

## APLICAÇÃO E ADAPTAÇÃO DA METODOLOGIA ÁGIL SCRUM NO SETOR DE MARKETING DE UMA IES

Jefferson Pereira Leonel <sup>1</sup>

Frederico Augusto Amorim <sup>2</sup>

Alex Peixoto Sousa<sup>3</sup>

Daniel Paiva Mendes <sup>4</sup>

### RESUMO

O presente trabalho apresenta o resultado da aplicação da Metodologia Ágil *Scrum* em um projeto do setor de Marketing de uma IES. O setor citado, é responsável por toda a comunicação interna e externa da Instituição e não faz a utilização de um método de trabalho para a criação dos produtos e projetos. Tendo em vista a importância do *Scrum* e sabendo que é uma das metodologias ágeis mais utilizadas no mundo, principalmente na criação de produtos de Software, seria importante também que o método fosse compatível com os processos de criação dos projetos, para que fosse possível extrair ao máximo todos os benefícios que ela oferece. O objetivo do trabalho foi analisar a aplicação da metodologia ágil *Scrum* em um projeto do setor de Marketing de uma IES e avaliar o impacto da aplicação no setor. A partir dos resultados alcançados, conclui-se que o método aumentou o poder de gerenciamento dos processos de criação, além de otimizar o tempo e também tornar a equipe mais comunicativa.

**Palavras-Chave:** Scrum; Metodologia Ágil; Marketing e Software.

### ABSTRACT

This paper aims to present the result of applying Agile Scrum methodology developed on a marketing department of a IES . The mentioned department , is responsible for all internal and external communication of the institution and it has never used a working method for the creation of products and projects. Bearing in mind the importance of Scrum and knowing that it's one of the most used agile methodologies in the world, especially in the creation of software products, it is also important that the method would be compatible with the design creation process, to make it possible to extract the most of all the benefits it offers. The objective was to analyze the implementation of the Scrum agile methodology in a project Marketing sector of an HEI and evaluate the application of the impact on the sector. From the results obtained, it is concluded that the method increased the power management of the product creation processes, and optimize the time and also make the more communicative team.

**Keywords:** Scrum; Agile methodology; Marketing and Software.

<sup>1</sup> Bacharel em Sistemas de Informação pelo Centro Universitário Católica de Quixadá. Analista de Marketing Digital da UNICATÓLICA. Experiência profissional em Desenvolvedor Web e Web & Graphic Designer.

<sup>2</sup> Mestre em Ciências da Computação - UECE / graduado no curso de Estatística - IFCE e pós-graduado em Informática, pela UFC; Professor do Centro Universitário Católica de Quixadá.

<sup>3</sup> Bacharel em Administração pelo Centro Universitário Católica de Quixadá e Pós-graduando em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria pela mesma IES); Representante Institucional da UNICATÓLICA.

<sup>4</sup> Mestre em Administração - PPGA/UECE. Professor do Centro Universitário Católica de Quixadá. E-mail daniel.pamendes@gmail.com.

## INTRODUÇÃO

Na atual conjuntura do mercado, onde tudo muda muito rapidamente, ser ágil é preciso, no entanto, é essencial que os objetivos possam ser alcançados como o planejado. A metodologia ágil surgiu para quebrar alguns paradigmas da engenharia de software, ou seja, tornar os processos de desenvolvimento de software mais ágeis, como consequência, diminuir as pilhas de documentações propostos pela engenharia de software e a entrega em partes do sistema em desenvolvimento, assim cumprindo os prazos de entrega (PRESSMAN, 2011).

O *Scrum* apresenta-se como uma das metodologias ágeis mais utilizadas para o suporte na criação de produtos complexos, principalmente quando falamos de desenvolvimento de software. As metodologias ágeis podem ser aplicadas em várias outras atividades. Algumas agências de publicidade, inclusive, no Estado do Ceará, faz-se a utilização do método *Scrum* para a criação de seus produtos, sejam campanhas publicitárias, desenvolvimento de web sites, ou assessoria em marketing digital, estas que envolvem equipes de designers, desenvolvedores, jornalistas, administradores, entre outros.

O setor de Marketing da IES é responsável por toda a comunicação interna e externa, tanto na parte física, como também na parte digital. A equipe não utilizava nenhum método de trabalho para a criação dos produtos complexos, o método ágil entrou como peça chave para organizar, planejar e dividir as tarefas dentro do setor em questão, tendo como objetivo o aumento da produtividade e desempenho da equipe na execução dos projetos propostos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 METODOLOGIA ÁGIL

O método ágil surgiu para tentar acabar com algumas fraquezas que eram perceptíveis na engenharia de software tradicional, pois oferece inúmeros benefícios significativos, entretanto, não é indicado para o desenvolvimento de todos os projetos ou produtos, mas é utilizada com consistência na Engenharia de Software em um pensamento geral para trabalhos de software. Na moderna economia é muito difícil antecipar se um projeto evoluirá. O mercado muda muito rápido, as exigências dos usuários sofrem alterações constantemente e em muitas delas é difícil definir os requisitos antes do projeto ser iniciado, por isso, é preciso ser ágil para responder rapidamente o mercado emergente (PRESSMAN, 2011).

Para Cockburn (2009), metodologia ágil é um conjunto de métodos no quais permitem que as equipes de desenvolvimento de projetos acompanhem e correspondam as necessidades do negócio, principalmente quando as mudanças se dão de maneira frequente, que sofre alterações importantes, ou quando se faz obrigado adaptar-se a fatores não controláveis.

Agilidade é poder criar e responder a mudanças, no intuito de lucrar, principalmente em um ambiente de negócios turbulento. Também representa um equilíbrio entre flexibilidade e estabilidade (HIGHSMITH, 2012).

### 2.1.1 Princípios Ágeis

Segundo Pressman (2011), a *Agile Alliance* dispõe 12 princípios para agilidade:

- A maior prioridade é satisfazer o cliente por meio de uma entrega adiantada e progressiva;
- Acolher bem os pedidos de alterações, mesmo atrasando o desenvolvimento;
- Entregar o produto em funcionamento, frequentemente;
- Cliente e time devem trabalhar em conjunto diariamente;
- Desenvolver projetos junto a indivíduos motivados;
- O método mais eficiente de transmitir informações é abertamente a equipe;
- Produto funcionando é a principal medida de progresso;
- Os processos ágeis criam um desenvolvimento sustentável;
- A atenção progressiva para a técnica de trabalho para com o projeto aumenta a agilidade;
- Simplicidade é essencial;
- Os melhores requisitos, arquiteturas, emergem de equipes que se auto organizam; e
- Em intervalos, a equipe se avalia para assim, tentar se tornar mais eficiente, criando uma sintonia.

Nem todos os processos ágeis são aplicados aos 12 referidos princípios e outros preferem ignorá-los, porém, demonstram o princípio ágil sustentado em alguns modelos de processo (PRESSMAN, 2011).

## 2.2 INTRODUÇÃO AO SCRUM

Segundo Prikladnick et al. (2014), o *Scrum* se trata de uma ferramenta ágil que ajuda no gerenciamento de projetos que trabalham com produtos complexos e, é um framework conhecido por ter execuções leves e objetivas, sendo assim, utilizado também para o desenvolvimento de Software.

De acordo com Audy (2015), o termo SCRUM é originado do Rugby, que se dá através de uma jogada na qual os jogadores ficam todos juntos, um se apoiando no outro frente ao time adversário e isso acontece sempre que a bola sai para fora do campo, a cada “scrum” os times são forçados a se auto organizarem, assim reiniciando a partida.

Jeff Sutherland e Ken Schwaber, em 1995, se uniram para formalizar o método que nomearam de Scrum, que foi apresentado em um artigo chamado *Scrum and the Perfect Storm* e ambos estavam presentes na assinatura do manifesto ágil em fevereiro de 2001 (AUDY, 2015).

O Scrum é uma ferramenta ágil, simples e leve que é utilizado para o gerenciamento e construção de produtos complexos. É baseado no empirismo e faz a entrega interativa e incremental de valores frequentemente, desta forma, reduzindo riscos e falhas do projeto (SABBAGH, 2013).

É utilizado para o gerenciamento e desenvolvimento de produtos desde de 1990, não se trata de um processo para a construção de produtos, no entanto o indivíduo pode empregar várias técnicas. Trabalha em times que se associam a papéis, eventos, artefatos e regras, cada um tem um propósito que é primordial para o sucesso da ferramenta (SCHWABER & SUTHERLAND 2013).

### **2.2.1 Pilares do Scrum**

Segundo Schwaber e Sutherland (2013), todos os momentos do método Scrum baseiam-se em três pilares básicos, são eles:

- **Transparência** – Para que a equipe siga o caminho certo, precisa que eles se sintam parte do projeto, ou seja, que todos saibam e fiquem a par de todos os acontecimentos.
- **Inspeção** – Todos os processos devem ser inspecionados regularmente para que sejam identificadas as falhas, assim, não havendo problemas futuros.
- **Adaptação** - Através das reuniões diárias, os processos passam por uma fase de adaptação, caso, ainda não estejam bem definidos, assim otimizando o trabalho.

### **2.2.2 Ciclo Scrum**

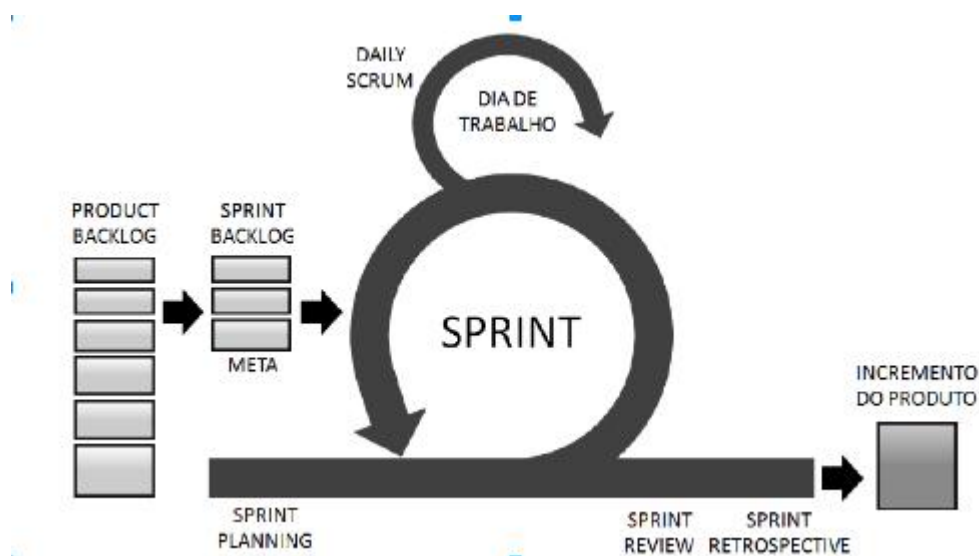
Segundo Sabbagh (2013), o cliente ou um grupo de clientes que visam uma oportunidade de mercado dão a visão inicial do produto, apresentando os objetivos a serem alcançados.

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 com partes interessadas no projeto. A partir da visão, o *Product Owner* cria um plano, no qual ele defini o que 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 *ScrumMaster* 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).

*User Story*. Cada história do usuário, é responsável por um requisito, no qual é escrito em linguagem natural, cada uma delas são limitadas e breves, para que seja possível caber em um *post-it*, assim evitando que os requisitos sejam mal compreendidos por um integrante da equipe (FLORES, 2012).

A *Sprint*, *Sprint Planning*, que são as reuniões diárias de *Daily Scrum*, *Sprint Review* e *Sprint Retrospective* podem possuir uma duração máxima ou também podem ser fixas e definidas, que são chamadas de *timebox*. As timeboxes basicamente tem o objetivo de evitar desperdícios e limitar o tempo, assim definindo os objetivos que devem ser alcançados, além de regularizar o trabalho realizado (SABBAGH, 2013).

**Figura 01** - Ciclo completo do Scrum.



Fonte: (SABBAGH, 2013).

### 2.2.3 Papéis no Scrum

Segundo Audy (2015), dentro dos papéis do Scrum temos o Product Owner que representa o cliente, o Scrum Master responsável pelos métodos e técnicas aplicadas e o a Equipe que desenvolve, que constrói e dar valor ao produto.

O *Product Owner* é responsável pela criação da visão do *Product Backlog* e é a partir dela que o projeto se inicia, que no caso são os requisitos estabelecidos pelo cliente e transcrito por ele, também, sempre, os requisitos sofrem alterações e é exatamente o *Product Owner* o responsável por manter o time informado sobre todas as possíveis alterações que venham a acontecer (FERNANDES et. Al., 2011).

Segundo Cohn (2011), o Scrum Master não tem poder sobre os integrantes da equipe, porém, ele tem arbítrio sobre todos os processos do projeto, ou seja, ele não pode demitir um colaborador, porém ele define os processos e principalmente existe para ajudar o time no uso da ferramenta.

O *Scrum Master* é o responsável pelo andamento do processo, ele faz com que não aja impedimentos para que seja possível a realização do trabalho do time, exclui obstáculos dia-a-dia, de modo que todos os integrantes da equipe possam se concentrar nos principais objetivos e técnicas e tudo é incluído no *Backlog* de impedimentos, que todos podem visualizar (CARVALHO & MELLO 2012).

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 responsável pelo desenvolvimento de todo o projeto, a partir das definições impostar pelo *Scrum Master*.

### 2.2.4 Artefatos do Scrum

Sabbagh (2013) afirma que, na sua origem, a ferramenta *Scrum* utiliza quatro artefatos, são eles: *Product Backlog*, *Sprint Backlog*, a Definição de Pronto e o Incremento do Produto, onde também estão a Visão do Produto, Meta de Release, Meta do *Sprints*, gráficos de Acompanhamento do Trabalho e a Definição de preparado. Tais artefatos são considerados importantes para o Time de Scrum.

O *Product Backlog* se trata dos itens ordenados em uma lista, na qual, esses itens dizem o que se faz necessário para a criação do produto, que também tem uma única origem

dos requisitos para toda ou qualquer mudança, ou seja, alterações e requisitos ficam dentro do *Product Backlog* (OLIVEIRA & JUNIOR, 2015).

O *Sprint Backlog* torna perceptível todo o trabalho que a equipe observa como importante para o alcance dos objetivos da Sprint e a cada inserção de serviço, este, é adicionado ao *Product Backlog*. Conforme o andamento do trabalho, caso ele seja concluído ou aja alteração, os itens também serão alterados e quando os elementos são considerados desnecessários para o trabalho, eles são removidos. Apenas o Time de desenvolvimento do projeto tem o poder de fazer as alterações no *Sprint Backlog* durante a Sprint (SCHWABER & SUTHERLAND 2013).

Um dos conceitos mais importantes e que gera alguns conflitos é a Definição de pronto, que se faz válida e necessária para todo o time, se falta detalhes, fazer testes e alguns ajustes, não estará pronto, ou seja, a definição de pronto só se faz concreta quando a equipe entra em um consenso de que realmente o processo está pronto (CRUZ, 2013).

No Incremento do Produto a equipe trabalha a Sprint do projeto nos itens selecionados para o *Sprint Backlog*, tendo em vista sempre a Meta do Sprint. O Incremento resulta na soma dos itens completos no Sprint (SABBAGH, 2013).

### 2.2.5 Eventos do Scrum

De acordo com Sabbagh (2013), os eventos do Scrum são respectivamente a reunião de *release planning* (planejamento da entrega), a *sprint*, a reunião de *sprint planning* (planejamento da sprint), a reunião de *sprint review* (revisão da sprint), a reunião de *sprint retrospective* (retrospectiva da sprint) e o *daily scrum* (scrum diário). Para o autor, uma *Sprint* tem a duração fixa de uma a quatro semanas e que se trata do ciclo em que o produto é desenvolvido, onde o incremento é feito pela equipe a partir dos itens do *Product Backlog*. Durante uma *Sprint* devem ocorrer a *Sprint Planning*, as reuniões de *Daily Scrum*, reunião de *Sprint Review*, reunião de *Sprint Retrospective* e qualquer outra atividade com a presença da equipe. Todo o projeto funciona dentro das Sprints, que sempre ocorre uma após a outra.

Segundo o portal Desenvolvimento Ágil, uma *Sprint Planning* é a reunião de toda a equipe Scrum com o *Product Owner* e o *Scrum Master*, bem como também as partes interessadas no projeto como o cliente. Enquanto os colaboradores estão reunidos, o *Product Owner*, responsável direto pelos requisitos propostos pelo cliente, relata para toda a equipe o

que é prioridade no projeto, também temos as perguntas dos membros do time afim de tentar obter detalhes técnicos para que seja possível o desenvolvimento dos itens propostos.

*Sprint Review* é uma reunião que ocorre sempre no encerramento de cada Sprint, onde a equipe apresenta novas versões e alterações nas *Sprints* para os responsáveis, que verificam se as mudanças atendem as expectativas, necessidades e objetivos do projeto (SALES, 2013).

*Sprint Retrospective*, realizada após a *Sprint Review*, tem como principal objetivo explicar para equipe o que obtiveram de melhor e o que pode ser melhorado, é uma reunião fechada, que acontece apenas com a equipe e o *Scrum Master*, durante ela, os membros falam sobre o que acham do andamento do projeto e através de uma linha do tempo especificam as datas para o *Sprint* (SILVA, 2009).

O *Daily Scrum* é uma reunião diária, onde é analisado o progresso de desenvolvimento do projeto e os bloqueios encontrados durante o progresso do projeto (BISSI, 2007).

### 2.3 CONCEITO DE MARKETING

Kotler e Keller (2006), marketing é identificar a satisfação das necessidades do homem e da sociedade de uma maneira bem simples, suprimindo a necessidade humana por meio do lucro. Para os autores, podem existir diferentes definições sobre marketing sob inúmeras perspectivas, mas se trata de um processo em que os indivíduos conseguem suprir suas necessidades e desejos, através da criação, oferta e troca de serviços de valor.

O Marketing na maioria das vezes é definido como a "arte de vender produtos" (KOTLER E KELLER, 2006).

A definição de marketing está ligada as necessidades dos clientes, gerada através da venda do produto, preço, tratamento e conforto deparado (BRAGATTO, 2013).

Marketing se trata da geração de um determinado bem, serviço, da maneira como são elaborados e transmitidos, assim, se tornando o planejamento para colocação e preservação de um determinado produto no mercado (YANAZE et Al., 2012).

## 3 METODOLOGIA

A aplicação do presente trabalho se deu por meio de um estudo de caso, e visou gerar conhecimento para prática aplicada nos projetos do setor de marketing da IES. Tratou-se de uma abordagem qualitativa, pois, observou-se a interação dos envolvidos para com o método analisado e com os projetos a serem criados.



### 3.1 ESTUDO DE CASO

O Estudo de Caso baseia-se em um estudo aprofundado sobre algum objeto, onde, a partir da pesquisa, se permite ampliar ou detalhar o conhecimento sobre determinado assunto (GIL, 2002).

O Estudo de caso também é utilizado como piloto para esclarecimentos no campo das pesquisas em diversos aspectos e seus resultados são apresentados em condições de hipóteses (GIL, 2002).

### 3.2 ESTUDO DO FRAMEWORK SCRUM

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre as metodologias ágeis. Investigou-se os principais autores e técnicas para que fosse possível definir a melhor metodologia ágil a ser aplicada no projeto em questão. Definiu-se a metodologia ágil *Scrum* como o método mais apropriado para utilização em projetos de desenvolvimento gráfico. Foi definido as principais estratégias para a aplicação da Metodologia *Scrum*, reuniões sobre o método, treinamento, análise e a escolha de um projeto piloto para teste do método.

### 3.3 REUNIÕES COM A EQUIPE

Através das reuniões com a equipe de marketing foi possível demonstrar para os colaboradores a importância e principalmente como o método funciona, para que serve, onde é utilizado e quais empresas utilizam.

No segundo momento das reuniões, foi aplicado um treinamento, em seguida, baseado no *feedback* dos participantes, foram esclarecidas todas as dúvidas e reforçado o aprendizado adquirido. As reuniões foram de suma importância, levando-se em consideração que os colaboradores não estavam acostumados com um método de trabalho ágil e foi algo totalmente novo para eles. Dentro das reuniões, também era explicado sobre o Kanban e qual é a sua importância para quem utiliza o método ágil *Scrum*.

### 3.4 APLICAÇÃO DO SCRUM NO SETOR DE MARKETING

O autor do trabalho foi escolhido como *Scrum Master*, o *Product Owner* ficou a cargo de uma assistente administrativa, tendo em vista que era a mais próxima do gerente de marketing e o restante da equipe foi o *Time Scrum* junto aos dois supracitados.

Definiu-se que a aplicação da metodologia ágil *Scrum* seria feita no processo de produção do Jornal da Instituição de Ensino Superior (IES), processo este que envolve toda a equipe, desde a parte da redação e revisão dos textos, aprovação, até a sua publicação na internet.

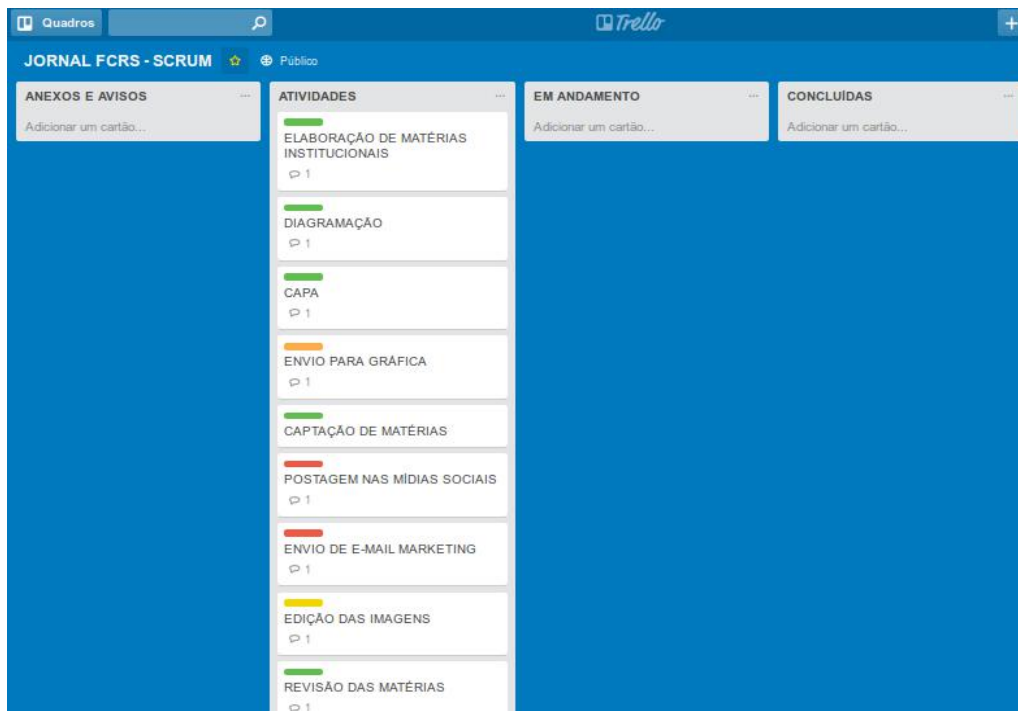
Após a seleção do projeto, foi dada continuidade ao levantamento do *Product Backlog*, reunindo a equipe e definindo todas as atividades que foram postadas no *kanban* e separadas por cada indivíduo. O aplicativo utilizado para a organização e acompanhamento das tarefas foi o *Trello*, aplicativo web que funciona como um organizador diário de tarefas.

Posteriormente foi iniciado a *Sprint Planning*, etapa onde é feita toda a parte de planejamento das atividades. Foi um processo em que toda a equipe participou. Realizou-se uma análise minuciosa dos prazos de entrega de cada atividade, definida pelo indivíduo que à exerce. Como o processo de criação do produto era bem definido pela equipe, não foi difícil definir a lista do *Backlog*. Cada atividade tinha um valor, ou numeração, para que fosse possível, posteriormente, ser criado o nosso *Burndown Chart*, onde é verificado se a ferramenta foi importante ou não dentro do processo.

Após todo o planejamento, seguido pela ferramenta, foi dado início a aplicação do *SCRUM* no setor de Marketing da IES.

Logo após, foi dado início a *Sprint*, esta, a parte onde foram executadas as tarefas do produto, seguindo todas as diretrizes do método ágil *Scrum*. No início da *Sprint* todas as atividades estão listadas apenas no *Product Backlog*.

**Figura 02** - Listagem dos processos do Produto.

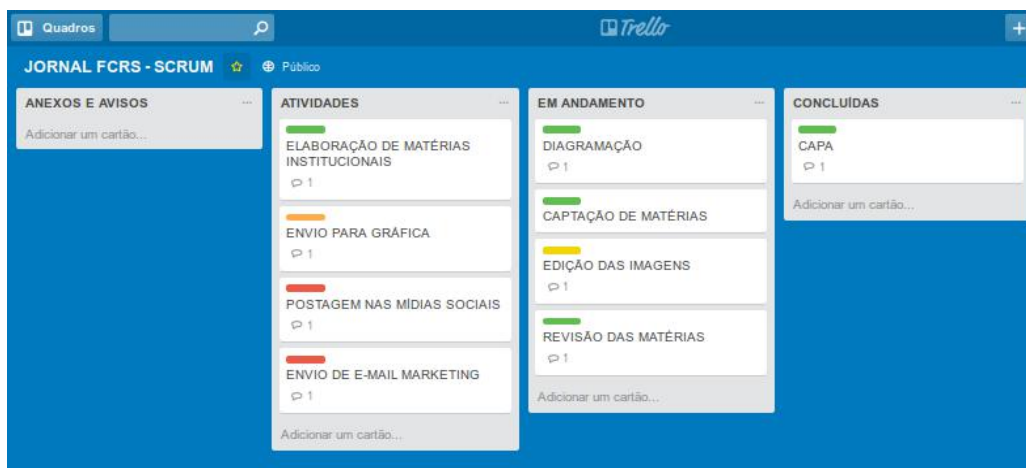


Fonte: Autor (2016).

A figura acima demonstra a listagem dos processos do projeto. As atividades foram executadas de acordo com a prioridade de cada uma, respeitando a ordem de progresso do produto, para, no final, a partir dos incrementos, fosse possível tê-lo por completo. De acordo com que as atividades eram executadas, elas eram mudadas de posição no quadro, seguindo as diretrizes do *Kanban*, atividades para andamento e após a conclusão, eram movidas para o quadro concluídas.

Dentro das *Sprints* também eram feitas as *Daily Scrum*, que são as reuniões diárias de *Scrum*, onde, víamos como estava o andamento da *Sprint*, se as tarefas estavam sendo executadas e, caso não, o porque, já que o tempo de cada tarefa é definida pelo próprio colaborador. Dentro do *Daily Scrum* também era feito a análise de cada risco, no caso, os dois maiores problemas eram as vezes o acesso a internet e a lentidão das máquinas.

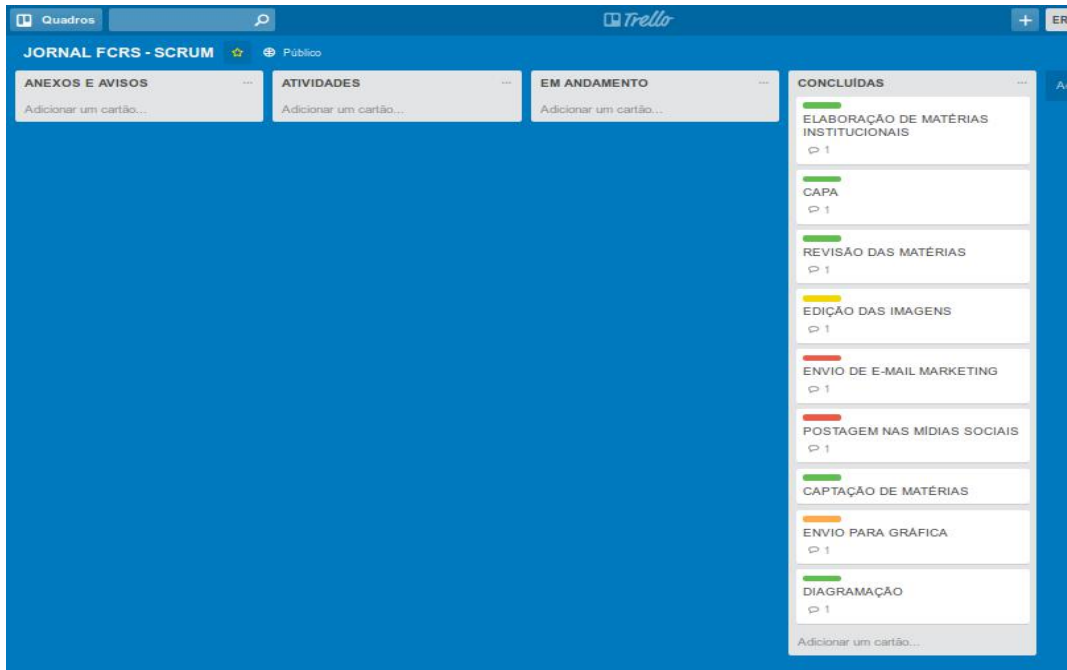
**Figura 03** – Processos o projeto em andamento.



Fonte: Autor.

A figura acima demonstra os processos do produto em andamento. Quando todas as tarefas estão na aba “concluída”, o produto é considerado pronto. Após, temos mais uma etapa do método ágil *SCRUM*, a *Sprint review*, onde foi feita toda a revisão da *Sprint*, para sabermos principalmente se algum processo foi mal feito, não estava concluído ou se faltou algum incremento a ser entregue. Posteriormente a *Sprint Retrospective*, momento onde é feito toda a retrospectiva da *Sprint*. Após, é seguido todas as diretrizes da ferramenta e o produto complexo é concluído. Temos ele pronto.

**Figura 03** – Processos o projeto em andamento.

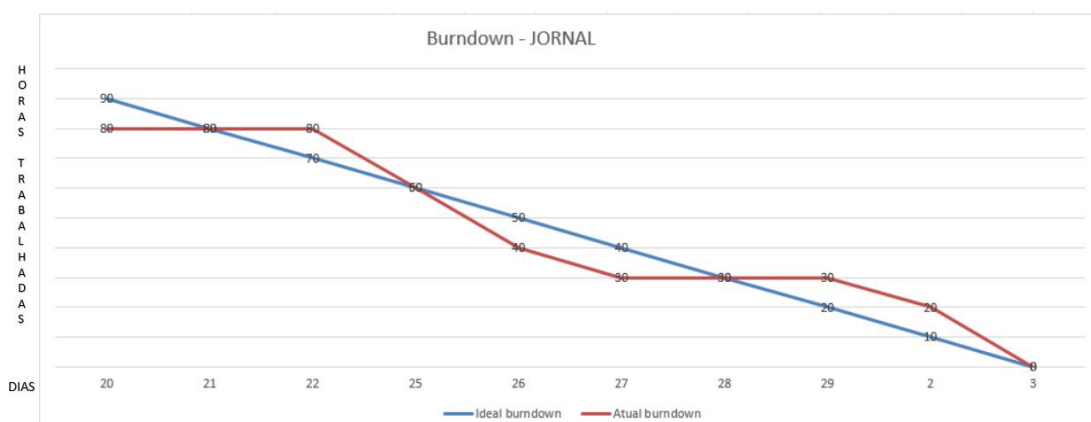


Fonte: Autor.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O procedimento para coleta de resultados foi dado através da interação dos colaboradores para com a ferramenta, assim como também o acompanhamento do *burndownchart*, que demonstra todo o andamento do processo de criação do projeto através de um gráfico.

**Figura 04** – Burndown do projeto do Jornal IES.



Fonte: Autor (2016).

Através do gráfico acima, percebe-se que a partir da aplicação da Metodologia Ágil Scrum, o projeto ocorreu da maneira como era de se esperar, sendo concluído dentro do prazo. Nele, também temos todo o andamento dos processos de criação do produto complexo, de acordo com a pontuação dada a cada tarefa e sua prioridade.

O projeto do Jorarl da IES, não foi apenas entregue dentro do prazo, como também foi possível obter um maior poder de gerenciamento sobre ele, a partir dos passos seguidos e do conhecimento que o método proporcionou para a equipe.

A partir da aplicação da metodologia ágil *Scrum*, foi possível perceber que a equipe se tornou mais comunicativa, principalmente durante as reuniões diárias de *Scrum*, onde, diariamente, cada indivíduo retratava como estava o andamento do seu trabalho, também assim, tornando o tempo de trabalho cada vez mais otimizado, pois todos sabiam o que cada um estava fazendo e como tudo foi documentado, ou seja, não havia redundância nas informações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aplicação da metodologia no setor, resultou em um aprimoramento do prazo de entrega do projeto além de um maior controle dos gestores no que diz respeito as demandas desempenhadas pelos colaboradores. Apesar do setor não ter utilizado nenhum método ágil para a criação dos produtos antes da aplicação, é preciso utilizá-los com o objetivo de alcançar resultados satisfatórios, diários, tanto para a equipe, quanto para a empresa e a adoção possibilitou a solução de questionamentos que surgiram durante a execução das tarefas, tornando-os mais precisos.

Também foi possível perceber que a equipe no início, não maturação para absorver todos os processos da Metodologia Ágil *Scrum* e com o tempo, principalmente no período da aplicação, foi possível ver o quadro se reverter e demonstrar a importância da utilização de um método, para assim, termos uma maior excelência no projeto entregue.

E principalmente, após a aplicação da Metodologia ágil Scrum no setor de Marketing da IES, foi possível provar, que o método se encaixa para setores que trabalham com marketing e publicidade, tendo em vista, que exista uma equipe no projeto. O setor de Marketing da IES vê com bons olhos a implantação definitiva do método *Scrum* nos projetos e produtos criados pela equipe.

## REFERÊNCIAS

- AUDY, Jorge. **Scrum 360 - Um guia completo e prático de agilidade**. Casa do Código. São Paulo/SP, 2015.
- BISSI, Wilson. **SCRUM – Metodologia de Desenvolvimento Ágil**. V.2, n.1, p.3-6. Campo Mourão/PR, jan/jun. 2007.
- BRAGATTO, N. C. **A importância da iluminação nos bares e restaurantes e sua influência no comportamento dos usuários**. Especialize Revista Online, 2013.
- 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**. Revista Gest. Prod., São Carlos, v. 19, n. 3, 2012.
- COCKBURN, Alistair. **Alistair Cockburn**. Disponível em: <<http://goo.gl/iH0yzA>>. Acesso em 15 de outubro de 2015.
- COHN, Mike. **Desenvolvimento de software com o Scrum: aplicando métodos ágeis com sucesso**. Ed. Bookman. Porto Alegre, 2011.
- CRUZ, Fábio. **SCRUM e PMBOK – Unidos no gerenciamento de projetos**. Editora Brasport. Rio de Janeiro, 2013.
- FERNANDES, F.; DUARTE, R. S.; COLLETE, R.; FUENTES, E. H. S.; NOGUEIRA, M. **Aplicabilidade da Engenharia de Requisitos de Software como atividade da metodologia ágil Scrum**. P. 25 – 28; setembro, 2011.
- GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. Atlas S.A. São Paulo/SP, 2002.
- HIGHSMITH, Jim. **Jim Highsmith**. Disponível em: <<http://goo.gl/DEXdjs>>. Acesso em 16 de outubro de 2015.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing – a Bíblia do Marketing**. Ed. Pearson; Edição 12. 2006.
- OLIVEIRA, S. P.; JUNIOR, J. M. **Aplicação do Scrum em Serviços: análise em uma fabricante de aeronaves Scrum**. Revista Produção Online, v.15, n. 1. Florianópolis/SC, jan/mar 2015.
- PORTAL Desenvolvimento Ágil. **Sprint Planning Meeting**. Disponível em <<http://goo.gl/n7vkcX>>. Acesso em 28 de outubro de 2015.
- PRESSMAN, Roger S. **Engenharia de Software – Uma Abordagem Profissional**. Ed. Bookman; Edição 7. Porto Alegre, 2011.
- PRIKLADNICKI, Rafael; WILLI, Renato; MILANI, Fabiano. **Métodos ágeis para desenvolvimento de software**. Ed. Bookman; Edição 01. Porto Alegre, 2014.

SABBAGH, Rafael. **Scrum – Gestão Ágil para Projetos de Sucesso**. Casa do Código. São Paulo/SP, 2013.

SALES, Rafael. **Proposta de método para gestão ágil da visão no desenvolvimento de jogos digitais**. XII SBGames. São Paulo/SP, 2013.

SCHWABER, Ken; SUTHERLAND, Jeff. **Guia do Scrum – Um guia definitivo para o Scrum: as regras do jogo**. 2013. Disponível em: <<http://goo.gl/BCXLi8>>. Acesso em 01 de outubro de 2015.

SILVA, T. F. **Compondo Métodos Ágeis de Desenvolvimento de Software**. Centro de Informática Graduação em Ciência da Computação. Universidade Federal de Pernambuco, 2009.

YANAZE, M. H.; MARKUS, K.; CARRILHO, K. **Marketing Fácil**. Editora Saraiva. 1ª Edição. São Paulo/SP, 2013.