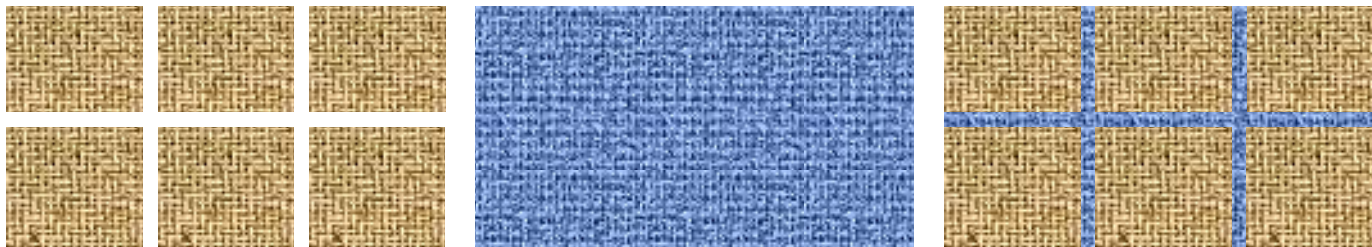
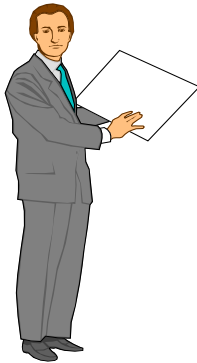


VALOR

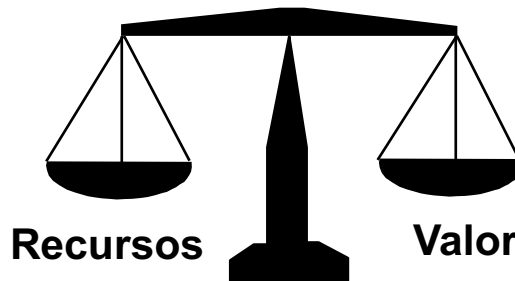


A **Competitividade** da ORGANIZAÇÃO depende de um balanço entre **necessidades** dos **usuários** e **recursos** utilizados.

Organização



Produto
(BENS & SERVIÇOS)



Usuário/cliente

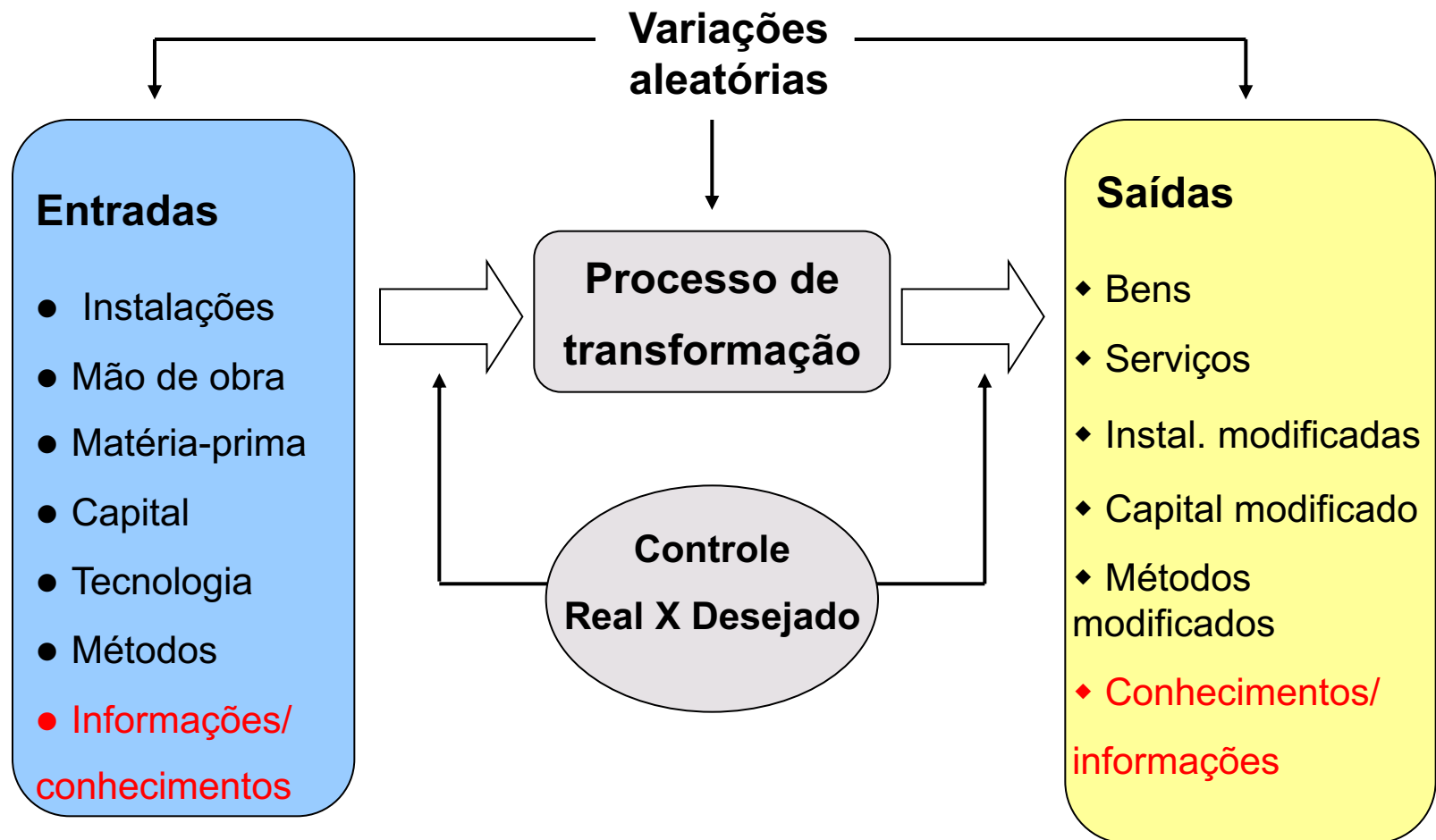


Recursos utilizados
Processos

Valor do Produto

Satisfação do cliente
Resultados

Sistema de operações genérico



VALOR, segundo. . .

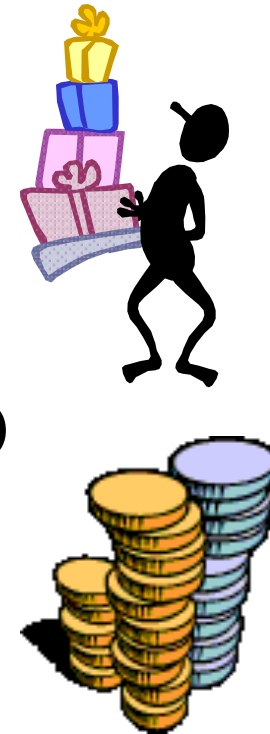
Aristóteles (7 classes)

- ⇒ econômico ⇒ estético
- ⇒ social ⇒ religioso
- ⇒ político ⇒ judicial
- ⇒ ético

Dicionário Aurélio

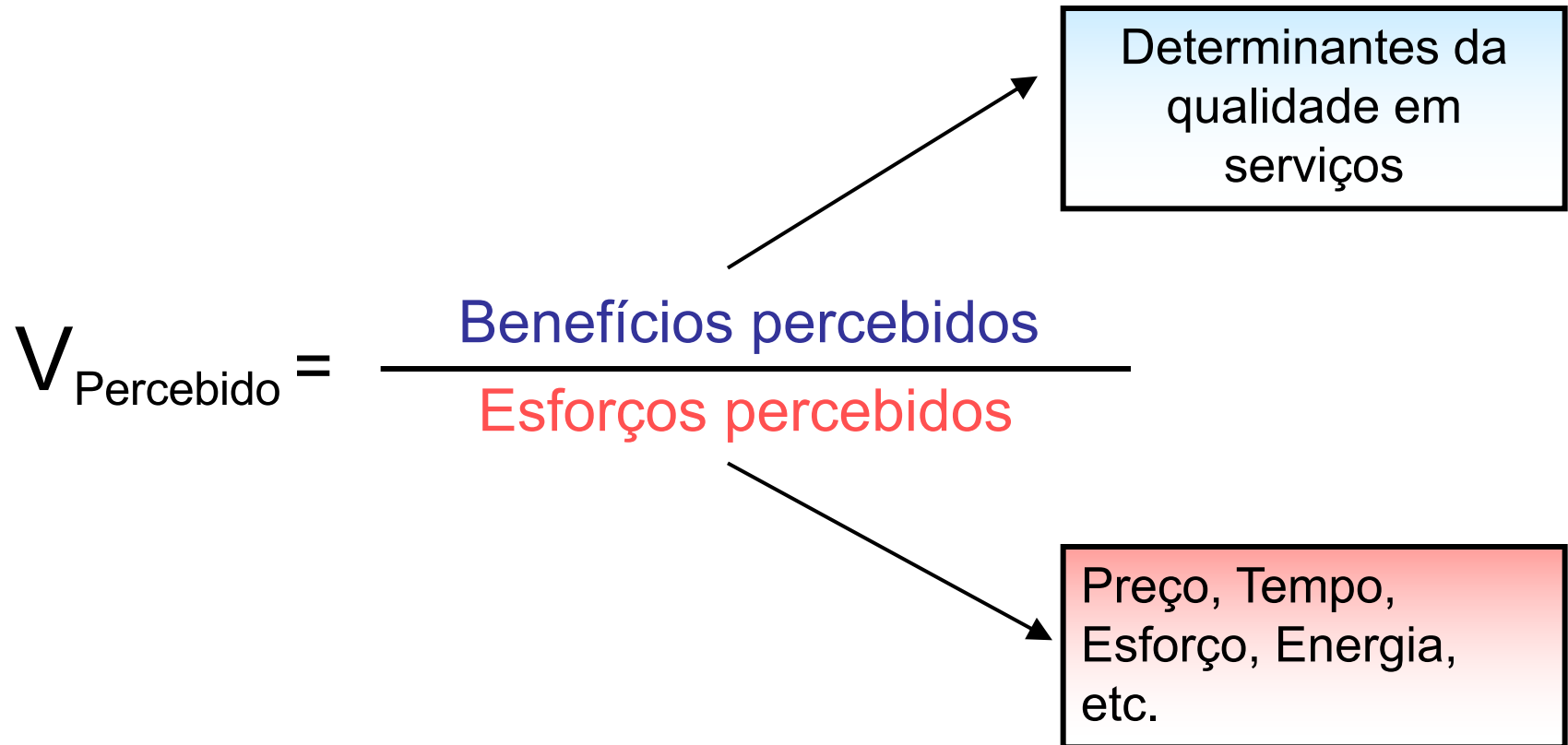
“equivalente justo em dinheiro, mercadoria etc., especialmente de coisa que pode ser comprada ou vendida.”

$$\text{VALOR} = \frac{\text{OBTEVE}}{\text{ESFORÇO}}$$





Relação entre valor e qualidade

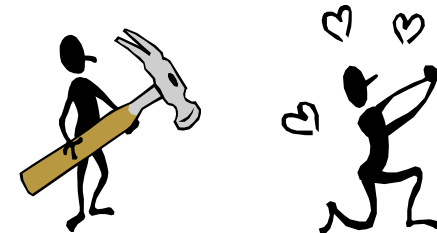


VALOR
ECONOMICO

=

OBTEVE (função, benefício)

ESFORÇOS (custo, preço)



$$\text{VALOR} = \frac{\text{Obteve}}{\text{Esforço}}$$



$$V_{\text{Fornecedor}} = \frac{\text{Função}}{\text{Custo}}$$

$$V_{\text{cliente}} = \frac{\text{Benefícios percebidos}}{\text{Esforços Percebidos}}$$

(Custo, Tempo, esf. Físico, ...)

Função:

Objetivo de uma ação ou atividade que está sendo desempenhada - *não é a própria ação* - que é um método para alcançar o objetivo, **a função visa um resultado que deve ser conseguido.**

CLASSIFICAÇÃO DAS FUNÇÕES

F(básica):

Aquela sem a qual o produto (BENS&SERVIÇOS) perde seu valor ou identidade.

F(secundária):

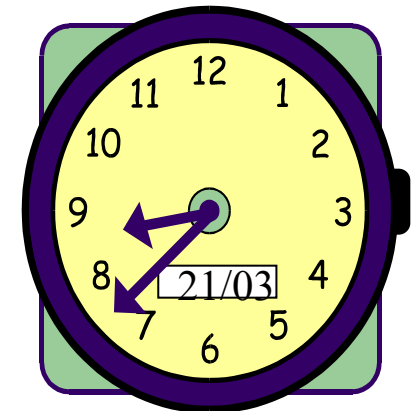
Auxilia o produto a ser vendido.

F(básica): contar hora

F(secundária): ✧ Indicar data (calendário)

✧ Contar segundos (cronômetro)

✧ Sinalizar tempo (despertador)



EXEMPLOS DE DESCRIÇÃO DE FUNÇÕES

PRODUTO

Xícara de café



Caneta



FUNÇÕES

CLASSE

Conter líquido

B

Possibilitar manuseio

S

Resistir temperatura

S

Apresentar adorno

S

Fazer marcas

B

Conter tintas

S

Facilitar manuseio

S

Proteger usuário

S

Identificar fabricante

S

EXEMPLOS DE DESCRIÇÃO DE FUNÇÕES

PRODUTO

FUNÇÕES

CLASSE

Meias de futebol



Proteger os pés

B

Garantir conforto

S

Identificar cores

S

In Amsterdam, the tile under Schiphol's urinals would pass inspection in an operating room. But nobody notices. What everybody does notice is that each urinal has a fly in it.



Look harder, and the fly turns into the black outline of a fly, etched into the porcelain. It improves the aim. If a man sees a fly, he aims at it. Fly-in-urinal research found that etchings reduce spillage by 80%. It gives a guy something to think about. That's the perfect example of process control.



<http://go.to/funpic>

F (uso):

Possibilita a utilidade do bem & serviço
(verbo + substantivo mensurável)

F (estima):

Implica uma “vontade de posse”

(verbo + substantivo não mensurável; estabelece definições qualitativas e análise mais subjetiva, podendo ser medida com algumas técnicas comparativas)

FUNÇÕES DE USO

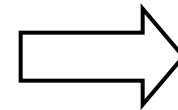
Verbo	Substantivo	u.m.
amplificar	corrente	ampère
armazenar	energia	watt/hora
aplicar	força	kgf
autorizar	programa	custo
criar	projeto	tempo
conduzir	corrente	ampère
controlar	ruído	decibel
evitar	vibração	ciclo/seg.
frezar	metal	cm ³
suportar	peso	kgf

FUNÇÕES DE ESTIMA

Verbo	Substantivo
aumentar	beleza
criar	beleza
diminuir	forma
melhorar	aparência

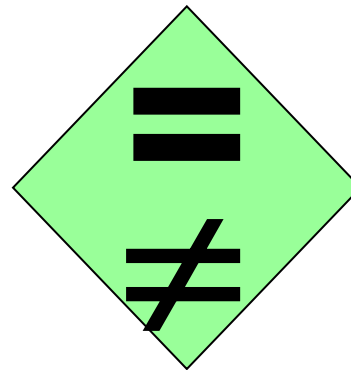
F(básica):

Aquela sem a qual o produto (BENS & SERVIÇOS) perde seu valor ou identidade.

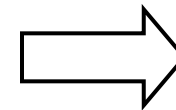
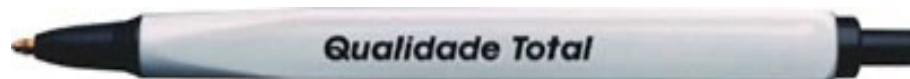


Mont Blanc

F(básica) da MB



F(básica) da Bic



BIC

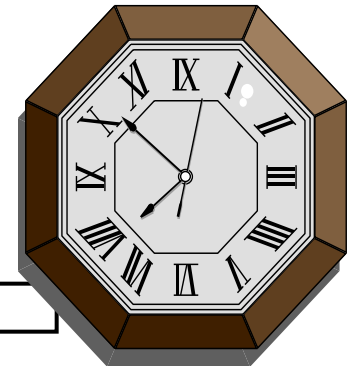
COMPREENDENDO AS FUNÇÕES...

F(básica):

Aquela sem a qual o produto (BENS & SERVIÇOS) perde seu valor ou identidade.

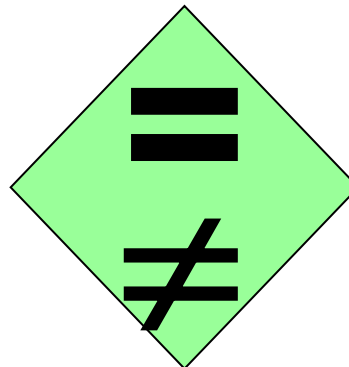


⇒ Rolex



← Tic-Tac

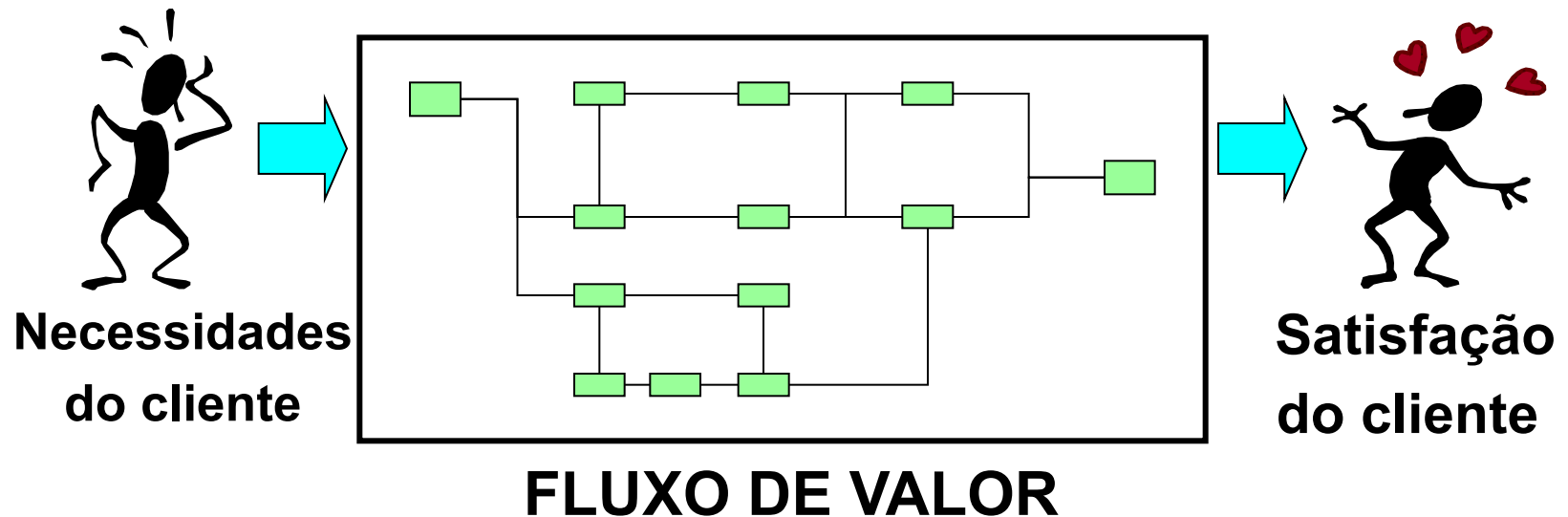
F(básica) do Rolex



F(básica) do Tic-Tac

FLUXO DE VALOR

É um **conjunto de atividades**, do início ao fim, que cria um resultado a um cliente; sua meta é **satisfazer** este **cliente**.



O sistema de negócios como um sistema agregador de valor

Sistema agregador de valor

Definir valor	Prover valor	Comunicar valor
Entender desejos de valor Definir alvo Definir benefícios / preço	Design, processo, produto Obtenção, manufatura Distribuição Serviço Preço	Conceito de vendas Propaganda Promoção Relações públicas

Sendo a **satisfação do cliente** o principal **objetivo** de um **fluxo de valor**, faz-se necessário o pleno entendimento de suas atividades - inicial e final.

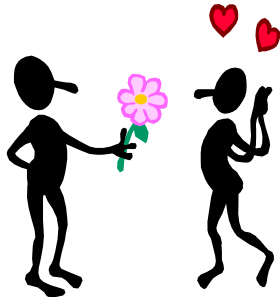
Fluxo de valor	Início	Fim
Atendimento de pedidos	Pedido do cliente	Entrega do pedido
Compras	Determinação das exigências	Pagamento
Desenvolvimento estratégico	Exigências de mercado	Estratégia de negócios
Processamento de reclamações	Notificação do acidente	Solução do problema

Tamanho!!!

- **Length, overall** 1062.5 feet (323.8 meters)
- **Flight Deck Width** 252 feet (76.8 meters)
- **Beam** 130 feet (39 meters)
- **Displacement** Approx. 80,800 tons (72,720 metric tons) full load
Approx. 78,500 tons (72,720 metric tons) full load CV-66 America
- **Speed** 30+ knots (34.5+ miles per hour)
- **Aircraft** 85 **Crew** Ship's Company: 3,150 - Air Wing: 2,480
- **Unit Operating Cost Annual Average** ~\$141,000,000 [source: [FY1996 VAMOSC](#)]

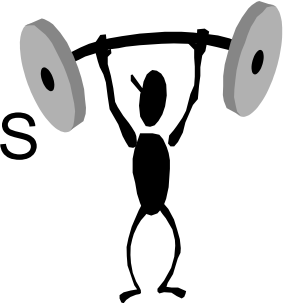


VALOR - o filme.....



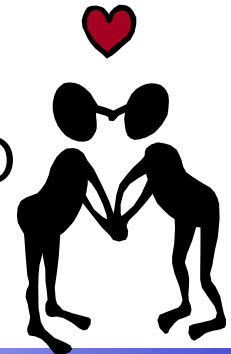
✓ VALOR ATRAI CLIENTES

✓ VALOR ENERGIZA ORGANIZAÇÕES



✓ VALOR EXIGE DOMÍNIO DOS
PROCESSOS & OBJETIVOS

✓ VALOR ESTÁ NO RELACIONAMENTO
COM O CLIENTE



A criação de valor numa empresa está baseada nos objetivos e processos





*Many firms die not because they do
the wrong things, but because they
keep doing the right things too long“*
Prof. Yves Doz, INSEAD





