

Concepção Centrada no utilizador

2010 / 2011 1º Semestre

Projecto: iServices For The Elderly

Relatório 1ª aula laboratorial

Grupo: 1
Elementos: José Funenga, 53883
Filipe Carvalho, 56149

Índice

1.1 – Stakeholders identificados	3 – 4
1.2 – Perfis de Utilizador	5 – 6
1.3 – Plano para definição do grupo de acompanhamento	7
1.4 – Resumo da discussão na aula	8
1.5 – Resposta às críticas do professor	9

1.1 - Stakeholders identificados:

1.1.1 - Stakeholders base:

Para os stakeholders base foram identificados as seguintes entidades:

- ➔ Idosos;
- ➔ Família;
- ➔ Voluntários;
- ➔ Empresas RH (Recursos Humanos);
- ➔ Prestadores de serviços (canalizadores, electricistas, enfermeiros, médicos..em suma todos os serviços a que uma pessoa recorre ao longo da sua vida, acessíveis via lista telefónica, internet, etc);
- ➔ Equipa de suporte técnico da tecnologia / aplicação a desenvolver;
- ➔ Equipa de desenvolvimento desta mesma aplicação;
- ➔ Legisladores;
- ➔ Instituições médicas (hospitais, centros de saúde, clínicas privadas...);
- ➔ Redes de transportes;
- ➔ Lares de idosos;
- ➔ Gestores de redes sociais;
- ➔ Equipa de desenvolvimento das redes sociais;
- ➔ Monitores dos conteúdos das redes sociais (psicólogos, psiquiatras...);
- ➔ Hóteis / Pousadas;
- ➔ Agências de viagens;
- ➔ Gestores de Eventos (responsáveis pelo calendário cultural, publicidade / marketing de museus, teatros...);
- ➔ Voluntários / Guias / Acompanhantes de idosos;
- ➔ Associações desportivas (onde muitas vezes os idosos passam o tempo a conversar / jogar com os conhecidos);

Em termos de caracterização consiram-se como sendo Stakeholders Base Clientes os idosos, a família e os lares de idosos. Se numa primeira análise poderá parecer que apenas os idosos serão os únicos Stakeholders Base, a justificação baseia-se no facto que a aplicação / produto poderá não ter como clientes os próprios idosos. Poderá funcionar como ferramenta de auxílio para as pessoas que prestam serviços de cuidados pessoais aos idosos, quer sejam profissionais (enfermeiras, voluntários, lares de idosos), quer seja a própria família que poderá necessitar de uma forma de vigilância dos seus parentes.

Este caso torna-se particularmente relevante, por exemplo, para o caso em que tanto o idoso como os familiares vivem separados por uma certa distância e como tal não têm possibilidades de ter um contacto diário com o mesmo. Existirá portanto uma necessidade de inquirir ou monitorizar ou de certa forma conferir ao idoso uma autonomia no que toca a emergências do dia-a-dia, desde monitorizar os níveis de diabetes, pedir medicamentos ou requisitar serviços ligados a alimentação ou habitação.

Estes Stakeholders são os que interagem directamente com o produto, extraindo informação e consequentemente esperam ou realizam resultados do produto, daí a classificação atribuída.

1.1.2 – Stakeholders Fornecedores

Em relação aos Stakeholders Base Fornecedores, classificou-se como pertencentes a esta categoria as seguintes entidades: os Voluntários, as Empresas de RH, a equipa de suporte técnico da aplicação, a equipa de desenvolvimento, as instituições médicas, as agências de viagens, os bombeiros e as associações recreativas / desportivas. A explicação desta classificação é a seguinte: todas as entidades mencionadas prestam serviços aos clientes, mas não interagem directamente com o produto. Apenas são um recurso do produto, um bem utilizado por este. A ideia subjacente nesta primeira análise, naturalmente conjecturada pelo grupo e antes de entrar em contacto com os Stakeholders, é que se pode esconder esta camada de serviços ao cliente. Pressupõe-se que existem entidades que regulam estes serviços, nomeadamente os vários gestores mencionados, assim como uma entidade gestora de serviços do dia-a-dia, nomeada aqui de Gestores de Serviços. O objectivo é, para além de aumentar a eficiência no estabelecimento dos contactos e contratação dos serviços destes, certificar que as entidades são de confiança, pois muitas vezes não chega adivinhar a escolha ou fiar na experiência de outras pessoas.

1.1.3 – Stakeholders Satélites

Por último, para o caso de Stakeholders Satélites, consideraram-se as seguintes entidades: a família, os gestores de redes sociais, a equipa de desenvolvimento das redes sociais, os monitores / moderadores das redes sociais, os prestadores de serviços, as redes de transportes, os hotéis e outros órgãos de turismo, os gestores de eventos, os acompanhantes e guias e as câmaras municipais e autarquias.

Estes Stakeholders beneficiarão e estarão de forma indirecta relacionada com o produto. Isto é, receberão algo de forma indirecta do produto devido à interacção do cliente com este. Nesta perspectiva, a família poderá lucrar com o descanso psicológico de ter uma responsabilidade aliviada, a de certificar-se que o idoso está a ser vigiado. Será uma diminuição de preocupação, o que se pretende obter. Os gestores de redes sociais poderão gozar naturalmente de mais popularidade, o que atrai mais utilizadores a estas tecnologias. De forma análoga para os restantes Stakeholders mencionados, que

gozarão de lucros, divulgação, popularidade ou outro tipo de benefício por estarem ligados desta forma indirecta ao produto.

1. 2 – Perfis de utilizador

Como perfis de utilizador, esboçou-se o seguinte para o caso do Stakeholder Idoso:

- ➔ Ser uma pessoa social ou anti-social. Isto é, se o idoso é uma pessoa fechada, com dificuldades de comunicação, nível de alheamento do que o rodeia que prefere passar os dias no conforto do lar ou se, por outro lado, é uma pessoa que gosta de sair e comunicar com as pessoas;
- ➔ Se são pessoas que gostam de viajar ou se são caseiras, se são cultas ou apenas se preocupam com trivialidades, isto é, preocupações e interesses do dia-a-dia;
- ➔ Se são pessoas com limitações físicas ou psicológicas, isto é, se podem realizar, por exemplo, certas actividades de lazer sem serem limitadas pelos seus problemas físicos ou psicológicos. É importante considerar esta característica, pois daqui se filtra a informação que poderá constar no produto;
- ➔ Se as pessoas têm autonomia na sua locomoção, isto é, se possuem uma viatura com que se possam deslocar. Em caso negativo, faz-se a ponte com o Stakeholder das Redes de Transporte, que permite disponibilizar um serviço de locomoção para o idoso;
- ➔ Nível de isolamento da população família: permite mais uma vez fazer a ponte com as redes de transporte, mas por outro lado permite identificar se existe uma necessidade de monitorizar o idoso e se este pretende que os serviços sejam do tipo domiciliário;
- ➔ O nível de alfabetização da pessoa: é importante para permitir filtrar os conhecimentos necessários para poder utilizar o produto da forma mais eficaz e eficiente possível. Um cliente que não entenda como realizar as tarefas no produto é um cliente insatisfeito;
- ➔ Nível de cultura ou interesses: para fazer a ponte com o Stakeholder Gestor de Eventos, para que se possa apresentar conteúdo de lazer de forma mais personalizada;
- ➔ Se são a favor ou contra as novas tecnologias: é de senso comum que as pessoas, especialmente idosos, não lidam muito facilmente com a mudança. Necessário saber se estão de acordo e em caso afirmativo, qual o nível de empenho que demonstram ao interagir com a equipa de desenvolvimento do produto por forma a iterar soluções válidas e usáveis.

Para o Stakeholder Família, temos as seguintes características:

- ➔ Nível de alfabetização dos elementos da família: também importante, visto que o grupo conjecturou que o produto não só se destina ao idoso como também poderá ser proveitoso para a família disporem de um módulo para estabelecerem comunicação com o idoso ou serem os responsáveis por interagir com o produto e requisitar os serviços em nome dos idosos;
- ➔ Localização e distância em relação ao idoso: de forma análoga ao que se explicou para o caso do perfil do Stakeholder Idoso.

Perfil para o caso do Stakeholder Lares:

- ➔ Tipo de estadia no lar, se é temporária ou permanente: esta característica é relevante para perceber de que forma os idosos interagem. São necessárias técnicas de observação por parte dos funcionários dos lares. Conforme os problemas médicos e os sinais que os funcionários observem, podem usar o produto para contratar serviços externos, por exemplo, médicos ou enfermeiros num caso em que se suspeite que um idoso tenha um caso de AVC, onde a apatia e dificuldade em falar podem evidenciar este facto.
- ➔ Tipo de serviço disponibilizado: se o lar funciona como centro de dia, então deverá apenas fornecer serviços de dia, isto é, alimentação, alguns eventos de lazer, alguma forma de manter o idoso cuidado durante a parte do dia, não incluindo estadia. Se funciona como serviço permanente, deverá ter as acomodações necessárias e possivelmente uma equipa de enfermeiros prontos a prestar os serviços médicos básicos, como medir a diabetes, dar os comprimidos, cuidar da higiene pessoal dos idosos. Caso algum destes serviços não seja suportado, poderá recorrer-se ao produto para contratar um serviço externo por forma a ir ao encontro das necessidades do idoso.

Para o perfil de Voluntário, têm-se as seguintes características:

- ➔ Se é voluntário por conta própria ou se trabalha por conta de outrem, normalmente uma empresa de recursos humanos, fazendo a ponte com o Stakeholder Empresas RH;
- ➔ Se o serviço que presta é de forma ocasional ou frequente: desta forma, existe a necessidade de contratar serviços extra via produto;
- ➔ Nível de qualificação que possui para o serviço fornecido e área de apoio prestado: desta forma, em caso das competências serem limitadas poder-se-á contratar outro serviço. Exemplo disto é um voluntário que tome conta dum idoso durante o dia, mas que não possua os conhecimentos de enfermagem necessários para vigiar que comprimidos o idoso toma, se os toma de facto, e controlar algum sintoma que possa surgir no mesmo e agir adequadamente a tempo;
- ➔ Facilidade de locomoção e distância em relação à área de trabalho, quer seja a casa do idoso ou um lar, podendo ser necessário também contratar um serviço, fazendo também a ponte com o Stakeholder Redes de Transportes.

Por último, o perfil do Stakeholder Instituições Médicas caracteriza-se da seguinte forma:

- ➔ Tamanho da instituição: em caso de insuficiência de funcionários, contratar um serviço externo;
- ➔ Área de especialização médica da unidade de saúde ou elemento: de forma análoga à anterior;
- ➔ Qualificações e cargo ocupado por um funcionário nas mesmas: a mesma coisa que as duas anteriores características.

1.3 – Plano para definição do grupo de acompanhamento

Para a formação deste grupo de acompanhamento, tomou-se como elementos os Stakeholders Idosos, Família, Lares e Voluntários.

As razões pelas quais escolheu-se este grupo apresentam-se em seguida.

Para começar, os idosos poderão fornecer a informação inicial sobre o que pretendem do produto. Apontarão o que pretendem que o produto realize em termos de tarefas, qual a facilidade que têm normalmente em fazer essas tarefas e também como o fazem. Indicarão em que tecnologia o fazem normalmente, se gostariam que o produto fizesse mais alguma funcionalidade que não dispõem no seu dia-a-dia. Em suma, as simplificações que pretendem para a sua vida. Por outro lado, tem-se a família, que poderá ser um cliente-alvo do produto, pelo que convém também ouvir as suas necessidades. É do seu interesse assegurar que o idoso seu familiar está satisfeito, é salvaguardado ou beneficiado de alguma forma com o produto. Poderão ter ideias que não ocorrem normalmente a um idoso, especialmente se este não está ciente do estado de debilitação em que se encontra. Por razões semelhantes tem-se em conta que um idoso poderá não admitir as suas limitações e dificuldades no dia-a-dia, por acharem que a situação em que se encontram é de certa forma vergonhável ou desonrada. Desta forma, o contacto com a família é crucial no apuramento das características essenciais do produto.

Em seguida, aparecem os voluntários ou enfermeiros. Estes estão em contacto directo com o idoso, podendo identificar claramente as suas necessidades, mesmo no caso em que os idosos não queiram partilhar com o grupo esta informação. São responsáveis pelos cuidados assegurados aos idosos, interagem com estes e estão em constante vigia. As observações constantes que fazem permitem facilitar o processo de recolha de informação por parte do grupo, pois a técnica que aplicam nos idosos, a de observação, já recolhe informação não só clínica, como também em termos de hábitos ou gostos. Na fase de recolha de informação que se segue não se pretende focar no aspecto médico da questão, mas também levantar informações acerca da personalidade dos idosos, o seu comportamento em sociedade e motivações.

Finalmente, para o caso dos lares, justifica-se da mesma forma que para os voluntários. O interesse do grupo está em entrar em contacto com as pessoas que possam ter mais opinião formada acerca do tema do trabalho.

O grupo entrará, nesta fase inicial de desenvolvimento do produto, em contacto com pelo menos um elemento de cada um destes tipos de Stakeholders. Se por um lado esta amostra é insuficiente em termos de conclusões que se possam tirar, por outro é possível traçar um esboço inicial da orientação que o produto poderá tomar, por forma a assegurar as necessidades dos Clientes. Em fases conseqüentes, aumentar-se-á a amostra de pessoas entrevistadas por forma a convergir para uma solução.

1.4 – Resumo da discussão na aula

Na aula foram apresentados pelos grupos várias referências a Stakeholders. O grupo tomou alguns apontamentos em relação às propostas de Stakeholders e críticas referidas pelo professor, sem fazer distinção sobre qual o grupo que defendia determinada proposta.

O professor começou por referir que não é assim tão essencial classificar os Stakeholders como sendo de Base ou Satélite. O importante seria apenas classificar quem seria o alvo do produto, isto é, o cliente do produto assim como quem seriam os candidatos essenciais ao grupo de acompanhamento, por forma a cada grupo poder extrair a maior quantidade de informação possível.

O grupo que apresentou de seguida referiu os Stakeholders mais importantes, porém especificaram-nos de forma demasiadamente detalhada. O professor acabou por referir, segundo o exemplo dos Voluntários, que não deveriam ter especificado um determinado tipo de voluntariado, mas sim terem generalizado. Interessa nesta fase de projecto obter o maior número de informação possível, sem enveredar ainda por uma área de conhecimentos. Primeiro deve-se extrair a informação de uma forma variada e só depois se tomam decisões sobre que especialização de produto tomar e que informação filtrar.

Para o grupo seguinte o professor apenas referiu que foram repetidos várias vezes os serviços disponibilizados e que estes poderiam ser englobadas em categorias mais abrangentes.

O grupo seguinte foi criticado em relação ao grupo de acompanhamento, referindo o professor que este deveria ser mais variado e não se focar em especializações de determinado tipo de Stakeholders, como foi o caso do Stakeholder Voluntário.

O penúltimo grupo a apresentar o trabalho foi elogiado, no sentido em que referiram pela primeira vez até então que o Stakeholder Idoso poderá ter como característica de Perfil de Utizador o facto de ser trabalhador.

O último grupo a apresentar trabalho, o grupo do presente relatório, referiu características que o professor gostou, nomeadamente o facto do grupo ter referido, também pela primeira vez até então, que o produto poderia ter como Cliente não só o idoso mas também a família, que o produto não se limita apenas a interações com os idosos. Poderá servir de ferramenta aos restantes elementos que foram referidos no grupo de acompanhamento. O professor também gostou do conceito que o grupo sugeriu de gestor de serviços, uma camada de serviços centralizada e escondida do cliente, por forma a que este não tenha de perder tempo a escolher o serviço, no caso em que seja crucial a poupança de tempo a executar uma tarefa no produto. Apesar de receber pontos positivos na sua análise, o grupo também recebeu pontuação negativa no que toca a este mesmo gestor de serviços. O grupo falhou em considerar que o senso comum e a opinião de pessoas próximas do cliente possam influenciar a escolha de um funcionário destes serviços. É exemplo disto um idoso que pede opinião a um vizinho, pessoa familiar ou amiga sobre que canalizador escolher. Esta segunda pessoa poderá ter experiência prévia no

na matéria, pelo que a sua opinião não deverá ser desprezada. Regra geral os idosos têm mais confiança no que pessoas próximas dizem do que aquilo que é publicitado ou oferecido por outro meio.

1.5 – Resposta às críticas surgidas por parte do professor

Em relação às críticas apresentadas pelo professor, referidas no ponto 1.4 do presente relatório, o grupo defende que a inclusão de um Gestor de Serviços não pretende substituir a opinião ou experiência de pessoas próximas do cliente, mas sim ser uma alternativa viável para o caso em que o cliente não dispõe de opiniões para efectuar a sua escolha quanto ao serviço pretendido. Através da credenciação ou acreditação dos funcionários de cada área de serviço, realizadas por este Gestor de Serviços, pode-se efectuar uma escolha mais segura, ainda que se desconheça se a pessoa contratada é de mau carácter ou tem intenções dúbias para com o cliente.