

RELATÓRIO – *INCEPTION*

Visão e âmbito do produto

Conteúdos

Visão e âmbito do produto	1
1 Introdução	1
1.1 Sumário executivo	1
1.2 Controlo de versões	2
1.3 Referências e recursos suplementares	2
2 Contexto do negócio e oportunidades	2
2.1 Promotor e áreas de atuação	2
2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)	2
2.3 Transformação digital e (novas) formas de geração de valor	3
2.4 Principais objetivos	3
3 Definição do produto	3
3.1 Posicionamento do produto	3
3.2 Funcionalidades principais	4
3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes	4
3.4 Perfis dos <i>stakeholders</i>	4
3.5 Limites e exclusões	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 Ecology Action Center (organização ambiental) em resposta a como o mercado da moda tem evoluído em relação ao uso de roupa mais amiga do ambiente.

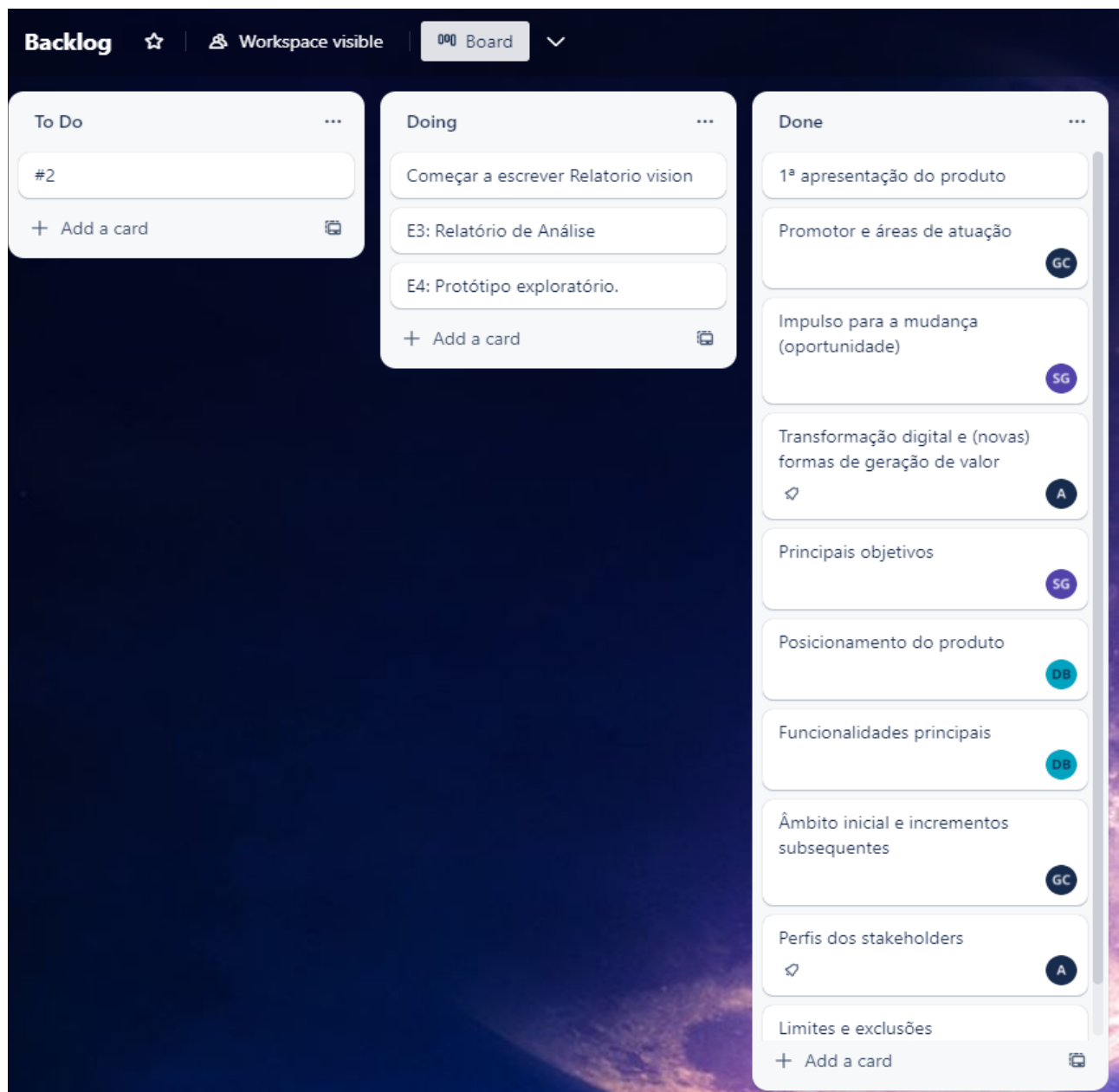
A “My fashion” que atua na área do setor da moda sustentável visa agora, com o novo sistema, tornar a compra de roupas sustentáveis mais transparente e de confiança para os seus consumidores.

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: uma Webapp de venda de roupa eco-friendly, na qual várias empresas parceiras possam colocar os seus produtos à venda.

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto decidiu entrar em contacto e entrevistar trabalhadores e gestores de algumas lojas de roupa, para saber qual o seu ponto de vista em relação à possível venda de roupa mais sustentável que se diferencia daquilo que eles estão tão habituados a fazer.

1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
16/04/2023	Sebastian Anderson David Guilherme	Realização da primeira entrega do relatório (Inception 1)
16/04/2023	Sebastian	Pontos 1.1; 1.3; 2.4 do relatório
16/04/2023	Anderson	Pontos 1.2; 2.2; 2.3; 3.4; 3.5 do relatório
16/04/2023	David	Pontos 3.1; 3.2 do relatório
16/04/2023	Guilherme	Pontos 2.1; 3.3 do relatório



1.3 Referências e recursos suplementares

Em primeiro lugar, a nossa equipa tentou investigar a forma como a indústria da moda está hoje organizada. Para isso, fizemos uma grande investigação e vimos alguns documentários, tal como o “Riverblue” que documentou os impactos da poluição da indústria da moda.

Daí que surgiu a nossa ideia de criar uma loja que ajudasse e que incentive o uso de roupa cada vez mais “amiga do ambiente” de forma a competir com as grandes empresas e diminuir a poluição

Também investigamos medidas sustentáveis para a nossa própria loja online, tal como o uso de um tipo de frete mais ecológico como, por exemplo: o envio para um ponto pickup, o uso de embalagens e envoltórios biodegradáveis.

2 Contexto do negócio e oportunidades

2.1 Promotor e áreas de atuação

Os promotores do nosso projeto são empresas de roupa que apoiam a moda sustentável, neste caso a Springfield e Anuell . Ambas as empresas oferecem meios monetários e têxteis para aumentarem a área de venda.

Também empresas como a Tugas lenha estão a promover a nossa ideia porque eles aproveitam todos os restos de lenha para pellets.

Também temos uma página de Instagram hempalace.pt que nos fornece mochilas de cânhamo e outro tipo de acessórios de cânhamo.

2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)

Com base na nossa pesquisa e na forma como o mercado da moda tem evoluído notámos que cada vez mais pessoas se preocupam com a sustentabilidade e o impacto ambiental das grandes empresas têxteis. Nesta medida a nossa loja online “MY fashion” destaca- se no facto de poder oferecer produtos de qualidade e, ao mesmo tempo, ecológicos a todos os nossos clientes.

A nossa loja inova, comparativamente às outras empresas, quanto à sua transparência e na ética da produção que é transmitida ao cliente, relativamente aos seus produtos. Connosco os clientes terão um acesso aos métodos de produção das nossas roupas e terão um “tracking” desde o momento da sua produção até a chegada ao consumidor.

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

Para uma webapp de roupa sustentável, existem várias maneiras de gerar valor para a organização/negócio. Algumas possibilidades incluem:

Diferenciação: A webapp pode diferenciar-se de outras plataformas de venda de roupa, enfatizando sua sustentabilidade e transparência em relação aos processos de produção e materiais utilizados. Isso pode atrair clientes que se preocupam com a sustentabilidade e a responsabilidade social das empresas.

Interação com os clientes: A webapp pode permitir que os clientes personalizem sua experiência de compra, fornecendo informações sobre suas preferências e valores pessoais. Isso pode gerar maior engajamento e lealdade do cliente.

Eficiência: A webapp pode automatizar muitos processos de vendas e marketing, reduzindo o tempo e o esforço necessários para gerenciar a plataforma. Isso pode permitir que a empresa concentre mais recursos em outras áreas do negócio, como inovação e desenvolvimento de produtos.

Responsabilidade social: A webapp pode promover uma imagem de responsabilidade social, ajudando a construir a marca e a fidelidade dos clientes que valorizam empresas socialmente responsáveis.

Características dos novos produtos ou serviços e impacto:

O grande diferencial da webapp de roupa sustentável é o fato de oferecer produtos que são produzidos de forma sustentável e com materiais ecologicamente corretos. A inovação reside na transparência que é fornecida ao cliente, que poderá obter informações detalhadas sobre o processo de produção e os materiais utilizados. A webapp também poderá oferecer recursos adicionais, como uma calculadora de impacto ambiental que permite ao cliente avaliar o impacto de sua compra.

Para um sistema encomendado por uma empresa:

O sistema deve resolver um problema ou melhorar um processo existente dentro da empresa. Por exemplo, pode-se desenvolver um sistema para gerenciar o inventário de uma loja de roupas sustentáveis, permitindo que a empresa acompanhe a demanda do produto e ajuste o estoque de acordo com as necessidades do mercado. O sistema pode ser usado por funcionários da loja, gerentes e outros departamentos da empresa.

Para um novo produto:

A oportunidade de negócio existe no fato de que cada vez mais pessoas estão se preocupando com a sustentabilidade e o impacto ambiental das empresas. A webapp de roupa sustentável pode competir no mercado de moda, oferecendo produtos de qualidade e ao mesmo tempo ecológicos. A inovação reside na transparência e na ética da produção, que são transmitidas ao cliente. Comparativamente a outras empresas, a webapp tem uma vantagem competitiva em relação à sustentabilidade e ética na produção. Isso pode atrair clientes que se preocupam com a sustentabilidade e a responsabilidade social das empresas

2.4 Principais objetivos

Problema/limitação	Objetivo
Encomendas usam plásticos como embalagem para envio	Uso de materiais biodegradáveis como envoltório das encomendas
Os clientes não sabem como é o processo de fabrico das roupas que eles compram	A webapp dá informações detalhadas sobre o processo de produção e os materiais utilizados em cada peça de roupa
Alto custo na produção de roupa eco-friendly	Baixamos o custo de produção usando materiais reciclados e que eram suposto ser "descartados"
As roupas vendidas na maioria das grandes empresas é feita com materiais poluentes	Todas as peças de roupa possuem um certificado que verificam a autenticidade do uso de materiais "eco-friendly"
Moda sustentável ainda é um conceito relativamente novo	Uso de redes sociais e parcerias com influencers para se dar a conhecer mais esta nova tendência
Custo elevado no frete	Envio feito através de um ponto pickup

3 Definição do produto

3.1 Posicionamento do produto

Para o/a:	Clientes que pretendem comprar roupa eco-friendly
-----------	---------------------------------------------------

	Empresas da área de venda de roupa que queiram potencializar a venda da sua marca de produtos eco-friendly
Que apresenta:	Para o cliente: <ul style="list-style-type: none"> • Pode efetuar compras, pesquisar uma grande variedade de produtos a partir de casa. • Informação detalhada sobre a manufatura do produto. • Tem uma maior oferta, pois vai ter produtos de várias lojas num mesmo local. • Opção de escolha de encomenda para casa ou pickup. Para empresas: <ul style="list-style-type: none"> • Expandir o seu negócio para o mundo digital.
O produto:	O produto proposto é uma WebApp de venda de roupa eco-friendly, na qual várias empresas parceiras possam colocar os seus produtos à venda. As empresas que decidirem aderir, apenas podem disponibilizar os seus produtos eco-friendly, que posteriormente irão ser submetidos a uma avaliação, para confirmar que cumprem os requisitos necessários para serem considerados eco-friendly.
Que:	O sistema permite aos utilizadores fazerem compras de uma forma simples.
Ao contrário de:	Ao fornecer uma vasta gama de produtos eco-friendly, torna-se uma escolha óbvia para utilizadores que tenham um sentido de responsabilidade ecológica. Ao contrário de outras lojas de roupa online, My Fashion foca-se apenas na venda de produtos eco-friendly.
O nosso produto:	Com o nosso produto, o cliente pode comprar produtos dentro da vasta gama disponível, tendo sempre como prioridade a responsabilidade ecológica. Os clientes têm também a opção de fazer doações para ONGs que lutam pelas questões ambientais no mundo inteiro.

3.2 Funcionalidades principais

A nossa WebApp fornece serviços semelhantes ao de um site de venda de roupas.

O cliente pode pesquisar os produtos nas várias lojas disponíveis, e proceder com a sua encomenda. Após este processo pode ser escolhido se a encomenda é feita para casa ou pickup.

É permitido ao utilizador criar a sua conta, visualizar as lojas promotoras os seus produtos, dar um rating quer aos produtos quer às lojas promotoras. O utilizador pode também visualizar o seu histórico de compras e efetuar doações para ONGs.

3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes

Os requisitos que temos de concluir são uma base dados completa de produtos sustentáveis complementado com um frontend que forneça ao utilizador os produtos na base de dados. No frontend também é necessário haver uma opção de venda de um produto do utilizador.

3.4 Perfis dos stakeholders

Stakeholder	Motivação para o projeto/valor esperado
Marcas de moda sustentável	Podem fornecer informações sobre seus produtos e partilhar as suas práticas sustentáveis, tornando mais fácil, para os clientes, tomar decisões informadas ao comprar moda sustentável.
Consumidores eco-conscientes	Eles podem fornecer feedback sobre os recursos que desejam ver no aplicativo e ajudar a divulgar o aplicativo para outras pessoas interessadas em moda sustentável.
Organizações ambientais	Eles podem fornecer orientação sobre as melhores práticas de sustentabilidade e ajudar a garantir que o aplicativo esteja alinhado com os padrões ambientais mais recentes.
Especialistas na indústria da moda	Os especialistas da indústria da moda podem fornecer informações sobre as últimas tendências e desenvolvimentos da moda sustentável e podem ajudar a garantir que o aplicativo permaneça atualizado com as inovações mais recentes do setor.
Fabricantes de tecidos	Os fabricantes têxteis podem fornecer informações sobre tecidos e materiais sustentáveis e podem ajudar a garantir que a aplicação apresenta produtos feitos de materiais ecológicos.
Agências governamentais	As agências governamentais podem fornecer orientações sobre regulamentos e padrões relacionados à sustentabilidade na indústria da moda e podem ajudar a garantir que a webapp atenda a todos os requisitos de conformidade necessários.

3.5 Limites e exclusões

Os stakeholders podem esperar que uma WebApp de moda sustentável tenha um recurso que permita aos usuários comprar e vender roupas de segunda mão diretamente por meio do aplicativo. No entanto, a equipa de desenvolvimento pode decidir que esse recurso não é viável ou está além do escopo da versão atual. Nesse caso, é importante documentar essa decisão e comunicá-la de forma clara.

Da mesma forma, os stakeholders podem esperar que a WebApp tenha um recurso que forneça informações detalhadas sobre o impacto ambiental de cada produto, como sua pegada de carbono ou uso de água. No entanto, a equipa de desenvolvimento pode decidir que esse recurso não é possível devido a limitações na disponibilidade ou precisão dos dados. Novamente, é importante documentar essa decisão e comunicá-la.

Ao documentar e comunicar essas exclusões, os stakeholders podem entender melhor os recursos e as limitações e podem fornecer feedback e sugestões para versões futuras. Isso pode ajudar a criar confiança e colaboração entre a equipa de desenvolvimento e os stakeholders e, em última análise, pode levar a um produto mais bem-sucedido e eficaz.