

Aula 04

Administração de empresas de projeto

AUT 0593

1º Semestre 2019

Atividade

Responder estas perguntas para: um supermercado

Que produtos essa organização entrega?

Quem precisa dessa organização?

Quem contrata?

Quem é atendido?

Que tipo de atividades ela desenvolve?

Como essa organização está estruturada?

Exemplo: equipe/especialidades, sede/escritório, infra, especialistas, etc.

Quais são as despesas?

Como fecha as contas?

Qual é a razão dessa organização existir?

Responder estas perguntas para: uma pousada

Que produtos essa organização entrega?

Quem precisa dessa organização?

Quem contrata?

Quem é atendido?

Que tipo de atividades ela desenvolve?

Como essa organização está estruturada?

Exemplo: equipe/especialidades, sede/escritório, infra, especialistas, etc.

Quais são as despesas?

Como fecha as contas?

Qual é a razão dessa organização existir?

Clube da Caçamba SP

Grupo público

Sobre

Discussão

Membros

Eventos

Vídeos

Fotos

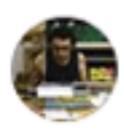
Pesquisar neste grupo

- Atalhos
- FAU USP PÓS GRA... 12
 - FAU e Design - Está... 11
 - Arquitetos 20+
 - Arquitetura e urba... 20+
 - FAU 20+

+ Participar do grupo

Mais

Participe deste grupo para publicar e comentar.



Hache Ortiz

18 de março às 14:53

[Centro][Bela Vista] Rua Avanhandava 756

Estudantes de arquitetura e afins, tem restos desses materiais massa pra maquete.



FEIRA DO ROLO (SP)
BUTANTÃ
 135.898 membros

+ Participar



Spotted Barra
Funda/Campos Elíseos
 271 membros

+ Participar

Português (Brasil) ·
 Português (Portugal) · English (US) ·
 Español · Français (France)

+

Privacidade · Termos · Anúncios ·
 Opções de anúncio · Cookies · Mais ·
 Facebook © 2019

Responder estas perguntas para: Clube da Caçamba

Que produtos essa organização entrega?

Quem precisa dessa organização?

Quem contrata?

Quem é atendido?

Que tipo de atividades ela desenvolve?

Como essa organização está estruturada?

Exemplo: equipe/especialidades, sede/escritório, infra, especialistas, etc.

Quais são as despesas?

Como fecha as contas?

Qual é a razão dessa organização existir?

Atividade em grupo: 5 pessoas

Escolher um destes modelos

EMAU (ou coletivo de alunos)

Coletivo de arquitetos e afins

Assessoria Técnica em AU

Escritório de arquitetura pequeno

Escritório de arquitetura grande

Escritório no poder público

Agora responder para a organização do seu grupo, da seguinte forma

- 1. Individual, em silêncio, em post-it (pode refazer!) > 20 minutos**
- 2. Colar na folha da mesa, sem falar**
- 3. Organizar, sem falar (pode mexer em qualquer um) > 10 minutos**
- 4. Reagrupar e discutir (agora pode falar!)**
- 5. Dar nome para cada um dos agrupamentos que surgir**

Apresentar o cartaz de cada mesa

Rápido, só 5 minutos cada

O que são os grupos?

Procurar lembrar: dificuldades, discordâncias

Perguntas de base

Que produtos essa organização entrega?

Quem precisa dessa organização?

Quem contrata?

Quem é atendido?

Que tipo de atividades ela desenvolve?

Como essa organização está estruturada?

Exemplo: equipe/especialidades, sede/escritório, infra, especialistas, etc.

Quais são as despesas?

Como fecha as contas?

Qual é a razão dessa organização existir?

Modelo de negócios

Quadro do Modelo de Negócios

BMC (Business Model Canvas)

Ferramenta para desenvolver modelos de empresas

Equivalente de plantas em cortes para edificações.

Traz nove blocos para pensar na estratégia da empresa:

Segmentos de clientes

Proposta de valor

Canais

Relacionamento com clientes

Fonte de receita

Recursos principais

Atividades-chave

Parcerias principais

Estrutura de custos

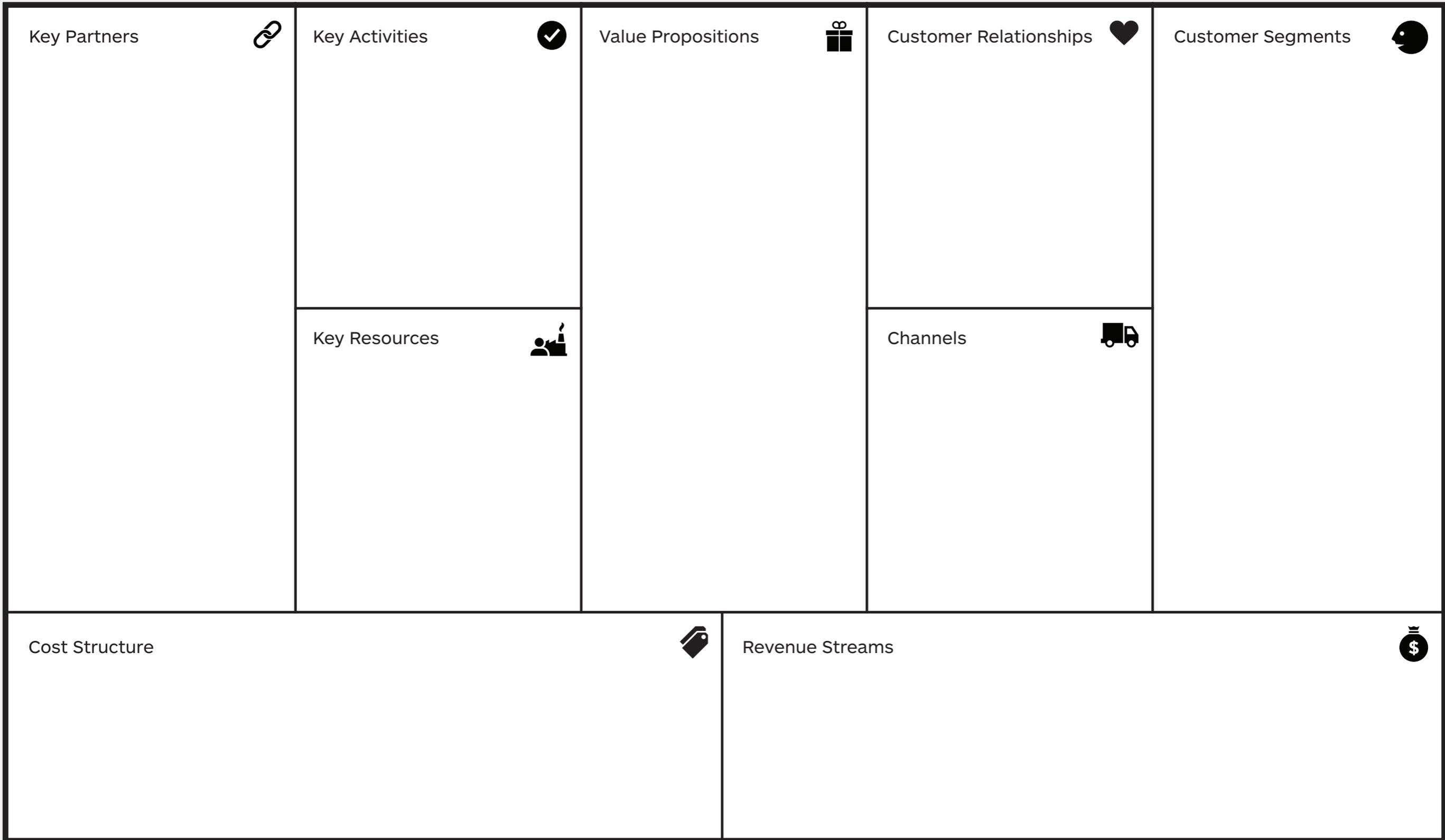
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



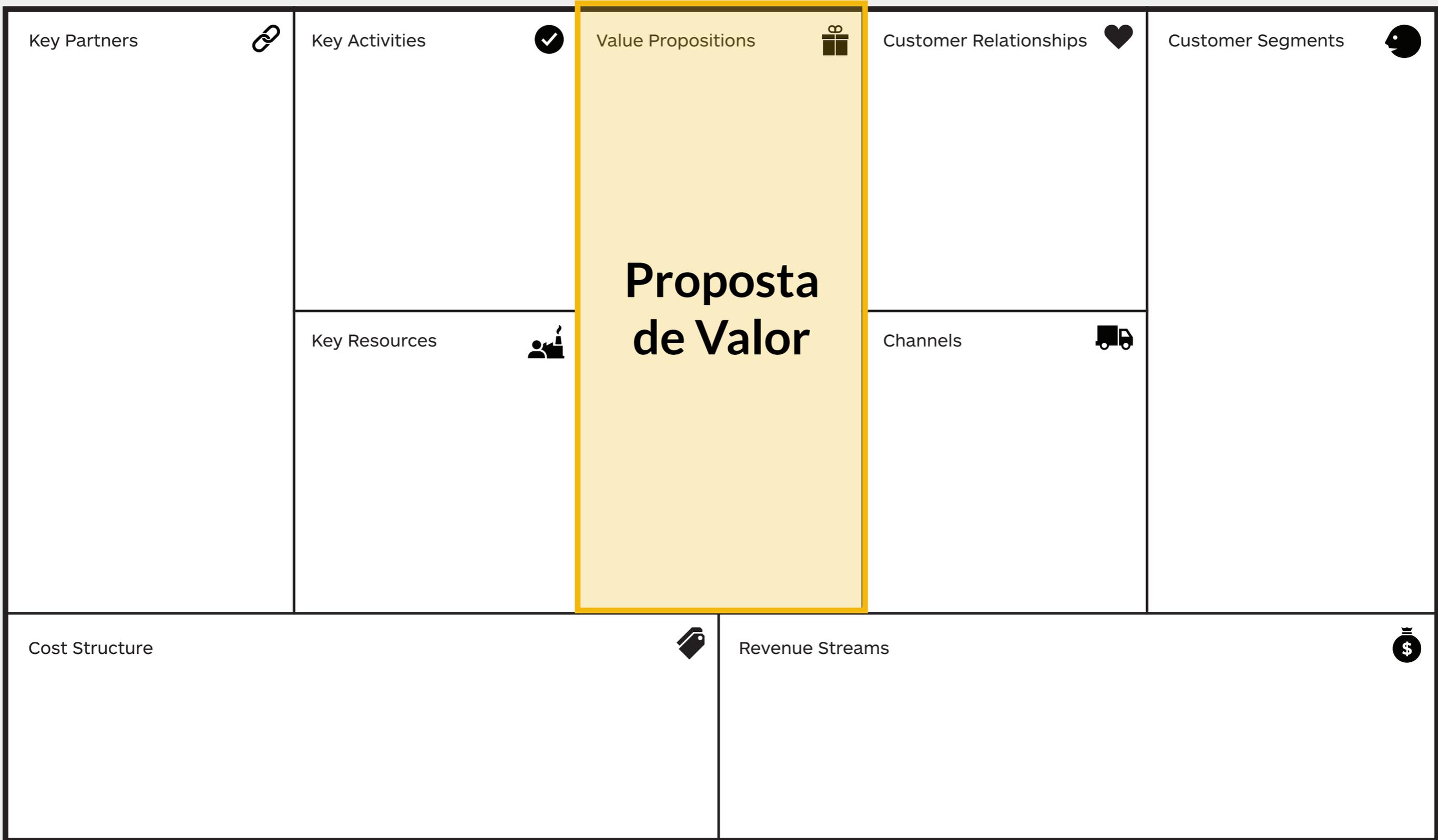
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



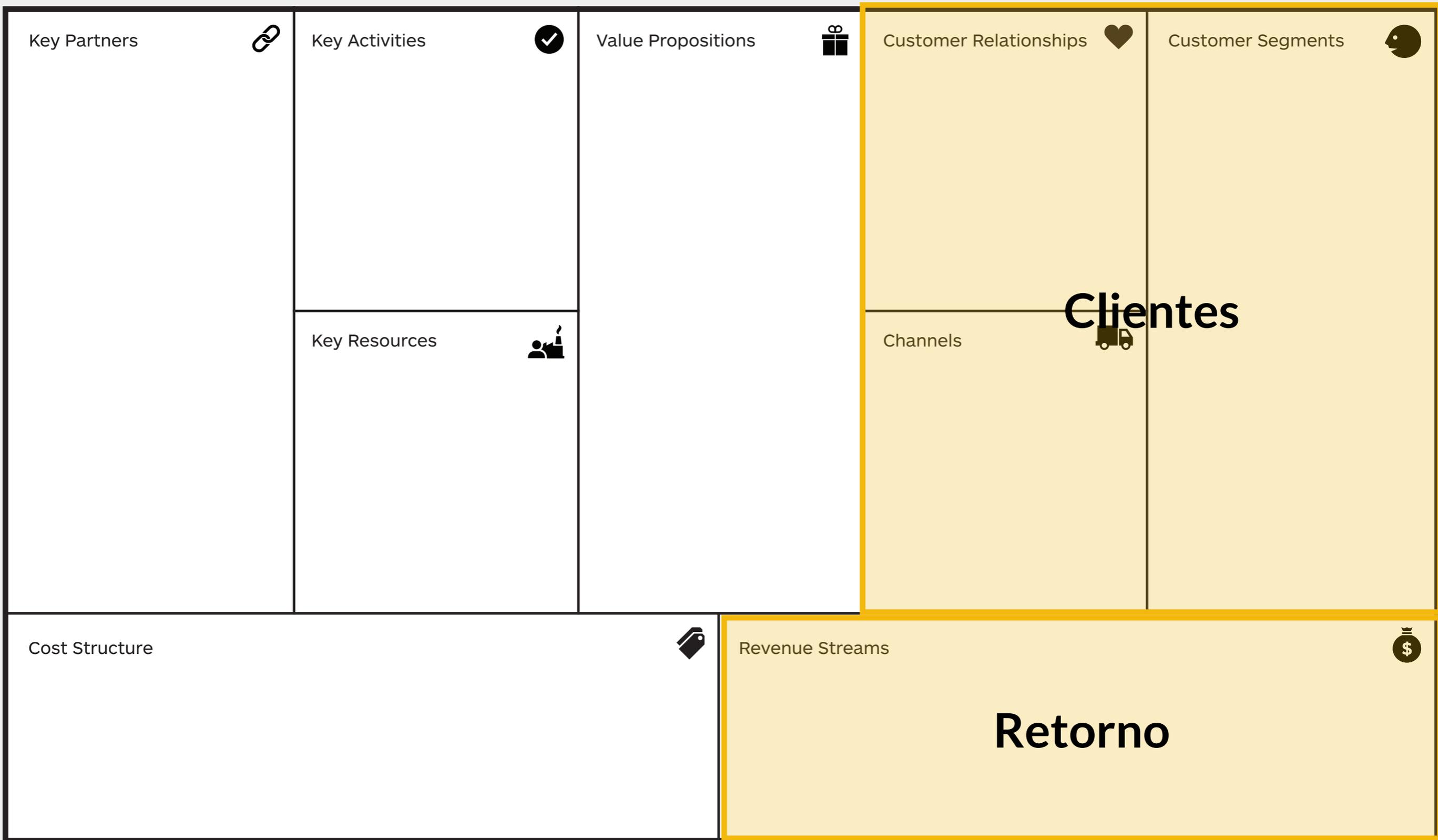
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



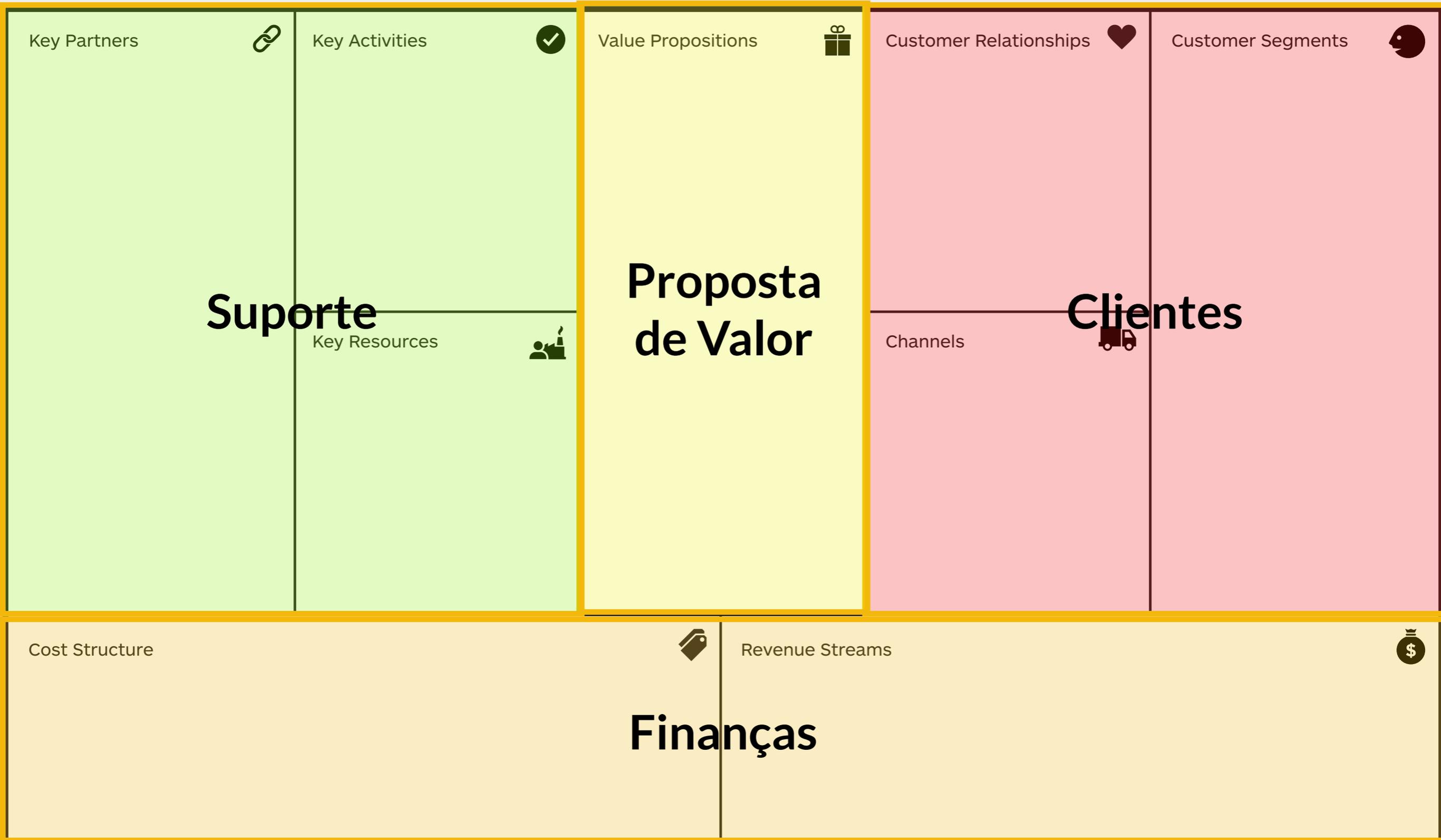
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



Cartilha do Quadro de Modelo de Negócios - SEBRAE

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/am/noticias/cartilha-do-quadro-de-modelo-de-negocios,58f2716d2c324410VgnVCM1000003b74010aRCRD>



Segmentos de clientes

Clientes mais importantes

Quem a organização quer alcançar e atender

Tipos de segmentos

Mercado de massa: um grande grupo com problemas e necessidades similares.

Nicho: aspectos específicos - Restaurantes, hospitais

Segmentado: próximos mas diferentes - Reforma de apartamento para morar ou alugar

Multilateral: dois lados do problema

Intermediário: entre cliente e arquiteto

Proposta de valor

Conjunto de serviços que criam valor para um segmento de cliente

Exemplos de propostas de valor

Customização: personalizado para cliente ou segmento

Marca/status: simples fato de exibir/usar uma marca

Preço: valor parecido e menor custo

Performance: aumentar performance - Economizar

água/energia, mais fácil limpar, cabe mais coisa

Redução de custo: diminuir o custo do cliente -

Importante para arquitetura, mas pouco usado.

Redução de risco: reduzir risco na compra -

Importante para arquitetura, menos usado que "conceito" ou "estilo".

Fazer o que precisa: Aprovação de projetos,
coordenação de especialistas diversos

Novidade: algo que não existia

Canais

Alcançar e comunicar com segmentos de clientes para entregar proposta de valor

É um ponto de contato importante na experiência!

Cinco fases distintas

Conhecimento: saber que existe

Avaliação: ajudar a avaliar

Compra: permite fazer a compra

Entrega: entregar valor (e fazer cliente perceber)

Pós-venda: dar apoio

Relacionamento com clientes

Pode ir do pessoal ao automático

Que tipo de relacionamento com qual segmento?

Três funções básicas: ganhar clientes, manter clientes e aumentar vendas

Exemplos de relacionamentos

Assistência pessoal: fala com humano

Assistência pessoal dedicada: fala sempre com humano, que já conhece

Self-service

Serviços automatizados: combina self-service com automatizado, tentando levar para uma relação mais individualizada

Comunidades: usar comunidades para dar apoio ao processo (virtual ou real)

Co-criação: junto com clientes criar o valor, quebra relação cliente-fornecedor/prestador

Fonte de receita

Dinheiro que cada segmento de clientes gera

Dois tipos distintos

Por transação: pagamento único

Recorrente: pagamentos contínuos pelos serviço ou pós-venda

Exemplos

Venda de recursos

Taxa de uso/assinatura

Corretagem

Podemos incluir nas fontes de “receitas” (valor) a “receita” social e ambiental

Recursos principais

Recursos necessários para modelo de negócios funcionar

Podem ser da organização ou adquiridos de parceiros

Exemplos

Físicos: espaço, máquinas, sistemas

Intelectuais: marca, conhecimentos, técnicas e métodos, carteira de parcerias e clientes

Humano: equipe técnica

Financeiro: recursos financeiros, garantias

Atividades-chave

Ações mais importantes que organização deve fazer

Exemplos

Produção: entregar o produto

Resolução de problemas: novas soluções, consultoria

Parcerias principais

Parceiros e fornecedores principais

Quatro tipos de parcerias

Aliança estratégica entre não competidores

Aliança estratégica entre competidores (coopetição)

Joint venture para desenvolver novos negócios

Relação fornecedor-comprador para garantia de suprimentos

Três motivadores para parcerias

Otimização e economia de escala

Redução de risco

Aquisição de recursos e atividades específicas

Estrutura de custos

Descreve os custos mais importantes para o modelo

Consegue ser calculado depois da definição de recursos, atividades e parecerias

Naturalmente custos devem ser sempre minimizados

Duas grandes classes

Foco no custo: menor custo possível, diferencial

Foco no valor: busca a criação de valor

Características

Custos fixos ou variáveis

Economia de escala: vantagens de grande demanda

Economia de escopo: mesma atividade suporte para vários produtos

Podemos incluir nos “custos” (uso de recursos) o custo social e ambiental

Proposta de como montar modelo

- 1 - Segmento: quais segmentos e qual é preferencial?
- 2 - Proposta valor: quais são e como cliente percebe?
- 3 - Canais: como chegar e atender clientes?
- 4 - Fontes de receita: quais são, existem outras?
- 5 - Atividades-chave: tenho ou preciso adquirir?
- 6 - Estrutura de custos: consigo estimar?
- 7/8 - Recursos principais: tenho ou preciso adquirir?
- 7/8 - Parcerias principais: preciso buscar?

Perguntas para orientar escolha de segmentos de clientes

É um segmento pelo qual eu me interesso?

Segmento tem uma necessidade clara?

Eu consigo atender este segmento?

O tamanho do segmento é suficiente?

Eu consigo acessar este segmento?

Outros profissionais achariam desinteressante?

Postura de escritórios de lidar com clientes de forma generalista

Arquitetura busca trazer **qualidade** para **ambiente construído**.

Qualidade é relativa às necessidades do cliente/usuário.

Como desenvolver recursos para gerar qualidades?

Se forem **qualidades genéricas** não haverá diferenciação,
e o cliente acabará **escolhendo pelo custo**.

About

Legacy | Trimble Consulting Services grew out of the pioneering efforts of Frank Gehry and his team at Gehry Partners to adapt methods derived from the aerospace and automotive industries to complex projects in architecture, engineering and construction.

Vision | We approach every project with the client's goals and objectives in mind and achieve transformational results through a proven method of defining, designing, implementing and optimizing data-driven project systems. For a truly Constructible process we utilize BIM and shared 3D digital environments as a basis for project delivery.

Mission | We help our clients to achieve unprecedented results on challenging design, construction and operations projects while realizing a high level of control over budgets, schedules and quality through empowering, engaging and inspiring high performance teams.

Objectives | Enabled by advanced technologies, process engineering and expert consultants: **15-20%** reduction to overall project costs, **1,000x** increase in frequency of Data exchange, **50%** reduction in unique building components, **300%** acceleration of engineering work, **90%** reduction in cost estimating effort.



“Interior Express”: Pequena arrumação no ambiente

CONSULTORIA DE INTERIORES

Já pensou em dar aquela repaginada em algum ambiente da sua casa, ou apartamento, de maneira rápida e sem gastar muito?

Nosso objetivo é proporcionar a você, através de uma consultoria de interiores, um projeto que vai te auxiliar na máxima transformação com mínima intervenção, atendendo ao seu estilo, sua rotina, suas necessidades, repaginando o seu ambiente com rapidez e custo acessível.

Através de uma nova decoração, sem os habituais transtornos de obra, e aproveitando ao máximo o mobiliário existente, o nosso pacote básico de serviços inclui:

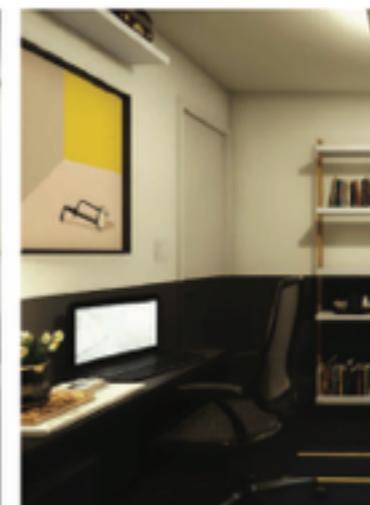
- **PLANTA BAIXA**
- **PERSPECTIVAS**
- **CADERNO DE REVESTIMENTOS**
- **CADERNO DE DECORAÇÃO**

• **PLANTA BAIXA (layout)** é um desenho técnico que representa as dimensões do ambiente, elementos internos (mobiliário), bem como informações relevantes para o projeto. Como um diferencial, o pacote também inclui uma **planta baixa luminotécnica**, com projeto personalizado de iluminação para conseguir aquele efeito de luz que o seu ambiente merece.

• **PERSPECTIVAS** são imagens que irão ilustrar o resultado final da sua proposta. Cada elemento sugerido estará representado, te auxiliando no entendimento da solução e fazendo você se apaixonar e correr para tirá-lo do papel!

• **CADERNO DE REVESTIMENTOS** é um guia com sugestões de revestimentos propostos para o ambiente caso seja sugerido trocar os existentes. Nesse caderno indicaremos as opções de revestimentos para o piso e parede, além de indicar a mão-de-obra para execução. No mercado há uma infinidade de acabamentos e encontraremos aquele que cabe no seu orçamento.

• **CADERNO DE DECORAÇÃO** esta é a etapa final do projeto. Montamos uma prancha-resumo do projeto e uma planilha com as informações de cada item sugerido. Ainda que você não compre na loja indicada, já terá o “conceito” da peça, ajudando muito na sua procura por um produto similar, tudo para facilitar!



como começar?
veja no verso +
informações :)



“Casar”: Público de recém-casados



Uma das tarefas mais complicadas dos recém-casados é deixar a casa ou apartamento com a decoração pronta e os móveis todos no lugar após o casamento.

Pensando no casal moderno, sem tempo para organizar os presentes recebidos e que deseja chegar da lua de mel com o imóvel pronto para iniciar a nova e importante etapa de sua vida, o **FPR Studio**, em parceria com a **Que Tal Casar Com a Gente?**, criou o serviço de assessoria de decoração para noivos que começa a ser concebido antes mesmo deles selarem a união.

O pacote CASAR inclui:

- Visita para avaliação das potencialidades do imóvel;
- Assessoria da lista de presentes nas lojas parceiras;
- Serviço de personal organizer para auxiliar na organização dos presentes, como enxoval e utensílios domésticos;
- Consultoria de interiores para elaboração de layout, moodboard com ideias e sugestões de mobiliário, iluminação e decoração;
- Consultoria presencial de interiores para execução da decoração, incluindo instalação dos objetos decorativos e acessórios;
- Jantar de boas-vindas elaborado por um chef especialmente para o casal.

Programa Vivenda

Kits de reforma: banheiro, revestimento, ventilação, etc.

Diversas fases

Concepção da ideia

Pesquisas (teoria e campo, 2012)

Aceleração e formação de modelo de negócio (Artemisia, 2013)

Primeiras obras (2014)

Descobertas

Produto deve juntar projeto com execução

Foco deve ser em resolver problemas Microcrédito para financiar projeto e obra

700 REFORMAS ENTREGUES





Dúvidas