

RELATÓRIO – INCEPTION

# Visão do produto

## Conteúdos

<b>Visão do produto</b>	<b>1</b>
<b>1 Introdução</b>	<b>1</b>
1.1 Sumário executivo	1
1.2 Controlo de versões	2
<b>2 Contexto do negócio e novas oportunidades</b>	<b>2</b>
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	2
2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema	3
<b>3 Definição do produto</b>	<b>3</b>
3.1 O conceito do produto	3
3.2 Principais capacidades/funcionalidades	4
3.3 Ambiente de utilização	4
3.4 Limites e exclusões	4
<b>4 Referências e recursos suplementares</b>	<b>4</b>

# 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 SONAE em resposta à oportunidade de expandir a procura dos seus produtos através de uma rede que dinamiza entregas ao domicílio.

A SONAE, que atua nas áreas de retalho, tecnologia, centros comerciais e telecomunicações, visa agora, com o novo sistema, implementar um serviço que faculte ao consumidor uma entrega de produtos ao domicílio.

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: A compra de produtos de diversas superfícies e respetiva entrega ao domicílio, a possibilidade de rastreamento do estado do produto a toda a hora e facultar um sistema de comércio mais acessível face a limitações como mobilidade reduzida, falta de transporte ou simplesmente um estilo de vida que não permita a deslocação física às lojas.

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto explorou serviços semelhantes, como o serviço de entregas da Auchan.

## 1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
27/04	Vasco Regal	Introdução da secção 1
27/04	Filipe Gonçalves	Introdução da secção 2
27/04	Pedro Lopes	Introdução da secção 3
1/05	Vasco Regal	Introdução da secção 4

# 2 Contexto do negócio e novas oportunidades

## 2.1 Caracterização da organização e área de atuação

A SONAE é uma organização mundial que gere um enorme portefólio de empresas, nas áreas das finanças, tecnologia, comércio de bens, telecomunicações e restauração. Está presente em mais de 62 países (dados de março de 2020 pela SONAE), com países de 1º mundo em predominância.

A sua forma de trabalhar e organizar tanto as suas ideias como os projetos é consequente de princípios exigidos: confiança e integridade perante o cliente, será que melhora ou pelo menos mantém a qualidade de trabalho do empregado, criação de objetivos que estendem até ao limite para produzir um bom trabalho, inovação perante o mundo, contribuição à sociedade, eficiência, cooperação com agentes governamentais e empresariais, sem perder a sua independência.

A SONAE ajuda a gerir as empresas às quais está associada, e permite a colaboração entre empresas distintas. Os seus clientes são, por isso, as organizações, de cada área apresentada.

## 2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade

Com as evoluções da tecnologia no mundo, e com a aparição de novos métodos de trabalho/lazer/etc., foram surgindo ideias na área da restauração/transportes, mais especificamente na parte das encomendas. Depois do sucesso da UBER (empresa que organiza viagens de “táxi”, e que a partir de uma appMovel/site é possível pedir o carro mais próximo, pertencente à organização, para levar o cliente de até ao seu destino), e da aparição de appMobile’s que fazem a entrega de comida a casa, como a Glovo ou noMenu, foi possível “abrir uma porta” para um novo plano de ação: a encomenda “guiada” de qualquer produto.

Assim, nós pretendemos usar esta evolução a nosso favor, e unir estes dois tipos diferentes de tecnologia num só, chamando-lhe BuyAway. Tudo com o intuito de melhorarmos o estilo de vida dos portugueses, e dos restantes clientes que sintam interesse no nosso produto.

## 2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor

O objetivo do produto é poder dar mais liberdade aos clientes quando fazem uma encomenda online. O produto consiste em vários sites/appMobiles onde é possível encomendar qualquer tipo de produto, desde roupa a comida, utilitários, desde que sejam produzidos por parceiros da SONAE. O site/appMobile para o cliente teria um menu onde fosse possível procurar por tipo de produto por nome ou pela empresa e por fim realizar o pagamento. Para além disso, também visa mostrar o decorrer da preparação da encomenda, desde que é feita até chegar ao cliente, passando por pontos de referência e mostrando o seu trajeto pelo site/appMobile. Assim, é possível verificar quanto tempo a encomenda demora a chegar ao destino e assim organizar tanto trabalho como lazer de acordo com essas informações. Também seria possível fazer a entrega num dos pontos de referência quando o cliente não estiver no destino e assim ser mais fácil a recolha, sem ter de estar a ir até à organização à qual a encomenda pertence.

Assim, melhoramos tanto o serviço de entregas que já existe e implementamos um novo método de entregas que pode, e vai ser usado por outras organizações e empresas que pretendam fazer trabalho semelhante.

Deste modo, o lucro que o produto vai produzir é semelhante ao dos estafetas normais, mas com a pequena diferença de que funciona para mais organizações, ou seja, ter a empresa no site e a usufruir das funcionalidades do produto, vai produzir lucro, bem como em termos de deslocação, que tem um acréscimo implícito.

## 2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema

Problema/limitação	Objetivo
Limitação no alcance do público alvo (pessoas com mobilidade reduzida, pessoas sem oportunidade/tempo de se dirigirem às lojas físicas)	Minimizar a perda de possíveis clientes oferecendo a possibilidade de aquisição de produtos sem saírem de casa.
Abrir uma nova instalação comercial numa determinada zona que não apresenta uma boa proporção lucro/gastos.	Possibilitar certas zonas sem instalações nas proximidades com acesso aos produtos, contornando assim os custos do problema e mantendo, em geral, grande parte dos lucros.
Possível não adesão de certos grupos comerciais que seriam imperativos para uma grande quantidade de users do serviço tecnológico.	Arquitetar e produzir um bom produto que faça as empresas comerciais aceitarem o produto com maior facilidade.

## 3 Definição do produto

### 3.1 O conceito do produto

<b>Para o/a:</b>	Todos as Organizações de restauração e de shopping.
<b>Que apresenta:</b>	Com o aumento do ritmo de vida dos clientes é necessário que as empresas de venda de produtos possam igualar esse ritmo, e para isso o nosso produto oferece uma ponte entre a empresa e o cliente, que torna esta relação mais eficiente.
<b>O produto:</b>	BuyAway.
<b>Que:</b>	O principal objetivo do projeto é diminuir o tempo que cada cliente gasta para efetuar as suas compras, evitando a deslocação. De seguida pretende-se que se crie uma rede extensa que possa suportar as necessidades do utilizador. Para a empresa a implementação do <u>BuyAway</u> traduz-se no aumento dos clientes, eficiência no método de entrega, diminuição da ocupação do espaço físico da “loja”.
<b>Ao contrário de:</b>	Apesar de algumas empresas, tais como, Auchan, já disponibilizarem este tipo de serviço, o cliente não tem como localizar o seu pedido em tempo real, não pode utilizar a mesma aplicação para a diferentes lojas com as quais faz negócio nem tem como criar pontos de recolha.
<b>O nosso produto:</b>	A nossa plataforma vai pedir que o utilizador escolha o método de compra (entrega ao domicílio, recolha na loja ou recolha no ponto de entrega), para isso o cliente deve fornecer a sua localização ou o local de entrega. Com a possibilidade de entrega nos pontos de recolha iremos tornar o processo de entrega mais eficiente ao transportar vários pedidos para o mesmo local. O pagamento pode ser feito pelo site criado para suportar o *nome do produto*, ou por transferência bancária, esta última opção depende da entidade que irá vender o seu produto. O User vai ter a possibilidade, também, de ver o rumo da sua encomenda e verificar se está na fase de preparação, entrega ou recolhido, entre outras.

### 3.2 Principais capacidades/funcionalidades

A plataforma por nós desenvolvida vai poder encomendar todos os seus produtos, o site é uma junção de informação de produtos de cada loja parceira. Durante a escolha de produtos vai ser possível ver o montante a pagar de todos os produtos escolhidos até ao momento. No final o utilizador deve escolher a forma de pagamento que preferir, de forma a maximizar a o conforto do cliente. Também será possível escolher o local de levantamento das compras caso o cliente prefira recolher as suas compras num ponto de recolha ou no próprio supermercado, ou até mesmo que se agende transporte até à morada fornecida pelo cliente. Os custos de transporte podem ou não ser assegurados conforme a política da empresa à qual foram adquiridos.

Alguns dos “*features*” do *website* são a possibilidade de pesquisa de lojas e de produtos, para possibilitar uma maior eficiência na procura de produtos e(ou) lojas.

A mudança mais substancial quando comparada com outros serviços similares que já existem no mercado é a possibilidade de localizar as suas compras em tempo real para o cliente ter a possibilidade de preparar a chegada do transportador para minimizar o tempo desperdiçado na entrega, e poder organizar a sua vida sem preocupações em relação à encomenda.

Será também criada uma plataforma individual para que cada empresa possa criar produtos, eliminar produtos, alterar preços e criar promoções.

### **3.3 Ambiente de utilização**

O objetivo principal é disponibilizar a aplicação em todos os dispositivos moveis, quer em formato website quer em aplicação. Numa segunda etapa o objetivo é disponibilizar esta aplicação, mas apenas para encomendas a restaurantes, nas *Box's* da Meo.

A partir do lançamento do website serão necessários tutoriais para que os utilizadores compreendam e saibam utilizar todas as funcionalidades do website e das aplicações.

### **3.4 Limites e exclusões**

Requerimentos não aceites:

Conceção de uma outra plataforma para gerir diferentes transportadoras, uma vez que o principal objetivo é criar formas para facilitar a comunicação entre clientes e lojas e não entre lojas e empresas de transporte;

Desenvolvimento de plataformas individuais para algumas lojas, o cliente iria necessitar de ter registo das suas informações pessoais em dois sites independentes.

## **4 Referências e recursos suplementares**

Para referência à projeção desta implementação, analisamos o funcionamento de serviços semelhantes, nomeadamente a UBER e superfícies comerciais que disponibilizam também entregas ao domicílio (como já foi referido, Auchan). Utilizamos o [proto.io](http://proto.io) para produzir o microsite e os powerpoints das TP para nos guiarmos por este relatório. Os recursos suplementares pesquisados online foram bastante raros, pelo que achamos que não existe a necessidade de os expressar aqui.