Qualidade de Software 1 - Grupo Jaque Patombou

**Mapeamento de visões de qualidade**

Fatores referentes às necessidades e expectativas dos usuários, considerações da manufatura, características próprias do produto e o valor atribuído ao produto são fatores que influenciam na produção e venda de produtos de software. A visão a respeito do que é entendido e considerado como qualidade pode ser descrita sob a ótica de 5 diferentes aspectos: transcendental, usuário, manufatura, produto e visão baseada no valor.

Na visão transcendental, a qualidade é vista como algo ideal, porém, muito complexa para ser definida com precisão. Pode ser reconhecida imediatamente, mas não é possível definir explicitamente suas características. A visão de usuário se refere à qualidade orientada a metas específicas de um usuário, afirmando que se um produto atende a essas metas, então apresenta qualidade.

Qualidade, segundo a visão de manufatura, está relacionada a quanto um produto atende às especificações originais de fabricação. Essa visão deu origem à visão do produto, que mede a qualidade de acordo com a presença ou ausência de propriedades mensuráveis ​​do produto. Ou seja, para a visão de produto, a qualidade é vista como a conformidade dos requisitos e qualquer desvio do que fora especificado é tido como queda de qualidade.

A visão baseada em valor representa a junção dos conceitos de excelência e valor, pois a qualidade é medida de acordo com a excelência e preço medido pelo valor agregado ao produto. A ideia central é de que a qualidade perde a importância caso o produto não seja economicamente lucrativo, pois o nível de qualidade do produto é atribuído a quanto o usuário está disposto a pagar por ele.

A análise sobre o texto apresentado resultou nos seguintes resultados listados na tabela abaixo:

**Tabela 1** - Visões encontradas no texto

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Linhas** | **Visão** | **Justificativa** |
| 18 a 19 | Produto | Alta Confiabilidade confere uma característica de Qualidade Externa do Software. |
| 20 a 21 | Baseado no Valor | O autor ressalta a relação entre o esforço para se satisfazer um fator de qualidade, a confiabilidade, e o valor agregado para os usuários finais |
| 20 a 26 | Manufatura | A visão de manufatura leva em foco o impacto que a qualidade do processo tem na qualidade interna , essa que impacta na qualidade externa que determina os atributos da qualidade de uso, porém totalmente mutável pelo contexto de uso. O autor traz essa diferença de contexto.  Dependendo do contexto de utilização do software , o processo poderá ser mudado |
| 21 a 26 | Usuário | O autor revela que foi feito um estudo em que descobriu que usuários de mainframe e programadores de sistemas valorizam mais a confiabilidade e o desempenho e os usuários finais valorizam a capacidade (funcionalidades) e a usabilidade, relatando quais aspectos são essenciais na visão do usuário.  Na linha 22 o autor diz “Um estudo em larga escala da relação entre os atributos do produto e a satisfação do cliente [...]” e completa dizendo que a “Há evidências de que a satisfação é um determinante da adoção e uso de software.” |
| 29 a 30 | Transcendental | O autor explicita que, enquanto o software funciona (mais ou menos), as funcionalidades, a facilidade de uso e a facilidade de aprendizado superam a qualidade. |
| 33 a 37 | Produto | O autor mostra que há pagamentos adicionais para consertos voltados para a correção de problemas de fabricação. |
| 40 a 43 | Produto | O autor traz a preocupação da visão de produto em satisfazer as necessidades do usuário , porém de uma inversa. |
| 58 a 60 | Transcendental | O autor mostra que produtos de baixa qualidade trazem prejuízos, mas não há uma especificação, ele fala de modo geral sobre a qualidade. |
| 114  a  116 | Transcendental | O autor mostra que produtos de baixa qualidade geram uma má reputação do fornecedor, mas não há uma especificação, ele fala de modo geral sobre a qualidade. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Matrícula** | **Nome** | **Contribuição** |
| 15/0142536 | Murilo Schiler | 16,67% |
| 16/0142628 | Rafaella Junqueira | 16,67% |
| 17/0111288 | Micaella Gouveia | 16,67% |
| 17/0114333 | Sofia Patrocínio | 16,67% |
| 17/0145514 | Iuri Severo | 16,67% |
| 19/0124318 | Geise Saunier | 16,67% |