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

Versão deste relatório: **04-04-2023**, 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

[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**.

Nalgumas partes dos comentários, neste relatório, são apontadas secções de referências COMPLEMENTARES (não são obrigatórias):

- Wiegers 🡪 trata-se do template do Software Requirements Specification, do livro de Wiegers, [exemplificado aqui](https://drive.google.com/file/d/1wfEl-6hdS8f-dyCMcONAAlh5fTXsZl_C/view?usp=sharing) ,

- OpenUP 🡪 trata-se do template da Visão [do OpenUP](http://sweet.ua.pt/ico/OpenUp/OpenUP_v1514/core.tech.common.extend_supp/guidances/templates/vision_E93BBDB6.html) (vision\_tpl.dot)]

## 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 <ORGANIZAÇÃO> em resposta a <IDENTIFICAR ALTERAÇÃO DO MERCADO OU NOVA OPORTUNIDADE explorada na secção 2.2>.

A <ORGANIZAÇÃO> que atua na área <SECTOR DE ATIVIDADE/DOMÍNIO DE APLICAÇÃO> visa agora, com o novo sistema, <RESUMIR A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL da secção 2.3>

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: <RESUMIR O CONCEITO DO PRODUTO da secção 3.1>

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?].

## 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 |
|  |  |  |

## 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.

## 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.

## Perfis dos *stakeholders*

Ver também: Wiegers/secção 3.1 (com adaptações)

| *Stakeholder* | Motivação para o projeto/valor esperado |
| --- | --- |
| Gestores dos restaurantes parceiros | Aumentar o número de encomendas, pela exposição online.  Informação mais detalhada sobre o perfil dos clientes e comportamento dos pedidos. |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## 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]