

Seminário de projeto – 2º semestre – 2017-2018

Consultoria de Projeto: Elaboração de um projeto

5 fases de um projeto:

- 1- Identificação do projeto
- 2- Conceção (o que é o projeto que eu identifiquei) ou análise da(s) potencialidades
- 3- Planeamento ou configuração exata da potencialidade
 - Estratégico (planear o projeto em geral)
 - Operacional (planear o projeto detalhadamente)
- 4- Execução (consiste apenas em fazer o que está planeado) ou Definição da finalidade do projeto
- 5- Avaliação final do projeto

1ª fase: Identificação do projeto (Elementos metodológicos)

Nesta fase devemos:

a) identificar e analisar os pontos de partida do projeto: um projeto pode surgir de um **problema** que precisa de ser **resolvido**; de uma **necessidade** que deve ser **colmatada** ou de uma **potencialidade** (algo que já existe e) que deve ser desenvolvida.

b) compreender qual é o pedido do cliente fazendo um conjunto de questões e criando um **Project Charter**, que deve ser assinado pelas duas partes (cliente, consultor).

- O que é o projeto? Ex: um evento

- Sobre o que é o projeto?

- Quem é o **cliente**? Ex: Prof. Eva Lousã

- Quem é o **público alvo/beneficiário**?

- Quais os **requisitos** que o cliente tem? Se não houver requisitos específicos devemos escrever que temos liberdade total relativamente aquele parâmetro? (plafom; recursos disponíveis; entregas: intermédias, finais; apresentação pública?)

- TUDO O QUE O CLIENTE NOS PEDE.

- Requisitos, intenções, condições e expectativas.

c) avaliar a perceção do cliente, colaboradores e público alvo sobre o tema do projeto.

Nota: o projeto nasce destas três situações e não de um objetivo.

Nota: Um projeto é COMO, PARA e SOBRE as PESSOAS!

2ª fase: Conceção: análises ou diagnóstico

É nesta fase que surgem as IDEIAS.

3 tipos de análises de ideias

- normativa: normas que enquadram a situação.

- teórica: verificar os alunos publicados (teorias clássicas + acontecimentos da atualidade)
- empírica: no terreno; realidade da organização/cliente. (utilização de entrevistas p/ex.)

3ª fase: CEP – Conceção Exata de Projeto (INPUT)

Descrição da situação real. Ponto de partida para a organização da acção/projeto. Onde estamos. Conhecimento total do problema/potencialidade a resolver ou a desenvolver.

1. Identificação do objeto de um projeto.
2. Porque é que vale a pena seguir estas potencialidades?
3. Quais as condições gerais de um projeto?
4. Foi-nos proposta uma potencialidade e nós, para a perceber bem devemos pesquisar sobre ela e explorá-la.
5. CEP: Agora que fui estudar a potencialidade tenho esta configuração.

4ª fase: Finalidade e objetivos (OUTPUT)

- Procura-se definir a finalidade do projeto: os resultados que se pretendem ter com o projeto; meta.
- Situação ideal, para onde queremos ir.
- **Finalidade = Objetivo geral do projeto.**
- **Objetivos= Para que é que vou atuar nesta área?**
- Aplicação/utilidade (para que é que a minha ação vai servir?)
- Posiciona a perspetiva dos beneficiários.
- Situação desejada.
- A finalidade que se pretende atingir é o contrário do problema.

p/ex: Problema- doença; Finalidade- saúde; Problema- 30% de absentismo; Finalidade – 10% absentismo

- É necessário ter em conta se queremos o resultado centrado no **cliente** ou no **beneficiário**.

Critérios de definição de objetivos:

1. O objetivo é sempre uma **META/RESULTADO**; não é um meio nem um caminho.
2. Deve ser **CONCRETO**. Quanto mais concreto for melhor definido está. SPECIFIC
3. **RELEVANTE**: deve ser importante para quem o propõe/pede (cliente) e para quem o realiza (consultor).
4. Sendo relevante vai ser **MOBILIZADOR**. Deve interessar e deixar-nos orgulhosos de ter realizado algo assim.
5. **ALCANÇÁVEL**, ou seja, exequível. Para motivar alguém a fazer algo é preciso definir os objetivos com base no que ela acredita que pode fazer caso contrário ela vai desistir logo à primeira. ACHIVABLE
6. **COERENTES** (fazer sentido). REALISTIC

7. **CLAROS:** As pessoas envolvidas têm de os perceber e compreender. Sendo claro para todos os intervenientes todos vão ficar motivados.

8. **AVALIÁVEIS** MEANSURABLE

9. **CONSENSUAIS:** as partes envolvidas têm de estar de acordo com os objetivos definidos (maioria).

10. **VERBOS OU SUBSTANTIVOS**

Os objetivos devem ser redigidos todos com a mesma forma gramatical. Assim se p/ex: Observar as estrelas; Ganhar o ERP; se Observação das estrelas; Classificar-se com o primeiro lugar no ERP.

11. **DEFINIR NO TEMPO** Timed

12. **NA POSITIVA** (sem “não”; “nunca”; ...)

13. **APENAS UM POR FRASE** (sem “e”; “para”- estratégia)

Specific

Measurable

Achivable

Realistic

Timed

5ª Opções estratégicas e Estratégia

- Para se definir a estratégia te, deve haver negociação entre o cliente e a equipa de projeto.

Opções estratégicas: opções existentes para a solução (ex. eventos possíveis) **O que é que vamos fazer?**

Estas opções estratégicas vão variar de acordo com a **Qualidade, Tempo e Custos.**

- Para cada opção estratégica devem ser apresentadas **Vantagens e Desvantagens.**

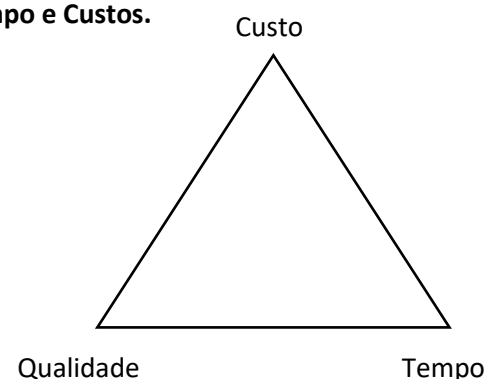
- A opção escolhida vai chamar-se **Estratégia.**

6ª Planeamento

Depois de escolhida a estratégia é necessário iniciar o planeamento.

Existem dois tipos de planeamento: estratégico e operacional.

Planeamento **estratégico:** O QUE vamos fazer – ideias base que dão resposta ao objetivo/à finalidade.



Planeamento **operacional**: COMO vamos fazer- ações concretas; conteúdo funcional do evento (atividades). Aqui devemos identificar as ações e para que é que vamos fazer cada uma das ações.

Nota: Deve-se começar sempre pelo planeamento estratégico.

7º Avaliação

Existem 3 tipos de avaliação:

Ex ante (antes): antes de o projeto se iniciar devemos compreender tudo sobre o mesmo;

On going (durante): olhar para trás e avaliar o sucesso ou insucesso das ações até aí realizadas;

Ex Post (posterior): quando o projeto acabar; marcos/pontos nos quais vamos avaliar.