|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Controle de Versões** | | | |
| **Versão** | **Data** | **Autor** | **Notas da Revisão** |
|  |  |  |  |

# Objetivo do Plano de gerenciamento das comunicações

Este documento irá descrever os processos para garantir que as informações passadas pelo cliente e o produto a ser desenvolvido estejam parelhos, assim sendo documentadas todas as abordagens para/com os emissores das informações, para que assim, reduza a quantidade de erros de comunicação.

# Processos do Gerenciamento das Comunicações

O processo de comunicação com o cliente ocorrerá de duas principais formas. A primeira é para público geral, levando em consideração que o protudo é feito principalmente para pessoas com dificuldades com controle de dinheiro, onde será feita uma pesquisa por meio de formulários na internet. Já a outra será feita com um reunião com os patrocinadores no início do projeto, essa reunião será, a princípio, com duração de aproximadamente uma hora, para que seja coletados os principais requerimentos de sistema, interface e dos dispositivos. Já durante o projeto, o software será disponibilizado para testes publicos para geral, e privado para patrocinadores, assim tendo constante feedback do protudo e se seus requisitos estão sendo cumpridos.

Obs: O tempo de reunião curto se deve ao fato de que se for muito longo, o cliente pode desviar muito do objetivo principal do projeto, assim dificultando a coleta de requisitos.

# Requisitos de comunicação das partes interessadas

Defina os requisitos de comunicação das partes interessadas individualmente e/ou por grupo.

Imagine as partes interessadas dentro do seu projeto, as pessoas que serão atendidas/impactadas diretamente ou indiretamente pelo seu projeto.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Partes interessadas** | **Interesse** | **Influência** | **Impacto** |
| População em geral | Controlar melhor os gastos de casa – Saber administrar melhor o dinheiro. | Diz o que o sistema pode implementar de forma indireta. | Pode mudar pontos de vista dos patrocinadores em relação a algo. |
| Patrocinadores (Sanepar) | Diminuir gastos dentro da empresa (com medidores pessoas para verificar medidores) | Envolvimento ativo no projeto; Grande influência em decisões. | Pode efetuar mudanças ou mudar o rumo do projeto. |

# Informações a serem comunicadas

As ferramentas utilizadas para essa comunicação se resume em, formulários do Google Forms para coleta de requisitos do maior público e reuniões com os patrocinadores do projeto, com duração de aproximadamente uma hora, para coleta mais profunda dos requisitos do projeto. Com as informações geradas por formulários, será feita uma análise dos dados e organizado em um documento todas as informações relevantes para serem passadas a diretoria. Já a coleta com os patrocinadores, será gerado um documento específico com o necessário descrito na reunião, assim, podendo fazer a junção dos dois documentos gerados para formulação “final” da coleta de requisitos.

Obs: O documento “final” pode ser aprimorado durante futuras reuniões, mas não desviando do que já está escrito nele, pois, antes de ser gerado, passará por aprovação da diretoria.

# Tecnologias e Ferramentas usadas para comunicar

A forma de comunicação com as partes interessadas será feita por meio de reuniões ao longo do projeto, assim podendo passar as informações vindas dos formulários online, para a diretoria ou patrocinadores.

# *Status Report* / Relatório de desempenho

O Status report do projeto será constituido de:

* Etapas já finalizadas no projeto;
* Etapas a serem concluídas;
* Premissas e restrições do projeto;
* Sugestões dos desenvolvedores;
* Total gasto no mês;

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aprovações** | | |
| **Participante** | **Assinatura** | **Data** |
| Patrocinador do Projeto |  |  |
| Gerente do Projeto |  |  |