

Maria Cunha (93089), Diogo Amaral (93228), Luís Costa (92996), Guilherme Pereira (93134), Rafael Oliveira (84758)

Turma P3, Grupo 2, em 2020-11-02, v1.0

RELATÓRIO – *INCEPTION*

Visão do produto

Conteúdos

Visão do produto	1
1 Introdução	1
1.1 Sumário executivo	1
1.2 Controlo de versões	2
2 Contexto do negócio e novas oportunidades	2
2.1 Caracterização da organização e área de atuação	2
2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade	2
2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor	3
2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema	3
3 Definição do produto	4
3.1 O conceito do produto	4
3.2 Principais capacidades/funcionalidades	4
3.3 Perfis dos stakeholders	4
3.4 Ambiente de utilização	5
3.5 Limites e exclusões	5
4 Referências e recursos suplementares	5

1 Introdução

1.1 Sumário executivo

Este relatório apresenta os resultados da fase de *Inception*, adaptada do método OpenUP, em que se caracteriza o conceito do produto a desenvolver. No nosso caso de estudo, o desenvolvimento do novo sistema de informação foi pedido pela Uber em resposta a criar um serviço de entregas ao domicílio apenas de comidas saudáveis e com alimentos da época. A Uber que atua na área de transporte urbano, tanto de pessoas como de alimentação visa agora, com o novo sistema, especificar o setor da alimentação para comida apenas saudável. Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: permitir apenas restaurantes saudáveis em que as refeições são feitas com produtos naturais e da época. Para o

desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto foi procurar informações a sites variados focados neste setor da alimentação.

1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
8/11	Maria Cunha	realização do 3.2 e 3.3
13/11	Maria Cunha	realização do 2.1
13/11	Guilherme Pereira	realização do 2.2 e 3.1
13/11	Rafael Oliveira	realização do 2.3
15/11	Guilherme Pereira	adição da apresentação do sistema de certificação de qualidade ao 3.2
15/11	Diogo Amaral	realização da introdução e o 3.4
15/11	José Luís Costa	realização do 2.4 e 3.5

2 Contexto do negócio e novas oportunidades

2.1 Caracterização da organização e área de atuação

A Uber é uma empresa multinacional, que se dedica no transporte de passageiros e entrega de comida ao domicílio através de aplicativos gratuitos e acessíveis ao público.

Inicialmente, a Uber focou-se na área do transporte urbano privado por meio de uma aplicação que baseada na sua localização busca motoristas, aderentes ao programa, para efetuar o seu transporte. Este sistema foi posto em prática em Portugal em 2014 e esta alternativa ao táxi tradicional foi bem recebido pelo público português, não só por ser mais eficiente como mais económico.

O transporte de comida ao domicílio foi adotado pela Uber mais recentemente. Este serviço foi posto em ação através de uma aplicação independente à Uber chamada Uber Eats. Nesta aplicação será apresentado ao usuário uma lista com vários restaurantes locais, aderentes ao programa, com cujos pode realizar o seu pedido. Serão disponibilizados estafetas que irão transportar os pedidos efetuados pela aplicação aos respetivos usuários. A Uber Eats chegou a Portugal em 2017 e tem ganho mais apoiantes ao longo dos tempos, principalmente atualmente, em tempos de pandemia, dando maior conveniência e rapidez na compra e entrega de comida de fora em sua casa.

A NutriLink vem revolucionar a área da restauração nas zonas urbanas com a distribuição de refeições confeccionadas com produtos biológicos e sazonais.

2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade

No relatório da DGS (Alimentação saudável em números) que saiu em 2015 foi demonstrado que a má alimentação é o fator de risco que tira mais anos de vida aos portugueses, pois com a enorme presença das cadeias de fast food no mercado nem sempre ser fácil ter uma alimentação mais saudável com produtos biológicos e sazonais, uma dessas razões é o facto de não haver nenhuma maneira de os obter sem se perder algum tempo a procurar esses produtos, visto que no dia de hoje o tempo é algo muito valioso surge então aqui uma oportunidade no mercado que consistem em criar uma maneira de a população poder obter uma melhor alimentação sem ter de perder esse tempo extra.

2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor

A NutriLink tira partido do crescimento das webapps, e o seu papel nas diferentes áreas de negócio, bem como o aumento da população que possui computadores, oferecendo um produto online que pode ser usado a qualquer altura.

A plataforma proporciona aos parceiros aderentes uma forma mais fácil e conveniente de fazer chegar os seus produtos a um número maior de clientes, concentrando os seus serviços numa só aplicação web sem necessitarem de criar o seu próprio sistema de distribuição de refeições, proporcionando várias vantagens sem custos excessivos. Assim, existe incentivo para que mais restaurantes, desde que possuam as características necessárias, se juntem à plataforma de forma a expandir o mercado de entrega de comida saudável, tornando este modelo de negócio viável para todas as entidades envolvidas.

Para este efeito, a NutriLink segue de perto os restaurantes aderentes garantindo a qualidade dos seus produtos, bem como a satisfação dos clientes, e recuperando o valor investido através de taxas aplicadas a todas as entregas efetuadas.

2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema

Problema/limitação	Objetivo
Existem poucos serviços eficientes na distribuição de comida saudável, o que leva a desperdício de alimentos biológicos	Reduzir o desperdício destes alimentos, garantindo um serviço eficiente na distribuição e, consequentemente, procurando aumentar a procura destes serviços em cerca de 10% no primeiro ano.
Processo de seleção de restaurantes que podem aderir ao grupo elegível para entregas	Criar um processo acessível, detalhado e exigente para garantir um conjunto de requisitos como a utilização de produtos biológicos saudáveis na confeção das refeições.
Alimentação pouco saudável existente na sociedade	Aumentar o consumo de produtos biológicos em 25% por parte da população que já usa este tipo de serviços
A restaurantes que utilizam este tipo de produtos não conseguem vender mais refeições devido a zona de influência ser pequena	Fornecer oportunidade a restaurantes aderentes não só um maior volume de negócio, como uma expansão da área de comércio

3 Definição do produto

3.1 O conceito do produto

Para o/a:	População consumidora
Que apresenta:	Dificuldade em obter uma refeição saudável de forma simples
O produto:	Nutrilink : plataforma web
Que:	Torna a obtenção de refeições saudáveis com produtos biológicos muito fácil e conveniente visto que é só preciso escolher, pedir e receber em casa.
Ao contrário de:	Ao contrário do que já existe em que temos de perder tempo a investigar as lojas que sejam parceiras com produtores agrícolas que fornecem produtos biológicos.
O nosso produto:	<ol style="list-style-type: none">1. Diferencia-se garantindo que todos os restaurantes com quem faz parceria têm produtos biológicos e refeições saudáveis, fazendo assim com que quem procure ter uma alimentação equilibrada não perca tempo em procurar por elas.2. Caracteriza-se pela importância dada ao impacto ambiental.

3.2 Principais capacidades/funcionalidades

O conceito de encomenda de comida on-line não é novo no mercado, no entanto este na maior parte das vezes entra na categoria de fast-food, que como o nome diz é de rápida confecção, mas pobre em nutrientes. A disponibilidade de escolhas que privilegia a qualidade nutricional é muito limitada.

O NutriLink ao contrário das plataformas já existentes (como a Uber Eats) será destinada a um público que valoriza uma alimentação saudável e rica, como utilizadores com restrições alimentares (e.g.: vegetarianos, veganos) ou que simplesmente têm cuidado com a sua alimentação e com o impacto que as empresas que suportam têm no meio ambiente. A NutriLink apoiará a consciência ambiental começando pela utilização de embalagens biodegradáveis e sustentáveis para o transporte de alimentos.

Estas práticas darão mais visibilidade à empresa face ao apoio de negócios locais, à consciência ambiental e à alimentação saudável.

Tem também a capacidade de garantir que todos os restaurantes que adiram ao sistema sejam de facto restaurantes que adotem refeições saudáveis, através de critérios rigorosos e testes de controlo aplicados aos restaurantes quando estes se tornem parceiros da nutrilink.

3.3 Perfis dos stakeholders

Stakeholder	Responsabilidades	Valor/benefício obtido com o sistema
Fornecedor de embalagens biodegradáveis e sustentáveis	Fornecer embalagens ecologicamente sustentáveis	Valorização da sustentabilidade ambiental Maior visibilidade nos seus produtos Promoção de uma cultura verde
Restauração	Produzir os alimentos. Garantir a qualidade, quantidade e variedade dos produtos utilizados.	Aumento da pesquisa e venda dos seus produtos.
Estafetas	Entregar comida ao domiciliário. Garantir a entrega dos produtos com qualidade.	Recebem uma remuneração consoante a distância percorrida Gratificação consoante os serviços prestados
Utilizadores	Escolher o seu pedido através da aplicação Avaliar restaurantes e estafetas	Consumo mais prático Vasta oportunidade de escolha Facilidade no consumo de alimentos orgânicos e saudáveis Gratificação caso tragam novos utilizadores para o sistema

3.4 Ambiente de utilização

Este conceito vai ser implementado com a ajuda de uma aplicação web, como a Uber já tem a aplicação “Uber Eats”, vai ser posta em ação da mesma forma mas limitando os restaurantes com as condições referidas anteriormente. Relativo aos restaurantes aderentes, vai ser necessário haver uma interface na aplicação específica para os mesmos.

Para realizar este propósito, subdividimos esta ideia em 2 processos fulcrais:

- > O pedido do cliente ao restaurante e a confecção dos alimentos
- > A entrega da refeição por parte dos estafetas até o domicílio

3.5 Limites e exclusões

Inicialmente propusemos a ideia de gerir também a parte da produção dos alimentos, garantindo a sua qualidade mas posteriormente foi abandonada essa ideia para que assim consigamos nos focar mais na ideia principal do NutriLink. Desse modo, a restauração terá de tratar da obtenção de alimentos biológicos para a suas confecções.

4 Referências e recursos suplementares

Explore os serviços Uber

<https://www.uber.com/pt/pt-pt/>

O que é a Uber ?

<https://uberportugal.pt//uberpt/>

UberEATS chegou a Portugal

<https://sol.sapo.pt/artigo/590322/ubereats-chegou-a-portugal>

Uber vs Uber Eats

<https://expresso.pt/economia/2020-08-07-Uber-vs.-Uber-Eats-pela-primeira-vez-a-entrega-de-comida-gerou-mais-dinheiro-do-que-o-transporte-de-passageiros>

Alimentação saudável em números 2015 - DGS