

Projeto de *Software* com Métodos Ágeis



Cruzeiro do Sul Virtual
Educação a distância

Material Teórico



Parte A

Responsável pelo Conteúdo:

Prof. Me. Artur Marques

Revisão Textual:

Prof.^a Esp. Kelciane da Rocha Campos

UNIDADE

Parte A



- Introdução;
- Diagrama BPMN do Negócio;
- As Histórias do Usuário;
- Diagrama de Afinidades;
- Backlog do Produto;
- Análise e Descobertas por Agrupamento de Temas e Épicos;
- Definição de Pronto.



OBJETIVO DE APRENDIZADO

- Apresentar os artefatos e a inicialização de um projeto de *software ágil*.



Orientações de estudo

Para que o conteúdo desta Disciplina seja bem aproveitado e haja maior aplicabilidade na sua formação acadêmica e atuação profissional, siga algumas recomendações básicas:



Assim:

- ✓ Organize seus estudos de maneira que passem a fazer parte da sua rotina. Por exemplo, você poderá determinar um dia e horário fixos como seu “momento do estudo”;
- ✓ Procure se alimentar e se hidratar quando for estudar; lembre-se de que uma alimentação saudável pode proporcionar melhor aproveitamento do estudo;
- ✓ No material de cada Unidade, há leituras indicadas e, entre elas, artigos científicos, livros, vídeos e sites para aprofundar os conhecimentos adquiridos ao longo da Unidade. Além disso, você também encontrará sugestões de conteúdo extra no item **Material Complementar**, que ampliarão sua interpretação e auxiliarão no pleno entendimento dos temas abordados;
- ✓ Após o contato com o conteúdo proposto, participe dos debates mediados em fóruns de discussão, pois irão auxiliar a verificar o quanto você absorveu de conhecimento, além de propiciar o contato com seus colegas e tutores, o que se apresenta como rico espaço de troca de ideias e de aprendizagem.

Introdução

Temos já um documento mínimo com uma visão geral do negócio, que criamos anteriormente. Vamos nos lembrar dele.

Documento geral do negócio

O negócio é venda de produtos. Faremos isso através da *internet* com *kits* de café gourmetizado para que o próprio cliente possa preparar em casa, no melhor estilo barista, um café de alta qualidade feito pelas suas próprias mãos.

Para tanto, haverá um *catálogo* digital onde os produtos são divididos em *kits* de cafés, chás e outros produtos para barista, contendo coisas legais como coadores diferentes, xícaras especiais, bules, cafeteiras italianas, prensa francesa e, por fim, tipos de café diferentes vendidos em sacos já moídos para vários tipos de cafeteiras e métodos.

Os pedidos são feitos a partir do cadastro do cliente e a escolha do seu tipo de assinatura.

Os *kits* com o café *gourmet* do mês ou chá são montados e enviados mensalmente aos seus destinatários em qualquer canto do Brasil através dos Correios via SEDEX.

Haverá uma área onde o cliente deverá se identificar e na empresa teremos dois perfis, um para o *marketing* e outro para pedidos/estoques com controle de acesso. Canecas, xícaras, pires, colheres, filtros e cafeteiras personalizadas: escolha a cor e a estampa (mande a sua ou escolha uma das nossas).

Descontos em livrarias parceiras e em cursos de barista – cursos com os melhores baristas: aprenda do básico ao avançado na arte dos cafés e chás. As melhores livrarias com os melhores preços para os melhores clientes.

Receitas *gourmet* com passo a passo para fazer você mesmo: compre a receita e receba todo o *kit* necessário para fazê-la na sua casa.

Newsletter com dicas sobre acompanhamentos, modos de preparo e novidades sobre o mundo dos amantes de cafés e chás: dicas, novidades, informações exclusivas.

Formas de pagamento: cartões de crédito, cartões de débito, PAYPAL, Mercado Pago ou boleto bancário.

O dono do produto recebeu essa visão geral do negócio que gerará um aplicativo. Ele também deverá buscar informações dos usuários em suas áreas de especialização sobre as histórias dos usuários. Ele normalmente pedirá para os usuários escreverem em cartões ou em *software* apropriado para isso e coletará todos esses cartões de história, entendendo melhor o que deverá ser feito e se apropriando do domínio do problema para poder suprir os desenvolvedores de informações vitais. Não obstante, o cliente também terá algum colaborador alocado ao projeto, normalmente um usuário *Champion/líder*, profundo conhecedor do negócio e do *software*, caso exista algum legado envolvido.

Diagrama BPMN do Negócio

Algumas empresas mais zelosas pelo entendimento do negócio, o que é bastante louvável, entregam também artefatos, como, por exemplo, um diagrama geral do processo

do negócio, nele constam as áreas ou atores e as tarefas/atividades envolvidas em cada etapa do fluxo do trabalho (*workflow*) para que fique claro ao time de desenvolvimento e ao próprio dono do produto como os documentos fluem, de tal forma que uma vez entendido isso e feita a engenharia, correrão dados de maneira fluida pela aplicação que serão convertidos em valor e informação valiosa, desde uma transação até controles gerenciais sofisticados.

Se você não trabalha com análise ou engenharia de negócios, não se preocupe porque não é o analista de sistemas que normalmente faz isso. Mas como já passei por todas essas áreas, eu gosto sempre de mostrar de onde vêm as coisas, assim você estará mais bem preparado(a) e não ficará com cara de ponto de interrogação quando alguém lhe mostrar isso. Além do que, atualmente, um analista de sistemas ou engenheiro de software ou cientista da computação que não conheça negócios não evoluirá muito na carreira.

Isso é um dos fortes motivos para na universidade você ter uma disciplina de modelagem de negócios e engenharia de requisitos.

Esse diagrama BPMN (macro em nosso caso) poderá se parecer com o seguinte:

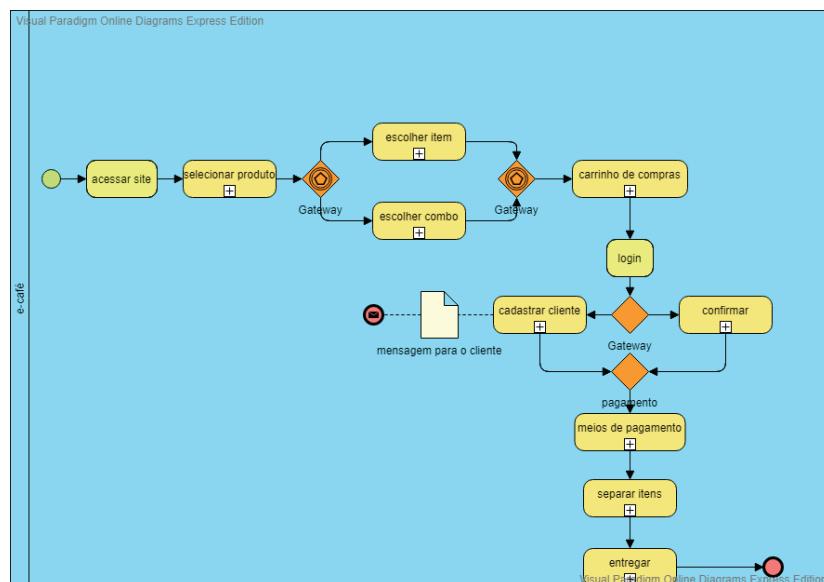


Figura 1 – Diagrama simples do e-café comércio eletrônico

Fonte: Acervo do Conteudista

Claro que quando analisamos esse diagrama de processos de negócios podemos questionar várias coisas, como, por exemplo, se está incompleto, de onde saem os produtos, cadê o controle de estoque, onde está o conector de terminação intermediário do processo etc. Mas a ideia é que você perceba que existem diversos níveis de diagrama, e estamos trabalhando com uma visão geral. Não é incumbência nossa desenvolver diagramas de modelagem de negócios; como disse anteriormente, eles virão prontos. Isso é para enriquecer a visão do negócio.

Nossa *Sprint 1* é composta de:

- **Entender o negócio:** isso é feito através da declaração de visão do escopo inicial dado pelo cliente ou pelo sponsor para o dono do produto para que ele possa se

inteirar do que será feito. Também pode ser encaminhado um *Business Model Canvas* do negócio que será desenvolvido.

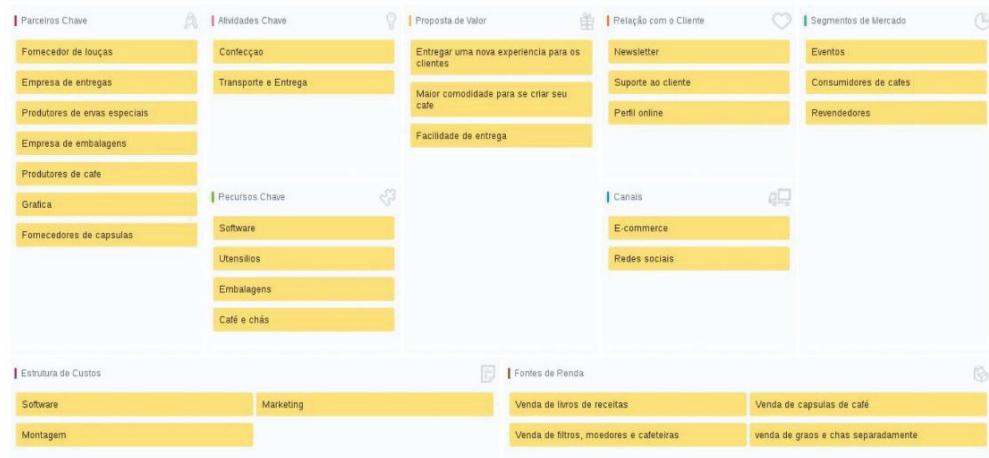


Figura 2 – Exemplo de *Canvas de Negócio* para o e-café

Fonte: Acervo do Conteudista

- **Macrofluxo do negócio:** em alguns casos, para enriquecer o documento de visão, é oferecido um diagrama de modelo de negócios que pode ser feito em BPMN – *Business Process Modeling Notation*, como vimos anteriormente;
- Ao estudar concorrentes, às vezes quando estamos desenvolvendo um modelo de negócio, é interessante comparar através de *benchmarking* e oferecer ao *product owner* para ele dar uma olhada para ver como os concorrentes têm se comportado com relação aos seus sistemas, é uma boa prática, não é o time de desenvolvimento que faz isso, serve como régua de nível e de maturidade para o próximo sistema;

 Caso queira mais informações sobre *benchmarking*, sugiro que você acesse este artigo bastante útil: NUNES, P. *Benchmarking (Conceito, Definição, Significado, O que é)*. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2KMqbf7>

Tabela 1 – Exemplo sintético de um *benchmarking*

<i>E-commerce</i>	Entrega	Combos	Parcerias	Vendas por item	<i>Kit Presente</i>	Receitas	Assinaturas
E-Café	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Café Morfeu	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim
Café cor	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Não
Clube do café	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim

Da mesma forma que no diagrama de BPMN, você pode criar *benchmarks* extremamente bem elaborados e detalhados. Esse é um exemplo, um modelo para que você entenda qual o tipo de informação que pode vir num *benchmarking*. Nesse caso, percebemos alguns diferenciais que o negócio possui em relação a alguns concorrentes.

Qual é o modelo da receita: também é uma informação relevante para se conhecer um pouco mais do negócio. Isso é útil não apenas para o dono do produto, mas também para o time de desenvolvimento poder conhecer mais o negócio.

- Venda de cafés em geral (cápsulas, pó, sachê, solúvel);
- Venda dos grãos e chás separadamente;
- Venda de filtros, moedores e cafeteiras;
- Assinaturas mensais ou semanais de café para entrega em domicílio;
- Vendas de *souvenir* em geral;
- Anúncios de livrarias e cursos de barista.

Os 6 elementos acima indicam de onde se ganha, ou melhor, quais as fontes de receita do e-café. São 6 fontes de receita, como podemos ver. Isso também ajuda a conhecer melhor o negócio e já orienta o desenvolvimento.

É importante num sistema termos ideia sobre as regras de negócio e regras de sistemas de forma estruturada. Vejamos como você pode fazer isso:

Tabela 2 – Exemplo de regras de negócio

RN.	Descrição da regra
1.1	Todos os dados são de preenchimento obrigatório.
1.2	O cliente receberá um código de confirmação em seu <i>e-mail</i> para completar o cadastro.
1.3	As compras no <i>site</i> só serão possíveis mediante cadastro completo e confirmado pelo <i>e-mail</i> .
1.4	No momento do cadastro, preencher as preferências é obrigatório.
1.5	Deve ser possível alterar os dados e preferências.
1.6	Caso se altere o <i>e-mail</i> , um novo código de confirmação deve ser enviado ao novo <i>e-mail</i> para verificar se é válido.
1.12	O cadastro não poderá ser concluído caso não se aceitem os termos de uso do sistema.
1.13	A senha de acesso deve ser composta por no mínimo 8 caracteres, sendo eles letras maiúsculas, minúsculas, números e caracteres especiais.
1.14	O cliente deverá fornecer ao menos 1 endereço de entrega válido.
2.1	Após o cadastro ser concluído e confirmado, os dados devem ser armazenados de forma segura em nosso banco de dados respeitando a LGPD.
2.2	Os dados só poderão ser acessados por pessoas autorizadas, mediante comprovação de matrícula e senha conforme suas alçadas.
2.3	Após a primeira digitação do CEP, este deverá ser armazenado para futuros usos.
3.4	O cliente deverá falar o número do pedido ao ligar para o SAC.
4.1	Deve cadastrar o produto colocando fotos e descrição deles no sistema.
4.2	Deve permitir a entrada de dados referentes às especificações técnicas do produto, tais como safra, tipo de grão, validade e torra etc.
5.1	O cliente receberá um código de rastreamento do seu pedido por <i>e-mail</i> .
5.2	O cliente deve receber um <i>whats</i> ou SMS ou <i>e-mail</i> alertando de que sua encomenda saiu para entrega.
5.5	O pedido não será postado até a confirmação do pagamento.

RN.	Descrição da regra
8.1	O prazo para resposta de reclamações postadas no site é de até 5 dias da data.
10.3	O cliente deverá solicitar devolução/troca em até 7 dias após o recebimento do produto.
11.1	Deve fornecer informações válidas de pagamento, tais como dados de cartão, endereço de cobrança.
11.3	O cartão de crédito deve ser validado.
11.5	O pagamento em boleto tem vencimento 3 dias após sua emissão.
11.6	Caso o cartão esteja vencido, o boleto não seja pago no prazo, o cartão não possua limite, os dados fornecidos sejam inválidos, a compra é invalidada e cancelada.
11.7	O sistema deverá informar ao cliente todos os métodos de pagamento disponíveis.
11.8	Todo pagamento deverá ser intermediado pelo PagSeguro (crédito), efetuando o pagamento e confirmando o mesmo, caso contrário a entrega não será efetuada.
12.1	O sistema irá calcular o prazo de entrega e valor do frete do cliente de acordo com o CEP.
13.1	O suporte tem até d+1 (8h úteis) para responder dúvidas dos clientes referentes aos produtos do site.
14.1	O cliente deverá se logar no sistema usando e-mail ou CPF e senha.
14.2	Caso o cliente não esteja logado, não é possível efetuar compras.
16.1	O sistema deve enviar notificações ao cliente em relação à entrega dos produtos.
17.2	A atualização dos produtos no estoque deve acontecer em tempo real.
19.1	O sistema deve aceitar contas vinculadas ao Facebook, Google e Twitter.

É claro que você pode expandir essas regras e aumentar o nível de detalhamento, mas uma coisa importante sobre regras de negócios e regras de sistema é que nem todas as regras são embarcáveis num sistema. Por exemplo, regras de negócio como:

- o funcionário terá uma base de conhecimento para perguntas mais simples;
- o funcionário deverá receber treinamento para saber resolver problemas mais complexos;
- o funcionário deverá fornecer o melhor atendimento possível, resolvendo o problema do cliente.

Esses tipos de regras de negócio do exemplo acima, apesar de úteis, não são embarcáveis num sistema. Trata-se de rotinas ou exigências para o funcionário que deverá receber treinamento.

Outra coisa que já vi em definições de regras para embarcar em software que simplesmente não tem como é: os funcionários deverão estar vestindo uniforme padronizado. Isso não é regra para se embarcar num sistema, devemos focar no que é possível de ser inserido num sistema de informação, lembre-se disso.

As Histórias do Usuário

Provavelmente, o dono do produto já trará as necessidades do cliente para desenvolvimento na forma de cartões de história do usuário. Esses cartões são o necessário para iniciarmos o desenvolvimento ágil.

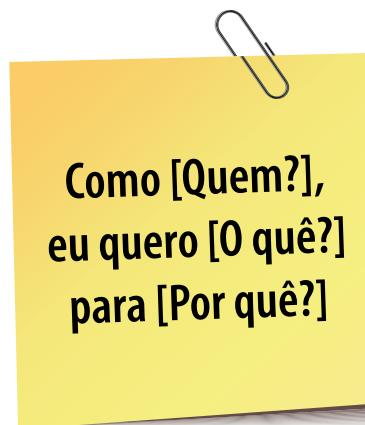


Figura 3 – Modelo de *template* para cartões de história do usuário

Fonte: Adaptada de Freepik



Caso você precise dar uma reciclada em como escrever as histórias do usuário e queira fazer isso antes de ver meus exemplos para o projeto, acesse: SANTOS, L. **Como escrever boas histórias de usuário (User Stories)**. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3cb18gP>

Agora vamos para a prática:

Exemplo de cartões de história do usuário para o e-café

- Como consumidor, gostaria de que houvesse um carrinho de compras para que eu possa adicionar vários itens e pagar em uma única vez;
- Como consumidor, gostaria de um serviço de entrega eficiente para não ter nenhum atraso de entrega ou extravio;
- Como consumidor, gostaria de que os produtos tivessem opção de embalagens personalizadas para ter um produto único;
- Como consumidor, gostaria de receber um SMS quando a entrega estiver sendo enviada para acompanhar o transporte;
- Como consumidor, gostaria que houvesse segurança dos meus dados (CPF, cartões, endereço) para evitar golpes;
- Como consumidor, gostaria de um *CHATBOT*, para que pudesse tirar minhas dúvidas rapidamente sem contato pelo telefone ou *e-mails*;
- Como consumidor, gostaria de uma interface acessível de qualquer dispositivo para comprar onde eu quiser;
- Como atendente do SAC, gostaria de visualizar os dados do cliente de maneira fácil e rápida, para agilizar o atendimento e evitar irritar o cliente;
- Como futuro cliente, eu gostaria de ver as redes sociais da empresa e seu *site*, para saber mais sobre seus valores, metas, visão, para saber se eu me identifico com a empresa;
- Como fornecedor, gostaria de manter uma boa comunicação com a empresa, para me organizar na produção;
- Como produtora de eventos, gostaria de um *stand* da empresa nos meus eventos, para atrair público;

- Como consumidor, gostaria de ter recomendações de produtos baseadas em meus gostos pessoais para comprar coisas de meu interesse;
- Como cliente, gostaria de que o pagamento fosse efetuado no próprio site para ter que evitar expor meu cartão ao *motoboy*, aumentando minha segurança;
- Como consumidor, gostaria de mais opções de tipos, marcas e safras de cafés e chás para ter mais diversidade de produtos e preços;
- Como consumidor, gostaria de um suporte ao cliente para o caso de ter algum problema ou dúvida sobre o serviço;
- Como consumidor, gostaria de um sistema simples para que não tenha dificuldades no acesso;
- Como cliente, gostaria de que quando minha compra estivesse a caminho, me gerasse um código de rastreamento, para que eu soubesse quando minha compra vai chegar;
- Como consumidor, gostaria de promoções e brindes de acordo com valor de compras, para que eu me sinta motivado a comprar novamente;
- Como empacotador, gostaria de que as caixas tivessem demarcações de onde vai cada produto, para manter um padrão de pacote;
- Como futuro cliente, gostaria de ver avaliações de outros clientes sobre os produtos, para poder ver antes de comprar qual é a reputação da empresa e dos produtos;
- Como parceiro da empresa, gostaria de que tivessem anúncios meus no site da empresa e divulgação de nossa parceria nas redes sociais para promover meu negócio;
- Como influenciador digital, gostaria de que a empresa promovesse eventos divulgando sua marca, para que eu possa anunciar aos meus seguidores em minhas redes sociais.

Ficou mais fácil agora, não é mesmo?!

Bem, a prática leva à perfeição; agora você deverá escrever mais histórias do usuário para pegar o jeito.

Diagrama de Afinidades

Nos cartões acima, por exemplo, você já deve ter notado que há grupos de histórias do usuário, de clientes/consumidores, produtores/fornecedores, parceiros etc.

Chamamos isso de afinidade, agrupamentos ou segmentação para vermos nesses grupos o que virará funcionalidade de clientes e separar depois para realizar o desenvolvimento das *sprints*, por exemplo.



Figura 4 – Exemplo de diagrama de afinidade. Trata-se de um agrupamento por eixo temático para concentrar cartões de história do usuário e facilitar a visualização do trabalho a ser feito

Vejamos como podemos fazer isso para o projeto do e-café; os títulos em azul são os temas, agrupamos por temas.

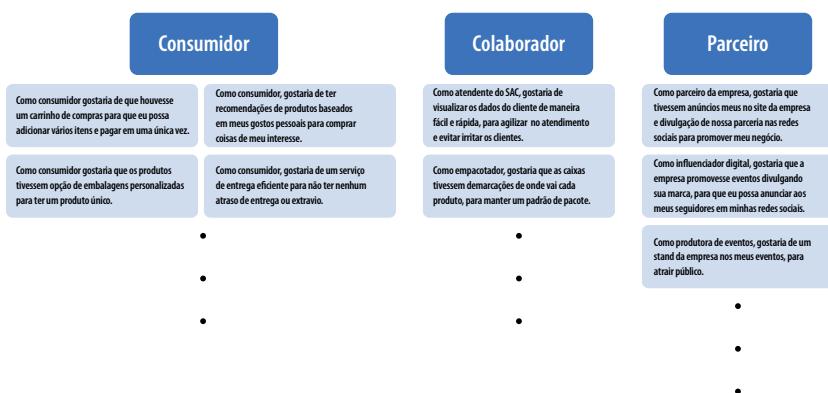


Figura 5 – Exemplo da montagem do gráfico de afinidade do projeto e-café

Backlog do Produto

É a junção de todos os cartões de história do usuário já com todos os critérios de aceitação. Uma grande lista de histórias já priorizadas.

Para o projeto e-café, faremos:

Tabela 3 – Exemplo de *backlog* de produto para o e-café

Story Card	Critérios	Prioridade
<p>Como consumidor, gostaria de ver imagens do produto, para que eu possa ver o produto que eu estou comprando.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagens com boa qualidade, e que seja possível dar <i>zoom</i>. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> • Até 3 Imagens do produto de ângulos diferentes; • Qualidade até 1080px. para não demorar para carregar e <i>zoom</i> de até 3x. 	<ul style="list-style-type: none"> • Teste com diversos dispositivos para ver a qualidade da imagem em várias telas; • Teste de <i>zoom</i> com pinça em dispositivos com tecnologia <i>touchscreen</i>; • Teste de <i>zoom</i> com duplo clique e <i>roll</i> do mouse em computadores. 	A

Story Card	Critérios	Prioridade
<p>Como consumidor, eu gostaria de uma descrição do produto, para eu saber especificadamente as características do produto.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> Características gerais e características técnicas. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> Nas características gerais, no máximo 3 linhas de texto; Nas características técnicas, até 10 linhas de texto. 	<ul style="list-style-type: none"> Nas características gerais, no máximo 3 linhas de texto; Nas características técnicas, até 10 linhas de texto; Letras legíveis; Características devem bater com a realidade do produto; Ortografia correta. 	B
<p>Como consumidor, gostaria da opção de embalagens de presentes para que eu possa comprar para alguém.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> Imagen da embalagem para presentes. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> Uma embalagem para presente por produto/kit. 	<ul style="list-style-type: none"> Embalagem unissex com tema de café/chá; Embalagem resistente, para aguentar o transporte e não danificar os produtos. 	A
<p>Como consumidor, gostaria de várias opções de pagamento para que eu possa escolher a melhor.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> Aceitar Mastercard, Visa e Amex, boleto bancário, <i>Paypal</i> e Mercado Pago; Desconto de 10% no boleto bancário. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> Cliente não pode estar no SPC; Parcelar em até 12x; Parcelas sem juros em até 10 vezes; 3 dias de vencimento do boleto, com até 48 horas de verificação do pagamento. 	<ul style="list-style-type: none"> Teste com Visa, Mastercard e Amex válidos devem passar; Compra com cartões expirados não devem passar; Endereço de cobrança errado deve bloquear pagamento; CPF inválido deve bloquear pagamento. 	C
<p>Como consumidor, gostaria de que houvesse um carrinho de compras para que eu possa adicionar vários itens e pagar em uma única vez.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> Botão para adicionar ao carrinho. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> Produto não possuir estoque (botão de comprar e adicionar ao carrinho fica bloqueado). 	<ul style="list-style-type: none"> Produto pode ser adicionado ao carrinho de compras; Produto pode ser removido do carrinho de compras; O mesmo produto pode ser adicionado várias vezes ao carrinho; Quando o mesmo produto é adicionado ao carrinho, a quantidade é atualizada para +1; Produtos diferentes podem ser adicionados ao carrinho; Carrinho de compras está inicialmente vazio. 	B
<p>Como consumidor, gostaria de ter recomendações de produtos baseadas em meus gostos pessoais e compras para comprar coisas de meu interesse.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> Necessária pesquisa de interesse ao fazer cadastro de cliente; Confirmação de <i>e-mail</i> para envio de recomendações. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> Cliente sem cadastro. 	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa de interesse deve ser de fácil entendimento; Necessário que seja feita durante o cadastro; Deve ser possível alterar as respostas após o cadastro; Teste para ver se as recomendações são mesmo de acordo com a resposta da pesquisa. 	B
<p>Como consumidor, gostaria de uma interface acessível em qualquer dispositivo para eu comprar onde eu quiser.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> Portabilidade para diversos tipos de tela. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> Dispositivos móveis muito抗igos. 	<ul style="list-style-type: none"> Teste para ver visualização em várias telas; Letras legíveis; Imagens distorcidas devem ser removidas e alteradas; Cores que cansem os olhos devem ser alteradas. 	A

Story Card	Critérios	Prioridade
<p>Como consumidor, gostaria de um serviço de entrega eficiente para não ter nenhum atraso de entrega ou extravio.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compras acima de R\$ 100,00 com frete grátis; • Ter alguém no local de entrega para receber o pedido. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> • Local de entrega ser de difícil acesso ou relacionado a área de risco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Local de entrega não estar em área de risco; • Pagamento do frete caso o valor não seja acima de R\$ 100,00. 	B
<p>Eu como cliente gostaria de que o pagamento fosse efetuado no próprio site para ter que evitar expor meu cartão ao motoboy, aumentando minha segurança.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aceitar cartões de diversas bandeiras (Mastercard, Visa, Elo etc.). <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cliente estar com nome sujo no SPC; • Cartão não ser aceito no site. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartão não estar com validade vencida; • Cliente fornece todos os dados autênticos; • O pagamento tem que ser aprovado. 	A
<p>Como consumidor, gostaria de que os produtos tivessem opção de embalagens personalizadas para ter um produto único.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nem todos os produtos estarão sujeitos a personalização. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produto que não está sujeito a personalização. 	<ul style="list-style-type: none"> • Teste de embalagens para ver se são resistentes. 	B

Um *backlog* de produto é muito maior do que apenas uma tabela como a nossa, mas já lhe dei exemplos suficientes para seguir o desenvolvimento e treinar.

Análise e Descobertas por Agrupamento de Temas e Épicos

Aqui damos uma olhada para separar histórias muito grandes que viram os épicos. Você pode fazer da seguinte forma, como no exemplo que elaborei para o projeto do e-café.

Lembrando que um épico é uma história de usuário grande que não pode ser entregue conforme definido em uma única iteração ou é grande o suficiente para ser dividida em histórias de usuário menores.

Em nosso e-café, veja como podemos fazer a revisão das histórias que montamos.

Tabela 4 – Exemplo de análise prévia onde separamos o que é épico do que são histórias de usuários

Épicos	Funcionalidade	Histórias do Usuários
–	Visualização do produto através de fotos.	Como consumidor, gostaria de ver imagens do produto, para que eu possa ver o produto que eu estou comprando.

Épicos	Funcionalidade	Histórias do Usuários
–	Saber mais sobre o produto lendo sua descrição.	Como consumidor, eu gostaria de uma descrição do produto, para eu saber especificadamente as características do produto.
–	Presentear alguém.	Como consumidor, gostaria da opção de embalagens de presentes para que eu possa comprar para alguém.
–	Comprar produtos e concentrar em um único lugar para pagar.	Como consumidor, gostaria de que houvesse um carrinho de compras para que eu possa adicionar vários itens e pagar em uma única vez.
Desenvolver pesquisa de interesses e desenvolver um algoritmo que garde essas preferências e que envie somente recomendações corretas.	Sugestões de compra personalizadas para perfil.	Como consumidor, gostaria de ter recomendações de produtos baseadas em meus gostos pessoais e compras para comprar coisas de meu interesse.

Definição de Pronto

Nós usamos a definição de pronto para avaliar quando o trabalho no incremento do produto está completo. Ele garante que os membros da equipe *Scrum* tenham um entendimento compartilhado do que significa o trabalho estar concluído.

Portanto, a definição de pronto torna transparente o entendimento compartilhado por sua equipe do que precisa acontecer para que qualquer trabalho seja concluído com um padrão utilizável. Pense nisso como uma lista de verificação que define o que é necessário para que um Incremento seja liberado no final de um *Sprint*.

Então, para o projeto do e-café, defini o seguinte:

- Testes escritos e aprovados;
- Passagem de construção da Integração Contínua;
- Teste entre navegadores realizado nos 5 principais navegadores atuais, de acordo com as análises;
- Teste móvel realizado nos três principais dispositivos móveis atuais, de acordo com a análise;
- A verificação de acessibilidade do *Google* foi aprovada;
- Código revisado por pares;
- Documentação atualizada;
- Critérios de aceitação atendidos.

Então, como você percebeu, a definição de pronto segue alguns princípios, por exemplo:

- **Claro:** escreva em linguagem simples para que todos entendam e não haja ambiguidade;
- **Testável:** uma maneira importante de deixar claro é garantir que seja uma decisão em preto e branco se cada item da lista de verificação foi atendido;
- **Conciso:** se todos puderem se lembrar de cada item, é mais provável que os assinalem;
- **Realista:** documente o que você realmente fará, não suas aspirações.

Você também já deve ter percebido que definição de pronto é bem diferente de critérios de aceitação.

Critérios de aceitação: os critérios de aceitação definem o que deve ser feito para concluir uma história de usuário. Eles especificam os limites da história e são usados para confirmar quando está funcionando como pretendido.

No caso do e-café, veja como fazemos os critérios de aceitação para cada história de usuário que fazemos, por exemplo:

Tabela 5 – Alguns critérios de aceitação do projeto e-café

Story Card	Critérios de Aceitação
<p>Como consumidor, eu gostaria de uma descrição do produto, para eu saber especificadamente as características do produto.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características gerais e características técnicas. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nas características gerais, no máximo 3 linhas de texto; • Nas características técnicas, até 10 linhas de texto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nas características gerais, no máximo 3 linhas de texto; • Nas características técnicas, até 10 linhas de texto; • Letras legíveis; • Características devem bater com a realidade do produto; • Ortografia correta.
<p>Como consumidor, gostaria da opção de embalagens de presentes para que eu possa comprar para alguém.</p> <p>Observações</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagem da embalagem para presentes. <p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uma embalagem para presente por produto/kit. 	<ul style="list-style-type: none"> • Embalagem unissex com tema de café/chá; • Embalagem resistente, para aguentar o transporte e não danificar os produtos.

Material Complementar

Indicações para saber mais sobre os assuntos abordados nesta Unidade:

▶ Vídeos

Hands on – Criação de história do usuário e critérios de aceite

<https://youtu.be/AWPdKNVrB08>

3 formas de Quebrar Histórias de Usuário

<https://youtu.be/OAVR9Zc5DeI>

Product backlog. Elementos base do framework scrum

<https://youtu.be/Gh9PEgZIBCo>

Aula 12 – User stories

<https://youtu.be/MpNVGkl2RD4>

Referências

NICHOLSON, S. ***Agile Scrum Roles and Responsibilities.*** 2017. Disponível em: <<https://www.knowledgehut.com/blog/agile/agile-scrum-roles-responsibilities>>. Acesso em: 04/01/2021.

SCRUM ALLIANCE. ***Scrum Roles Demystified.*** Disponível em: <<https://www.scrum-alliance.org/agile-resources/scrum-roles-demystified>> Acesso: 04/01/2021.

_____. ***The Scrum Product Backlog.*** 2018. Disponível em: <https://www.scrum-institute.org/The_Scrum_Product_Backlog.php> Acesso em: 04/01/2021.



Cruzeiro do Sul
Educacional