

2º STATUS REPORT

Planejamento de Compras

(IF980) – Sistema de Gestão Empresarial



João Marques
Analista de
Modelagem



José Bruno
Analista de
Comunicação



Júlio Barros
Gerente de
Projetos



Eraldo José
Analista de
Sistemas

01

Contexto e Proposta de Valor

Neste tópico teremos o detalhamento de toda a problemática referente ao planejamento de compras do IFPE

02

Análise de Artefatos

Os stakeholders do projeto e seus respectivos valores para o processo, fatores críticos da implementação e a matriz de responsabilidade

03

Documentação do Projeto

Formalização das entregas do projeto e todos os documentos entregues neste primeiro status report.

04

Andamento do Projeto

Andamento do projeto e melhorias de artefatos desenvolvidos e mudanças na usabilidade

05

Atividades Planejadas

Cronograma de execução e futuro do projeto

An orange, organic, cloud-like shape with irregular edges, centered on a dark gray background. It contains the text '01.CONTEXTO/ PROPOSTA DE VALOR' in a bold, dark gray, sans-serif font.

01.CONTEXTO/ PROPOSTA DE VALOR

1.1 LEI DE INSTITUIÇÃO DOS IFS 11.892/2008

CAPÍTULO II DOS INSTITUTOS FEDERAIS DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Seção I Da Criação dos Institutos Federais

Art. 5º Ficam criados os seguintes Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia:

- I - Instituto Federal do Acre, mediante transformação da Escola Técnica Federal do Acre;
- II - Instituto Federal de Alagoas, mediante integração do Centro Federal de Educação Tecnológica de Alagoas e da Escola Agrotécnica Federal de Satuba;
- III - Instituto Federal do Amapá, mediante transformação da Escola Técnica Federal do Amapá;
- IV - Instituto Federal do Amazonas, mediante integração do Centro Federal de Educação Tecnológica do Amazonas e das Escolas Agrotécnicas Federais de Manaus e de São Gabriel da Cachoeira;
- V - Instituto Federal da Bahia, mediante transformação do Centro Federal de Educação Tecnológica da Bahia;
- VI - Instituto Federal Baiano, mediante integração das Escolas Agrotécnicas Federais de Catu, de Guanambi (Antonio José Teixeira), de Santa Inês e de Senhor do Bonfim;
- VII - Instituto Federal de Brasília, mediante transformação da Escola Técnica Federal de Brasília;
- VIII - Instituto Federal do Ceará, mediante integração do Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará e das Escolas Agrotécnicas Federais de Crato e de Iguatu;
- IX - Instituto Federal do Espírito Santo, mediante integração do Centro Federal de Educação Tecnológica do Espírito Santo e das Escolas Agrotécnicas Federais de Alegre, de Colatina e de Santa Teresa;
- X - Instituto Federal de Goiás, mediante transformação do Centro Federal de Educação Tecnológica de Goiás;
- XI - Instituto Federal Goiano, mediante integração dos Centros Federais de Educação Tecnológica de Rio Verde e de Urutai, e da Escola Agrotécnica Federal de Ceres;
- XII - Instituto Federal do Maranhão, mediante integração do Centro Federal de Educação Tecnológica do Maranhão e das Escolas Agrotécnicas Federais de Codó, de São Luís e de São Raimundo das Mangabeiras;



**INSTITUTO
FEDERAL**



1.2 LEI DE LICITAÇÕES

8.666/1993

LEI Nº 8.666, de 21 de junho de 1993

Regulamenta o Art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Capítulo I Das Disposições Gerais Seção I Dos Princípios

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratos administrativos pertinentes a obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações e locações no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

• Nos termos do Art. 4º, todos quantos participem de licitação têm direito público subjetivo à fiel observância do procedimento estabelecido nesta Lei, podendo qualquer cidadão acompanhar o seu desenvolvimento, desde que não venha a perturbar ou impedir os trabalhos.

Parágrafo único. Subordinam-se ao regime desta Lei, além dos órgãos da administração direta, os fundos especiais, as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

• A presente lei deixou de aplicar-se às estatais, em razão da seguinte redação dada ao Art. 173, § 1º, da CF:

“§ 1º A lei estabelecerá o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias que explorem atividade econômica de produção ou comercialização de bens ou de prestação de serviços, dispondo sobre:

I - ...;
III - licitação e contratação de obras, serviços, compras e alienações, observados os princípios da administração pública.”

Art. 2º As obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações, concessões, permissões e locações da Administração Pública, quando contratadas com terceiros, serão necessariamente precedidas de licitação, ressalvadas as hipóteses previstas nesta Lei.

• As licitações e contratos para concessões e permissões são regulados pelas Leis nº 8.967, de 13/2/95, e nº 9.074, de 7/7/95.

Parágrafo único. Para os fins desta Lei, considera-se contrato todo e qualquer ajuste entre órgãos ou entidades da Administração Pública e particulares, em que haja um acordo de vontades para a formação de vínculo e estipulação de obrigações recíprocas, seja qual for a denominação utilizada.

“Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da

1.3 PROCESSO ATUAL E COMUNICAÇÃO ENTRE OS CAMPUS



Processo de preenchimento de planilha não existe padronização no momento de declarar intenção de compra. Também não existe um meio de aviso a outros requisitantes a possível efetuação de compra de determinado item caso interesse o mesmo a participar daquela compra para o ano corrente. (Economia de escala)

Planilha de Aquisições

ANEXO V - Quantidade de Tonner por Campus

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Complementos Ajuda A última edição foi feita em 24 de agosto de 2016

100% \$ % .0 .00 123 Arial 10 B I S A [Grid Icons]

TONNER HP Q6000A PRETO – IMPRESSORA HP LASERJET SERIES 1600/2600													
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	
INSTITUTO FEDERAL DE PERNAMBUCO													
Diretoria de Avaliação e Desenvolvimento de Tecnologias													
PROJETO: AQUISIÇÃO CENTRALIZADA DE TONNERS E CONSUMÍVEIS DE IMPRESSORAS													
Campus: REITORIA													
Preenchida por: IGOR NEGROMONTE													
ITEM	ESPECIFICAÇÃO	AFG	BAR	BLJ	CAR	VIT	GAR	PSQ	REC	REI	IPJ	DEA	
1	TONNER HP 12A (Q2612A) – IMPRESSORA HP 3015n					6				12			
2	TONNER HP 05X (CE505X) – IMPRESSORA HP 2055dn	75			50	10	50			8	18		
3	TONNER HP 49X (Q5949X) – IMPRESSORA HP LASERJET 1320									44	7		
4	TONNER HP CE320A PRETO – IMPRESSORA HP 1525NW												
5	TONNER HP CE321A CIANO – IMPRESSORA HP 1525NW												
6	TONNER HP CE322A AMARELO – IMPRESSORA HP 1525NW												
7	TONNER HP CE323A MAGENTA – IMPRESSORA HP 1525NW												
8	TONNER HP Q6000A PRETO – IMPRESSORA HP LASERJET SERIES 1600/2600				6								
9	TONNER HP Q6001A CIANO – IMPRESSORA HP LASERJET SERIES 1600/2600				3								
10	TONNER HP Q6002A AMARELO – IMPRESSORA HP LASERJET SERIES 1600/2600				3								
11	TONNER HP Q6003A MAGENTA – IMPRESSORA HP LASERJET SERIES 1600/2600				3								
12	TONNER HP Q2670A PRETO – IMPRESSORA HP LASERJET SERIES 3500/3700												
13	TONNER HP Q2671A CIANO – IMPRESSORA HP LASERJET SERIES 3500/3700												
14	TONNER HP Q2672A AMARELO – IMPRESSORA HP LASERJET SERIES 3500/3700												
15	TONNER HP Q2673A MAGENTA – IMPRESSORA HP LASERJET SERIES 3500/3700												
16	CARTUCHO TINTA HP 21XL PRETO												
17	CARTUCHO TINTA HP 22XL COLORIDO												
18	CARTUCHO TINTA HP 27 PRETO												

+ Planilha3 Planilha4 Explorar

1.3.3 PROCESSO ATUAL E COMUNICAÇÃO ENTRE OS CAMPUS

Modelo de Memória de Cálculo (Fim da Aquisição)

Nº do Item	Item	Unidade de Fornecimento	Município/UF de Entrega - Quantidade		Justificativa
1	Serviço de Impressão MONO – TIPO I FRANQUIA	UND	Recife/PE	4.903.278	<p>Para chegar nessas quantidades foi realizado um estudo de consumo do contrato atual, levando em consideração os anos de 2016, 2017 e 2018. No estudo, ficou evidenciado as características de cada serviço, bem como o consumo de cada setor da Reitoria. Assim, foi considerado para esse item os seguintes setores e seu consumo (baseado em histórico de consumo ou estimado):</p> <p>- BASEADO EM SÉRIE HISTÓRICAS (SETOR : QTD. FRANQUIA: QTD EXCEDENTE)</p> <p>AUDI: 676: 450 COMISSÕES: 724: 483 GABINETE: 1.527: 1.018 PROAD: 3.233: 2.155 PROEXT: 1.245: 830 DGPE: 3.517: 2.345 PJUR: 708: 472</p>



1.4 OBJETIVO E RESULTADO ESPERADO

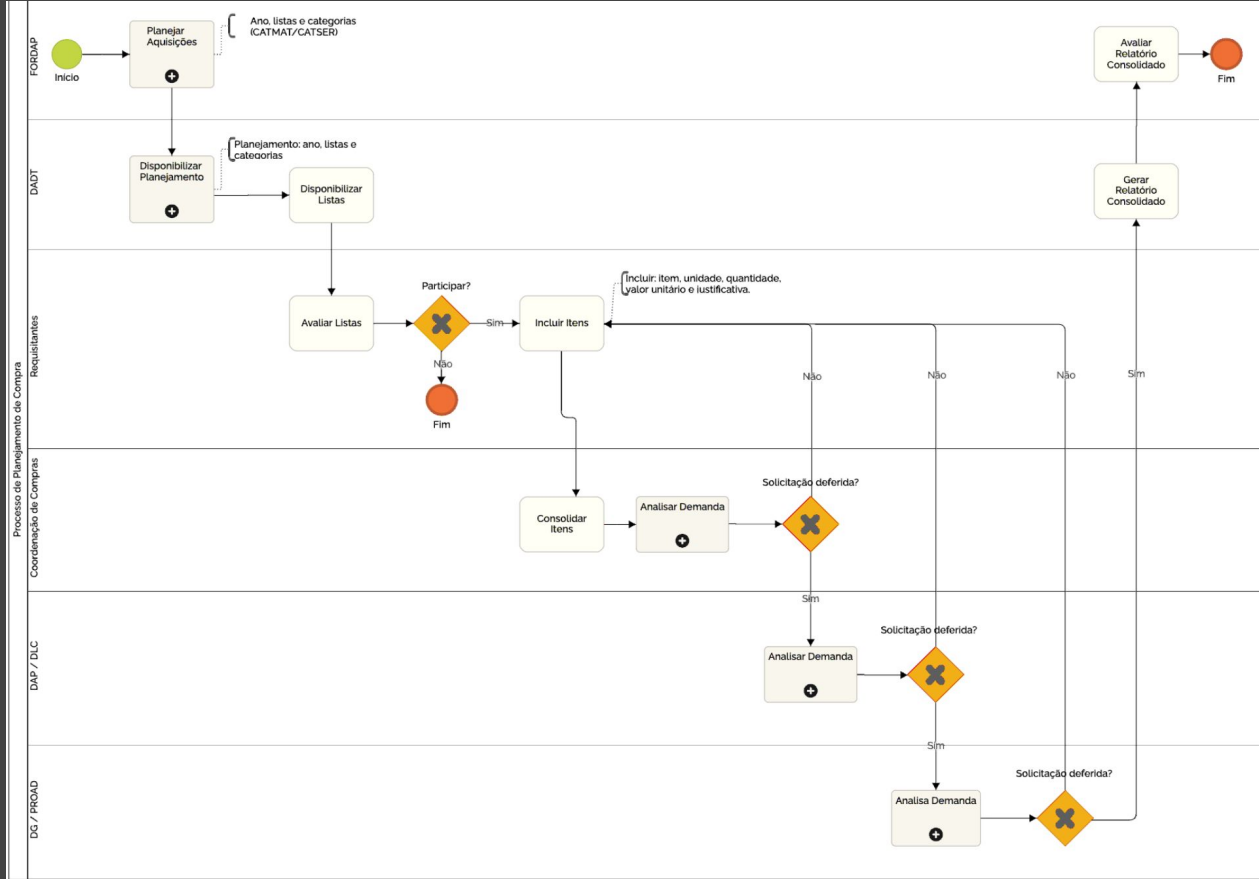
Objetivo:

Este projeto tem como finalidade analisar, identificar pontos de melhoria e propor mudanças no processo de negócio de planejamento de compras compartilhadas dos câmpus do Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia de Pernambuco.

Resultado Esperado:

- Redução de custos (economia de escala);
- Otimização do tempo utilizado para o planejamento das compras;
- Melhoria da comunicação interna;
- Padronização do processo de planejamento;
- Unificação da gestão contratual;

1.5 MODELO AS-IS



1.5.1 MODELO AS-IS

Problemas detectados:

- Despadronização na gestão do projeto de compras
- Falta de visibilidade da intenção de compras.
- Adequação dos itens incluídos a lista de categorias.
- Falta de transparência do status de análise da solicitação de inclusão de um item.
- Sequencialização das análises dos departamentos de planejamento de compras tardam a finalização do processo.

Diagrama de Ishikawa





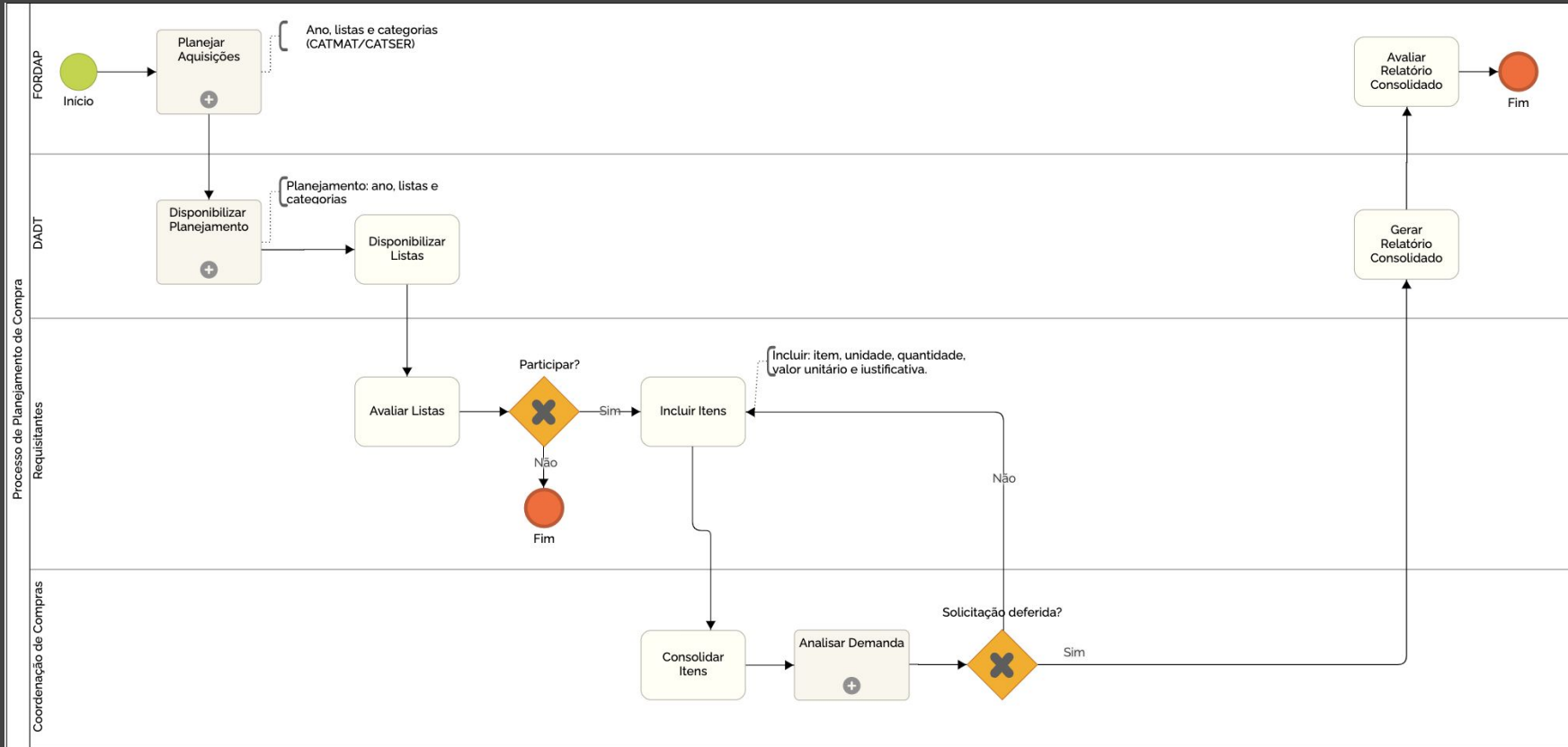
1.6 PROPOSTA DE VALOR MARKETPLACE



Objetivo:

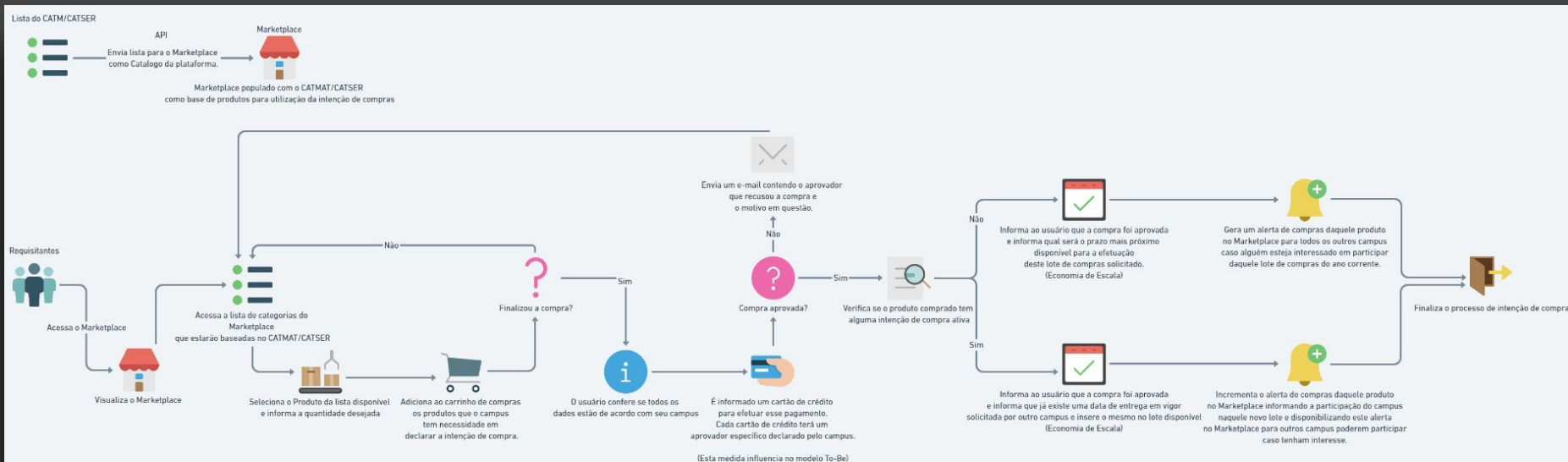
O objetivo da solução de Marketplace tem como premissa a ideia de uma compra colaborativa, onde o uso centralizado atual das planilhas seria abandonado por um sistema onde agruparia as intenções de compras de um determinado campus e disponibilizaria essas intenções para outros campus que também tivessem a necessidade de realizar a mesma compra no ano corrente.

1.6.2 MODELO TO-BE



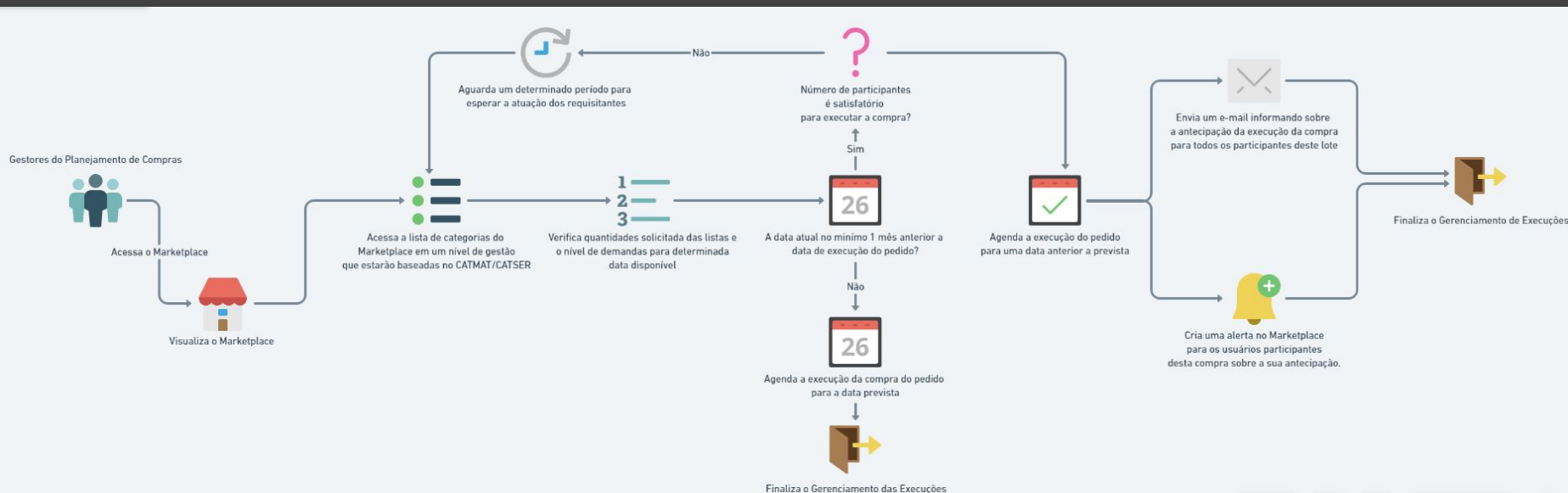
1.6.3 PROPOSTA DE VALOR MARKETPLACE

Intenção de Compra



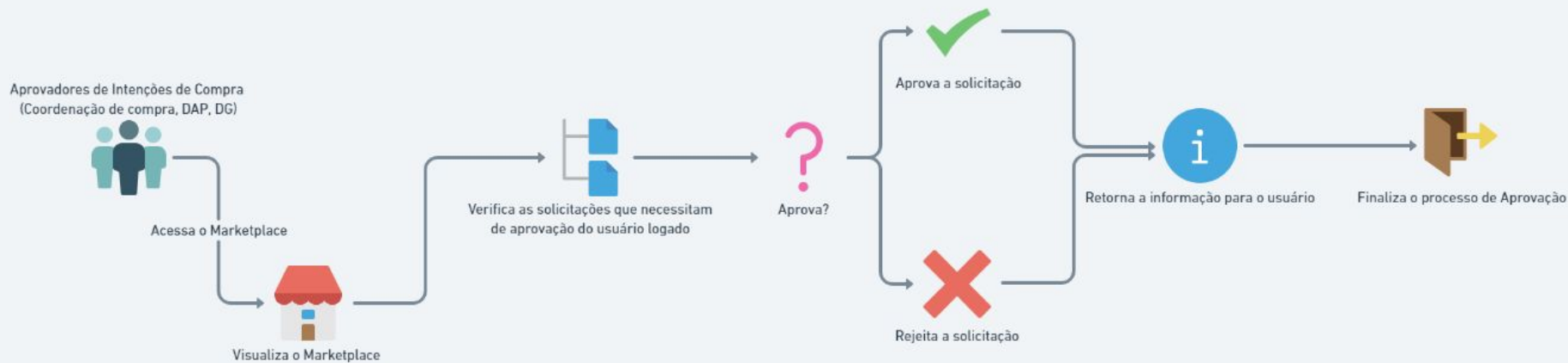
1.6.4 PROPOSTA DE VALOR MARKETPLACE

Gerenciamento de Execuções



1.6.5 PROPOSTA DE VALOR MARKETPLACE

Aprovação de Intenção de Compras



1.6.6 PROPOSTA DE VALOR

MARKETPLACE

Vantagens:

- Agilidade no processo
- Segurança na intenção de compra
- Melhoria na comunicação interna
- Padronização do processo de planejamento de compra
- Unificação da gestão

Desvantagens:

- Custo no desenvolvimento de uma solução integrada
- Treinamento necessário devido a troca de ferramenta de trabalho

Riscos:

- Resistência por parte dos usuários do planejamento de compras

A large, irregular, organic shape in a light orange color, centered on a dark gray background. The shape has a soft, hand-drawn appearance with rounded edges and a few small indentations.

02. ANÁLISE DE ARTEFATOS

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

Iteração: 01/09/2020 a 13/11/2020

Data	Evento	Eraldo	Joao	Jose	Julio
01/09	<i>Reunião de Introdução ao Problema</i>	R	R	A	R
08/09	Kickoff	R	A	R	R
15/09	Reunião de Detalhamento do Processo	C	R	A	C
22/09	Modelagem do Processo Atual	C	C	C	A
25/09	Reunião de Validação da Modelagem do Processo Atual	A	C	C	R
29/09	1º Status Report	R	R	R	A
02/10	Reunião de Identificação de Pontos de Melhoria	A	C	R	C
06/10	Elaboração de Proposta de Intervenção	R	R	R	A
13/10	Reunião de Validação de Propostas de Intervenção	C	R	A	C
20/10	2º Status Report	R	A	R	R
27/10	Reunião de Ajustes e Feedbacks	C	R	A	C
13/11	<i>Entrega Final</i>	R	A	R	R

STAKEHOLDERS

Stakeholder	Influências POSITIVAS	Influências NEGATIVAS	Grau de PODER	Grau de INTERESSE	ATITUDE do Time
Diretoria de Administração e Planejamento	Participação ativa no processo de planejamento de compra.	Baixa disponibilidade	9	5	Requisitar informações acerca do processo, manter informado sobre o projeto.
Diretoria de Licitação e Contratos	Participação ativa no processo de planejamento de compra.	Baixa disponibilidade	9	5	Requisitar informações acerca do processo, manter informado sobre o projeto.
Equipe de desenvolvimento - Eraldo José, João Victor, José Bruno e Júlio César	Planejamento, execução e controle das atividades relacionadas ao projeto.	Conciliar atividades de desenvolvimento do projeto, entregas das disciplinas, trabalho e vida pessoal.	5	8	Satisfazer cronogramas de entrega para que haja um melhor desenvolvimento do projeto.
Diretoria de Avaliação e Desenvolvimento de Tecnologias - Marco Eugênio	Gateway entre o time de desenvolvimento e os contatos do instituição. Avaliador das entregas.	Nenhuma	9	10	Realizar reuniões mais frequentes de acompanhamento de projeto.
Consultora de SGE - Simone Santos	Auxílio teorico-científico na Gestão.	Pressão das entregas	6	8	Consultar sempre que necessário. Manter satisfeito.
Consultor PMBOK - Alexandre Vasconcelos	Auxílio teorico-científico no Planejamento.	Pressão das entregas	6	7	Consultar sempre que necessário. Manter satisfeito.
Consultora BPMN - Carla Silva	Auxílio teorico-científico na Modelagem.	Pressão das entregas	6	5	Consultar sempre que necessário. Manter satisfeito.



27.000 ALUNOS
3.000 SERVIDORES
(Expansível para todos os IF do país)

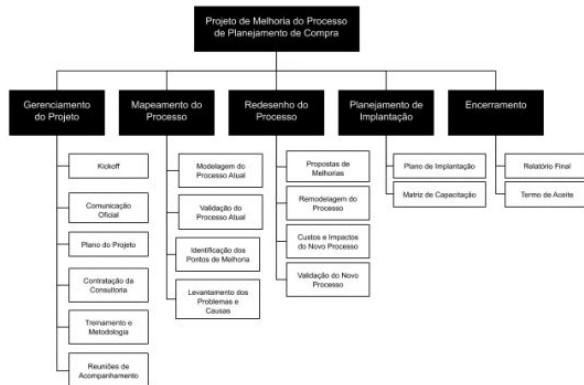
03.

DOCUMENTAÇÃO DO PROJETO

Logo da Empresa	PLANO DE GERENCIAMENTO DE ESCOPO
Objetivos	
Este documento tem como objetivo fornecer uma descrição detalhada de como o escopo do projeto será gerenciado.	
Projeto	Planejamento de Compras
Data Registro	18/10/2020
Responsável (da parte cliente):	Marcos Eugênio
Responsável (da parte do projeto):	Júlio César
Processo de Gerenciamento de Escopo	
O processo de Gerenciamento de Escopo do projeto terá como base a Declaração de Escopo e a Estrutura Analítica do Projeto (WPS). A metodologia utilizada estará em conformidade com as práticas indicadas nos processos de planejamento e gerenciamento de projetos do PMBOK. As seguintes fases deverão ser executadas: Planejamento do Gerenciamento do Escopo, Levantamento de Requisitos, Definição de Escopo, construção da Estrutura Analítica do Projeto, validação do escopo e, por último, o monitoramento através do Controle de Escopo..	
Priorização das mudanças no escopo	
Mudanças no escopo deverão ser analisadas priorizando aquelas que possam causar maior impacto, passando por validação com o cliente, consulta dos stakeholders e aprovação do Gerente de Projeto.	
Processo de reavaliação e atualização do escopo do projeto	
Esse processo deverá ocorrer sempre que detectado a necessidade de alteração de escopo durante as reuniões com o cliente, o Gerente de Projeto deverá ser consultado e aprovar tal mudança.	
Uso de reservas financeiras para alterações no escopo do projeto	
O uso de reservas financeiras previstas deverão ser utilizadas quando necessário, após extrapolado a carga horária de trabalho dos membros da equipe de desenvolvimento.	
Frequência e critérios para atualização deste plano	
Atualizações de escopo devem ocorrer, se e somente se necessário, após a validação com o cliente e aprovação do Gerente de Projeto.	
Elaborado por: Júlio César	
Aprovado por: Júlio César	

3.3 PLANO DE GERENCIAMENTO DE ESCOPO

Logo da Empresa	ESTRUTURA ANALÍTICA DO PROJETO (EAP)
Objetivos	
Este documento descreve o agrupamento de elementos do projeto orientado a entrega que organiza e define o escopo total do projeto.	
Projeto	Planejamento de Compras
Data Registro	11/09/2020
Responsável (da parte cliente):	Marcos Eugênio
Responsável (da parte do projeto):	Júlio César
Componentes da WBS	



1. Gerenciamento do Projeto

- 1.1 **Kickoff** – Responsáveis: Gerente de Projeto e Analista de Sistemas, duração de 4 horas (elaboração + apresentação);
- 1.2 **Comunicação Oficial** – Responsáveis: Gerente de Projetos e Analista de Comunicação, duração de elaboração 4 horas;
- 1.3 **Plano do Projeto** – Responsáveis: Gerente de Projetos e Analista de Modelagem, duração de 10 horas;
- 1.4 **Contratação da Consultoria** – Responsáveis: Toda equipe de Projeto, duração de 1 hora;

3.2 EAP

- 1.5 **Treinamento e Metodologia** – Responsáveis: Consultores, duração de 6 horas semanais;
- 1.6 **Reuniões de Acompanhamento** – Responsáveis: Gerente do Projeto e Analista de Comunicação, duração de 1 hora semanal;
2. **Mapeamento do Processo**
 - 2.1 **Modelagem do Processo Atual** – Responsáveis: Analista de Modelagem e Analista de Comunicação, duração de 2 horas;
 - 2.2 **Validação do Processo Atual** – Responsáveis: Analista de Modelagem e Analista de Comunicação, duração de 1 hora;
 - 2.3 **Identificação dos Pontos de Melhoria** – Responsáveis: Toda equipe de Projeto, duração de 2 horas;
 - 2.4 **Levantamento dos Problemas e Causas** – Responsáveis: Analista de Modelagem, duração de 1 hora;
3. **Redesenho do Processo**
 - 3.1 **Processos de Melhoria** – Responsáveis: Analista de Modelagem e Gerente de Projeto, duração de 2 horas;
 - 3.2 **Remodelagem dos Processos** – Responsáveis: Analista de Modelagem e Gerente de Projeto, duração de 1 hora;
 - 3.3 **Custos e Impactos do Novo Processo** – Responsáveis: Analista de Modelagem e Gerente de Projetos, duração de 2 horas;
 - 3.4 **Validação do Novo Processo** – Responsáveis: Analista de Comunicação e Analista de Modelagem, duração de 1 hora;
4. **Planejamento de Implantação**
 - 4.1 **Plano de Implantação** – Responsáveis: Gerente de Projetos e Analista de Comunicação, duração de 6 horas;
 - 4.2 **Matriz de Capacitação** – Responsáveis: Gerente de Projetos e Analista de Comunicação, duração de 2 horas;
5. **Encerramento**
 - 5.1 **Relatório Final** – Responsáveis: Toda equipe do Projeto, duração de 4 horas;
 - 5.2 **Termo de Aceite** – Responsáveis: Analista de Comunicação e Gerente de Projeto, duração de 2 horas;

3.1 PLANO DE GERENCIAMENTO DE CRONOGRAMA

Logo da Empresa	PLANO DE GERENCIAMENTO DE CRONOGRAMA
Objetivos	
Este documento tem como objetivo fornecer uma descrição detalhada de como o cronograma do projeto será gerenciado.	
Projeto	Planejamento de Compras
Data Registro	20/09/2020
Responsável parte cliente):	(da) Marcos Eugênio
Responsável parte do projeto):	(da) Júlio César
Metodologia para construção do cronograma e seus impactos	
A metodologia utilizada para a construção do cronograma baseia-se na metodologia de estimativa Bottom-up, na qual o tempo estimado das entregas é calculado com base nas atividades que a compõe. Ademais, a execução das atividades são ajustadas de modo a otimizar para que seja concluído no tempo pré-determinado pelos patrocinadores, delegando de maneira distribuída atividades para membros da equipe e priorizando o paralelismo quando possível em relação a sequencialização das tarefas.	
Processo de gerenciamento de cronograma	
Sempre que uma atividade extrapolar o tempo estimado o gerente de projetos deve ser notificado, juntamente com o responsável pela atividade para que seja re-estimar o tempo para a atividade, bem como, readequação das atividades impactadas.	

Priorização de prazos	
Atividades com o prazo mais próximo deveram ser priorizadas em relação as demais, sobretudo, relacionadas diretamente aos artefatos, a fim de que não haja atrasos na data de entrega ao cliente.	
Reservas financeiras para alterações no cronograma do projeto	
Reservas financeiras para alterações no cronograma do projeto serão utilizadas se e somente se mostre necessário a aplicação de esforço adicional para execução de trabalho em hora extra, após esgotado o banco de horas de todos os responsáveis aptos para a execução das atividades.	
Frequência e critérios para atualização deste plano	
A atualização do plano de gerenciamento de tempo do cronograma se necessária deverá ser realizada semanalmente. Os critérios para atualização deste é de que seja	

Logo da Empresa	CRONOGRAMA DE ATIVIDADES
Projeto	Planejamento de Compras
Data	Atividade
30/08	Definição da Equipe
30/08	Criação de Repositório do Projeto
01/09	Reunião de Introdução ao Problema
01/09	Criação do Canvas
04/09	Descrição do Problema
08/09	Apresentação do Termo de Abertura
11/09	Criação do Modelo Delisle
11/09	Elaboração do Plano de Gerenciamento de Escopo
15/09	Elaboração do Plano de Gerenciamento de Recursos Humanos, Stakeholders e Comunicação
15/09	Reunião de Introdução ao Processo
15/09	Modelagem do Processo BPMN AS-IS
17/09	Validação do Modelo BPMN AS-IS
20/09	Plano de Gerenciamento de Tempo
20/09	Gerenciamento de Fatores Críticos
22/09	Plano de Gerenciamento de Custos
29/09	Apresentação do 1º Status Report
03/10	Identificação de pontos de melhoria
06/10	Elaboração de Diagrama Ishikawa
10/10	Elaboração de propostas de melhoria
13/10	Modelagem do Processo BPMN TO-BE
13/10	Validação do Modelo BPMN TO-BE
17/10	Elaboração do Plano de Gerenciamento de Tempo e Cronograma
20/10	Apresentação do 2º Status Report
27/10	Mapeamento de Solução e Valores de negócio
29/10	Elaboração de Indicadores de desempenho do processo
04/11	Elaboração de Plano de Implantação
06/11	Elaboração do Relatório Final
11/11	Elaboração do Termo de Aceite
13/11	Apresentação Final do Projeto

3.4 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

3.5

RELATÓRIO DE STATUS DO PROJETO

RELATÓRIO DE STATUS DO PROJETO

RESUMO DO PROJETO

DATA DO RELATÓRIO	NOME DO PROJETO	PREPARADO POR
20 de setembro de 2020	Planejamento de Compras - IFPE	Júlio César

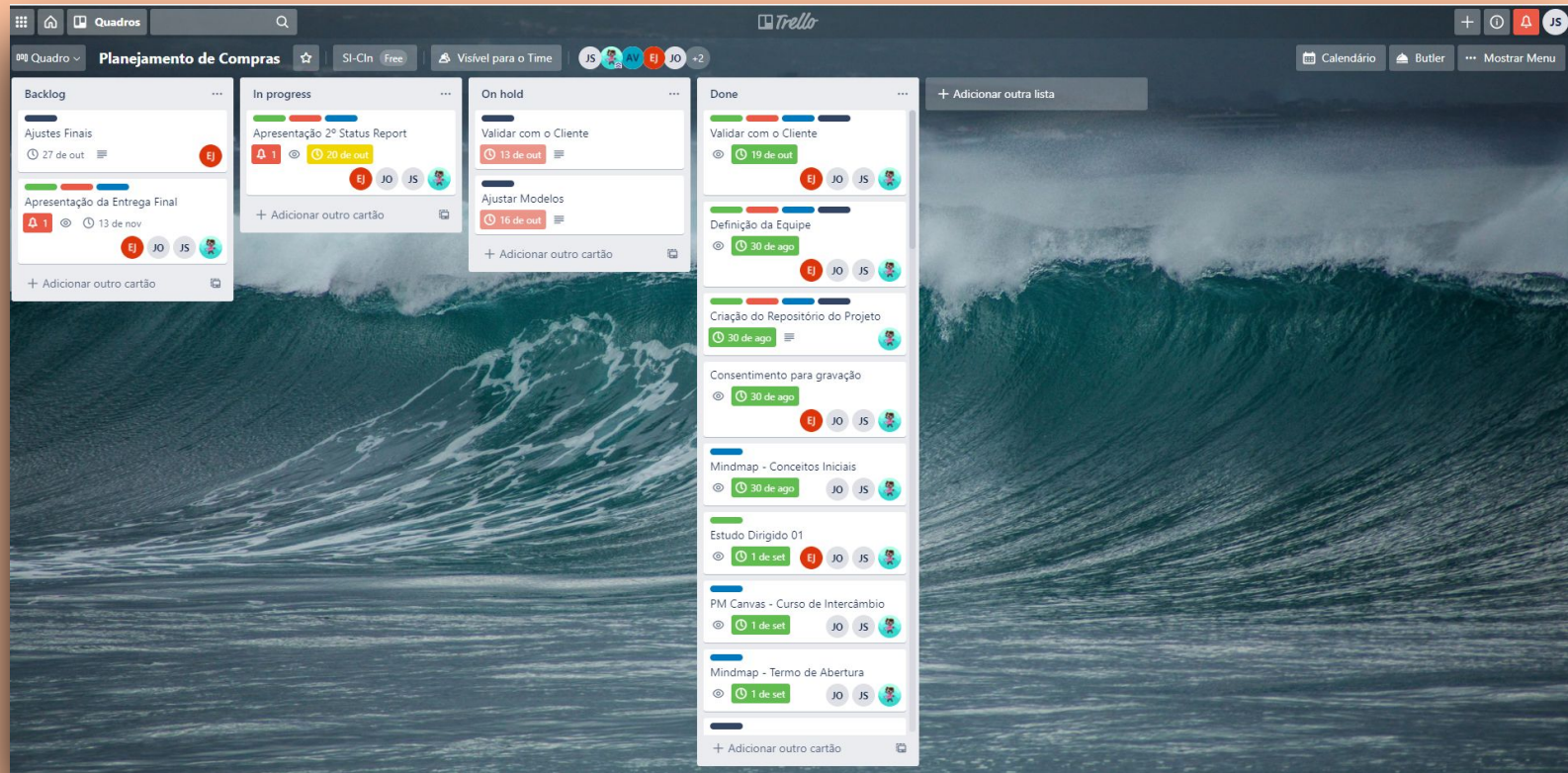
RESUMO DO STATUS

O status do projeto é **em dia**, todas atividades foram executadas conforme o prazo previsto, embora exista algumas pendências relacionadas a validação com o cliente. Através da modelagem do processo atual, analisando foi possível identificar o problema, causas e efeitos e efetuar uma proposta de valor que consiste na implementação de uma solução similar a um marketplace para o processo de planejamento de compras. Também vale destacar a finalização de alguns artefatos, destacando-se o plano de gestão de requisitos, cronograma e gestão de tempo.

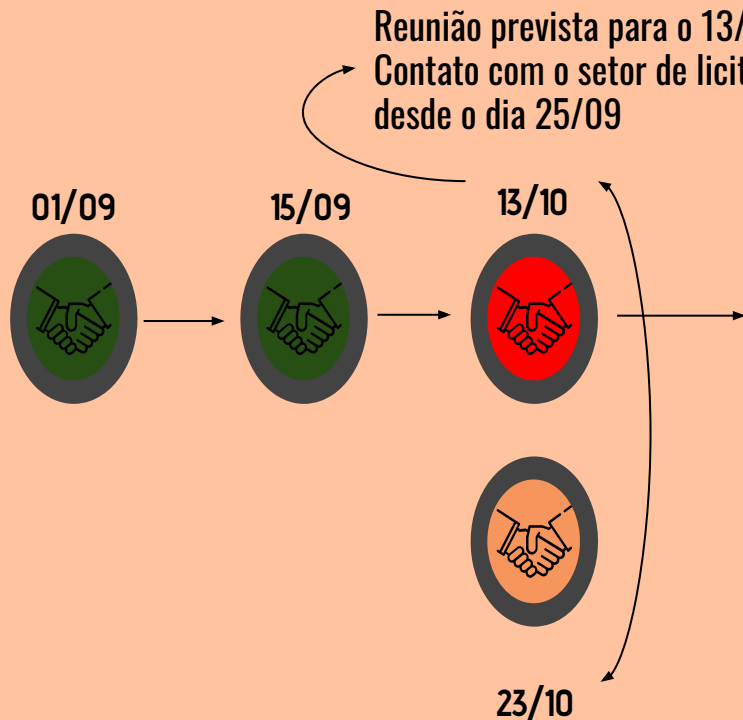


04. ANDAMENTO DO PROJETO

TRELLO



REUNIÕES



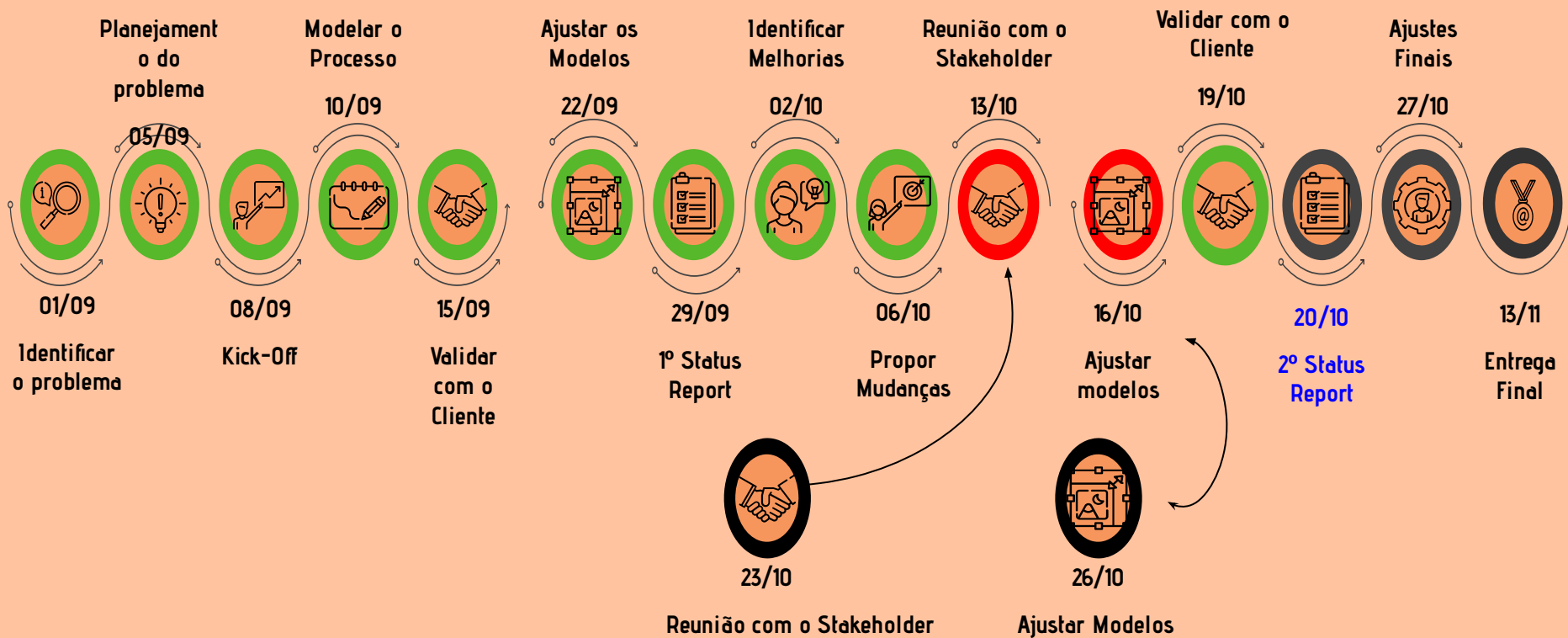
CONSEQUÊNCIAS

- Problemas na captação de informações com o stakeholder responsável pelo setor de licitações.
- Dificuldade na construção da modelagem do modelo to-be para se adequar de forma construtiva ao processo de negócio do cliente.
- Início da construção dos artefatos por inferência devido a falta de norteammento desta fase do projeto.
- Estresse elevado devido a necessidade de buscar soluções e visões alternativas para suprir as lacunas da falta de contato com o setor em questão.

05.

**ATIVIDADES
PLANEJADAS**

PROJECT TIMELINE



GRUPO DE ENTREGAS

- 1º Ciclo: Preparação e Planejamento
 - Canvas, Github & Github Project;
 - Termo de abertura
 - Apresentação e Avaliação 360º
- 2º Ciclo: Entendimento do Problema e Análise da Solução
 - Fatores Críticos
 - Plano Preliminar
 - Modelos de Processos de Negócio (AS-IS, BPMN)
 - Requisitos, Stakeholders RACI e Matriz de Interesse;
 - Apresentação e Avaliação 360º
- 3º Ciclo: Design da Solução
 - Modelos de Processos de Negócio (Ishikawa, TO-BE);
 - Design inicial da Solução
 - Apresentação e Avaliação 360º
- 4º Ciclo: Entrega da Solução
 - Modelos de Processos de Negócio (i*, TO-BE i*)
 - Solução, valores de negócio e indicadores de desempenho;
 - Apresentação e Avaliação 360º



Obrigado!

Dúvidas?