**Filipe Sousa (76639), Hugo Xavier (108180), Lucas Matos (93245), Tiago Fonseca (107266)**

Versão deste relatório: **07-04-2023**, v2.0

RELATÓRIO – *INCEPTION*

Visão e âmbito do produto

Conteúdos

[Visão e âmbito do produto 1](#_Toc102479458)

[1 Introdução 3](#_Toc102479459)

[1.1 Sumário executivo 3](#_Toc102479460)

[1.2 Controlo de versões 3](#_Toc102479461)

[1.3 Referências e recursos suplementares 3](#_Toc102479462)

[2 Contexto do negócio e oportunidades 4](#_Toc102479463)

[2.1 Promotor e áreas de atuação 4](#_Toc102479464)

[2.2 Impulso para a mudança (oportunidade) 4](#_Toc102479465)

[2.3 Transformação digital e (novas) formas de geração de valor 5](#_Toc102479466)

[2.4 Principais objetivos 5](#_Toc102479467)

[3 Definição do produto 6](#_Toc102479468)

[3.1 Posicionamento do produto 6](#_Toc102479469)

[3.2 Funcionalidades principais 6](#_Toc102479470)

[3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes 6](#_Toc102479471)

[*3.4* Perfis dos *stakeholders* 7](#_Toc102479472)

[3.5 Limites e exclusões 7](#_Toc102479473)

# Introdução

A ECO by FinancialTip é uma start-up que se enquadra no ramo económico e financeiro, que tem como principais objetivos assegurar os serviços financeiros básicos, bem como oferecer funcionalidades premium que atendam às necessidades e demandas dos clientes. Este projeto concentra-se em três áreas principais: mediação de créditos bancários, serviços de aconselhamento financeiro e serviços bancários básicos. O nosso objetivo é tornar esses serviços acessíveis a todos os nossos clientes, independentemente do seu perfil financeiro.

Além disso, estamos comprometidos a fornecer funcionalidades premium que atendam às necessidades de investidores e pessoas interessadas em economizar dinheiro. Estas funcionalidades incluem Aconselhamento personalizado 24/7, Planos de poupança completamente personalizados e ofertas de investimento exclusivas, que podem ajudar os clientes a atingir os seus objetivos financeiros a medio/longo prazo.

Estamos comprometidos em fornecer um serviço excecional aos nossos clientes, adaptando-nos às suas necessidades individuais e garantindo que todos os aspetos da sua experiência sejam de alto nível. Além disso, estamos sempre abertos a novas ideias e oportunidades que possam surgir no futuro para aprimorar ainda mais nossos serviços.

## Sumário executivo

De acordo com uma notícia do jornal Expresso em 2020, “mais de metade dos cidadãos europeus não consegue poupar para a reforma”, sendo Portugal um dos países com menos poupança para a reforma. Esta notícia, tal como outras estatísticas a nível europeu, vêm demonstrar um problema que cada vez mais é comum não só em Portugal, mas sim, por todo o mundo, sendo este a falta de educação financeira/económica, seja ao nível de poupança, seja a nível de investimento.

A ECO by finantionalTIp é a solução para esses problemas uma vez que sem compromete em fornecer serviços financeiros básicos e funcionalidades premium para atender às necessidades dos nossos clientes. O nosso foco está na mediação de créditos bancários, serviços de aconselhamento financeiro e serviços bancários básicos com o objetivo de combater as necessidades financeiras e a ajudar a alcançar os objetivos dos nossos clientes.

Além disso, oferecemos funcionalidades premium, onde estão incluídos serviços como aconselhamento personalizado 24/7, planos de poupança personalizados e ofertas de investimento exclusivas. Estamos comprometidos em fornecer um serviço de excelência aos nossos clientes, adaptando-nos às necessidades/objetivos individuais de cada cliente.

Sendo não só a poupança um dos maiores problemas da atualidade, mas também a falta de conhecimento do ramo financeiro e económico, a nossa start-up tem como publico alvo todas as pessoas que necessitem de ajuda económica/financeira, de modo a conseguir atingir os seus objetivos a medio/longo prazo.

## Controlo de versões

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Quando? | Responsável | Alterações significativas |
| 04-04-2023 | Tiago Fonseca | Definição do Promotor, Área de Atuação, Impulso para a Mudança, Ideia/Conceito, Principais Objetivos e Posicionamento do Produto |
| 07-04-2023 | Filipe Sousa | Definição dos Stakeholders, Limites e Exclusões |
| 07-04-2023 | Lucas Matos | Definição das Funcionalidades Principais, Âmbito Inicial e Incrementos Subsequentes |
| 07-04-2023 | Hugo Rodrigues | Introdução, Sumário Executivo |

## 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,...)

# Contexto do negócio e oportunidades

## Promotor e áreas de atuação

O investimento é feito pela “FinancialTip”, uma entidade de aconselhamento financeiro que atualmente atua nas áreas jurídica, financeira e económica. Os seus clientes são, de uma forma generalizada, famílias com créditos e/ou com uma situação financeira frágil.

Esta pequena entidade opera apenas na zona norte do território nacional, mas espera expandir as suas operações a todo o território natural.

## Impulso para a mudança (oportunidade)

Recentemente a empresa decidiu reafirmar a sua presença em Portugal através da defesa de novas ideias que não só são beneficiais para os seus clientes, mas como também permitem à empresa estar presente numa maior área territorial.

Assim, o promotor procura reduzir a dependência financeira para com os bancos, promover a responsabilidade financeira, aumentar o conforto financeiro das famílias, oferecer uma alternativa gratuita e complementar aos serviços oferecidos pelos bancos, aumentar o poder de compra, aumentar a sua carteira de clientes, aumentar o seu poder negocial, aumentar a confiança do cliente para com o sistema financeiro, criar uma base de clientes estável com uma elevada taxa de fidelização e criar a oportunidade de diferentes produtos com assinatura premium, para as famílias que estão dispostas a inovar ainda mais as suas finanças.

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

A disponibilização de uma plataforma gratuita e com um conjunto de funcionalidades complementares aos bancos é a transformação crucial para esta empresa, passando as outras por necessitarem de fornecer dicas económicas aos clientes e inovar na disponibilidade de serviços financeiros, sendo que todas estas transformações devem estar disponíveis sem cobrança de taxas ou qualquer tipo de subscrição.

A “FinancialTip” procura obter retornos financeiros através dos seus clientes premium, dos anúncios das suas parcerias, que serão divulgadas através do seu serviço prestado, e através de comissões cobradas pela mediação de créditos entre os seus clientes e os parceiros anunciados, tendo neste caso o objetivo de obter o melhor acordo possível para os clientes.

Através do premium, o cliente teria acesso a ofertas de investimento exclusivas, acompanhamento personalizado das suas finanças (com recurso a um grupo de gestores familiares disponíveis 24/7), planos de poupança visados aos seus objetivos e ainda o fim dos anúncios nos serviços que lhe são prestados.

## Principais objetivos

| Problema/limitação | Objetivo |
| --- | --- |
| A manutenção do serviço exige recursos económicos, que não serão gerados pelas subscrições gratuitas. | Fornecer uma plataforma gratuita com um conjunto de funcionalidades complementares às dos bancos. |
| A concorrência no setor bancário revela ser um fator de risco para a prospeção do serviço, e por isso, é necessário um grande compromisso económico. | Inovar na disponibilidade de serviços financeiros. |
| Questões jurídicas que limitam o poder de mediação. | Agir como mediador na negociação de créditos entre entidades bancárias e os clientes. |
| A desconfiança no setor financeiro gera dúvidas perante novos serviços neste setor. | Aumentar a carteira de clientes |
| O poder negocial depende diretamente da carteira de clientes do promotor e da concorrência de outros serviços no setor financeiro. | Aumentar o poder negocial do promotor. |

# Definição do produto

## Posicionamento do produto

|  |  |
| --- | --- |
| **Para o/a:** | Famílias e Indivíduos independentes. |
| **Que apresenta:** | Dependência e desconfiança para com o setor financeiro.  Aumento da carteira de clientes e do poder negocial. |
| **O produto:** | ECO by FinancialTip |
| **Que:** | Fornece serviços complementares aos oferecidos pelos bancos, de forma gratuita.  Reduzir a dependência financeira.  Promover a responsabilidade financeira. Aumentar o poder de compra. |
| **Ao contrário de:** | Serviços oferecidos pelos bancos.  Entidades que gerem as finanças e exigências legais dos clientes visados. |
| **O nosso produto:** | Fornecer dicas financeiras.  Aumentar o poder de compra do cliente.  Disponibilizar serviços complementares.  Sem cobrança de taxas ou qualquer tipo de subscrição.  Negociar os melhores termos e condições de créditos para os clientes. |

## Funcionalidades principais

[Enumerar as funcionalidades (*features*) 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]

É uma **enumeração de alto nível**, relevante para a decisão do promotor, que permite apresentar o genericamente o âmbito e comparar com outros produtos; não é ainda uma lista concreta de requisitos. E.g.:

Pesquisa integrada da oferta dos restaurantes associados;

Encomendar comida de um ou vários restaurantes;

Seguir a frota de estafetas de em tempo (quase) real.

* Serviços de aconselhamento financeiro gratuitos;
* Mediação na obtenção de créditos bancários, de forma a obter as melhores condições de crédito para o cliente;
* Serviços bancários básicos (adicionar e remover saldo, ver extrato, etc) sem taxas e subscrições;
* (PREMIUM) Aconselhamento personalizado (24/7) ;
* (PREMIUM) Planos de poupança completamente personalizados;
* (PREMIUM) Ofertas de investimento exclusivas

## Âmbito inicial e incrementos subsequentes

[**Quais são as prioridades** para o desenvolvimento do produto? Quando é que as funcionalidades vão estar disponíveis? Mapear as *features* anteriores em Releases, por exemplo, 2 ou 3). Ver exemplo em Wiegers/secção 2.2E2.

Seria lógico que a Release 1 do produto corresponda ao âmbito esperado implementar para a disciplina.

Na primeira Release, pretende-se conseguir assegurar os serviços base, sendo estes a Mediação de créditos bancários, os serviços de aconselhamento financeiro e os serviços bancários básicos. Subsequentemente, na Release seguinte, pretende-se garantir as funcionalidades premium, sendo estas o Aconselhamento personalizado 24/7, os Planos de poupança completamente personalizados e as ofertas de investimento exclusivas, não fechando portas a ideias que nos possam aparecer no futuro.

## Perfis dos *stakeholders*

Ver também: Wiegers/secção 3.1 (com adaptações)

| *Stakeholder* | Motivação para o projeto/valor esperado |
| --- | --- |
| Promotor | Expandir a área geográfica onde opera com aumento do número de clientes. |
| Bancos | Diminuição da dívida dos clientes e um aumento da confiança destes perante a entidade. Aumento de pedidos de empréstimos. |
| Entidades Jurídicas | Facilidade na angariação de novos clientes. Reconhecimento da entidade numa maior área geográfica. |
| Clientes | Melhorar a sua situação financeira. |

## Limites e exclusões

LI-1: Apesar de ter funcionalidades complementares às dos bancos, a plataforma ECO by FinancialTip não é um banco. A plataforma ECO by FinancialTip não pode fazer empréstimos. Apenas pode reencaminhar o pedido de empréstimo do cliente ao banco, e negociar melhores termos e condições de crédito.

LI-2: A plataforma, na sua versão gratuita, terá anúncios para complementar o financiamento. Estes anúncios não estão presentes na versão premium.

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]