidas na concepção do projeto;
- o cronograma e a estimativa de custos para cada etapa.
- o que irá ser feito no âmbito do projeto e o que será adquirido (make or buy);
- se precisará contratar alguma avaliação especializada;
- o tipo de contrato a ser adotado;
- quem irá gerenciar a compra;
- quais os documentos/autorizações serão necessários ao processo de compra;
- especifique o trabalho a ser realizado para os fornecedores (no caso de contratação de serviços).

1. Fase de Planejamento	make or buy	Contratar
1.1 Definição de Público-Alvo		
Pesquisa de perfil demográfico	M	Não
Análise de comportamento de compra	M	Não
Segmentação de mercado	M	Não
1.2 Pesquisa de Mercado		Não
Análise de concorrência	M	Não
Identificação de tendências de mercado	M	Não
Pesquisa de demanda	M	Não
1.3 Escolha de Plataforma de E-commerce		Não
Comparação de plataformas	M	Não
Avaliação de funcionalidades e custos	M	Não
Seleção da plataforma	M	Não
1.4 Criação de Identidade Visual		Não
Definição de logotipo	M	Não
Criação de paleta de cores	M	Não
Desenvolvimento de material gráfico (cartões, banners)	M	Não
1.5 Definição de Produtos a Serem Vendidos		Não
Seleção de fornecedores	M	Não
Escolha de categorias de produtos	M	Não

Definição de preços	M	Não
1.6 Criação de Catálogo de Produtos		Não
Fotografar produtos	M	Não
Criar descrições detalhadas	M	Não
Desenvolver layout do catálogo	M	Não
1.7 Escolha de Métodos de Pagamento		Não
Pesquisa de opções de pagamento	M	Não
Configuração de segurança de transações	M	Não
1.8 Escolha de Transportadora		Não
Pesquisa de transportadoras	M	Não
Comparação de serviços e preços	M	Não
Seleção e negociação com transportadora	M	Não
1.9 Criação de Política da Loja		Não
Desenvolvimento de políticas de troca e devolução	M	Não
Estabelecimento de termos de serviço	M	Não
Definição de política de reembolsos	M	Não
1.10 Plano de Marketing		
Criação de estratégias de marketing digital	B	Sim
Desenvolvimento de campanhas promocionais	B	Sim
Definição de canais de divulgação	B	Sim
1.11 Gerenciamento de Estoque		Sim
Implementação de sistema de controle de estoque	B	Sim
Definição de níveis de estoque mínimo	B	Sim
Procedimentos para reabastecimento	B	Sim
2. Fase de Desenvolvimento		Sim
2.1 Desenvolvimento do Site		Sim
Criação de estrutura do site	B	Sim
Design de interface e navegação	B	Sim
2.2 Marketing de Conteúdo		Sim
Produção de conteúdo (textos, imagens, vídeos)	B	Sim
Publicação de conteúdo no site e redes sociais	B	Sim
Monitoramento e análise de engajamento	B	Sim
3. Fase de Lançamento		Sim
3.1 Testes Finais		Sim
Teste de funcionalidades do site	B	Sim

Verificação de processos de pagamento e envio	B	Sim
Avaliação da experiência do usuário	B	Sim
3.2 Divulgação		Sim
Lançamento de campanhas de marketing	B	Sim
Publicação de anúncios	M	Não
Promoção em redes sociais e outros canais	B	Sim
3.3 Monitoramento		Sim
Análise de métricas de desempenho (vendas, tráfego)	B	Sim
Avaliação de feedback dos clientes	M	Não
Ajustes e otimizações conforme necessário	B	Sim

Atividades e os recursos financeiros disponíveis

Conforme definido na Agenda 03

Cronograma e a estimativa de custos para cada etapa.

Conforme definido na Agenda 09

Tipo de contrato a ser adotado

Para as atividades que forem terceirizadas, o contrato definido será o CONTRATO DE TIME & MATERIAL. Que consiste na negociação do tempo de serviço e materiais utilizados para execução.

Quem irá gerenciar a compra

Conforme definido na Agenda 08

Quais os documentos/autorizações serão necessários ao processo de compra

Para a realização de compras, será necessário:

- Requisição de compra: Documento formalizando a necessidade de compra ou contratação
- Orçamento e Cotação de Preços: Proposta de preço de diferentes fornecedores ou prestadores de serviços.
- Nota Fiscal e Comprovante de Pagamento: Documento emitido pelo depois da entrega dos produtos ou serviços para comprovar a transação.

Trabalho a ser realizado para os fornecedores (no caso de contratação de serviços).

Conforme descrito na tabela contendo a lista de atividades.

Os Stakeholders

Agenda 14

Stakeholders	Como afetará os stakeholders	Como será afetada por stakeholders
Cliente	Oferecerá estilo de identidade através das joias, trazendo elegância e autoestima.	Número de compras, trazendo demandas de pedidos. Feedback sobre produtos, atendimento e tempo de entrega.
Bancos parceiros	Alto volume de vendas irá gerar altos volumes de transações.	Facilidade de pagamento. Segurança entre transações. Credibilidade com clientes.
Equipe de logística	Aumento de demanda por serviços. Alto volume de envios.	Organização de produtos, recebimento e expedição de pedidos. Controle de fluxo de produtos.
Equipe de marketing	Aumento de demanda por serviços.	Aumentando o número de vendas, visitas e clientes. Ajuda a construir a reputação da marca.
Governo	Irão gerar pagamentos de tributos.	Normas trabalhistas Código de defesa do consumidor
Transportadora	Aumento de demanda por serviços.	Eficiência em entregas. Segurança nos transportes. Alta cobertura no país.

Utilizando o MS Project e o EXCEL como ferramentas da gestão de projetos

Agenda 16

Itens abordados

3- Observe os resultados da inserção dos dados, como o gráfico de Gantt, a rede PERT e o caminho crítico;

- Próxima página.

4- Considerando EAP de seu projeto, utilize o EXCEL para elaborar sua planilha de controle de gastos e montar um gráfico de Gantt. Se desejar você poderá ainda correlacionar os gastos com as barras do gráfico de Gantt.

- Conforme Agenda 09

A agenda 09 foi executada no Excel, assim como solicitado, e inserida na atividade como forma de tabela. Não vejo necessidade em refazer

Comércio eletrônico

20 de nov. de 2024

Etec

<http://>

Gerente de Projeto

Luciano Brito

Data inicial/final do projeto

20 de nov. de 2024 - 8 de mar. de 2025

Concluído

0%

Tarefa

16

Recursos

6

Elaboração de projeto para criação de um Comércio eletrônico

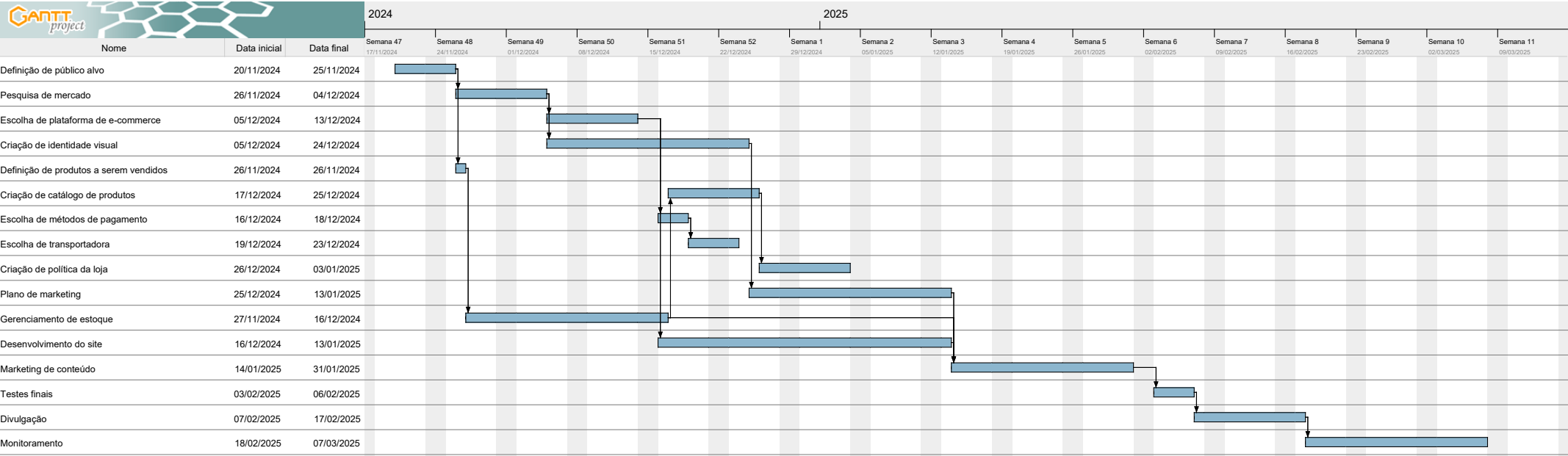
Tarefa

Nome	Data inicial	Data final
Definição de público alvo	20/11/2024	25/11/2024
Pesquisa de mercado	26/11/2024	04/12/2024
Escolha de plataforma de e-commerce	05/12/2024	13/12/2024
Criação de identidade visual	05/12/2024	24/12/2024
Definição de produtos a serem vendidos	26/11/2024	26/11/2024
Criação de catálogo de produtos	17/12/2024	25/12/2024
Escolha de métodos de pagamento	16/12/2024	18/12/2024
Escolha de transportadora	19/12/2024	23/12/2024
Criação de política da loja	26/12/2024	03/01/2025
Plano de marketing	25/12/2024	13/01/2025
Gerenciamento de estoque	27/11/2024	16/12/2024
Desenvolvimento do site	16/12/2024	13/01/2025
Marketing de conteúdo	14/01/2025	31/01/2025
Testes finais	03/02/2025	06/02/2025
Divulgação	07/02/2025	17/02/2025
Monitoramento	18/02/2025	07/03/2025

Recursos

Nome	Função
Luciano Brito	Gerente de Projeto
Olivia	Marketing Digital
Maria Eduarda	Analista de Mercado
Levi	Designer Gráfico
Erika	Desenvolvedor
Ana clara	Consultor de E-commerce

Gráfico Gantt



5

