# Integração de Sistemas HOPE

# Visão do Negócio

# Versão <1.0>

[Observação: O template a seguir é fornecido para uso com o Rational Unified Process (RUP). O texto em azul exibido entre colchetes e em itálico (style=InfoBlue) foi incluído para orientar o autor e deve ser excluído antes da publicação do documento. Qualquer parágrafo inserido após esse estilo será definido automaticamente como normal (estilo=BodyText).]

[Para personalizar campos automáticos no Microsoft Word (que exibem um plano de fundo cinza quando selecionados), selecione File>Properties e substitua os campos Title, Subject e Company pelas informações apropriadas deste documento. Depois de você fechar a caixa de diálogo, os campos automáticos poderão ser atualizados em todo o documento, selecionando Edit>Select All (ou Ctrl-A) e pressionando F9, ou simplesmente clicando no campo e pressionando F9. Isso deve ser feito separadamente para Cabeçalhos e Rodapés. Alt-F9 alterna entre a exibição de nomes de campos e do conteúdo dos campos. Consulte a ajuda do Word para obter mais informações sobre como trabalhar com campos.]

# Histórico da Revisão

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Data** | **Versão** | **Descrição** | **Autor** |
| <dd/mmm/aa> | <x.x> | <detalhes> | <nome> |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Índice Analítico

1. Introdução [4](#__RefHeading___Toc18206461)

1.1 Finalidade [4](#__RefHeading___Toc18206462)

1.2 Escopo [4](#__RefHeading___Toc18206463)

1.3 Referências [4](#__RefHeading___Toc18206465)

1.4 Visão Geral [4](#__RefHeading___Toc18206466)

2. Objetivos da Modelagem de Negócios [4](#__RefHeading___Toc103_3690376769)

2.1 <umObjetivo> [4](#__RefHeading___Toc105_3690376769)

2.2 <outroObjetivo> [4](#__RefHeading___Toc107_3690376769)

3. Posicionamento [4](#__RefHeading___Toc18206467)

3.1 Atividades de Negócio [4](#__RefHeading___Toc109_3690376769)

3.2 Processos de Negócio [4](#__RefHeading___Toc111_3690376769)

3.3 Oportunidade de Negócios [4](#__RefHeading___Toc18206468)

3.4 Descrição do Problema [5](#__RefHeading___Toc18206469)

3.5 Sentença de Posição do Produto [6](#__RefHeading___Toc18206470)

4. Descrições dos Envolvidos [6](#__RefHeading___Toc18206471)

4.1 Demografia do Mercado [Faz mais sentido para software que será vendido] [6](#__RefHeading___Toc18206472)

4.2 Ambiente do Usuário [6](#__RefHeading___Toc18206475)

4.3 Perfis dos Envolvidos [7](#__RefHeading___Toc113_3690376769)

4.4 Necessidades dos Principais Envolvidos [8](#__RefHeading___Toc18206480)

4.5 Alternativas e Concorrência [8](#__RefHeading___Toc18206481)

# Visão do Negócio

# Introdução

A introdução da **Visão do Negócio** fornece uma visão geral do documento inteiro. Ela deve incluir a finalidade, o escopo, as definições, os acrônimos, as abreviações, as referências e a visão geral da **Visão do Negócio**.]

## Finalidade

[Especifique a finalidade deste documento **Visão do Negócio**.]

## Escopo

[Uma breve descrição do escopo deste documento **Visão do Negócio**: a quais projetos está associado e tudo o mais que for afetado ou influenciado por este documento.]

## Referências

[Esta subseção fornece uma lista completa dos documentos mencionados em outra parte da **Visão do Negócio**.Identifique cada documento por título, número do relatório (se aplicável), data e organização de publicação. Especifique as fontes a partir das quais as referências podem ser obtidas. Essas informações podem ser fornecidas por um anexo ou outro documento.]

## Visão Geral

[Esta subseção descreve o que o restante da **Visão do Negócio** contém e explica como o documento está organizado.]

# Objetivos da Modelagem de Negócios

## <umObjetivo>

[Qual será o escopo da modelagem de negócio? O que ela envolverá? Pesquisa de mercado? Mais informações sobre atividades/processos de negócio...]

## <outroObjetivo>

# Posicionamento

## Atividades de Negócio

Atuante desde janeiro de 2020, a ong HOPE – do inglês, Esperança – é uma Sociedade Protetora dos Animais. Fundada por Aline dos Santos e Patrick Tobias Valente, unidos por um objetivo: A Proteção dos Animais.

Hoje, a instituição tem unidades em duas cidades distintas, Mogi das Cruzes – SP e Presidente Prudente – SP, e conta com uma equipe completa de colaboradores, unidos em defesa aos animais, atuantes principalmente no combate à violência e ao abandono. Entre as atividades desenvolvidas, destaca-se:

* Resgate de animais em situação de risco, que pode ser em situação de rua, abandono ou maus tratos;
* Cuidados Veterinários dos animais abrigados;

**Observação**: Todos os animais são esterilizados, para que se evite a procriação disputas de território.

* Promoção de Campanhas de Adoção desses animais.

A HOPE abriga, aproximadamente, em sua capacidade máxima, 200 animais. Os recursos necessários para a continuidade de suas atividades, são frutos de doações e eventos, promovidos pelo estabelecimento.

O impacto social que se causa através das ações da instituição, são muitos.

Sob a perspectiva da retirada dos animais da rua, a instituição não somente transforma a vida desses animais, como pode gerar um impacto positivo no saneamento local.

Sob a perspectiva emocional, de promoção da responsabilidade e de cuidado com os animais, a instituição gera um impacto positivo de cunho educacional.

## Processos de Negócio

* PROCESSO DE RESGATE DOS ANIMAIS:

(**Regra Associada:** RN0001 – Quadro de Situações de Risco)

Para que um animal possa ser resgatado pela instituição, ele deve se enquadrar em uma das situações descritas na Regra de Negócio RN0001. A a ação se inicia através de uma denúncia, que pode ser aberta, através do preenchimento de um formulário via website. A denúncia deve contemplar o porte do animal a ser resgatado, a localização do animal e uma descrição/ detalhamento da denúncia.

* PROCESSO DE CADASTRO DOS ANIMAIS

(**Regra Associada:** RN0002 – Cadastro dos Animais)

Todos os animais que chegam no abrigo devem ser cadastrados no Sistema Interno. Os dados de cadastro dos animais incluem nome, sexo, data de acolhimento, foto e uma breve descrição do animal; o cadastro desses animais, pode ser realizado por um parceiro da instituição.

* PROCESSO DE PROMOÇÃO DE CAMPANHAS DE ADOÇÃO

(**Regra Associada:** RN0003 – Capacidade Máxima de Abrigo)

Campanhas de Adoção são determinadas e realizadas de acordo com a necessidade da instituição, por exemplo quando o número de animais abrigados está próximo de atingir a capacidade máxima da instituição, descrito na Regra de Negócio RN0003.

Para que as campanhas ocorram, é necessário a comunicação da Campanha de Adoção com o Cadastro dos animais disponíveis para adoção;

* Divulgação das Campanhas e Eventos;
* Prestação de Contas;

## Oportunidade de Negócios

Atualmente, cada unidade possui seu próprio sistema; os sistemas não possuem integração e/ ou comunicação, portanto, não é possível, para qualquer uma das unidades, saber quando a outra unidade está operando em sua capacidade limite, ou obter informações de seus animais disponíveis para adoção.

Espera-se, com a atualização do sistema, que seja feita a integração das informações entre as unidades.

## Descrição do Problema

O Cliente HOPE solicita que seja desenvolvido a integração dos sistemas utilizados em duas unidades da mesma instituição.

* Como um Sistema Integrado beneficiará ao negócio?

Atualmente, as informações não são compartilhadas pelo sistema. Essas informações são solicitadas para que sejam atendidas. É um processo lento e nem sempre é possível que seja atendido no momento que necessitamos das informações.

* Quais são as informações que se deseja o compartilhamento?

A maior parte das solicitações trata-se de informações de disponibilidade de abrigo, quando uma unidade opera com a capacidade próxima do limite, ou no limite, e busca informação sobre a disponibilidade da outra unidade, para possível transferência de animais.

Outra solicitação comum é em relação aos animais cadastrados no sistema e que estão aptos para encaminhamento em processos de adoção, a ficha desses animais é solicitada nesse caso.

* Como a comunicação é realizada atualmente?

O processo de solicitação atual é feito por e-mails e/ ou telefonemas entre as unidades.

* Por que a integração não foi realizada no momento que a segunda unidade passou a funcionar?

Por se tratar de cidades do interior, não esperávamos pelo grande volume de animais abrigados.

* Por que não utilizar um outro sistema disponível no mercado?

Gostamos do sistema utilizado, estamos familiarizados com a interface do sistema; só gostaríamos que fosse integrado.

Ademais, outros sistemas demandariam gastos excessivos e treinamentos que não consideramos viáveis no momento.

## Sentença de Posição do Produto

[Forneça uma sentença geral resumindo, no nível mais alto, a posição exclusiva que o produto pretende ocupar no mercado. O formato a seguir pode ser usado.]

|  |  |
| --- | --- |
| Para | [cliente-alvo] |
| Que | [indique a necessidade ou oportunidade] |
| O (nome do produto) | é um(a) [categoria do produto] |
| Que | [indique o principal benefício, ou seja, o motivo que leva a comprar] |
| Diferente de | [principal alternativa da concorrência] |
| Nosso produto | [indique a principal diferença] |

[Uma sentença de posição do produto comunica o objetivo do aplicativo e a importância do projeto para todo o pessoal envolvido.]

# Descrições dos Envolvidos

1. ALINE DOS SANTOS E PATRICK TOBIAS VALENTE

Usuários e Patrocinadores do Sistema: **[Descrição]**

1. COLABORADORES INTERNOS
   1. Veterinários

Usuário do Sistema: **[Descrição]**

* 1. Cuidadores

Usuários do Sistema: **[Descrição]**

* 1. Demais Colaboradores

Usuários do Sistema: **[Descrição]**

1. PARCEIROS
   1. Patrocinadores

Usuários do Sistema: **[Descrição]**

1. Comunidade

Usuários do Sistema: **[Descrição]**

## Demografia do Mercado [Faz mais sentido para software que será vendido]

[Resuma as principais demografias do mercado que motivam as decisões do produto. Descreva e posicione os segmentos do mercado-alvo. Estima o tamanho e o crescimento usando o número de possíveis usuários ou a quantidade de dinheiro que seus clientes gastarão tentando satisfazer às necessidades que seu produto ou melhoria cumprirá. Revise as principais tendências e tecnologias do setor. Responda a estas perguntas estratégicas:

* Qual é a reputação da sua empresa nesses mercados?
* Qual você gostaria que fosse?
* Como esse produto ou serviço suporta suas metas?]

## Ambiente do Usuário

[Detalhe o ambiente de trabalho do usuário-alvo. A seguir, são apresentadas algumas sugestões:

* Número de pessoas envolvidas na execução da tarefa? Isso está mudando?
* Qual é a duração de um ciclo de tarefas? Qual é o tempo gasto em cada atividade? Isso está mudando?
* Existem restrições ambientais exclusivas: unidade móvel, ar livre, a bordo, etc.?
* Quais plataformas de sistema estão sendo utilizadas atualmente? Quais são as futuras plataformas?
* Que outros aplicativos estão em uso? É necessário que o seu aplicativo interaja com eles?

Este é local em que podem ser incluídos os extratos do Modelo de Negócios para descrever a tarefa e os papéis envolvidos, etc.]

## Perfis dos Envolvidos

Interface gráfica do usuário, Aplicativo

Descrição gerada automaticamente com confiança média

Interface gráfica do usuário

Descrição gerada automaticamente

## Necessidades dos Principais Envolvidos

[Liste os principais problemas com as soluções existentes, conforme o ponto de vista do envolvido. Para cada problema, esclareça os seguintes pontos:

* Quais os motivos para este problema?
* Como ele é resolvido agora?
* Quais soluções o usuário deseja?]

[É importante entender a importância **relativa** do envolvido na solução de cada problema. As técnicas de ordenação e votação cumulativa indicam problemas que **precisam** ser resolvidos, em oposição a problemas que o usuário gostaria que fossem resolvidos.

Preencha a tabela a seguir — se estiver usando o Rational RequisitePro para capturar as Necessidades, isto pode ser um extrato ou relatório dessa ferramenta.]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Necessidade** | **Prioridade** | **Preocupações** | **Solução Atual** | **Soluções Propostas** | |
| Mensagens de difusão |  |  |  | |  |

## Alternativas e Concorrência

[Identifique as alternativas que o envolvido considera disponíveis. Isso inclui adquirir um produto do concorrente, desenvolver uma solução própria ou simplesmente manter o estado atual. Liste as opções competitivas que existem ou que podem se tornar disponíveis. Inclua os principais pontos fortes e fracos de cada concorrente, conforme percebido pelo envolvido.]