

# Relatório de Especificação: Visão

[Os comentários e algum conteúdo exemplificativo incluídos no documento destinam-se a apoiar na sua preparação e estão indicados a verde. **Remover todos os comentários na versão a entregar.**

Os *templates* dos relatórios organizam as informações de um projeto. Ajudam a lembrar os conteúdos que é necessário preparar. Não é preciso, nem recomendado, que se preencha o *template* sequencialmente, do início ao fim. Em vez disso, sugere-se que se vá preenchendo várias seções durante o curso do projeto, acrescentado detalhe à medida que se reúne mais informação. Assim, depois de algum trabalho, as seções vazias destacam lacunas no nosso conhecimento atual, e provavelmente requerem uma exploração mais rica para obter informações importantes do projeto. Se determinadas seções de um *template* não são realmente necessárias, deve-se removê-las para a entrega.

Nalgumas partes, são referidas secções de:

- Wiegiers □ *template* do livro de Wiegiers, [exemplificado aqui](#),
- OpenUP □ *template* da Visão [do OpenUP](#)

<b>Projeto:</b>	CityGreens
<b>Preparado por:</b>	Grupo 3 Alexandre Abreu (nº 89290) Jacinto Lufilakio (nº 89162) Gonçalo Freitas (nº 85101) António Ferreira (nº 89082)
<b>Data de preparação:</b>	Aveiro, 25 de outubro de 2019
<b>Circulação:</b>	Docentes e Discentes de AMS.

## Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
25/10/2019	Alexandre Abreu	Cliente e oportunidade de negócio feitas (um pouco da motivação para depois alterar)

# Índice

<b>1</b>	<b>Introdução</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Requisitos do negócio</b>	<b>5</b>
2.1	O cliente	5
2.2	Motivação para o projeto	5
2.3	A oportunidade de negócio	5
2.4	Objetivos da organização com o novo sistema	6
<b>3</b>	<b>Definição do produto</b>	<b>7</b>
3.1	O conceito do produto	7
3.2	Principais capacidades/funcionalidades	7
3.3	Âmbito funcional e <i>releases</i>	7
3.4	Limites e exclusões	8
<b>4</b>	<b>Contexto da organização</b>	<b>9</b>
4.1	Perfis dos stakeholders	9
4.2	Ambiente de utilização	9
<b>5</b>	<b>Fontes e material de referência</b>	<b>10</b>
<b>6</b>	<b>Anexos</b>	<b>11</b>

# 1 Introdução

Este documento foi criado no âmbito do projeto de AMS CityGreens.

CityGreens é um projeto que visa desenvolver a área da venda de produtos hortícolas, frescos e orgânicos através de uma app para telemóvel e de um site, nós procuramos estabelecer um contacto simples e eficaz entre o produtor de hortícolas e o cliente que procura os produtos listados na nossa plataforma, garantindo sempre a qualidade dos produtos. Através do nosso serviço iremos garantir sempre que os produtos sejam entregues no dia, com maior brevidade possível, que o cliente não corra o risco de querer comprar produtos frescos e eles não virem no estado desejado, nem o risco de ir à loja e não encontrar o produto desejado. Iremos garantir também que o produtor que usufruir da nossa plataforma caso seja(ou não) um produtor pequeno ou sem mercado para os seus produtos obtenha um mercado vasto e que consiga vender de forma cómoda e fácil.

[Introdução ao documento: qual é o assunto do documento e porque o estamos a fazer?

Resumo dos principais resultados que podem ser apreciados no documento.

Partes-tipo (podem eventualmente ser utilizadas no texto):

*O documento de visão define o âmbito do produto com uma perspetiva geral e de alto nível; o âmbito detalhado da solução será apresentado no deliverable complementar “Análise de Requisitos”.*

]

## 2

## Requisitos do negócio

[□ Este capítulo procura responder à questão: porque é que desenvolvimento do projeto está a ser empreendido e qual o valor que irá fornecer para o negócio?

Os requisitos de negócio não são requisitos técnicos. Os Requisitos de negócio dizem respeito às necessidades de alto nível da organização para criar valor para seus clientes.

Os inputs para os requisitos de negócios devem vir de pessoas que têm uma visão esclarecida do porquê que fazer este projeto de transformação digital (pode incluir os gestores da organização, um visionário com a ideia do produto, um gestor de produto/área, um especialista, etc).

Os requisitos de negócio vão ser determinantes para escolher o que vai ser efetivamente implementado e as prioridades.]

### 1.1 O cliente

O cliente é a startup VFresco sediada em Aveiro e criada por quatro jovens portugueses. O objetivo desta startup é desenvolver o Sistema de Informação para tirar proveito da crescente procura de produtos orgânicos e regionais.

Embora os supermercados atuais já possuam uma secção para produtos orgânicos, no geral esta secção sofre de uma falta de quantidade e qualidade de produtos

A VFresco acredita que existe uma boa oportunidade de negócio na criação deste Sistema de Informação não só devido ao grande mercado que já existe, e continua a crescer, para este tipo de produtos mas também pelo facto de que acredita que o Sistema de Informação que pretende desenvolver vai conseguir captar grande parte do mercado devido a ser mais conveniente para o consumidor do que as alternativas disponíveis atualmente.

### 1.2 Motivação para o projeto

Apesar de existir uma crescente procura de produtos frescos e orgânicos na sociedade, especialmente nos grandes centros urbanos, os supermercados atuais não possuem uma quantidade de produtos com variedade e qualidade suficiente para grande parte dos consumidores.

[O que é que aconteceu, no contexto interno ou externo à organização, que levou à iniciativa de investir no desenvolvimento do SI?

Descrever a situação que levou à decisão de construir este produto

Ver também: Wiegers/secção 1.1].

### 1.3 A oportunidade de negócio

Existem vários consumidores que dão prioridade a consumir produtos orgânicos e frescos sempre que possível e estão dispostos a pagar ligeiramente mais para ter acesso a esses produtos nas grandes cidades.

Por vezes é complicado para os consumidores encontrarem todos os produtos hortícolas que pretendem comprar porque estes raramente se encontram concentrados num sítio. Para além disso, é um acontecimento comum os produtos que se encontram à venda nos supermercados já não serem frescos devido ao facto de estes comprarem produtos hortícolas em grandes quantidades para reduzirem os seus gastos.

A criação da plataforma CityGreens vai permitir resolver grande parte dos problemas referidos acima. A plataforma CityGreens vai funcionar como um *marketplace online* onde é possível para os consumidores

escolherem que produtos querem desde que sejam produtos da época atual sem precisarem de se deslocar a várias lojas diferentes.

Depois da encomenda do consumidor ser confirmada esta é solicitada diretamente a produtores locais o que permite que os produtos pretendidos pelo consumidor sejam apanhados no próprio dia e entregues ao domicílio ao final do dia ou recolhidos em pontos estratégicos, não havendo assim grandes desperdícios causados por compra excessiva de produtos hortícolas e também é uma forma de assegurar uma maior qualidade e frescura dos produtos.

Como todos os *marketplaces online*, a CityGreens vai gerar valor através de margens de lucro em cada produto e também através de taxas de entrega ao domicílio para encomendas abaixo de certos valores.

## 1.4 Objetivos da organização com o novo sistema

[Um modelo de objetivos de negócio mostra problemas/limitações e objetivos mensuráveis. Os problemas descrevem aquilo que impede o negócio/organização de atingir plenamente as suas metas atualmente. Os objetivos definem maneiras de medir a realização das metas. Dado um problema, perguntar, "Como se pode avaliar se o problema está resolvido?" para identificar o objetivo mensurável.

No caso de novos modelos de negócio, os problemas podem ser omitidos, focando apenas a identificação e objetivos do negócio.].

Problema/limitação	Objetivo
O cliente deslocar-se à loja e não encontrar o produto que deseja, ou encontrá-lo mas num estado indesejável	Listar todos os produtos num só local de venda online por forma a facilitar a aquisição dos produtos
A colocação de encomendas de reagentes é morosa e consome muitos recursos.	Reduzir o tempo na realização de encomendas para <10min em 80% dos casos.
Há reagentes desperdiçados porque o stock está mal documentado e acabam por expirar.	Reduzir em 25% na compra de reagentes, devido a uma utilização mais eficiente do material disponível em stock.

**TABLE 5-1** Examples of financial and nonfinancial business objectives

Financial	Nonfinancial
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Capture a market share of X% within Y months.</li> <li>■ Increase market share in country W from X% to Y% within Z months.</li> <li>■ Reach a sales volume of X units or revenue of \$Y within Z months.</li> <li>■ Achieve X% return on investment within Y months.</li> <li>■ Achieve positive cash flow on this product within Y months.</li> <li>■ Save \$X per year currently spent on a high-maintenance legacy system.</li> <li>■ Reduce monthly support costs from \$X to \$Y within Z months.</li> <li>■ Increase gross margin on existing business from X% to Y% within 1 year.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Achieve a customer satisfaction measure of at least X within Y months of release.</li> <li>■ Increase transaction-processing productivity by X% and reduce data error rate to no more than Y%.</li> <li>■ Develop an extensible platform for a family of related products.</li> <li>■ Develop specific core technology competencies.</li> <li>■ Be rated as the top product for reliability in published product reviews by a specified date.</li> <li>■ Comply with specific federal and state regulations.</li> <li>■ Receive no more than X service calls per unit and Y warranty calls per unit within Z months after shipping.</li> <li>■ Reduce turnaround time to X hours on Y% of support calls.</li> </ul>

[Ver também: [Wiegers/secção 1.3](#)]

## 3

## Definição do produto

### 1.5 O conceito do produto

[Ver também: OpenUP/secção 2.1 e 2.2]

Para o/a:	[cliente que beneficia do produto]
Que apresenta:	[caracterização da necessidade ou oportunidade]
O produto:	[designação do produto proposto]
Que:	[capacidade principal, benefício chave, razão convincente para levar à compra ou utilização]
Ao contrário de:	[confrontar com principal alternativa da concorrência, ou com o sistemas/processos atuais]
O nosso produto:	[caraterização dos pontos essenciais de diferenciação e mais valia do novo produto]

***For** scientists **who** need to request containers of chemicals, **the** Chemical Tracking System **is** an information system **that** will provide a single point of access to the chemical stockroom and to vendors. The system will store the location of every chemical container within the company, the quantity of material remaining in it, and the complete history of each container's locations and usage. This system will save the company 25 percent on chemical costs in the first year of use by allowing the company to fully exploit chemicals that are already available within the company, dispose of fewer partially used or expired containers, and use a standard chemical purchasing process. **Unlike** the current manual ordering processes, **our product** will generate all reports required to comply with federal and state government regulations that require the reporting of chemical usage, storage, and disposal.*

### 1.6 Principais capacidades/funcionalidades

[Enumerar as funcionalidades principais do produto, enfatizando aquelas que o distinguem de produtos concorrentes ou anteriores. Só devem ser incluídas funcionalidades necessárias e que geram valor para o cliente, formuladas a alto nível.

Ver também: Wiegers/secção 2.1 e OpenUP/secção 4.1]

### 1.7 Âmbito funcional e releases

[mapear as funcionalidades pretendidas em entregas/*milestones* planeados no projeto

Ver também: Wiegers/secção 2.2]



## 1.8 Limites e exclusões

Clarificar as capacidades ou características que algum *stakeholder* poderia esperar, mas que não serão incluídas no produto (ou numa versão particular). Os assuntos/requisitos que foram falados, mas excluídos, devem ficar documentados.

Ver também: Wiegers/secção 2.3]

# 4

## Contexto da organização

### 1.9 Perfis dos stakeholders

[Os stakeholders são as partes interessadas (pessoas, grupos ou organizações) que estão ativamente envolvidos no projeto, são afetadas pelos que dele sair ou que estão em posição de influenciar o seu resultado

Ver também: Wiegers/secção 3.1 e OpenUP/secção 3.1]

Nome	Responsabilidades	Valor/benefício obtido com o sistema
Produtores agrícolas	Produzir os hortofrutícolas. Garantir a qualidade, quantidade e variedades dos produtos.	Aumento da pesquisa e venda dos seus produtos. Promoção de uma cultura de proximidade e fidelização. Valorização do trabalho agrícola.

### 1.10 Ambiente de utilização

[considerações gerais sobre como o sistema será colocado em produção, referindo condições necessárias de infraestrutura, número de utilizadores, etc.

Ver também: Wiegers/secção 3.3 e OpenUP/secção 3.2]

## 5

## Fontes e material de referência

[Documentar as fontes consultas para o desenvolvimento da Visão.

Em especial, caracterizar o contributo das pessoas/grupos (do stakeholder) que participaram na definição da Visão. ]

## 6

## Anexos

[Facultativo.

incluir materiais de suporte que completam o relatório de Visão. E.g.: documentos de estratégia de negócio do Cliente, relatório de análise de mercado na área do produto, etc.]