

Prof. Eduardo Zancul

Grupo: 1

Definição do mercado (critérios de segmentação, definição de segmento-alvo ou nicho de mercado, estimativa do tamanho do mercado com base em dados secundários)

(0,8) >> 0,8

Mercado estimado em 735mil pessoas.

Necessidades dos usuários (levantamento das necessidades dos usuários – observações, entrevistas pesquisas etc.)

(1,0) >> 0,9

O relatório menciona entrevistas, mas o termo entrevista é tipicamente utilizado para entrevistas qualitativas. O grupo utilizou um formulário para levantar dados de forma mais superficial do que entrevista, por meio de uma *survey* com maior número de respondentes do que seriam usualmente obtidos em entrevistas.

Tabela 2 poderia apresentar dados em ordem de importância.

Nessa fase do projeto informacional, tipicamente é cedo para perguntar em pesquisa quanto pagaria, pois ainda não é possível esclarecer as funcionalidades que estarão presentes na solução.

Definição dos requisitos técnicos e especificações-meta (requisitos técnicos, aplicação do QFD, definição das especificações-meta)

(1,0) >> 0,7

O preço não costuma ser um atributo analisado no QFD.

Poderiam ter explorado outros atributos-chave de confiabilidade e durabilidade que se mostraram importantes na pesquisa com clientes.

Proposta de produto (esboço, descrição produto, representação preliminar do produto)

(0,8) >> 0,8

Formatação do relatório (sumário, referências bibliográficas conforme normas, identificação de Figuras e Tabelas etc.)

(0,4) >> 0,3

Usar padrão ABNT para referências.

Observações gerais (pontos relevantes para o produto)

NOTA: 3,5 (0 a 4)