

GPI - Relatório de Projeto

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL

DISCIPLINA: TPP201 - PROJETO DO PRODUTO I **Período:** 3º Noite

PROFESSOR: Fabio Jose Santos de Oliveira
Contato por e-mail: fabio.jsoliveira@fatec.sp.gov.br
Período do Desenvolvimento: 1º semestre 2024

Integrantes do Grupo:

ID	ALUNOS
1	Andre Luiz Ribeiro Antunes
2	Danielle Cristine Sampaio Vieira
3	
4	
5	

Detalhes do Projeto

I - Projeto:

Desenvolvimento de um produto do conceito até a preparação da produção.

II - Objetivos:

Fornecer uma visão integrada do processo de desenvolvimento do produto, desde as etapas iniciais de geração de ideias, desenhos e modelagem, sistemas de medidas, desenvolvimento do conceito do produto até a preparação da produção e lançamento do produto piloto.

O Projeto deve ter enfoque prático e atender necessidade real de mercado

- Levantar necessidade com potenciais usuários – grupos de pessoas, entidades, empresas etc.
- Indicar aplicação do produto (ex. resolver problema, desempenho superior, menor preço)
- Visitar, perguntar, conhecer a aplicação e as necessidades – ir a campo!
- Se possível, indicar empresa / entidade na qual será desenvolvido o projeto e/ou aplicado o produto

III - Restrições:

O Projeto deve tratar de um produto físico

- Não serão aceitos projetos de serviços puros
- Projeto pode tratar de um sistema Produto + Serviço, no qual serviço complementa produto físico a ser desenvolvido

GPI - Relatório de Projeto

IV - Necessidades do Cliente:

Desenvolver um móvel

Requisitos:

De 1 a 3 gavetas

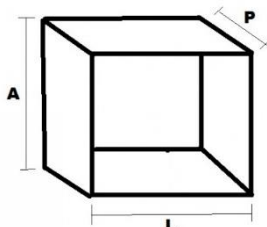
De 1 a 2 portas

AxLxP

A de 500 a 600 mm

L de 300 a 400 mm

P de 250 a 400 mm



Área de material a ser utilizado
até 2 m²

Espessura min: 15 mm

Material: madeira

V - Dimensões:

Definido pelo grupo de projeto restrito as dimensões limites do item IV.

VI - Material:

Madeira, plástico, metal, espuma, feltro, adesivo de contato, prego, parafuso, tinta, verniz, etc.

VII - Desenho:

À mão livre (elaboração dos conceitos) e em CAD, power point, etc os desenho finais.

VIII - Planejamento das Principais Entregas do Projeto (Avaliações)

GPI - Relatório de Projeto

IMPORTANTE - Critério de entrega:

Critério de avaliação e entrega dos documentos:

1. Formato:

1.1 entrega do capítulo em PDF

2 prazo:

2.1 entrega por e-mail até a data descrita no relatório
(Cronograma Macro do Projeto)

3 Meio:

3.1 tarefas do teams.entregue na data planejada até as 19:00 hrs

3.2 Nome do arquivo:3SEM GPI_Grupo X_cap X o número dos grupos esta abaixo:

4 Critérios de avaliação

4.1 Formatação

4.2 Prazo

4.3 Fontes de pesquisa

4.4 Conteúdo.

4.5 Absorção do conteúdo (Conhecimento adquirido)

Grupos

nome	grupo
1460772323008 DANIEL MARTINS PEREIRA	1
1460772323018 DAVID PONTES DOS SANTOS	1
1460772323022 GUSTAVO HENRIQUE SILVA SANTOS	1
1460772323037 LUCAS PODDIS GRIPP	1
1461152313056 MATHEUS ALVES DE ARAUJO	1
1460772323032 RAFAEL RAMALHO MOLINARI FIALHO	1
1460772323021 ALEX FRANCISCO ZANON	2
1460772323047 GABRIEL FERREIRA MOREIRA	2
1460772323020 GUILHERME ALEXANDRINO PASSOS	2
1460772323026 JOAO CLAUDIO SILVA DE CARVALHO	2
1460772323023 JOELSON SANTOS DE OLIVEIRA	2
1460772323006 THAIS DE CARVALHO SILVA	2
1460772323015 AMANDA ALVES OLIVEIRA	3
1460772323007 BRUNA GABRIELY MARTINS COSTA	3
1460772323046 FELIPE DE OLIVEIRA BERTOLLOTTO	3
1461152313042 HENRIQUE GASPAR DE LIMA	3
1460772313045 LUCAS EDUARDO DA SILVA	3
1460772323005 LUIS HENRIQUE DOS SANTOS DA CR	3
1461152213038 ANDERSON CALDERAN DOMINGUES	4
1460772323035 ANDRE RIBEIRO BASTOS	4
1460772223028 DANIELLE CRISTINE SAMPAIO VIEIRA	4
1460772323028 LEVI SOUZA NOBREGA	4
1460772323036 LUAN LUCAS MOREIRA LEMES	4
1461152313021 MARIO RODRIGUES NETO	4
1460772323029 WELLINGTON SILVA FERNANDES	4
1460772413029 ANDRÉ LUIZ RIBEIRO ANTUNES	x
1460772323014 LUIZA ADRIELE PINHEIRO	x
1460772313046 WESLEY PEREIRA DO PRADO	x

GPI - Relatório de Projeto

Entregas

EAD – entrega reposição dia 31/08

Entrega do canva

Sprint 1 – 03/09/2024

▪ENTREGA – Relatório 1 – Cap 1

1 Planejamento Estratégico

1.1 Definição do Negócio

1.1.1 Proposta de Valor

1.1.2 Pra Quem

1.1.3 Fontes de Receita

1.1.4 Como vou fazer

1.1.5 Estrutura de Custos

1.2 Definição da Missão e da Visão

1.2.1 Missão

1.2.2 Visão

1.3 Análise de SWOT

1.4 Estratégias

Apresentação 03/09

CAP 1

Modelo de negócio canva

Apresentação do nicho

Missão e visão

SWOT

Estratégias

CAP 2

Apresentar expectativa do Cliente

GPI - Relatório de Projeto

Índice:

1	Planejamento Estratégico	7
1.1	Definição do Negócio.....	7
1.1.1	Proposta de Valor.....	7
1.1.2	Pra Quem.....	7
1.1.3	Fontes de Receita.....	7
1.1.4	Como vou fazer	7
1.1.5	Estrutura de Custos	8
1.2	Definição da Missão e da Visão	8
1.2.1	Missão	8
1.2.2	Visão.....	8
1.3	Análise de SWOT	8
1.4	Estratégias.....	9
2	Planejamento do Projeto	10
2.1	Stakeholders – Interessados no Projeto.....	10
2.2	Escopo do Projeto.....	10
2.3	Escopo do Produto.....	11
2.4	Análise de Risco do Projeto.....	12
2.5	Matriz de Responsabilidade	13
2.6	Cronograma.....	14
2.7	Estimativa de Custos do Projeto	14
3	Projeto Informacional	15
3.1	Requisitos do Projeto	15
3.1.1	Requisitos do Cliente	15
3.1.2	Requisitos do Produto.....	16
3.2	Benchmark.....	17
3.3	Especificação do Produto.....	18
4	Projeto Conceitual	19
4.1	Funções do Produto.....	19
4.2	Alternativas e Conceitos.....	19
4.2.1	Conceito Definido com Dimensões principais.....	19
4.2.2	Justificativa de escolha do conceito	19
4.2.3	Principais Materiais / Normas	19
5	Projeto Detalhado.....	20
5.1	Desenho 2D – Anexo I padrão ABNT – arquivo pdf	20
5.2	Desenho 3D – Vista Isométrica – Anexo II Arquivo eletrônico	20
5.3	Decisão Make or Buy.....	20
5.4	Desenvolver fornecedores.....	20
5.5	Projetar recursos de fabricação	20
5.6	Custos Atualizados	21
6	Controle do Projeto	22
6.1	Lições Aprendidas.....	22

GPI - Relatório de Projeto

6.2	Controle de mudanças no Projeto	22
6.3	Cumprimento dos Requisitos de Projeto	22
6.4	Memorial de calculo.....	23
6.5	Design Review	23

GPI - Relatório de Projeto

1 Planejamento Estratégico

Preparado por:	André; Danielle.
Fontes de pesquisa	https://sebrae.com.br/ ; empresa.
Grupo:	5

1.1 Definição do Negócio

Movelaria Antunes, empresa focada em soluções em MDF.

1.1.1 Proposta de Valor

moveis personalizados e de alta qualidade, projetados para atender as necessidades e preferencias individuais dos clientes, artesanato e acabamento de excelência, serviço de design personalizado e consultoria para ajudar os clientes a transformar suas ideias em realidade.

1.1.2 Pra Quem

Atendimento personalizado, com consultoria especializada durante o processo de design e fabricação, manutenção de relacionamento de longo prazo com os clientes para futuros projetos e referencias.

Clientes residenciais que desejam moveis personalizados e sob medida, empresas de arquitetura e design de interiores em busca de soluções de mobiliário personalizado, outras marcenarias o fabricantes de moveis que buscam parcerias para terceirização de produção, loja física para exibição de produtos e atendimento aos clientes, redes sociais com portfólio de projetos, informações sobre serviços e possibilidade de solicitação de orçamento.

1.1.3 Fontes de Receita

Venda direta de moveis personalizados aos clientes finais, acordos de terceirização de produção com outros fabricantes ou marcenarias, parcerias com empresas de arquitetura e design de interiores, comissionando projetos de moveis.

1.1.4 Como vou fazer

Fornecedores de matéria-prima, como madeira, ferragens e acabamentos. Design e desenvolvimento de projetos personalizados, fabricação e montagem de moveis, gerenciamento de projetos e controle de qualidade. Equipe de marceneiros habilitados e especializados, oficina equipada com as ferramentas e maquinário necessário, rede de fornecedores de materiais de qualidade.

GPI - Relatório de Projeto

1.1.5 Estrutura de Custos

Salários e encargos da equipe, custos de matéria-prima e fornecedores, custos de manutenção da oficina e equipamentos, despesas de marketing e divulgação.

1.2 Definição da Missão e da Visão

1.2.1 Missão

“Nossa missão é criar móveis de alta qualidade que combinam design personalizado com artesanato excepcional, proporcionando soluções únicas e funcionais que transformam espaços e superam as expectativas dos nossos clientes. Valorizamos a sustentabilidade e o compromisso com práticas responsáveis, contribuindo para um futuro mais verde e consciente.”

1.2.2 Visão

“Ser reconhecida como uma marcenaria líder no mercado nacional, conhecida por inovação, excelência no atendimento e compromisso com a sustentabilidade, tornando-se a primeira escolha de clientes que buscam móveis exclusivos e de alta qualidade.”

1.3 Análise de SWOT

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
Fatores Internos	Forças <ul style="list-style-type: none"> Alta Qualidade do Acabamento; Personalização e Produtos Sob Medida; Experiência e Conhecimento Técnico; Reputação no Mercado Local; Capacidade de Atender a Prazos Curto. 	Fraquezas <ul style="list-style-type: none"> Capacidade de Produção Limitada; Falta de Presença Online; Falta de mão de obra qualificada.
Fatores Externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> Crescimento da Demanda por Produtos Sustentáveis; Parcerias com Designers de Interiores; Crescimento de edifícios na cidade; Tendência de “Do It Yourself” (DIY). 	Ameaças <ul style="list-style-type: none"> Concorrência de Grandes Varejistas; Flutuações no Preço da Madeira; Mudanças nas Preferências dos Consumidores; Regulamentações Ambientais; Instabilidade Econômica.

GPI - Relatório de Projeto

1.4 Estratégias

Estratégias de Preços

Para atender diferentes segmentos de mercado, a marcenaria pode adotar uma estratégia de segmentação de preços, criando linhas de produtos com faixas de preço variadas. Isso permitirá alcançar tanto clientes que buscam opções mais acessíveis quanto aqueles que valorizam a exclusividade e estão dispostos a pagar mais por produtos personalizados. Além disso, a oferta de pacotes promocionais, como combos de móveis para novos apartamentos ou descontos em projetos completos de mobiliário, incentivará compras maiores e fidelizará clientes.

Marketing e Branding

Uma marca forte e bem definida é essencial para diferenciar a marcenaria no mercado. Desenvolver uma identidade de marca que reflita os valores de qualidade artesanal e personalização é o primeiro passo. Essa identidade deve ser comunicada de forma consistente em todos os materiais de marketing e canais de comunicação. As campanhas de marketing digital são fundamentais para aumentar a visibilidade da marcenaria. Investir em SEO, Google Ads e redes sociais permitirá alcançar um público mais amplo e diversificado. Além disso, parcerias locais com lojas de decoração, arquitetos e designers de interiores são estratégicas para expor os produtos da marcenaria e atrair novos clientes.

Melhoria Operacional

Para garantir eficiência e qualidade na produção, é fundamental investir em novas tecnologias e ferramentas que automatizem processos e aumentem a capacidade produtiva sem comprometer o padrão de excelência. Além disso, implementar programas de treinamento e capacitação para os funcionários melhorará as habilidades técnicas e o atendimento ao cliente, aumentando a produtividade e a satisfação dos clientes.

Expansão de Mercado

Para ampliar o alcance da marcenaria e conquistar novos clientes, é essencial explorar novos canais de venda e regiões. A criação de uma loja online própria e a presença em marketplaces especializados em móveis artesanais permitirão que a marcenaria atinja clientes além das fronteiras geográficas atuais. Além disso, a expansão geográfica com a abertura de uma segunda unidade ou a oferta de serviços em regiões vizinhas pode aumentar a base de clientes e consolidar a marca em novas áreas.

GPI - Relatório de Projeto

2 Planejamento do Projeto

Preparado por:	
Fontes de pesquisa	
Grupo	

2.1 Stakeholders – Interessados no Projeto

2.2 Escopo do Projeto

I - Time do Projeto

II - Descrição do projeto

III - Justificativa do projeto

IV - Objetivo do projeto

V - Descrição do Produto

VI – Premissas

VII – Restrições

VIII -Expectativa do cliente

GPI - Relatório de Projeto

IX - Exclusões específicas

X - Entregas do projeto

XI - Orçamento do projeto

XII – Riscos do Projeto

XII – Cronograma macro

Marcos do Projeto	início	término
Planejamento Estratégico		
Planejamento do Projeto		
Projeto Informacional		
Projeto Conceitual		
Projeto Detalhado		
Preparação da Produção		
Apresentação do Projeto		

2.3 Escopo do Produto

I - Descrição do Produto

II - Dimensões do Produto

III – Principais Materiais e recursos

GPI - Relatório de Projeto

2.4 Análise de Risco do Projeto

[illegible]

Estratégias de respostas aos Riscos		
Aceitar Riscos	Evitar/Prevenir Riscos	Transferir Riscos
<ul style="list-style-type: none"> - Aceitar ativamente: contingência de tempo, recursos ou dinheiro - Aceitar passivamente: aceita-se as consequências, sem fazer nada - Nem sempre é possível eliminar todas as ameaças 	<ul style="list-style-type: none"> - Alteração do plano de projeto - Alterar o objetivo que está em perigo - Pode implicar em prolongamento do cronograma - Pode implicar em redução do Escopo - Rever as tolerâncias organizacionais - Eliminação mais radical que pode existir: acabar com o projeto! 	<ul style="list-style-type: none"> - Passar o risco a terceiros - Não elimina o risco! - Quase sempre significa aumento de custo - Pode ser interpretada como uma mitigação - Seguro
Mitigar Riscos		
<ul style="list-style-type: none"> - Redução do Impacto - Redução da Probabilidade - Ações antecipadas são mais eficazes que esperar o risco ocorrer 		

Estratégias Respostas para Riscos Positivos (Oportunidades)	
Aceitar	Explorar (provocar)
Aproveitar a oportunidade, mas sem persegui-la.	Eliminar a incerteza. Ex: trocar um recurso.
Melhorar	Compartilhar
Aumentar a probabilidade. Ex: inclusão de mais recursos.	Passar a um terceiro que tenha melhor capacidade de explorar a oportunidade. Ex: joint venture

GPI - Relatório de Projeto

2.5 Matriz de Responsabilidade

DR1

Entrega	Descrição	Data	Responsável

DR2

Entrega	Descrição	Data	Responsável

DR3

Entrega	Descrição	Data	Responsável

GPI - Relatório de Projeto

DR4

Entrega	Descrição	Data	Responsável

2.6 Cronograma

Cronograma

Por DR

2.7 Estimativa de Custos do Projeto

GPI - Relatório de Projeto

3 Projeto Informacional

Preparado por:	
Fontes de pesquisa	
Grupo:	

3.1 Requisitos do Projeto

3.1.1 Requisitos do Cliente

ID	Requisito do Cliente	Razão
1		
2		
3		
4		
5		
6		

GPI - Relatório de Projeto

3.1.2 Requisitos do Produto

ID	Requisito do Produto	Requisito do Cliente Associado	Razão
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

GPI - Relatório de Projeto

3.2 Benchmark

ID	Produtos	Característica de Interesse
1		
2		
3		

GPI - Relatório de Projeto

3.3 Especificação do Produto

I Nome do produto

II Fornecedores

III Parâmetros de potência

IV Dimensões e Material

V Características

VI Descrição funcional

VII Instruções de montagem

VIII Avisos

GPI - Relatório de Projeto

4 Projeto Conceitual

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	
Grupo:	

4.1 Funções do Produto

4.2 Alternativas e Conceitos

Conceito 1 (desenho)

Conceito 2 (desenho)

Conceito 3 (desenho)

4.2.1 Conceito Definido com Dimensões principais

Conceito Definido: (desenho com as principais dimensões definidas)

4.2.2 Justificativa de escolha do conceito

Justificativa:

4.2.3 Principais Materiais / Normas

Materiais:

Normas:

GPI - Relatório de Projeto

5 Projeto Detalhado

5.1 Desenho 2D – Anexo I padrão ABNT – arquivo pdf

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	
Grupo:	

5.2 Desenho 3D – Vista Isométrica – Anexo II Arquivo eletrônico

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	

5.3 Decisão Make or Buy

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	

5.4 Desenvolver fornecedores

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	

5.5 Projetar recursos de fabricação

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	

GPI - Relatório de Projeto

5.6 Custos Atualizados

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	

GPI - Relatório de Projeto

6 Controle do Projeto

6.1 Lições Aprendidas

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	
Grupo:	

6.2 Controle de mudanças no Projeto

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	
Grupo:	

6.3 Cumprimento dos Requisitos de Projeto

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	
Grupo:	

GPI - Relatório de Projeto

ID	Requisito do Produto	Requisito do Cliente Associado	Entrega	Verificação	Resultado da fase

6.4 Memorial de calculo

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	
Grupo:	

6.5 Design Review

Preparado por:	
Fontes da pesquisa	
Grupo:	

GPI - Relatório de Projeto

Anotações feitas durante as apresentações sobre comentários pós apresentação