TÉCNICO EM COOPERATIVISMO

Gestão de Projeto

PROFESSOR: FERNANDO GALVÃO

CONTEÚDO: REVISÃO DE CONTEÚDO

DATA: 26.06.2019

REVISÃO DE CONTEÚDO

CONCEITOS BÁSICOS

1. Processos => conjunto de recursos inter-relacionados e atividades que transformam entradas em saídas;

1.1. Entradas (input) => é tudo aquilo que fornecido no processo (insumos);

Ex: borracha, metragem de tecido, metal;

1.2. Saídas (output) => resultado final do processo;

Ex: vestuário, produtos de cutelaria;

CARACTERÍSTICAS DE UM PROJETO

- Temporário;
- Único;
- Progressivamente elaborado;
- Propósito definido;
- Ações não rotineiras;
- Interdependente;
- Media conflitos;
- Agrega valor ao negócio;
- Cria um produto/serviço singular;

MODERNO GERENCIAMENTO DE PROJETOS

- MGP é muito utilizado por diversos segmentos nos setores industriais e de serviços e se mostrou mais completo que o modelo tradicional que tinha foco exclusivo na entrega de resultado para os clientes;

- Já o MGP tem a preocupação de atender as expectativas de todos os stakeholders (entes que tem interesse na organização) envolvidos no processo, equilibrando interesses;

- Pode acontecer do projeto envolver equipes multidisciplinares e que atuam em bases distantes geograficamente: outsourcing (terceirização);

MODELOS DE GERENCIAMENTO

- Empírico => baseado mais na arte, no instinto, no sentimento do que na técnica (muitas tentativas e erros), sua viabilidade depende do talento da liderança e de sua equipe;
- Ex: Exércitos da antiguidade, arquitetos e construtores do mesmo período, exploradores;

- Tradicional => entre as décadas de 40/50 os projetos tiveram como característica serem mais elaborados, planejados com maior controle na administração dos recursos humanos, financeiros e de materiais. Foram criados processos, prazos;
- Ex: grande projetos de engenharia militares, espaciais;

GERENCIAMENTO ESTRATÉGICO

- **Macroambiente:** ambiente situado fora dos limites e fronteira da organização;
- **Ambiente geral:** ambiente formado por componentes do macroambiente que influenciam na organização: econômico, demográfico, tecnológico, político-legal etc.;
- **Ambiente organizacional:** ambiente constituído por entidades que influenciam na organização e vice-versa, cujos componentes são as partes interessadas (pessoas) e os concorrentes;
- **Competidores:** organizações diferentes, que possuem interesses semelhantes e que disputam o mesmo mercado;

GERENCIAMENTO ESTRATÉGICO

- **Competição e seus fatores de intensificação:**
- - economia global: quebra de fronteira comercial;
- - comunicações: globalização e comércio eletrônico;
- - evolução tecnológica: diminuição do ciclo de vida do produto e atualização contínua;
- - consumidores: pressão por aumento da qualidade e bom atendimento, grande poder de escolha;
- **Vantagem competitiva:** entende-se como o resultado da superioridade de fatores que levam à criação de valor;

GERENCIAMENTO ESTRATÉGICO

- **Valor:** considerado atributo de bens e serviços desejados e pagos pelos clientes;
- **Competências essenciais:** traduz-se como o conjunto de habilidades, recursos e tecnologias capaz de criar valor;
- **Reconhecimento das competências:**
- - valor percebido pelo cliente: oferecer benefícios e ser reconhecido;
- - diferenciação entre concorrentes: habilidades superiores.
- - capacidade de expansão: aplicação em outros produtos e serviços.

ESTRATÉGIAS SETORIAIS

- **Estratégias setoriais:** são consideradas estratégias de negócio ou empresariais, onde as ações executadas na organização determinam as ações e distribuem os recursos em cada produto e/ ou serviço:

1. Liderança de custos: a vantagem é oferecer produtos e/ou serviços com atributos aceitáveis a baixo custo unitário aos clientes sensíveis a preço (grandes redes de farmácia);

2. Diferenciação: oferecer produtos e/ou serviços de características únicas ou com atributos singulares ou marcantes aos clientes relativamente insensíveis a preço (Apple);

ESTRATÉGIAS CORPORATIVAS

- **Estratégias corporativas:** são consideradas estratégias de negócio para a atuação em diversos mercados, ou seja, estratégias voltadas para fora da organização e que determinam as ações e distribuem os recursos, selecionando os produtos e/ou serviços;

- **Estratégias integrativas (processo de incorporação):** podem ser integração avante, como aquisição ou controle para frente, distribuidores, atacadistas ou integração para trás, como aquisição de fornecedores (sistema bancário);

ESTRATÉGIA INTENSIVA

- **Estratégias intensivas:** têm como finalidade melhorar o poder competitivo, mantendo os mesmos produtos; como exemplo, tem a penetração de mercado, através do aumento de market share (participação de mercado do produto), com aumento de produção, campanhas de marketing (alpargatas);

- **Intensivas**: o desenvolvimento de mercado, realizado através da expansão da atual área de mercado, utilizando os mesmos produtos e/ ou serviços em outras regiões através de parceria, franquias ou atualizando linha de produtos já existentes;

ESTRATÉGIA DEFENSIVA

- **Estratégias defensivas:** através das quais as empresas posicionam-se ante a situações críticas e de risco. Temos a joint venture, que se caracteriza como uma parceria ou associação com a finalidade de aproveitar uma mesma oportunidade; a reestruturação ou redução de ativos ou diminuição de investimentos

ESTRATÉGIA DE DIVERSIFICAÇÃO

- **Estratégias através das diversificações:** através da introdução de novos produtos e/ou serviços, além dos existentes, temos a diversificação concêntrica; os novos produtos e/ou serviços têm relação com os existentes

ORGANIZAÇÃO E GERENCIAMENTO ESTRATÉGICO

- **Competição e seus fatores de intensificação:**
- economia global: quebra de fronteira comercial;
- comunicações: globalização e comércio eletrônico;
- evolução tecnológica: diminuição do ciclo de vida do produto e atualização contínua;
- consumidores: pressão por aumento da qualidade e bom atendimento, grande poder de escolha;