

INSTITUTO POLITÉCNICO INDUSTRIAL DE LUANDA

CURSO TÉCNICO DE INFORMÁTICA

ARISTIDES C.D. DA COSTA

RUBEN MAMBO GÁRCIA ANDRÉ

**DESENVOLVIMENTO DE MARKETPLACE DIGITAL PARA AGENDAMENTO DE SERVIÇOS**

LUANDA

2022

ARISTIDES C.D. DA COSTA

RUBEN MAMBO GÁRCIA ANDRÉ

**DESENVOLVIMENTO DE MARKETPLACE DIGITAL PARA AGENDAMENTO DE SERVIÇOS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto Politécnico Industrial de Luanda – Área de Informática, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico Médio, Curso de Gestão de Sistemas Informáticos sob orientações do Orientador: Prof. Judson Quissanga Coge Paiva.

Prof. Eng. Judson Paiva

(Orientador)

LUANDA

2022

Dedicatoria

Índice

[1. Introdução 7](#_Toc101403157)

[2. Fundamentação teórica 9](#_Toc101403158)

[2.1. Marketplace 9](#_Toc101403159)

[2.2. História dos Marketplaces 9](#_Toc101403160)

[2.3. Tipos de marketplaces 9](#_Toc101403161)

[2.3.1. Marketplace de produtos 9](#_Toc101403162)

[2.3.2. Marketplace de serviços 9](#_Toc101403163)

[2.3.3. Marketplace de agendamentos 10](#_Toc101403164)

[2.3.4. Marketplace hiperlocal 10](#_Toc101403165)

[2.3.5. Marketplace de nicho 10](#_Toc101403166)

[2.3.6. Marketplace de anúncios 10](#_Toc101403167)

[2.4. Classificação dos marketplaces pelo perfil de cliente 10](#_Toc101403168)

[2.5. Marketplace de serviços 11](#_Toc101403169)

[2.6. Vantagens de um marketplace de serviços 12](#_Toc101403170)

[3. METODOLOGIA 15](#_Toc101403171)

[3.1. Metodologia científica 15](#_Toc101403172)

[3.1.1. Tipos de pesquisa 16](#_Toc101403173)

[3.1.2. Etapas da pesquisa 18](#_Toc101403174)

[3.1.3. Delimitações da pesquisa 20](#_Toc101403175)

[3.2. Metodologia de desenvolvimento de software 20](#_Toc101403176)

[3.2.1. Metodologias de desenvolvimento ágil. 21](#_Toc101403177)

[3.2.1.1. Manifesto ágil 21](#_Toc101403178)

[3.2.1.2. Vantagens de se trabalhar com métodos ágeis 21](#_Toc101403179)

[3.2.1.3. Princípios ágeis de desenvolvimento de software 22](#_Toc101403180)

[3.2.1.4. Aplicabilidade dos métodos ágeis 22](#_Toc101403181)

[3.2.2. Principais tipos de metodologias ágeis 23](#_Toc101403182)

[3.2.2.1. Lean 23](#_Toc101403183)

[3.2.2.2. Kanban 24](#_Toc101403184)

[3.2.2.3. Smart 26](#_Toc101403185)

[3.2.2.4. Scrum 26](#_Toc101403186)

[3.2.2.4.1. História 26](#_Toc101403187)

[3.2.2.4.2. Pilares do scrum 27](#_Toc101403188)

[3.2.2.4.3. Framework Scrum e ciclo scrum 27](#_Toc101403189)

[3.2.2.4.4. Artefactos Scrum 29](#_Toc101403190)

[Product Backlog: 29](#_Toc101403191)

[Sprint Backlog: 29](#_Toc101403192)

[Burndown Chart: 29](#_Toc101403193)

[Product Increment: 29](#_Toc101403194)

[3.2.2.4.5. Papeis no scrum 29](#_Toc101403195)

[Referências Bibliográficas 33](#_Toc101403196)

**RESUMO**

Podemos observar, nos últimos anos, o crescimento exponencial do mundo digital. Consequentemente, temos hoje um grande diferencial competitivo agregando valor e entregando resultados para o publico consumidor de forma totalmente online.O agendamento de serviços é o processo que as empresas e organizações seguem para garantir que seus serviços e recursos sejam agendados da maneira mais eficiente possível. Empresas de serviços e empresas que têm uma força de trabalho móvel, especialmente, devem lidar com o agendamento de serviços com eficiência.Cientes de tudo isto e também da existente dificuldade na obtenção de um atendimento rápido e flexível em estabelecimentos que fornecem serviços como: serviços de saúde, serviços estéticos, serviços automobilísticos e etc. E a necessidade de divulgação desses serviços visando a obtenção de clientes. Este trabalho apresenta como proposta a implementação de um Marketplace para o agendamento prévio destes serviços, modernizando e proporcionando uma maior flexibilidade e agilidade no atendimento de clientes por parte dos estabelecimentos, alem de possibilitar a busca por parte de clientes que procuram por determinados serviços em uma região especifica, facilitando a comparação entre valores, detalhes dos serviços e disponibilidade de horários.

**Palavras-chave**: Agendamento. Marketplace. Serviço. Online.

**ASTRACT**

We can observe, in recent years, the exponential growth of the digital world. Consequently, today we have a great competitive advantage adding value and delivering results to the consumer public in a completely online way. Service scheduling is the process that companies and organizations follow to ensure that their services and resources are scheduled in the most efficient way possible. Service companies and companies that have a mobile workforce, especially, must handle scheduling services efficiently. Aware of all this and also of the existing difficulty in obtaining fast and flexible service in establishments that provide services such as: health, aesthetic services, automobile services and so on. And the need to publicize these services in order to obtain customers. This work proposes the implementation of a Marketplace for the prior scheduling of these services, modernizing and providing greater flexibility and agility in customer service by establishments, in addition to enabling the search by customers looking for certain services in a specific region, facilitating the comparison between values, service details and schedule availability.

**Keywords:** Scheduling. Marketplace. Service. Online.

CAPÍTULO 1 INTRODUÇÃO

# Introdução

A Internet, rede mundial de computadores, é um dos meios de comunicação que mais cresce no mundo. A Internet é uma inovação radical, que alterou a maneira de comprar, comunicar, trabalhar e de se informar das pessoas (SOUZA, 2009).

Segundo (HAYDEN&WEBSTER, 2014), as novidades tecnológicas móveis reforçam a individualidade das pessoas em suas rotinas. As pessoas se tornaram muito dependentes de seus smartphones, tablets e demais dispositivos, e usam seus aparelhos em suas tarefas diárias como se fossem uma extensão de seu corpo. Para (FRANCO, 2014), isso pode ser positivo em diversos pontos. Pessoas que fazem uso de muitas informações digitais em seu cotidiano, encontram uma maior facilidade em realizar inúmeras funções do dia a dia, de forma a maximizar suas tarefas por meio desses dispositivos.

Porem em Angola o acesso a internet ainda é considerado um luxo, muito distante da capacidade económica de vários cidadãos angolanos, pra termos uma noção em Angola com mais de 4 milhões de habitantes, apenas 4 em 100 pessoas têm a possibilidade de comprar 1GB de internet.

Em 2014, Dados do censo realizado no mesmo ano apontavam para cerca de 2.119.946(dois milhões, centos mil e nove centos e quarenta e seis) utilizadores de internet em Angola. Passados 4 anos, ou seja, em 2018 dados revelados pelo instituto angolano de telecomunicações (INACOM) apontavam para cerca de 4 milhões de utilizadores de internet num universo de 13 milhões de utilizadores de telemóvel no país. Já em 2020, dados revelados pelo ministério de telecomunicações apontam para mais de 6.857.062(seis milhões, oito centos e cinquenta e sete mil e sessenta e dois) utilizadores de internet em Angola.

Apesar de estarmos ainda muito longe da realidade de países do primeiro mundo, é notório o crescimento tecnológico em Angola e surgimento de diversas tecnologias que vêm para resolver problemas do nosso dia a dia.

Estas tecnologias, segundo (BORGES e JOIA, 2013) contribuem de forma importante para a flexibilização do tempo das pessoas, tornando-as mais livres e com mais autonomia. Elas estão relacionadas diretamente com a ideia de uma maior mobilidade associada a uma maior sobreposição dos tempos e espaços profissional e pessoal. Desse modo, torna-se viável a criação de um aplicativo para agendamento de serviços como: serviços de saúde, serviços estéticos, serviços automobilísticos e etc.

CAPÍTULO 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

# Fundamentação teórica

Neste capítulo abordaremos os conceitos que serviram de base para o desenvolvimento deste trabalho.

## Marketplace

Marketplace é um local onde se faz comercio de bens e serviços. A palavra é uma junção dos termos ingleses market, que significa “mercado” e place, que significa “lugar”. O mercado pode acontecer em um espaço físico (real) ou em um espaço virtual.

Segundo (ZACHO, 2017)marketplace é um modelo de negócio que tem se popularizado pelo mundo todo, também é conhecido como uma espécie de shopping center virtual. É considerado vantajoso para o consumidor, visto que reúne diversas marcas e lojas em um só lugar, facilita a procura pelo melhor produto e melhor preço.

## História dos Marketplaces

Segundo (COLAGRANDE, 2018)O primeiro mecanismo que possuiu os conceitos básicos do que é o marketplace foi um software comercializado nos Estados Unidos na década de 1980 chamado Electronic Mall e lançado pela Compuserve em 1984.

Apesar de ter sido o primeiro, fatores que estão diretamente ligados ao período de surgimento fizeram com que ele não tivesse a capacidade de se manter no mercado. Principalmente a partir do momento em que passou a competir com outros marketplaces que surgiram posteriormente e que, portanto, não enfrentavam as mesmas adversidades. Tais marketplaces foram a Amazon e o eBay, fundados em 1994 e 1995, respectivamente.

Diferentemente do Electronic Mall, ambos já estavam inseridos no ambiente online desde o momento de sua fundação. Isso deve-se ao fato de que, nesta época (uma década após o lançamento do Electronic Mall), os microcomputadores e a internet tinham se tornado muito mais comuns na residência da população de países mais desenvolvidos, são os principais motivos da Amazon e o eBay serem considerados os pioneiros do marketplace. A Amazon é até hoje considerada o maior marketplace do mundo.

E hoje no mundo todo temos plataformas de sucesso como: Uber, Uber eats, Ifood e Airbnb utilizando este modelo (KUVIATKOSKI, 2021). Nos últimos anos o conceito de Marketplace tem crescido imenso em Angola com o surgimento de várias plataformas tanto na área de publicitação e venda de produtos como na prestação de serviços temos como exemplos as plataformas: Kussumba Marketplace, Tupuca, T´leva Heetch e Allo Táxi Angola.

## Tipos de marketplaces

* + 1. Marketplace de produtos-Conecta lojas ou pessoas que vendem produtos físicos (ou digitais), com clientes que desejam comprar esses bens. Existem dois formatos pelos quais estes marketplaces podem obter sua receita:
    2. Marketplace de serviços-Essa modalidade conecta profissionais ou empresas que prestam serviços, com clientes finais que demandam um determinado tipo de serviço. A prestação de serviço possui essa característica, oferecendo alternativas especializadas e até customizadas. Existem dois formatos pelos quais estes marketplaces podem obter sua receita:
    3. Marketplace de agendamentos- tem como finalidade unir a agenda de prestadores de serviços a clientes interessados. É um tipo de marketplace de serviços, mas no qual o cliente já realiza o agendamento em questão. Um exemplo é a plataforma Doctoralia, marketplace de agendamento de consultas médicas.
    4. Marketplace hiperlocal- embora os marketplaces operem em plataformas na internet, nem todo marketplace tem a finalidade de vender seus produtos para um público geograficamente distante. Alguns marketplaces têm o seu foco no público local, da mesma cidade ou, até mesmo, do mesmo bairro.Alguns exemplos são o Facebook Marketplace e até mesmo a OLX, plataformas que dão mais liberdade para que os usuários negociem entre si e cuidem de todos os detalhes, do pagamento à entrega do produto.
    5. Marketplace de nicho-O que define um marketplace de nicho não é o fato de vender produtos ou serviços. Mas sim, que a sua oferta seja feita para um nicho específico de mercado. Esses marketplaces são interessantes pois, ao segmentar o universo de clientes em grupos menores, eles são menos ameaçados pela concorrência de grandes plataformas já consolidadas no mercado.

Alguns exemplos:

* Dafiti;
* MadeiraMadeira;
* Elo7
* Netshoes;
* Entre outros.
  + 1. Marketplace de anúncios-São marketplaces nos quais os usuários podem criar anúncios de produtos ou serviços. Diferentemente dos marketplaces anteriores, em que os sellers tem uma loja virtual dentro da plataforma, aqui oferecem-se apenas anúncios, tal qual em um classificado. Um exemplo disso é o Facebook Marketplace.

## Classificação dos marketplaces pelo perfil de cliente

* Business to Consumer(B2C)-Este é o tipo mais comum de marketplace. É a venda direta para o cliente final. Normalmente, é uma venda operada por um varejista, mas que, como falamos no início do texto, também pode ser operada por um distribuidor ou fabricante, sem incluir um intermediário do processo de compra.
* Business to Business(B2B)-Enquanto no B2C há uma empresa que vende um produto para o cliente final, o B2B trata de um modelo de venda entre duas empresas. A finalidade de quem compra costuma ser para reposição de estoque e revenda ou mesmo para a aquisição de matéria-prima que entra em linha de produção para gerar um produto final.Um exemplo é o site Americanas Empresas, do grupo B2W Marketplace.

É importante lembrar que, na negociação entre empresas, existem questões mais complexas que não aparecem na compra B2C, por exemplo, como descontos maiores em função do volume da compra, vendas faturadas com limite de crédito, impostos diferentes dependendo do estado ou tipo de empresa, entre outros aspectos.

* Consumer to Consumer(C2C)-Sites como o Mercado Livre são exemplos de marketplace C2C. É uma negociação feita de consumidor para consumidor, intermediada pelo site. Afinal, as pessoas não compram produtos do Mercado Livre exatamente, mas, sim, de outras pessoas que anunciam por lá – é claro que, com a expansão deste tipo de modelo, as empresas também já usam o site para fechar negócio.
* Business to Business to Consumer(B2B2C)-Quando uma empresa faz negócios com outra visando uma venda para o cliente final. Uma loja de informática pode fazer uma venda para seu cliente final utilizando o próprio sistema do distribuidor, que fatura

direto para o cliente, porém sendo intermediado pelo lojista, que não precisa ter estoque, risco de crédito nem logística.

* Business to Government(B2G)-Este modelo de negócio se refere a transações entre empresas e governo, como companhias que prestam serviços ou fornecem material para órgãos governamentais. Os negócios B2G envolvem um processo de licitação ou contratos especiais, afinal, ao vender para o governo, seja federal, estadual ou municipal, há diversas particularidades e processos que devem ser seguidos, conforme a legislação que regula as compras e vendas do poder público.

## Marketplace de serviços

Um Marketplace de serviços, como o próprio termo indica, **conecta** prestadores de serviços (empresas ou profissionais) com aqueles que buscam por seus serviços. Isso acontece por meio de uma plataforma online e funciona como uma espécie de shopping center virtual (RIBEIRO, 2020).

Segundo (TUTIDA, 2021)em um marketplace de serviços, o cliente entra na plataforma, procura pelo serviço que está interessado, e lá ele vai receber uma lista de pessoas ou empresas que oferecem aquele serviço. Dentre estas opções ele poderá avaliar:

* Preços;
* Reputação;
* Avaliação dos clientes que já contrataram aquele serviço.

E aí vai escolher o que mais lhe agradar.

Para (TUTIDA, 2021) um marketplace de serviços funciona com base em três modelos. São eles:

1. por transação

Este é o modelo mais usual e se baseia na intermediação da transação entre as duas partes. Ou seja, cobra-se uma comissão de quem utiliza a plataforma. No geral, essa porcentagem varia entre 15% a 30% sobre o serviço.

O grande benefício desse modelo é que o prestador de serviço só paga a comissão se vender ou efetuar o seu serviço. Para a outra ponta da negociação, esse negócio também é proveitoso, já que há geração de receita para cada serviço prestado.

Um exemplo seria a WeDoLogos, que conecta empresas e designers de todo o Brasil e cobra 1% do serviço recebido pelo designer.

2. por negociação

Por meio desse modelo, o profissional ou empresa prestadora de serviço realiza o cadastro de seu perfil e insere seu portfólio na plataforma. Assim, ele fica aberto a receber contatos de clientes em potencial. Em seguida, uma negociação é iniciada e o pagamento é feito fora da plataforma.

Desse modo, o processo de cobrança acontece mensalmente. Ou então, pode ser acordado um custo relacionado à publicidade para que o prestador de serviços ganhe destaque no mecanismo de busca. O OLX é um dos marketplaces mais famosos desse tipo.

3. por aluguel

Nesse negócio, a plataforma retém uma comissão sobre o aluguel e o prestador de serviços paga uma porcentagem relacionada a ela, ou então um valor mensal para utilizar a plataforma.

O Airbnb é um bom exemplo de marketplace de serviços por aluguel, já que conecta o cliente que deseja alugar um espaço com a pessoa prestadora de serviços, que o oferece.

## Vantagens de um marketplace de serviços

1 – Aumento do faturamento:

Pelo fato do prestador de serviços estar presente em uma plataforma que atinge milhares de pessoas, a sua exposição faz com que muitos clientes em potencial o conheçam. Dessa forma, a possibilidade de aumentar o faturamento é bastante alta.

2 – Redução do custo de prospecção:

As plataformas de marketplace aumentam a visibilidade dos prestadores de serviço. Por conta disso, são uma excelente opção para quem não deseja gastar muito com anúncios na Internet. Isso porque o custo com prospecção fica a cargo do próprio marketplace, não do prestador de serviços.

3 – Diminuição de custo com marketing:

Ao fazer parte de um marketplace, o serviço do prestador de serviços ganha destaque na plataforma. Ou seja, recebe muito marketing indireto. Como consequência, a necessidade de pagar por anúncios diminui bastante.

**CAPÍTULO 3**

**METODOLOGIA**

# METODOLOGIA

A metodologia se faz presente em diversas áreas, e também em diversas situações do nosso dia a dia como no trabalho e até mesmo na resolução de problemas, o uso de metodologias se faz necessário uma vez que descrevem uma abordagem para chegar a determinado objetivo. Além disso são importantes aliadas pois descrevem em detalhes cada etapa a ser seguida e segmentam um objetivo maior em pequenos objetivos que compõem a meta maior. Neste capítulo nos aprofundaremos no que é metodologia e seus principais tipos.

A palavra **metodologia** é uma derivação da palavra “**método”** (do Latim “methodus“), cujo significado, que tem origem latina é “**caminho ou via para realização de algo**.” Já a palavra “metodologia”, consiste no campo que estuda os melhores métodos praticados.

Segundo Guilherme Mendes metodologia:

é a justificativa para a abordagem de pesquisa e a lente através da qual a análise ocorre. Dito de outra maneira, uma metodologia descreve a estratégia geral de pesquisa que dita a maneira pela qual a pesquisa deve ser realizada. A metodologia deve impactar quais métodos para um empreendimento de pesquisa são selecionados, a fim de gerar dados convincentes (MENDES, 2022).

## Metodologia científica

A metodologia científica tem sua origem no pensamento de Descartes, que foi posteriormente desenvolvido empiricamente pelo físico inglês [Isaac Newton](https://pt.wikipedia.org/wiki/Isaac_Newton). [René Descartes](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ren%C3%A9_Descartes) propôs chegar à verdade através da dúvida sistemática e da decomposição do problema em pequenas partes, características que definiram a base da pesquisa científica.

Lê-se no livro o [Discurso do método](https://pt.wikipedia.org/wiki/Discurso_do_m%C3%A9todo):

“E como a multiplicidade de leis serve frequentemente para escusar os vícios, de sorte que um estado é muito melhor governado quando, possuindo poucas, elas são aí rigorosamente aplicadas, assim, em lugar de um grande número de preceitos dos quais a lógica é composta, acrediteis que já me seriam bastante quatro, contanto que tomasse a firme e constante resolução de não deixar uma vez só de observá-los  
O primeiro consistia em nunca aceitar, por verdadeira, coisa nenhuma que não conhecesse como evidente; isto é, devia evitar cuidadosamente a precipitação e a prevenção; e nada incluir em meus juízos que não se apresentasse tão claramente e tão distintamente ao meu espírito que não tivesse nenhuma ocasião de o pôr em dúvida.  
O segundo – dividir cada uma das dificuldades que examinasse em tantas parcelas quantas pudessem ser e fossem exigidas para melhor compreendê-las.  
O terceiro – conduzir por ordem os meus pensamentos, começando pelos objetos mais simples e fáceis de serem conhecidos, para subir, pouco a pouco, como por degraus, até o conhecimento dos mais compostos, e supondo mesmo certa ordem entre os que não se precedem naturalmente uns aos outros.  
E o último – fazer sempre enumerações tão completas e revisões tão gerais, que ficasse certo de nada omitir.” (DESCARTES, 1970)

Sendo assim metodologia científica literalmente refere-se ao estudo dos pormenores dos métodos empregados em cada área científica específica, e em essência dos passos comuns a todos estes métodos, ou seja, do método da ciência em sua forma geral, que se supõe universal. Embora procedimentos variem de uma área da ciência para outra (as disciplinas científicas), diferenciadas por seus distintos objetos de estudo, consegue-se determinar certos elementos que diferenciam o método científico de outros métodos encontrados em áreas não científicas, a citarem-se os presentes na [filosofia](https://pt.wikipedia.org/wiki/Filosofia), na [matemática](https://pt.wikipedia.org/wiki/Matem%C3%A1tica) e mesmo nas [religiões](https://pt.wikipedia.org/wiki/Religi%C3%A3o).

Para (RODRIGUES, 2007) metodologia científica é um conjunto de abordagens, técnicas e processos utilizados pela ciência para formular e resolver problemas de aquisição objetiva do conhecimento, de uma maneira sistemática.

A pesquisa científica é a investigação de um fenômeno. O objetivo de qualquer pesquisa vai ser sempre encontrar a solução para algum problema. É por isso que todos os [professores](https://blog.mettzer.com/professor-universitario/) dizem que toda pesquisa parte de um [problema de pesquisa](https://blog.mettzer.com/problema-de-pesquisa/).A metodologia científica é, portanto, o conjunto de procedimentos desse processo de investigação. Os procedimentos de investigação são os mecanismos de [coleta](https://blog.mettzer.com/coleta-de-dados/) e de [análise de dados](https://blog.mettzer.com/analise-de-dados/).Por essa razão, a descrição da metodologia científica é a definição de quais procedimentos serão utilizados para a coleta e para a análise de dados.Isso não significa dizer que existe um conjunto de diretrizes imutáveis para seguir à risca. Mas que é necessário construir um procedimento de pesquisa lógico que se adapte às necessidades e aos [objetivos](https://blog.mettzer.com/diferenca-entre-objetivo-geral-e-objetivo-especifico/) da pesquisa (COELHO, 2020).

No entanto, não basta seguir um método e aplicar técnicas para se completar o entendimento do procedimento geral da ciência. Esse procedimento precisa ainda referir-se a um fundamento epistemológico que sustenta e justifica a própria metodologia praticada. É que a ciência é sempre o enlace de uma malha teórica com dados empíricos, é sempre uma articulação do lógico com o real, do teórico com o empírico, do ideal com o real (SEVERINO, 2014).

### Tipos de pesquisa

Segundo (CESÁRIO, 2020) os tipos de pesquisa podem ser classificados quanto a natureza, aos objetivos, aos procedimentos, a forma de abordagem.

Neste sentido e ao evidenciar suas diferenças, é necessário reforçar que independente da escolha que o pesquisador venha realizar para o desenvolvimento de seu projeto, ele terá que enfrentar as limitações de cada técnica ou pesquisa a ser realizada.

 Em relação à pesquisa cientifica, é importante saber que ela sempre irá operar em dois níveis: um nível teórico e um nível empírico. O nível teórico está voltado para o desenvolvimento de vários conceitos abstratos sobre um fenômeno social ou natural para construir teorias, o nível empírico está voltado a realizar teste dos conceitos teóricos para definir as observações da realidade, o seu principal objetivo é realizar a construção em última instância de uma excelente teoria (CESÁRIO, 2020).

A investigação científica poderá assumir uma de duas formas variáveis: dedutiva ou indutiva. (OLLAIK e ZILLER, 2012) definem que na pesquisa indutiva, o pesquisador tem o objetivo de inferir conceitos teóricos e padrões a partir de informações coletadas. Na pesquisa dedutiva o pesquisador tem o objetivo de testar conceitos e padrões que foram descobertos na sua pesquisa utilizando dados empíricos.

A pesquisa indutiva também pode ser denominada como pesquisa para construção de teoria e a pesquisa dedutiva como aquela que realiza o teste da teoria (CESÁRIO, 2020). Os objetivos do teste são refinar, testar, melhorar e estender uma teoria. As pesquisas indutiva e dedutiva fazem parte de um ciclo que comunica constantemente a teoria e as observações. O pesquisador não deve realizar uma pesquisa indutiva ou dedutiva se não estiver acostumado com a teoria e os principais componentes de dados da pesquisa, no entanto percorrer todo o ciclo de pesquisa é importante na formação do pesquisador (SÁ-SILVA, ALMEIDA e GUINDANI, 2009).

Em relação aos tipos de pesquisa segundo a abordagem, esta pode ser quantitativa ou qualitativa, no entanto a abordagem pode ser mista, utilizando as duas abordagens.

Para (GARCES, 2010) a pesquisa quantitativa é realizada de forma numérica, sem a presença de descritiva e costuma ser aplicada em estatística ou matemática. O processo de avaliação dessa pesquisa é realizado por meio iterativo em que as evidências são avaliadas. Os resultados são frequentemente apresentados em tabelas e gráficos de forma conclusiva, podendo assim, ser utilizada para investigação e tomada de decisão, concluiu (ARAGÃO, 2011).

A pesquisa quantitativa permite classificar e realizar análise traduzindo os resultados em números, para serem classificados e consequentemente analisados (WILL, 2012).

Já na pesquisa qualitativa não há forma numérica, pois o pesquisador utiliza uma forma indutiva para descrever a situação observada (MELLO, 2014). Nesse sentido, os dados qualitativos não podem ser representados graficamente, sendo a pesquisa de caráter exploratório e investigativa (EVÊNCIO, 2019).

Quando ocorre a mistura de métodos quantitativos e qualitativos ou características paradigmáticas, podemos dizer que houve uma pesquisa mista, de natureza quali-quantitativa, pois os dados são uma mistura de variáveis, palavras e imagens.

Em relação aos dos tipos de pesquisa segundo à sua natureza, esta pode ser classificada em básica (ou fundamental) ou aplicada. Na pesquisa básica ocorre uma investigação sobre os princípios básicos e as razões para a ocorrência de um determinado evento, processo ou fenômeno. É também chamada de pesquisa teórica. O estudo ou investigação de algum fenômeno natural ou relacionado à ciência é denominado de pesquisa básica. Estas pesquisas às vezes não podem ser aplicadas de forma imediata. Não tem a preocupação de resolver quaisquer problemas práticos de interesse imediato. Mas é de caráter original ou básico. A pesquisa básica fornece uma visão sistemática e profunda de um problema para facilitar a extração de explicações, conclusões científicas e lógicas, além de ajudar a construir novas fronteiras de conhecimento. Os resultados dessa pesquisa formam a base de muitas pesquisas aplicadas. Os seus objetivos são buscar generalização, visar processos básicos, tentar explicar o porquê as coisas acontecem e tentar obter todos os fatos (SITTA, 2010).

Já a pesquisa aplicada auxilia a resolução de alguns problemas por meio de teorias e princípios bem conhecidos e aceitos na comunidade acadêmica. Esta Pesquisa compõe grande parte da pesquisa experimental, estudos de caso e pesquisa interdisciplinar, podendo também ser útil para a pesquisa básica. Nesse contexto, a pesquisa que apresenta resultado através de aplicação imediata pode ser denominada de pesquisa aplicada. Essa pesquisa é de uso prático para a atividade atual, citando como exemplo de usos: Estudo casos individuais ou específicos sem o objetivo de generalizar; Aponta qualquer variável que faça a diferença desejada; Realiza a busca de alguns fatores que podem ser alterados; Realiza a correção de fatos que são problemáticos; Apresenta relatórios em linguagem comum (CRISTIANE, 2014).

Em relação aos tipos de pesquisa segundo seus objetivos, esta pode ser classificada em pesquisa exploratória, descritiva e explicativa. A pesquisa Exploratória permite a exploração de novos fenômenos, auxiliando dessa forma a necessidade do pesquisador por um melhor entendimento, sendo capaz de testar a viabilidade de um estudo mais extenso ou determinar os melhores métodos a serem utilizados em um estudo. Por essas razões, essa pesquisa tem um foco amplo e raramente consegue fornecer respostas definitivas para questões específicas de pesquisa, sendo seus objetivos identificar questões-chave e variáveis-chave (SITTA, 2010) e (GARCES, 2010).

A Pesquisa descritiva é direcionada para responder alguma dúvida ou questionamento como exemplo, “O que é isto?” Tendo como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis (EVÊNCIO, 2019).

Já a Pesquisa explicativa tem como objetivo principal a compreensão ou explicação, por meio de análises que utiliza a correlações para estudar relações entre dimensões ou características de indivíduos, grupos, situações ou eventos. A pesquisa explicativa como o seu nome já diz, ela sempre irá explicar algo (GARCES, 2010).

Segundo (WILL, 2012) os tipos de pesquisa segundo os procedimentos podem ser agrupados em Experimental, Bibliográfica, Documental, De Campo, Ex-Post-Facto, De Levantamento, Com Survey, Estudo De Caso, Participante, Pesquisa Ação, Etnográfica e Etnometodológica, etc.

### Etapas da pesquisa

Para (KRELLING) o planejamento e a execução de uma pesquisa fazem parte de um processo sistematizado que compreende etapas que podem ser detalhadas da seguinte forma:

1. Escolha do tema;
2. Revisão de literatura;
3. Justificativa;
4. Formulação do problema;
5. Determinação de objetivos;
6. Metodologia;
7. Coleta de dados;
8. Tabulação de dados;
9. Análise e discussão dos resultados;
10. Conclusão da análise dos resultados;
11. Redação e apresentação do trabalho científico.

O tema é um aspeto ou uma área de interesse de um assunto que se deseja provar ou desenvolver. Nesta etapa a pergunta a ser respondida é: **“O que se pretende abordar?”**, escolher um tema significa eleger uma parcela delimitada de um assunto, estabelecendo limites ou restrições para o desenvolvimento da pesquisa pretendida (JUNIOR).

A revisão de literatura é fundamental, porque fornecerá elementos para você evitar a duplicação de pesquisas sobre o mesmo enfoque do tema. Favorecerá a definição de contornos mais precisos do problema a ser estudado (KRELLING).

Já sobre justificativa (KRELLING) afirma que nesta etapa é necessário refletir **sobre “o porquê?”** da realização da pesquisa procurando identificar as razões da preferência pelo tema escolhido e sua importância em relação a outros temas. O autor devera questionar-se se: o tema é relevante e, se é, por quê? Quais os pontos positivos que ele percebe na abordagem proposta? Que vantagens e benefícios ele pressupõe que sua pesquisa irá proporcionar? A justificativa deverá convencer quem for ler o projeto, com relação à importância e à relevância da pesquisa proposta, concluiu (KRELLING).

Para (MELO, 2019) a formulação do problema é a etapa em que o autor devera pensar um pouco sobre o que esta em jogo, será que vale a pena investir tempo e energia para mudar a realidade traçada? existe foco real em um problema? é necessário que o autor deixe isso bem claro. A pesquisa científica depende da formulação adequada do problema, isto porque objetiva a busca pela sua solução (JUNIOR).

Na determinação dos objetivos o autor deverá pensar a respeito de sua intenção ao propor a pesquisa. Deverá sintetizar o que pretende alcançar com a pesquisa. Os objetivos devem estar coerentes com a justificativa e o problema proposto. O objetivo geral será a síntese do que se pretende alcançar, e os objetivos específicos explicitarão os detalhes e serão um desdobramento do objetivo geral. Os enunciados dos objetivos devem começar com um verbo no infinitivo e este verbo deve indicar uma ação passível de mensuração (GIL). É nesta etapa que ficará definido **o foco do estudo e as informações que precisarão ser obtidas** (MATHIAS, 2020)**.**

Na etapa de metodologia o autor deve definir onde e como será realizada a pesquisa. Esta etapa definirá o tipo de pesquisa, a população, a amostragem, os instrumentos de coleta de dados e a forma como pretende tabular e analisar seus dados (JUNIOR).

A coleta de dados compreende o conjunto de operações por meio das quais o modelo de análise é confrontado aos dados coletados. Os dados a serem coletados são aqueles úteis para testar as hipóteses. Eles são determinados pelas variáveis e pelos indicadores. Podemos chamá-los de dados pertinentes (KRELLING).A coleta de dados é a etapa mais dinâmica por isso entusiasmo e dedicação são fundamentais (MELO, 2019).

Para (MELO, 2019) na tabulação de dados o autor poderá lançar mão de recursos manuais ou computacionais para organizar os dados obtidos na pesquisa de campo. Atualmente, com o advento da informática, é natural que a escolha de recursos computacionais para dar suporte à elaboração de índices e cálculos estatísticos, tabelas, quadros e gráficos.

A tabulação de dados é a transformação de todas as informações coletadas em material que possa ser analisado para, assim, ter potencial de se tornar um suporte importante nas tomadas de decisão, para facilitar a leitura e simplificar o acesso a dados que toda a equipe precisa ter (MATTOSINHO, 2020).

Na etapa de análise e discussão dos resultados o autor interpretará e analisará os dados que tabulou e organizou na etapa anterior. A análise deve ser feita para atender aos objetivos da pesquisa e para comparar e confrontar dados e provas com o objetivo de confirmar ou rejeitar a(s) hipótese(s) ou os pressupostos da pesquisa (KRELLING).

Segundo (GIL) na conclusão da análise dos resultados o autor já tem condições de sintetizar os resultados obtidos com a pesquisa. Deverá explicitar se os objetivos foram atingidos, se a(s) hipótese(s) ou os pressupostos foram confirmados ou rejeitados. E, principalmente, deverá ressaltar a contribuição da sua pesquisa para o meio acadêmico ou para o desenvolvimento da ciência e da tecnologia.

Por fim a redação do trabalho científico deve obedecer a critérios preestabelecidos, tendo em vista os parâmetros que norteiam a modalidade em questão (texto científico). A redação do trabalho científico consiste na expressão, ora materializada e documentada, dos resultados oriundos de todo o processo de investigação. Para tanto, ela deve ser elaborada, analisada, fundamentada e estruturada de forma objetiva, clara e precisa (DUARTE).

### Delimitações da pesquisa

No desenvolvimento do projeto não será aplicada nenhum tipo de inteligência artificial.

A aplicação não ira permitir nenhum tipo de transação bancaria, todo o pagamento pelos serviços agendados será efetuado no próprio estabelecimento, a aplicação limita-se a permitir o agendamento do serviço em causa.

Não é foco deste trabalho desenvolver um sistema de gestão para os estabelecimentos, portanto a aplicação web limite-se ao cadastro e estabelecimentos e gestão dos serviços por parte do usuário.

## Metodologia de desenvolvimento de software

As metodologias de desenvolvimento de software consistem, basicamente, no conjunto de abordagens que podem ser utilizadas para a criação de sistemas de processamento de dados (ESTADÃO, 2021).

Método é um procedimento ou técnica utilizado para obter um determinado resultado. Também pode ser definido como uma forma de agir em uma determinada situação a fim de regularizar uma tarefa. Com essa definição é possível entender o porquê é fácil encontrar várias metodologias para o desenvolvimento de documentação de software. Isso acontece porque são vários os tipos de software que são desenvolvidos em várias linguagens para diversos ambientes e desenvolvidos em diversos modelos de sistemas de informação, tais como baseado em fluxo de dados, relacionais e orientado a objetos (FREITAS, MAGALHÃES e REINALDO, 2010).

Para (WAZLAWICK, 2013) o processo de desenvolvimento de software é formado por um conjunto de passos de processo parcialmente ordenados, relacionados a artefatos, pessoas, estruturas organizacionais e restrições, tendo como objetivo produzir e manter os produtos de software finais requeridos. Este é um conceito que considera o contexto ao qual o processo de desenvolvimento de software é aplicado destacando as suas interdependências com outros fatores como restrições, pessoas, recursos, padrões etc que impactam no resultado final do processo.

As metodologias de desenvolvimento são divididas em dois grupos:

* Metodologias de desenvolvimento tradicionais;
* Metodologias de desenvolvimento ágil.

Sendo as metodologias ágeis objeto do nosso estudo.

### Metodologias de desenvolvimento ágil.

Desenvolvimento Ágil de Software (em [inglês](https://pt.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADngua_inglesa): Agile software development) ou Método ágil é uma disciplina que estuda um conjunto de comportamentos, processos, práticas e ferramentas utilizados para a criação de produtos (geralmente de, mas não limitados a, software) e sua subsequente disponibilização para os usuários finais (GOMES, 2018).

Segundo (CRONAPP, REDAÇÃO, 2019) metodologia de desenvolvimento ágil é uma forma de construir software que possibilita obter as vantagens do sistema antes de ele estar pronto. Também encoraja os desenvolvedores a se aprimorarem constantemente.

Com isso, seus colaboradores menos experientes são treinados com a mão na massa, pelos profissionais mais experientes. O uso de metodologia de desenvolvimento ágil de software está cada dia mais popular.

Metodologias desse tipo são alternativas ao modelo tradicional de construção de aplicações. São utilizadas para agilizar o trabalho dos [desenvolvedores](https://www.cronapp.io/?p=5776) e gerar melhoria contínua para os processos, ao contrario, nas metodologias tradicionais as etapas são mais estáticas e por se trabalhar com um escopo fechado, há pouco espaço para mudança (SARTORI, 2019).

#### Manifesto ágil

Apesar de muitas das metodologias serem anteriores à isso, em 2001 um grupo composto por 17 pessoas se reuniu para debater sobre essas novas abordagens em gerenciamento de projetos e criou o chamado Manifesto Ágil, que, de certa forma, oficializa a existência das metodologias e estabelece princípios que as caracterizam.A partir desse documento, pode-se dizer que os princípios mais importantes e que orientam a aplicação de um método ágil são (TAMEIRÃO, 2021):

* **Comunicação:** indivíduos e interação entre eles mais que processos e ferramentas;
* **Praticidade:**Software em funcionamento mais que documentação abrangente;
* **Alinhamento de expectativas e colaboração:** colaboração com o cliente e membros do projeto mais que negociação de contratos;
* **Adaptabilidade e flexibilidade:** responder a mudanças mais que seguir um plano.

#### Vantagens de se trabalhar com métodos ágeis

Para (TAMEIRÃO, 2021) algumas das vantagens de se trabalhar com métodos ágeis no lugar das abordagens tradicionais de gerenciamento de projetos são:

* Maior alinhamento entre o time e com os clientes e rápida resolução de possíveis problemas e conflitos;
* Redução de riscos e resultado final de alta qualidade;
* Economia de recursos por meio de entregas mais assertivas;
* Agilidade e eficiência nas entregas e na execução do projeto como um todo;
* Flexibilidade para propor alternativas e chegar à melhor solução possível.

Isso sem falar nos benefícios indiretos que as metodologias ágeis podem trazer, como a melhoria do clima entre áreas e na empresa como um todo; o aumento da credibilidade e confiabilidade da organização no mercado; e muito mais (TAMEIRÃO, 2021).

#### Princípios ágeis de desenvolvimento de software

Os princípios do desenvolvimento ágilvalorizam:

* Garantir a satisfação do consumidor entregando rapidamente e continuamente software funcionais;
* Até mesmo mudanças tardias de escopo no projeto são bem-vindas para garantir a vantagem competitiva do cliente;
* Software funcionais são entregues frequentemente (semanas, ao invés de meses);
* Cooperação diária entre pessoas que entendem do 'negócio' e desenvolvedores;
* Projetos surgem através de indivíduos motivados, entre os quais existe relação de confiança.
* A maneira mais eficiente e efetiva de transmitir informações é conversar cara a cara;
* Software funcionais são a principal medida de progresso do projeto;
* Processos ágeis promovem desenvolvimento sustentável. Os patrocinadores, desenvolvedores e usuários devem ser capazes para manter um ritmo constante indefinidamente.
* Design do software deve prezar pela excelência técnica;
* Simplicidade é essencial;
* As melhores arquiteturas, requisitos e projetos emergem de equipes auto-organizadas;
* Em intervalos regulares, a equipe reflete sobre como para tornar-se mais eficaz, então sintoniza e ajusta seu comportamento apropriadamente.

#### Aplicabilidade dos métodos ágeis

Embora os métodos ágeis apresentem diferenças entre suas práticas, eles compartilham inúmeras características em comum, incluindo o desenvolvimento iterativo, e um foco na comunicação interativa e na redução do esforço empregado em artefatos intermediários.A aplicabilidade dos métodos ágeis em geral pode ser examinada de múltiplas perspectivas. Da perspectiva do produto, métodos ágeis são mais adequados quando os requisitos estão emergindo e mudando rapidamente, embora não exista um consenso completo neste ponto de uma perspectiva organizacional, a aplicabilidade pode ser expressa examinando três dimensões chaves da organização: cultura, pessoal e comunicação. Em relação a estas áreas inúmeros fatores chave do sucesso podem ser identificados (COHEN, LINDVALL e COSTA, 2004).

* A cultura da organização deve apoiar a negociação.
* As pessoas devem ser confiantes.
* Poucas pessoas, mas competentes.
* A organização deve promover as decisões que os desenvolvedores tomam.
* A Organização necessita ter um ambiente que facilite a rápida comunicação entre os membros.

### Principais tipos de metodologias ágeis

A seguir iremos abordar aquilo que para (TAMEIRÃO, 2021) são os principais tipos de metodologias de desenvolvimento ágil:

#### Lean

A metodologia lean é um tipo de gerenciamento que visa evitar desperdícios – de tempo, verba, mão de obra etc. Utilizando apenas recursos necessários para a boa realização de um determinado trabalho, etapa ou processo (RUNRUN.IT, 2019).

O Lean é um conceito que pode ser traduzido como “enxuto” e que se tornou bastante conhecido no universo das StartUps e do empreendedorismo, depois que Eric Ries criou o termo “Lean StartUp” ou StartUp enxuta (TAMEIRÃO, 2021).

O Lean não é especificamente uma metodologia ágil, porém muitos de seus valores estão presentes em valores ágeis e sua adoção pode agregar muitos valores em diversas outras metodologias e boas práticas. Baseado na metodologia desenvolvida pela Toyota conhecida como Lean Manufacturing. O Lean está diretamente ligado a redução do desperdício, para o Lean, desperdício é tudo que não é feito para o cliente, no caso dos softwares podemos ter: Espera(tempo de desenvolvimento parado por falta de informações), documentação excessiva, funcionalidades e rotinas não solicitadas pelo cliente (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015).

Para (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015) o Lean Software Development identifica sete conceitos principais, são eles:

**Eliminar o Desperdício**: Para maximizar o valor, precisamos minimizar o desperdício. O Lean classifica o desperdício em 3 categorias:

* MURA: Desperdício gerado por antecipar possíveis necessidades do cliente (desenvolver o que não foi solicitado pelo cliente acreditando que um dia poderá ser útil. Este conceito está muito próximo ao de Gold Plating, do gerenciamento de projetos). Podemos diminuir a MURA evitando desenvolver o que não foi solicitado e evitando paradas em trabalhos ainda não terminados.
* MURI: Desperdício gerado pela falta de planejamento (ou planejamento mal feito). Na MURI também classificamos o desperdício causado pelo excesso de burocracia.
* MUDA: Desperdício gerado pela cultura de trabalho, desperdícios do dia a dia, como: espera, super processamento, defeitos, locomoção, inventário, transporte desnecessário e super produção.

**“Empoderar o Time “**: Em vez da abordagem de micro gestão, devemos respeitar o conhecimento superior dos membros do time e deixar que eles sejam responsáveis pelas decisões técnicas(locais) necessárias, para tornarem-se mais produtivos e bem-sucedidos, aumentando as chances de sucesso do projeto.

**Entregar Rapidamente**: Podemos aumentar o Retorno sobre Investimento (return on investment) – ROI com entregas de valor rápidas. Com entregas rápidas e frequentes o cliente já pode iniciar o uso do software (das funcionalidades já desenvolvidas) gerando valor mais rapidamente para o investimento realizado no desenvolvimento. Como o cliente prioriza o que deve ser feito primeiro, funcionalidades mais importantes geralmente são produzidas mais cedo, e consequentemente, entram em uso mais cedo, gerando maior retorno.

**Construir com Qualidade**: O Lean não testa a qualidade no final do processo. A qualidade do produto final deve ser assegurada com a qualidade de cada etapa/ parte do processo utilizando técnicas como refatoração, integração contínua e muitas outras.

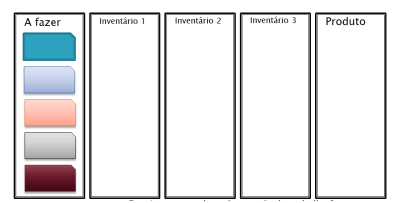
**Adiar Decisões:** Parece estranho este conceito mas a mensagem aqui é equilibramos o planejamento antecipado com a tomada de decisões e decidirmos o mais tarde possível. Veja que não estamos defendendo a procrastinação, mas sim esperarmos o máximo possível antes de decidir. Em muitos projetos na fase inicial estamos decidindo baseado em várias premissas (lembrando, Premissa - Eventos incertos que para fins de planejamento consideramos como verdadeiros o que na execução do projeto não necessariamente será verdadeira), o que sempre trás riscos ao projeto, como estar restrito a uma solução limitada por uma tecnologia disponível até o momento.

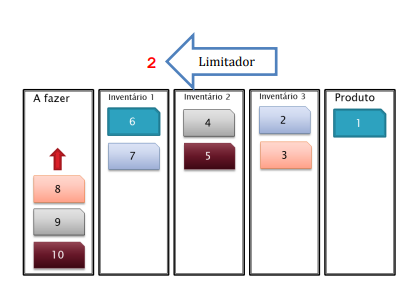
**Amplificar Aprendizagem:** Este conceito envolve facilitar a comunicação cedo e sempre, promovendo o feedback o mais rápido possível, e aprendizado contínuo com base no que aprendemos sobre projetos, softwares e negócios.

#### Kanban

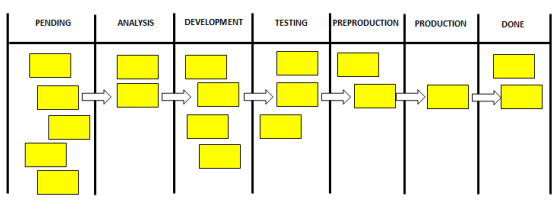
Para (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015) O kanban é uma ferramenta visual que auxilia o acompanhamento do fluxo de trabalho e controle do WIP (Work in Progress,” Trabalho em Progresso “).

O Quadro Kanban permite visualizar o trabalho que está em andamento e limitar o WIP. Tradicionalmente (mas NÃO é uma REGRA), o quadro Kanban é dividido em quadros ou status como DO(À Fazer) – DOING(Fazendo) – DONE(Feito), as tarefas que precisão ser realizadas são listadas(ou “coladas“) na parte À Fazer, quando elas começam a ser feitas, elas mudam para o status Fazendo e quando estão(totalmente) prontas, vão para o status Feito, bem os status podem ser completamente diferentes, por exemplo, no caso de desenvolvimento de software poderíamos ter Modelado, Em Desenvolvimento, Desenvolvido, Em implantação, Pronto. Ou qualquer outro estado que faça sentido para o trabalho e para a equipe (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015).





Observe que cada inventário pode determinar um limitador de tarefas que podem ser feitas paralelamente, no exemplo o número máximo de tarefas que podem estar no “inventário 1” , são duas paralelamente. Este limitador, geralmente está associado a capacidade de atendimento da equipe.



Para (HOUSE, DIGITAL, 2020) a maior escola de habilidades digitais da América Latina, a metodologia Kanban apresenta as seguintes vantagens:

* + Evita a procrastinação e o tempo ocioso dos colaboradores;
  + Economiza tempo;
  + É prático e fácil de ser implementado;
  + Ajuda na hierarquização de tarefas;
  + Reduz custos e desperdícios;
  + Ajuda a mensurar a produtividade;
  + Facilita a comunicação entre os funcionários, já que o mapa de atividades mostra aquelas que já foram realizadas e as que ainda serão produzidas.

#### Smart

Esta metodologia possibilita criar objetivos mais reais e tangíveis para sua empresa. Cada letra dessa pequena palavra traz um grande significado: **S**pecific (específico), **M**easurable (mensurável), **A**ttainable (atingível), **R**elevant (relevante) e **T**ime-related (tempo) (MERCADO ELETRÓNICO, 2020).

Significado detalhado de Smart segundo (TAMEIRÃO, 2021):

* **S – de Specific:** em primeiro lugar, a meta precisa ser clara e bastante específica. Ela deve abordar apenas um ponto de cada vez e não abrir margem para interpretações errôneas ou equivocadas.
* **M – de Measurable:** segundo, a meta precisa ser mensurável e quantificável. É necessário sempre estabelecer objetivos exatos e numéricos que possam realmente comprovar que a meta foi atingida.
* **A – de Attainable:** os objetivos definidos devem ser desafiadores, mas eles devem ser alcançáveis, levando-se em conta o tempo estabelecido e as condições atuais da empresa.
* **R – de Relevant:** não adianta nada ter uma meta se o atingimento dela, no final das contas, não gerar nenhum impacto para a empresa. Na hora de definir os objetivos, é necessário que se busque por pontos relevantes e se tenha cuidado com as métricas de ego.
* **T – de Time-related:** ao estabelecer um objetivo, é muito importante que ele tenha um prazo máximo para ser alcançado. Dessa forma, se evita procrastinações e se pode mensurar melhor se houve o atingimento da meta ou não.

#### Scrum

Para (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015) o scrum é um método ágil empírico, iterativo com entregas incrementais. Empírico porque se apoia no empirismo que afirma que o conhecimento vem da experiência e de tomada de decisões baseadas no que é conhecido. O Scrum emprega uma abordagem iterativa e incremental para aperfeiçoar a previsibilidade e o controle de riscos.

##### História

Scrum é baseado em um artigo de 1986 escrito por HirotakaTakeuchi e Ikujiro Nonaka para a Harvard Business Review, o "The Game Development New Product" (TAKEUCHI e NONAKA, 1986). Neste trabalho, os autores utilizaram o esporte do rugby como uma metáfora para descrever os benefícios da auto organização de equipes de desenvolvimento de produtos inovadores e de entrega. Jeff Sutherland, Ken Schwaber e Mike Beedle aderiram as ideias deste artigo, incluindo a metáfora, e as aplicaram na área de desenvolvimento de software. Eles chamaram seu novo método de Scrum\*. Schwaber e Beedle, escreveram sobre suas experiências em seu livro Desenvolvimento de Software Ágil com Scrum em 2002.

“O Scrum ou formação ordenada é uma situação frequente no rugby, geralmente é usado após uma jogada irregular ou em alguma penalização. Os 8 Avançados das duas equipes formam uns contra os outros. O Scrum-half(Médio-Formação) da equipe que não cometeu a infração insere a bola no meio do "túnel" formado pelas duas primeiras linhas de cada equipe com a finalidade de que os jogadores da sua equipe consigam ganhar(talonar) a bola.” (SCHWABER e BEEDLE, 2002)

##### Pilares do scrum

Segundo (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015) como o Scrum é baseado no empirismo, os pilares do Scrum baseiam-se em:

**Transparência:** Todo o processo deve estar visível a todos os envolvidos. Esta transparência deve ser refletida, no ambiente, nas pessoas e nos processos.

**Inspeção:** O processo em si deve ser inspecionado regularmente na busca por anomalias e/ou oportunidades de melhorias.

**Adaptação:** Caso a inspeção detecte algum processo que precise ser ajustado ou melhorado, as adaptações deverão ser feitas o mais rápido possível. O quanto antes as mudanças sejam feitas, antes o novo processo proposto é testado e validado.

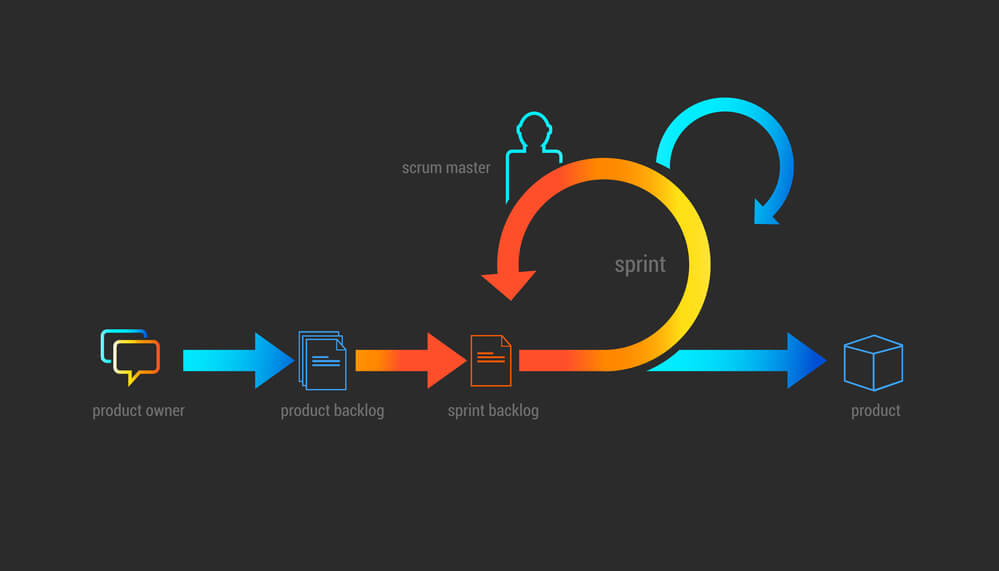
No Scrum temos oportunidades constantes de verificar os 3 pilares (Transparência – Inspeção e Adaptação), e estas oportunidades são nos eventos da Reunião de Planejamento, Scrum Diário, Reunião de Revisão da Sprint e Reunião de Retrospectiva da Sprint.

##### Framework Scrum e ciclo scrum

 É um framework com o qual as pessoas podem lidar com problemas adaptativos complexos, ao mesmo tempo que entregam produtos com o mais alto valor possível de forma produtiva e criativa (CAVALCANTI, 2020).

Para (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015) o scrum é um framework para suportar o desenvolvimento e manutenção de projetos/produtos complexos. Na verdade ele simplesmente fornece uma estrutura para entrega, mas não diz como fazer práticas específicas, deixando isso para a equipe de determinar.

Segundo (SABBAGH, 2013),o cliente ou um grupo de clientes que visam uma oportunidade de mercado dão a visão inicial do produto, apresentando os objetivos a serem alcançados.Para o autor, o Product Owner define, comunica e mantém o que foi levantado junto ao cliente. Ele é único, e trabalha com o cliente ou com os indivíduos compartes interessados no projeto. A partir da visão, o Product Owner cria um plano, no qual ele defini oque se espera do produto e como ele evoluirá durante o tempo de trabalho, chamado de Meta de Roadmap. Na fase inicial, que também é conhecido por alguns como “pré-jogo” do projeto, também é definido a equipe de trabalho, chamado de Time de Scrum, que junto ao Product Owner e o Scrum Master formam a equipe que faz parte do desenvolvimento de todo o projeto, no qual cada membro tem um papel e uma habilidade peculiar e atribuída para que o projeto seja concluído com sucesso. O processo de escolha dos membros da equipe varia de empresa para empresa (SABBAGH, 2013).



O projeto começa com uma visão clara oferecido pelo negócio, e um conjunto de características do produto em ordem de importância. Esses recursos fazem parte da carteira de produtos, que é mantido pelo cliente ou representante do cliente referido como o Product Owner. Uma caixa de tempo comumente referido como uma iteração ou Sprint, é a quantidade de tempo que a equipe tem para concluir as características selecionadas. Sprints são geralmente de uma a quatro semanas de duração, e esta duração é mantida durante toda a vida do projeto. O Product Owner (negociando com o time) seleciona itens do Product Backlog que acredita que pode ser concluída no Sprint, e cria um Sprint Backlog composto pelos recursos e tarefas, como parte da Reunião de Planejamento (Planning Meeting) do Sprint (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015).

Uma vez que o time se comprometeu com um Sprint Backlog, o trabalho começa tarefa. Durante este tempo no Sprint, a equipe está protegida de interrupções e permitiu a concentrar-se em atender o objetivo do 50 Sprint. Nenhuma alteração para o Sprint Backlog são permitidos, no entanto, o Product Backlog pode ser alterado, em preparação para o próximo Sprint. Durante o Sprint, a equipa de verifica no diário com o outro sob a forma de uma reunião, geralmente de 10 a 15 minutos conhecido como Daily Scrum (Scrum Diário). No final do Sprint, o time (e o cliente, quando possível) reúnem-se para a reunião conhecida como Revisão (Review Meeting) . Eles também possuem uma Reunião de Retrospectiva (Retrospective Meeting) com o objetivo de aprender como melhorar. Esta reunião é fundamental, pois seu foco é sobre os três pilares do Scrum: transparência, inspeção e adaptação (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015).

##### Artefactos Scrum

O Scrum prevê alguns artefatos que nos permite ter uma visão sobre o andamento do projeto e da Sprint. Estes artefatos são conhecidos como Backlog (RIBEIRO, CUNHA e RIBEIRO, 2015).Classificação dos artefactos segundo (SCHWABER e BEEDLE, 2002):

###### Product Backlog:

* Define os requisitos funcionais e não funcionais, com respetivas prioridades;
* Associado a cada requisito existe uma estimativa grosseira de esforço;
* Nunca esta completo;
* Pode a qualquer altura ser alterado.

###### Sprint Backlog:

* Define as tarefas a serem realizadas durante o sprint;
* As tarefas devem ser divididas de forma a que cada tarefa demore 4-16 horas;
* Apenas a equipa pode alterar;
* No final do dia cada membro da equipa de atualizar o sprint Backlog.

###### Burndown Chart:

* Mostra a evolução ao longo do tempo, do esforço necessário para a conclusão do produto/sprint;
* Permite fazer “what-ifs analysis”: se eu remover determinada funcionalidade qual será a nova data expectável da release?

###### Product Increment:

* Incremento nas funcionalidades do produto;
* O incremento em causa deve estar completo: testado, documentado, código de produção;
* O product onwer pode decidir o lançamento de uma nova release com o incremento em causa.

##### Papeis no scrum

Segundo (AUDY, 2015), dentro dos papéis do Scrum temos o Product Owner querepresenta o cliente, o Scrum Master responsável pelos métodos e técnicas aplicadaseoaEquipe que desenvolve, que constrói e dar valor ao produto.

O Product Owner é responsável pela criação da visão do Product Backloge éapartirdela que o projeto se inicia, que no caso são os requisitos estabelecidos peloclienteetranscrito por ele, também, sempre, os requisitos sofrem alterações e é exatamente oProductOwner o responsável por manter o time informado sobre todas as possíveis alteraçõesquevenham a acontecer (FERNANDES, DUARTE, *et al.*, 2011).

Segundo (COHN, 2011),o Scrum Master não tem poder sobre os integrantes daequipe,porém, ele tem arbítrio sobre todos os processos do projeto, ou seja, ele não pode demitirumcolaborador, porém ele define os processos e principalmente existe para ajudar o timenousoda ferramenta.

O Scrum Master é o responsável pelo andamento do processo, ele faz comquenãoajaimpedimentos para que seja possível a realização do trabalho do time, exclui obstáculosdia-a-dia, de modo que todos os integrantes da equipe possam se concentrar nos principais objetivose técnicas e tudo é incluído no Backlog de impedimentos, que todos podemvisualizar (CARVALHO e MELLO, 2021).

Scrum Master é conhecedor da ferramenta, propicia aos colaboradores treinamentos,organiza os eventos e trabalha para ver sua equipe sempre em harmonia (AUDY, 2015).

A equipe de desenvolvimento ou Scrum Team, é o time de colaboradores responsávelpelo desenvolvimento de todo o projeto, a partir das definições impostar pelo ScrumMaster.

CAPÍTULO 4 Implementação do Projecto

# IMPLEMENTAÇÃO DO PROJECTO

Neste capitulo

REFERÊNCIAS BIBLOGÁFICAS

# Referências Bibliográficas

ARAGÃO, J. **Introdução aos estudos quantitativos utilizados em pesquisas científicas**. [S.l.]: REVISTA PRÁXIS, v. III, 2011.

AUDY, J. **Scrum 360 - Um guia completo e prático de agilidade**. são paulo: casa do código, 2015.

BORGES, A. P.; JOIA, L. A. **Executivos e smartphones: uma relação ambígua e paradoxal**, Salvador(BH), 20, n. 67, outubro 2013. 585-602.

CARVALHO, B. V.; MELLO, C. H. P. **Aplicação do método ágil scrum no desenvolvimento de produtos de software em uma pequena empresa de base tecnológica**. São carlos: [s.n.], v. 19, 2021.

CAVALCANTI, V. geek hunter. **Framework Scrum:** tudo o que você deveria saber, 24 setembro 2020. Disponivel em: <https://blog.geekhunter.com.br/framework-scrum-voce-esta-usando-corretamente/>. Acesso em: 19 abril 2022.

CESÁRIO, J. M. D. S. **METODOLOGIA CIENTÍFICA: PRINCIPAIS TIPOS DE PESQUISAS E SUAS CARATERÍSTICAS**, 15 novembro 2020.

COELHO, B. Metodologia científica: aprenda como delimitar na sua pesquisa. **mettzer**, 30 outubro 2020. Disponivel em: <https://blog.mettzer.com/metodologia-cientifica/>. Acesso em: 15 abril 2022.

COHEN, D.; LINDVALL, M.; COSTA, P. **An introduction to agile methods. In Advances in Computers**. New York: Elsevier Science, 2004.

COHN, M. **Desenvolvimento de software com o Scrum:** aplicando métodos ágeis com sucesso. Bookman. ed. Porto Alegre: [s.n.], 2011.

COLAGRANDE, C. ecommercebrasil. **Conheça o Electronic Mall, primeiro marketplace do mundo**, 17 janeiro 2018. Disponivel em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/electronic-mall-primeiro-marketplace/>. Acesso em: 20 Março 2022.

CRONAPP, REDAÇÃO. Cronapp. **Metodologias ágeis de desenvolvimento de software:** saiba mais sobre o assunto, 24 fevereiro 2019. Disponivel em: <https://blog.cronapp.io/metodologias-ageis-de-desenvolvimento-de-software/>. Acesso em: 18 abril 2022.

DESCARTES, R. **Discurso de metódo**. Tradução de prefácio e notas de João Cruz Costa. Ed de ouro. ed. São Paulo: [s.n.], 1970.

DUARTE, V. M. D. N. Uol. **Redação do texto científico**. Disponivel em: <https://monografias.brasilescola.uol.com.br/regras-abnt/redacao-texto-cientifico.htm>. Acesso em: 13 abril 2022.

ESTADÃO. Media lab. **As principais metodologias de desenvolvimento de software que você precisa saber**, 22 março 2021. Disponivel em: <http://patrocinados.estadao.com.br/medialab/releaseonline/releaseeconomia/economia-as-principais-metodologias-de-desenvolvimento-de-software-que-voce-precisa-saber/>. Acesso em: abril abril 2022.

EVÊNCIO, K. M. D. M. **Dos Tipos de Conhecimento às Pesquisas Qualitativas em Educação**, 13, n. 47, outubro 2019. 440-452.

FERNANDES, F. et al. **Aplicabilidade da Engenharia de Requisitos de Software como atividade da metodologiaágil Scrum.** [S.l.]: [s.n.], 2011.

FRANCO, P. A. A. **SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS**. ENGI/2014 – Encontro nacional de gestão, políticas e. Goiânia: UFG. 2014.

FREITAS, K. D. C.; MAGALHÃES, D. R.; REINALDO, F. A. F. International Conference on Engineering and Technology Education. **METODOLOGIAS DE DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS**, Ilhéus, 10 março 2010.

GARCES, S. B. B. **Classificação e Tipos de Pesquisas**. Unicruz: Universidade de Cruz Alta , 2010.

GIL, R. L. **Etapas de um Projeto de Pesquisa**.

GOMES, A. linkedin. **O que é o Ágil? Uma nova definição formal**, 27 novembro 2018. Disponivel em: <https://www.linkedin.com/pulse/o-que-é-ágil-uma-nova-definição-formal-andré-gomes/>. Acesso em: 18 abril 2022.

HAYDEN&WEBSTER. **The Mobile Commerce Revolution:** Business Success in a Wireless World. 1º. ed. [S.l.]: Que; Illustrated, 2014.

HOUSE, DIGITAL. Digital House. **Kanban:** a metodologia ágil mais simples para implementar no dia a dia, 2 abril 2020. Disponivel em: <https://www.digitalhouse.com/br/blog/como-usar-metodologia-kanban/>. Acesso em: 19 abril 2022.

JUNIOR, D. G. D. B. V. **As etapas da pesquisa**. [S.l.].

KRELLING, P. D. A. **AS ETAPAS DA PESQUISA**. Instituto federal santa catarina. [S.l.].

KUVIATKOSKI, C. Ideia no ar. **Marketplace de Serviços:** Como funciona e principais vantagens!, 14 dezembro 2021. Disponivel em: <https://www.ideianoar.com.br/marketplace-de-servicos-o-que-e-e-como-funciona/>. Acesso em: 5 abril 2022.

KUVIATKOSKI, C. Ideia no ar. **Tipos de Marketplace:** qual o melhor modelo para seu negócio?, 4 março 2022. Disponivel em: <https://www.ideianoar.com.br/tipos-de-marketplace/>. Acesso em: 5 abril 2022.

MATHIAS, L. Mind Miners. **Descubra quais são as etapas do processo de pesquisa de marketing**, 2020. Disponivel em: <https://www.google.com/amp/mindminers.com/blog/etapas-processo-pesquisa-marketing/amp/>. Acesso em: 18 abril 2022.

MATTOSINHO, L. P. Veja o passo-a-passo de como fazer tabulação de dados! **Cae treinamentos**, 29 janeiro 2020. Disponivel em: <https://caetreinamentos.com.br/blog/ferramentas/como-fazer-tabulacao-de-dados/>. Acesso em: 17 abril 2022.

MELLO, C. M. D. **Abordagens e procedimentos qualitativos: implicações para pesquisas em organizações**, 21, n. 02, 2014. 324-349.

MELO, K. Doity. **Conheça aqui todas as etapas de pesquisa científica**, 2019. Disponivel em: <https://www.google.com/amp/s/doity.com.br/blog/etapas-da-pesquisa-cientifica/%3famp>. Acesso em: 18 abril 2022.

MENDES, G. O que é Metodologia? Qual a importância? **FM2S**, 10 março 2022. Disponivel em: <https://www.fm2s.com.br/metodologia/>. Acesso em: 15 abril 2022.

MERCADO ELETRÓNICO. Mercado eletrónico. **4 metodologias ágeis que favorecem a inovação nas empresas**, 2020. Acesso em: 17 abril 2022.

OLLAIK, L. G.; ZILLER, H. M. **Concepções de validade em pesquisas qualitativas**, São paulo, 38, n. 1, 2012. 229-241. Acesso em: 15 abril 2022.

RIBEIRO, R. Iugu. **Marketplace de serviços:** vantagens e cases de sucesso, 3 fevereiro 2020. Disponivel em: <https://www.iugu.com/blog/marketplace-de-servicos>. Acesso em: 6 abril 2022.

RIBEIRO, R. D.; CUNHA, H. D.; RIBEIRO, S. **Métodos Ágeis em Gerenciamento de projetos**. 1ª. ed. Rio de janeiro: [s.n.], 2015.

RODRIGUES, P. W. C. **Metodologia Científica**. Paracambi: FAETEC/IST, 2007.

RUNRUN.IT. RunRun.it Blog. **Metodologia lean:** descubra como otimizar a sua produção, 17 outubro 2019. Disponivel em: <https://blog.runrun.it/metodologia-lean/>. Acesso em: 15 abril 2022.

SABBAGH, R. **Scrum – Gestão Ágil para Projetos de Sucesso**. São Paulo: casa do codigo, 2013.

SARTORI, J. EZ.devs. **Metodologias de desenvolvimento de software:** Uma breve visão, 27 março 2019. Disponivel em: <https://ezdevs.com.br/como-escolher-as-metodologias-de-desenvolvimento-de-software/>. Acesso em: 17 abril 2022.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D. D.; GUINDANI, J. F. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas**, 2009.

SCHWABER, K.; BEEDLE, M. **Agile Software Development with Scrum**. [S.l.]: Prentice Hall, 2002.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: CORTEZ EDITORA, 2014.

SITTA, É. I. **A contribuição de estudos transversais na área da linguagem com enfoque em afasia**, São Paulo, 12, n. 6, 2010.

SOUZA. **Neoconsumidor - Digital Multicanal & Global**. 1º. ed. São Paulo: GS&MD - Gouvêa de Souza, 2009.

TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **The New New Product Development Game**, janeiro 1986.

TAMEIRÃO, N. samba tech. **METODOLOGIAS ÁGEIS:** O QUE SÃO E QUAIS OS PRINCIPAIS TIPOS, 20 agosto 2021. Disponivel em: <https://sambatech.com/blog/insights/metodos-ageis/>. Acesso em: 16 abril 2022.

TUTIDA, D. Eu nerd. **marketplace-servicos**, 10 agosto 2021. Disponivel em: <https://encontreumnerd.com.br/blog/marketplace-servicos>. Acesso em: 5 abril 2022.

WAZLAWICK, R. S. **Engenharia de Software:** conceitos e práticas. Rio de janeiro: Elsevier, 2013.

WILL, D. E. M. **Metodologia da pesquisa científica**. 2ª. ed. Palhoça: Unisul Virtual, 2012.

ZACHO, R. ecommercebrasil. **O que é Marketplace? – veja as vantagens e desvantagens**, 15 junho 2017. Disponivel em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/marketplace-vantagens-e-desvantagens/>. Acesso em: 3 fevereiro 2022.