

Alexandre Ribeiro (108122), Miguel Miragaia (108317), Pedro Rei (107463), Ricardo Quintaneiro (110056)

Turma P5, Grupo 505

Versão deste relatório: **2021-12-17**, v1.4

RELATÓRIO – *INCEPTION*

Visão do produto

Conteúdos

Visão do produto	1
1 Introdução	1
1.1 Sumário executivo	1
1.2 Controlo de versões	2
2 Contexto do negócio e novas oportunidades	2
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
3 Definição do produto	3
3.1 O conceito do produto	3
3.2 Visão geral dos casos de utilização	4
3.3 Ambiente de utilização	4
3.4 Limites e exclusões	5
4 Referências e recursos suplementares	5

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 Trapos & Doces em resposta à modernização da venda online dos produtos da empresa.

A Trapos & Doces que atua na área da pastelaria visa agora, com o novo sistema, permitir aos clientes online uma mais fácil usabilidade e compra de produtos.

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: plataforma web de compra de produtos.

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto comunicou diretamente com o responsável da empresa.

1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
10/12/2021	Alexandre Ribeiro	Caracterização da organização e área de atuação e contexto do mercado que originou a mudança
12/12/2021	Ricardo Quintaneiro	Explicação da transformação digital e das novas formas de geração de valor para a empresa
13/12/2021	Miguel Miragaia	Caracterização do conceito do produto e os seus limites e exclusões
15/12/2021	Pedro Rei	Visão geral dos casos de utilização e do ambiente em que se encontram

2 Contexto do negócio e novas oportunidades

2.1 Caracterização da organização e área de atuação

O promotor deste projeto é a empresa Trapos & Doces que atua na área da pastelaria a um nível regional.

A empresa possui um local físico de confeção e venda de produtos de pastelaria e promove estes produtos através de uma página de Facebook.

De momento, a Trapos & Doces atua na cidade de Viseu e arredores.

Há dois perfis de clientes distintos, clientes que comprem os produtos expostos na loja e clientes que encomendam produtos para eventos, como por exemplo: casamentos, batizados, festas de aniversário, etc.

2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade

Recentemente, a Trapos & Doces, após uma análise interna sobre a relação entre a produção e venda dos seus produtos, decidiu que, como a capacidade da produção excede bastante a capacidade de venda, precisava de expandir.

Hoje em dia com a era digital, o comércio, no geral, também sofreu uma transformação digital que permite a venda de produtos pela internet.

Isto tudo originou esta iniciativa de desenvolver uma nova plataforma web para a Trapos & Doces poder vender os seus produtos *online*, assim obtendo mais clientes e abrindo mais oportunidades de negócio.

2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor

O sistema que pretendemos implementar é uma plataforma web que permite a compra de produtos de uma forma mais fácil e intuitiva. Para além de simplificar a interação entre o cliente e a pastelaria, este SI permite atrair novos clientes fora do alcance habitual.

Isto vai permitir à Trapos & Doces aumentar a confeção de produtos porque o sistema vai gerar um aumento de vendas e vai, assim, resolver o problema que originou esta iniciativa, que era o facto de a capacidade de produção ser muito maior que a capacidade de venda.

Para além de poder comprar produtos individualmente ou através de um cesto de compras, o cliente também poderá ver na plataforma uma lista de produtos em que pode filtrar o que pretende e o que não pretende utilizando parâmetros como preços, sabores, tipos de produto, etc., algo que não podia fazer antes desta transformação digital.

2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema

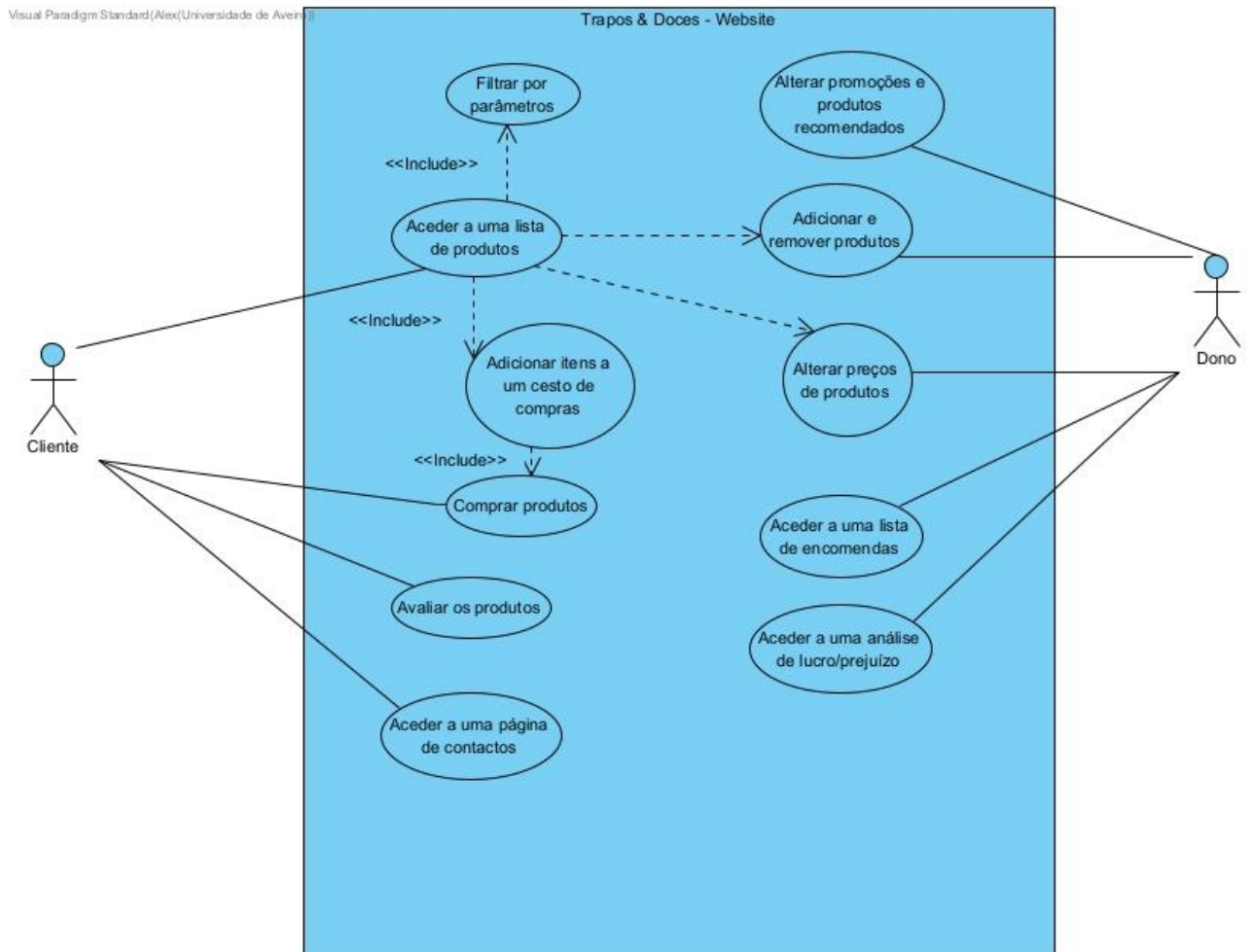
Problema/limitação	Objetivo
A capacidade de confeção de produtos não está a ser utilizada no seu todo	Aumentar significativamente a venda de produtos através da loja <i>online</i>
Há ingredientes que não chegam a ser utilizados e acabam por ser desperdiçados	Através de promoções e recomendações na plataforma, conseguir vender produtos que utilizem estes ingredientes e que permitam que estes não sejam desperdiçados
A promoção da pastelaria através do Facebook apenas redirecionava os clientes para a loja física	Promover também o website no Facebook para que possa haver uma maior probabilidade de o cliente ver o anúncio do produto e de o comprar, sem ter que ter o esforço de ir à loja física

3 Definição do produto

3.1 O conceito do produto

Para o/a:	Cliente
Que apresenta:	Necessidade de uma maior facilidade no processo de compra de produtos do ramo da pastelaria.
O produto:	Expansão a nível digital da Pastelaria.
Que:	Facilidade no acesso aos produtos da pastelaria, de uma forma segura (sem a necessidade de se dirigir ao local físico), capacidade de abranger um número maior de clientes de forma a igualar a capacidade de produção.
Ao contrário de:	A generalidade das pastelarias apenas efetua a venda presencialmente ou por encomendas através de chamadas telefónicas.
O nosso produto:	Com o nosso produto seria efetuada a compra de produtos através de um website de forma segura e rápida sem a necessidade de se dirigirem ao local da pastelaria para levantamento/compra do mesmo.

3.2 Visão geral dos casos de utilização



3.3 Ambiente de utilização

Para que o utilizador tenha acesso à plataforma web da pastelaria, terá que ter um dispositivo que permita o acesso à internet, tal como um computador, um smartphone ou um tablet, e necessita de utilizar um browser que o permita aceder a páginas web.

O website irá suportar o número de utilizadores esperado, de forma a responder corretamente e com fluidez.

3.4 Limites e exclusões

Sistema de login pelos clientes: O website não irá ter um local onde o cliente iria efetuar o login com os seus dados, desta forma terá de colocar os dados requeridos pela pastelaria todas as vezes que efetuar uma nova compra.

Acompanhamento de entregas: O website não irá disponibilizar um local onde o cliente iria seguir a sua encomenda durante o processo de entrega

Suporte online: O website não irá ter disponível suporte online, pelo que se o cliente tiver algum problema terá de contactar a pastelaria via telefónica.

Entregas limitadas a uma região: O website irá ter em conta o local de entrega do produto, se este for selecionado, e irá avaliar se será lucrativo para a pastelaria a entrega do mesmo, pelo que as entregas deverão ser limitadas a uma região.

4 Referências e recursos suplementares

<https://www.facebook.com/trapo.doces>