

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 aplicações mobile, e o seu papel nas diferentes áreas de negócio, bem como o aumento da população que possui smartphones, oferecendo um produto mobile que possa ser descarregado 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 móvel 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 : Aplicação 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 aquando 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

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 e estafetas 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