**João Figueiredo (98506), Luiz Chaves (91257), Diana Marques (), Guilherme Lopes (93393)**

Versão deste relatório: **2022-05-04**, v1.1

RELATÓRIO – *INCEPTION*

Visão e âmbito do produto

Conteúdos

[Visão e âmbito do produto 1](#_Toc103556411)

[1 Introdução 1](#_Toc103556412)

[1.1 Sumário executivo 1](#_Toc103556413)

[1.2 Controlo de versões 2](#_Toc103556414)

[1.3 Referências e recursos suplementares 2](#_Toc103556415)

[2 Contexto do negócio e oportunidades 2](#_Toc103556416)

[2.1 Promotor e áreas de atuação 2](#_Toc103556417)

[2.2 Impulso para a mudança (oportunidade) 2](#_Toc103556418)

[2.3 Transformação digital e (novas) formas de geração de valor 3](#_Toc103556419)

[2.4 Principais objetivos 3](#_Toc103556420)

[3 Definição do produto 3](#_Toc103556421)

[3.1 Posicionamento do produto 3](#_Toc103556422)

[3.2 Funcionalidades principais 4](#_Toc103556423)

[3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes 4](#_Toc103556424)

[*3.3* Perfis dos *stakeholders* 4](#_Toc103556425)

[3.4 Limites e exclusões 5](#_Toc103556426)

# Introdução

Nos dias de hoje, é cada vez mais comum as pessoas viajarem e para tal, precisam de levar bagagem com elas, mas nem sempre é fácil. Devido a tal, torna-se mais cômodo aceder a serviços externos, que tratem dessa inconveniência.

## Sumário executivo

Este relatório apresenta os resultados da fase de *Inception*, adaptada do método OpenUP, em que se carateriza o conceito do produto a desenvolver.

No nosso caso de estudo, o desenvolvimento do novo sistema de informação foi pedido pela LugWheels em resposta a um maior influxo de clientes, o que tornou necessário um desenvolvimento digital da LugWheels.

A LugWheels que atua na área de entrega de produtos visa agora, com o novo sistema, assegurar uma entrega de malas de forma segura e eficaz, permitindo aos seus clientes estarem, constantemente, atualizados em relação ao estado e localização do seu pedido.

Para isso, a LugWheels identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, permitindo aos seus clientes o usufruo de um serviço eficaz e seguro de transporte de malas.

//Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto [Explicar como é que organizámos a //recolha de material e consulta de fontes? Com quem fomos falar?]. pesquisou e analisou serviços semelhantes, através dos seus websites.

## Controlo de versões

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Quando? | Responsável | Alterações significativas |
| 2022-05-04 | João Figueiredo | Elaboração do relatório. |
| 2022-05-15 | Grupo | Aprofundamento e finalização do relatório. |
|  |  |  |

## Referências e recursos suplementares

**Quais foram as fontes a que a equipa recorreu?** Explicar como foi recolhida a informação/métodos para desenvolver a visão

Explicar que entrevistas, workshops, análise documental,…. foram usados.

Podem ser anexados/referidos documentos da organização que ajudem a suplementar os conteúdos aqui discutidos e a motivação para o desenvolvimento do novo sistema (e.g.: relatórios de estratégia, estudos de mercado,...)

O grupo do projeto pesquisou e informou-se/inspirou-se, como outros serviços de transporte de malas operavam, o que ofereciam e aspetos que poderiam ser melhorados (por exemplo: <https://www.sendmybag.com/>, <https://www.lugless.com/> ). <https://www.nbcnews.com/id/wbna25459587>

# Contexto do negócio e oportunidades

## Promotor e áreas de atuação

A *LugWheels*, uma start-up que se quer integrar na área de transporte de malas. Qualquer pessoa poderá ser cliente da *LugWheels*, mas é expectado que a maioria sejam turistas e pessoas que viajem devido à sua situação profissional. A *LugWheels* ambiciona disponibilizar os seus serviços a qualquer cliente, independentemente do país a que pertença.

Clientes:

* Turistas
* Trabalhadores
* Pessoas comuns
* Empresas

## Impulso para a mudança (oportunidade)

Desde os últimos anos, que tem havido uma globalização do mundo. As pessoas têm viajado mais, para lugares distintos e as empresas têm, também, investido em mercados estrangeiros. Tais mudanças forçaram a uma atualização no modelo de serviços de entrega de bens.

Na sociedade moderna em que vivemos, sistemas que permitem serviços eficazes e seguros, à distância de um clique, são importantes e imprescindíveis.

A pandemia, apanhou-nos de surpresa e forçou o mundo inteiro a repensar nas suas estratégias e métodos de trabalho. Desde então, que vemos cada vez mais empresas a adotarem regimes de trabalho remotos ou híbridos (por exemplo, ir uma vez por mês ao escritório). A existência de uma plataforma, que atue no transporte de bens, para que possam ir ao escritório sem problema algum, é importante.

## Transformação digital e (novas) formas de geração de valor

A geração de valor, irá manifestar-se de várias formas para as diversas entidades existentes.

Da perspetiva dos clientes, a plataforma será um serviço acessível e fácil de lidar, com um simples clique no conforto da sua casa. Além da comodidade, estes terão à sua escolha várias opções de transportadoras e modelos de entrega. Através de tal, os clientes possuirão um controlo completo em quem transporta as suas malas e como estas são transportados. Por fim, poderão ficar descansados, sabendo que não terão de lidar com a inconveniência de carregar as malas.

Do ponto de vista das transportadoras, é apresentada uma oportunidade para estas cresceram e disponibilizarem os seus serviços a um público cada vez maior.

A oportunidade a implementar torna-se mais apelativa que as lojas físicas de serviços semelhantes, pois permite um processo inteiro seja mais agilizado e simplificado. Tornar-se-á mais apelativa que os seus competidores digitais, através de uma interface intuitiva e simples de utilizar pelo cliente.

## Principais objetivos

| Problema/limitação | Objetivo |
| --- | --- |
| O estado de entregas, nem sempre é conhecido. | Permitir, uma constante, notificação da localização geográfica das malas. |
| Por vezes, muitas entregas são demoradas. | Estimular uma entrega mais rápida. |
| É comum, as malas não chegarem intactas, na condição original ou nem sequer chegarem. | Assegurar um transporte seguro, no qual a integridade da mala e do seu conteúdo é uma prioridade. |
| Troca, acidental, de malas. | Cada mala ou conjunto de malas, será identificada e associada ao respetivo cliente, tornando bastante improvável que um cliente receba outras malas. |

# Definição do produto

## Posicionamento do produto

|  |  |
| --- | --- |
| **Para o/a:** | Clientes que pretendam viajar, devidos a motivos turísticos ou profissionais, e necessitem que as suas malas sejam transportadas para o seu destino. |
| **Que apresenta:** | Perspetiva do cliente:   * Pode agendar o transporte das suas malas * Pode escolher a transportadora e modo de entrega (*standard* ou *express*) * Pode especificar que se existe conteúdo frágil ou não.   Perspetiva das transportadoras:   * Expandir o seu negócio para plataformas digitais e obter uma maior visibilidade. * Fornecer os seus serviços a possíveis clientes. |
| **O produto:** | O produto é composto por uma plataforma digital, que servirá como ponte entre os clientes e diferentes transportadoras. |
| **Que:** | O sistema permite aos seus utilizadores adquirir um serviço de transporte de malas, no conforto da sua casa. Tal processo, remove a necessidade de utilizador deslocar-se a um local físico para organizar tal serviço. |
| **Ao contrário de:** | Ao oferecer um sistema com maior facilidade de acesso, uma interface intuitiva e simples (user-friendly) ao cliente, torna-se mais apelativo que locais físicos e outros competidores digitais. |
| **O nosso produto:** | Com o nosso produto, o cliente pode assegurar que, o transporte das suas malas, é realizado eficazmente e não necessitará de se preocupar com as mesmas, o nosso produto também tratará do transporte, no seu todo. |

## Funcionalidades principais

A aplicação fornecerá ao utilizador várias funcionalidades:

1. Permitir ao cliente, acompanhar as suas malas.
2. Realização de pré-planeamento do transporte de malas, com sugestão de datas para a entrega coincidir com a chegada do cliente, ou já estiver no local à espera do cliente.
3. Disponibilização das avaliações de cada transportadora, pelos utilizadores.
4. Permitir ao cliente, escolher a transportadora a usar, os tempos estimados de entrega e os preços praticados por cada.
5. Permitir ao cliente indicar a possível existência de bens frágeis nas malas a desejar.
6. Permitir ao cliente a escolha entre um entrega *standard* e *express.*
7. Possibilidade de escolher o local de entrega (posto de recolha ou destino específico).

### 3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes

## Perfis dos *stakeholders*

| *Stakeholder* | Motivação para o projeto/valor esperado |
| --- | --- |
| LugWheels (Empresa) | * Aumentar a eficácia e o número de transporte de malas. * Retirar uma comissão às transportadoras. |
| Clientes | * Obtenção de um serviço rápido e seguro. |
| Gestores das transportadoras parceiras | * Maior adesão aos seus serviços de transporte. Aumento do número de encomendas. |

## 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]