

RELATÓRIO – *Elaboration*

Análise

Conteúdos

Análise	1
1	Introdução
1.1	Sumário executivo
1.2	Controlo de versões
1.3	Estratégia de determinação dos requisitos
1.4	Referências e recursos suplementares
2	Reengenharia dos processos de trabalho
2.1	Novos processos de trabalho
2.2	Tecnologias potenciadoras e ambiente de utilização
3	Modelo do domínio
3.1	Mapa de conceitos do domínio
3.2	Ciclo de vida
4	Casos de utilização
4.1	Atores
4.2	Casos de utilização – visão geral
4.3	Relação dos conceitos com os casos de utilização
5	Aspectos transversais
5.1	Regras do negócio
5.2	Requisitos não funcionais
6	Protótipo das interações
	7

1 Introdução

1.1 Sumário executivo

Este relatório apresenta os resultados da 2^a iteração (fase de Elaboration, adaptada do método OpenUP), em que desenvolvemos a análise funcional do produto a desenvolver. O conceito do produto, caracterizado no relatório referente à Visão, serviu como ponto de partida para o trabalho de análise aqui apresentado. Os novos processos de trabalho incidem sobre a forma como fluxos decorrerão na loja online, desde a seleção dos produtos até a finalização da compra. Este relatório vai apresentar diagramas de modelos de atividades que descrevem, em detalhe, de como as pessoas irão interagir com a loja online e como todos os processos serão executados. Além disso, o relatório também apresenta as referências e alguns recursos suplementares utilizados para o desenvolvimento da loja online de venda de roupas ecológicas. O objetivo do relatório é fornecer informações detalhadas sobre o processo de análise funcional e os novos processos de trabalho para o desenvolvimento da My Fashion, visando garantir um produto final que atenda às expectativas dos utilizadores aos valores de sustentabilidade requeridos.

1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
10-05-2023	Anderson, David, Sebastian, Guilerme	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2
13-05-2023	Anderson, David, Sebastian, Guilerme	3.1, 3.2, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 6

1.3 Estratégia de determinação dos requisitos

A recolha dos principais requisitos foi feita realizando um estudo do mercado quer de venda de roupa, quer de venda de roupa ecológica. Foi feita uma análise cuidadosa das tendências deste mercado, bem como sugestões dos mesmos e reportagem de erros. Foram também criadas personas, que representavam diferentes tipos de utilizadores da web app como compradores conscientes do impacto da produção de roupa no meio ambiente.

Isto ajudou a ter uma visão clara dos diferentes perfis de utilizadores bem como as suas necessidades.

Também mencionar a identificação de requisitos sugeridos pelo grupo nas várias reuniões durante o desenvolvimento e pesquisa do trabalho.

1.4 Referências e recursos suplementares

Ao desenvolver a My Fashion, tomamos algumas referências e recursos suplementares para nos ajudar. Alguns dos recursos aos quais tomámos informação:

<https://www.kangu.com.br/blog/compras-online-dicas/>

<https://rockcontent.com/br/blog/processo-de-decisao-de-compra/>

<https://blog.quantosobra.com.br/como-atender-clientes-em-loja-de-roupa/>

<https://www.nuvemshop.com.br/blog/estrategias-marketing-para-e-commerce-modas/>

2 Reengenharia dos processos de trabalho

2.1 Novos processos de trabalho

O processo de compra de cliente na My Fashion é descrito nas seguintes etapas:

Primeiramente, o cliente acessa o site da loja e navega pelas categorias de produtos, utilizando filtros para encontrar os itens que mais lhe agradam. Em seguida, o cliente escolhe o produto desejado, seleciona o tamanho e a quantidade e adiciona ao carrinho de compras. Finalmente, o cliente finaliza a compra, selecionando o método de pagamento, e escolhe a opção de entrega.

Por parte do sistema, este registra o pedido e realiza a cobrança do pagamento. A loja prepara o produto para envio e envia a encomenda com transportadora selecionada. Para finalizar, o cliente recebe o produto e confirma a entrega do pedido.

2.2 Tecnologias potenciadoras e ambiente de utilização

A My fashion baseia-se principalmente num ambiente de compra online. Ou seja, os utilizadores irão recorrer à nossa plataforma web para poder adquirir os nossos produtos.

Esta plataforma terá que ser robusta e o mais intuitiva possível. Iremos aproveitar o uso das redes sociais para poder nos ajudar a chegar ao maior número de pessoas e para construir a nossa marca. Além disso, a nossa web terá sempre um método de pagamento seguro para maior confiança dos nossos clientes(paypal, multibanco, etc).

O armazenamento em nuvem é importante para a MyFashion, não só permite o armazenamento e gestão de grandes volumes de conteúdos digitais relacionados aos produtos mas também permite a segurança e backup em relação a estes dados.

3 Modelo do domínio

3.1 Mapa de conceitos do domínio

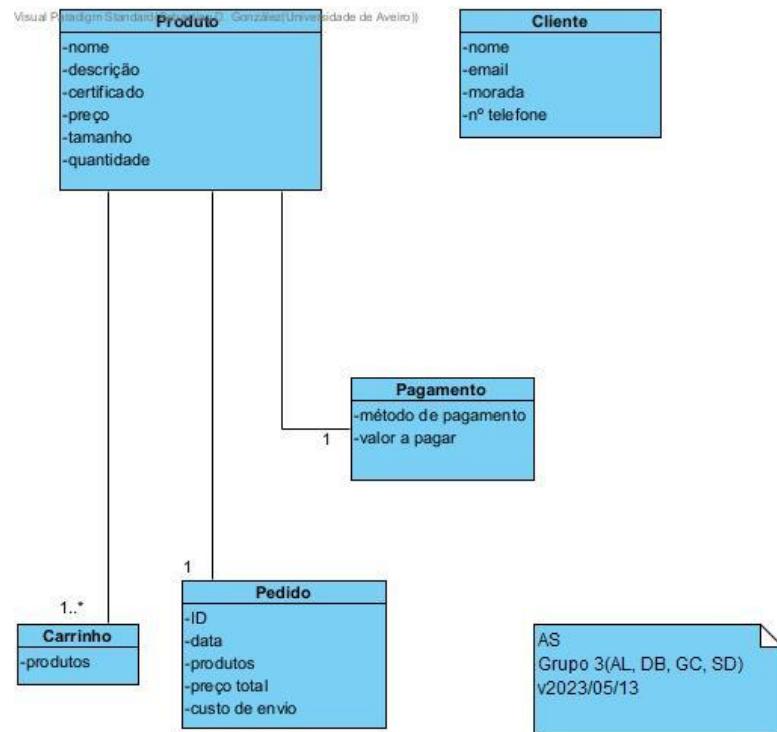
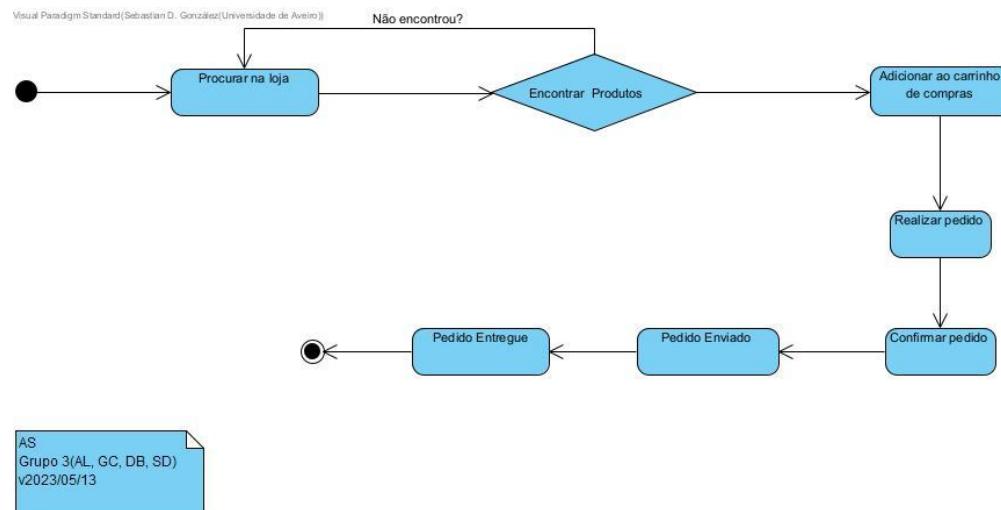


Diagrama 3: Modelo do domínio.

Conceito do domínio	Descrição
Produto	Representa um produto que está posto à venda na nossa loja. Inclui informações tais como nome, descrição, preço, tamanho e um certificado ecológico
Cliente	Uma pessoa para adquirir algum dos nossos produtos terá que criar uma conta. Depois disso ficará a fazer parte da nossa loja como Cliente. Um cliente inclui informações tais como nome, email, morada e nº de telemóvel
Pagamento	O cliente para realizar uma compra precisa de escolher um dos nossos métodos de pagamento e cada pagamento tem um valor associado
Carrinho	Antes de uma pessoa poder efetivamente poder adquirir um produto tem que, primeiramente, adiciona-lo a um carrinho que irá conter uma lista de produtos
Pedido	Depois de efetuado o pagamento é formado um pedido com todas as informações da compra efetuada. Inclui informações tais como um ID, uma data, os produtos adquiridos, preço total, custo de envio

Tabela 4: Descrição dos conceitos do domínio.

3.2 Ciclo de vida



4 Casos de utilização

4.1 Atores

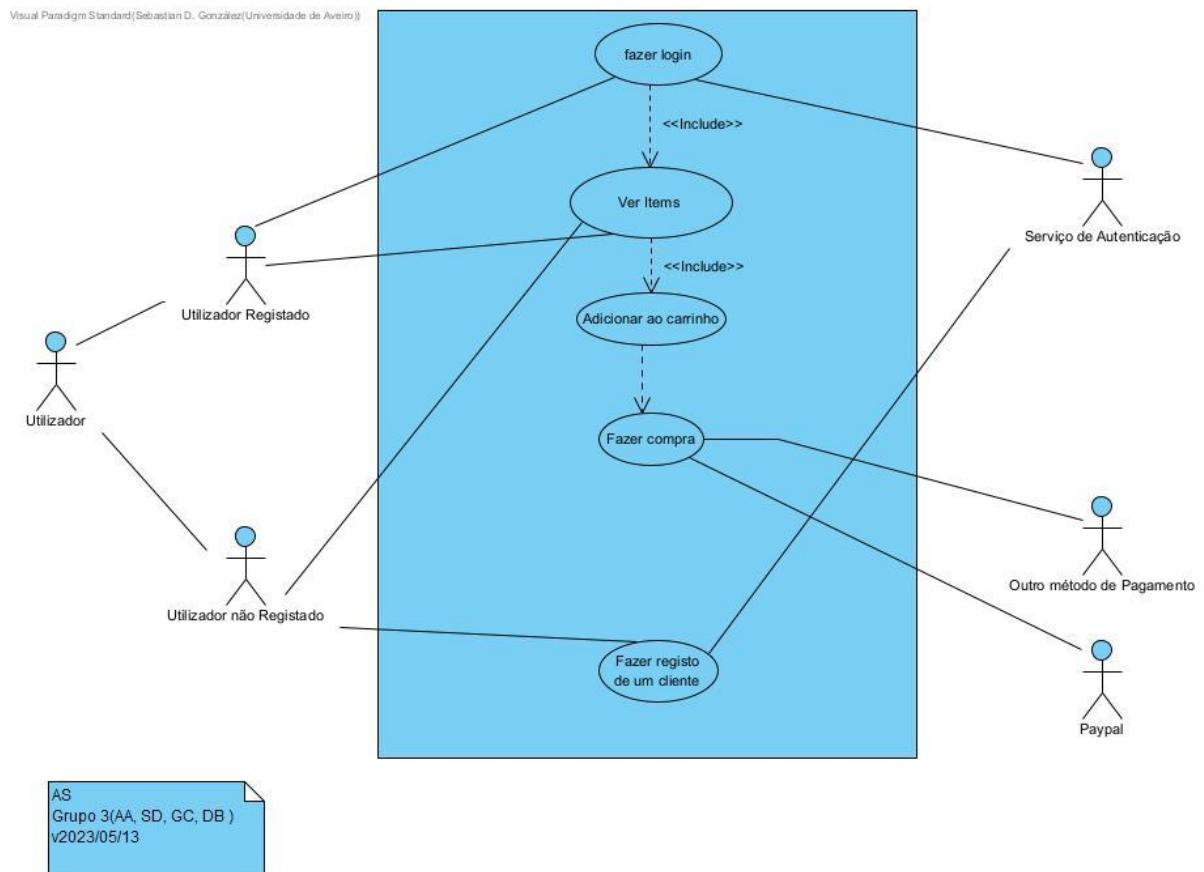
Table 7.2 Actor Definitions

Actor	Description
Customer	The <i>Customer</i> is a user of the system and a potential purchaser of tours.
Sales Clerk	A <i>Sales Clerk</i> is a user of the system and acts as a surrogate for either a Customer or a Tour Organizer.
Tour Organizer	The <i>Tour Organizer</i> is a user of the system and registers tours that are available for purchase.
System Administrator	The <i>System Administrator</i> is a user of the system and is responsible for ensuring the smooth operation of the system.
Business Administrator	The <i>Business Administrator</i> is a user of the system and is responsible for administering business-related information in the system.
CRM System	The <i>CRM System</i> is an external system that manages customer-related information.
Payment Engine	The <i>Payment Engine</i> is an external system and supports the transfer of money between monetary accounts.
Reservation System	The <i>Reservation System</i> is an external system and supports accommodation and transportation reservations associated with tour bookings.

Ator	Papel no sistema
Cliente	São as pessoas que utilizam a plataforma para realizar compras, ver produtos, etc
Investidores	Pessoas ou empresas que investem dinheiro na nossa plataforma para fazê-la expandir e crescer
Reguladores ambientais	Empresas que avaliam e facultam o certificado a cada peça de roupa para mostrar ao usuários que estas são de origem ecológicos
Outros Stakeholders	Empresas que apoiam a nossa causa e estão dispostas a colaborar com a nossa causa(exemplo: Tugas Lenha LDA)
Desenvolvedores da plataforma	Responsáveis pelas atualizações e desenvolvimento da plataforma web

Tabela 2: Atores do sistema.

4.2 Casos de utilização – visão geral



Caso de utilização	Sinopse
#1 Serviço de autenticação	Como o próprio nome diz este pacote é responsável pela gestão na autenticação do usuário na página
#1.1 Fazer login	Apenas um utilizador registrado pode fazer login na plataforma para poder realizar as outras ações
#1.2 Fazer Registo	Antes de poder fazer login um utilizador deve ter uma conta criada
#2 Fazer uma compra	Um utilizador quando pretende fazer uma compra com os itens que tem no carrinho de compras, deve selecionar um método de pagamento
#2.1 Paypal	Usar Paypal como método de pagamento
#2.2 Outro método de Pagamento	Usar outro método de pagamento sem ser Paypal

Tabela 3: Lista de casos de utilização do sistema.

4.3 Relação dos conceitos com os casos de utilização

Use case/Entidade	Vendedor	Cliente	Item	Publicação
Criar publicação	R/U		C	C
Fazer Registo	C	C		
Fazer Login	R	R		
Vender Produto	R			D
Comprar Produto		D	D	

Tabela 2: Rastreamento Casos de utilização e operações sobre os principais conceitos do domínio (Create, Update, Delete, Retrieve/Read)

5 Aspetos transversais

5.1 Regras do negócio

Uso de materiais sustentáveis	Todos os produtos vendidos pela loja devem ser fabricados utilizando materiais sustentáveis, como algodão orgânico, fibras recicladas ou tecidos eco-friendly.
Ausência de materiais prejudiciais	Os produtos não devem conter substâncias nocivas, como corantes tóxicos, pesticidas ou produtos químicos prejudiciais à saúde e ao meio ambiente.
Responsabilidade social	A loja deve ter uma política de responsabilidade social, apoiando causas ambientais e sociais, e pode destinar uma porcentagem das vendas para projetos sustentáveis ou doações para organizações sem fins lucrativos.
Transparência na cadeia de fornecimento	A empresa deve garantir a transparência em sua cadeia de fornecimento, fornecendo informações sobre os produtores, fabricantes e fornecedores envolvidos na fabricação dos produtos.
Embalagens sustentáveis	A loja deve usar embalagens eco-friendly, como caixas de papelão reciclado ou materiais biodegradáveis, minimizando o uso de plástico e outros materiais prejudiciais ao meio ambiente.
Comércio justo	A empresa deve buscar parcerias com fornecedores que sigam práticas de comércio justo, garantindo condições justas de trabalho e salários dignos para os envolvidos na produção das roupas.
Descarte responsável	A loja deve incentivar e facilitar o descarte adequado de roupas usadas, incentivando a doação, reciclagem ou reutilização, evitando que elas sejam descartadas em aterros sanitários.
Informação ao cliente	A loja deve fornecer informações claras e transparentes sobre os aspectos sustentáveis de seus produtos, como a origem dos materiais, os processos de produção e os impactos

	ambientais.
Educação ambiental	A loja pode promover a conscientização ambiental entre seus clientes, oferecendo informações sobre práticas sustentáveis de moda, dicas de estilo consciente e orientações sobre como cuidar das roupas de forma sustentável.
Parcerias sustentáveis	A empresa pode buscar parcerias com outras marcas e organizações sustentáveis, promovendo a colaboração e fortalecendo o movimento em prol da moda sustentável.

Nota: Qualquer ponto listado acima relacionado com materiais sustentáveis, diretamente ou indiretamente no produto terão de ter um certificado de sustentabilidade.

5.2 Requisitos não funcionais

Requisitos de usabilidade

Ref ^a	Requisito de interface e usabilidade	CaU relacionados
RInt.1	Usar fontes e cores que facilitem a legibilidade da informação. O texto deve ser legível a 1m do ecrã.	Todos.
Rint.2	Aplicação com interface intuitiva	Todos
R.int3	Conta de utilizador personalizável	CaU1.2

Requisitos de desempenho

Ref ^a	Requisito de desempenho	CaU relacionados
RDes.1	Garantir que todas as transacções MB demoram menos de 1 minuto	CaU2
RDes2	Garantir que a aplicação é capaz de suportar vários utilizadores	Todos
RDes.3	Garantir que a webApp é responsiva	Todos

Requisitos de segurança e integridade dos dados

Ref ^a	Requisito de segurança, privacidade e integridade de dados	CaU relacionados
RSeg1	Garantia de transferências seguras	CaU2
RSeg2	Garantia de utilização de passwords seguras e minimamente complexas(alfanumérica e símbolos)	CaU1.2 e CaU1.1
RSeg3	Garantir segurança , integralidade e privacidade dos dados pessoais dos utilizadores	Todos

Requisitos de interface com sistemas externos e com ambientes de execução

Ref ^a	Requisito de interface com sistemas externos e com ambientes de execução	CaU relacionados
RISe.1	Integração de um sistema de pagamento eletrónico	CaU.2
RISE	Integração de uma base de dados segura para armazenamento dos dados do utilizador	Todos

6 Protótipo das interações

Link Figma:

<https://www.figma.com/file/FCMZpE0fa8ITDIhtD0iVOx/My-Fashion?type=design&node-id=0%3A1&t=W4tsoh7kjF7YHVeZ-1>



Fig 1: Home page

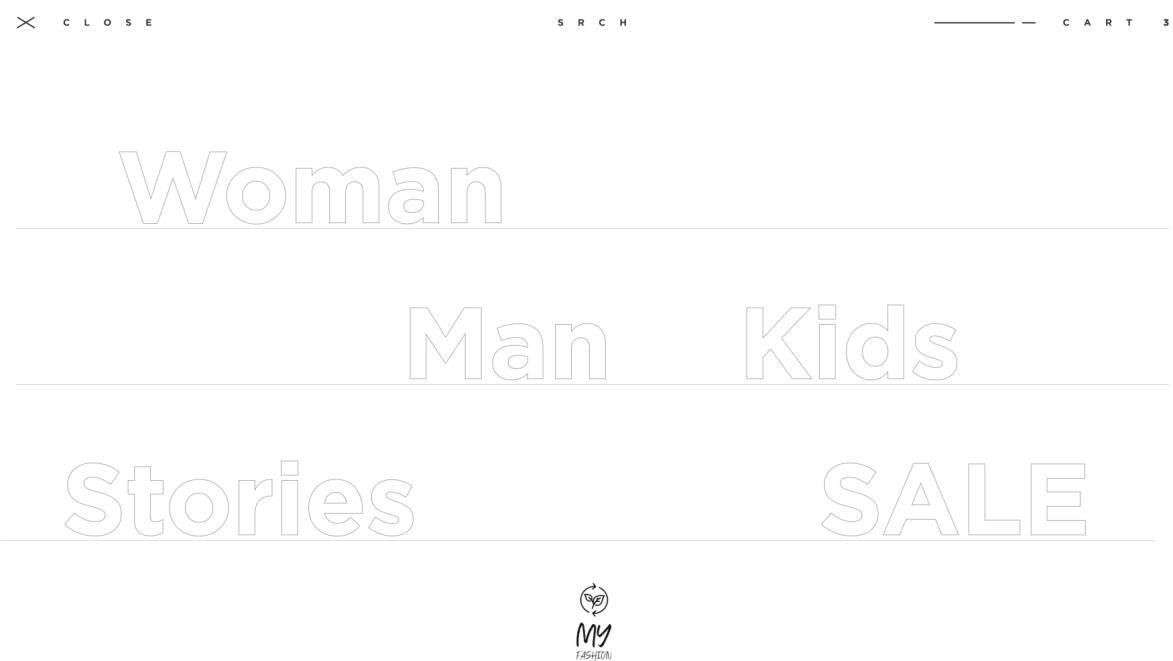


Fig 2: Menu de escolha



Fig 3: Search



— M E N U

X C L O S E

— C A R T 3

men t-shirt



BUGS BUNNY © WARNER BROS, INC T-SHIRT
\$18



T-SHIRT WITH EMBROIDERED TEXT
\$18



NEON T-SHIRT
\$18



ESSENCE T-SHIRT WITH POCKET
\$18



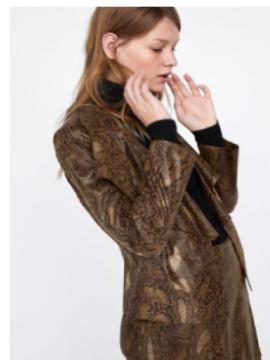
ESSENCE
\$18



M E N U

S R C H

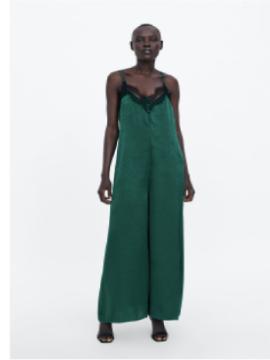
C A R T 3

WAISTCOAT WITH CONTRAST PIPING
\$24ANIMAL PRINT OVERSIZED JACKET
\$24FAUX SUEDE ANIMAL PRINT JACKET
\$62 \$26

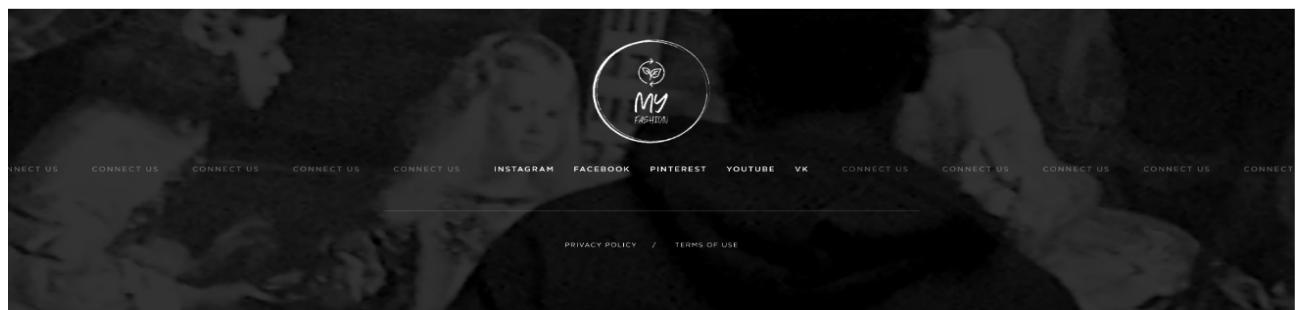
— Woman
Man
Kids
Sale

— Size S, M, L
Colour Any
Additional Any
Price Any

Reset all

KNITTED SWEATER WITH KNOT
\$20 \$14JEANS ZW PREMIUM NEW CHINO
\$20OVERSHIRT WITH POCKETS
\$32FROCK COAT WITH ZIPS
\$42TEXTURED SWEATER WITH THREAD
\$16LACE-TRIMMED SATIN JUMPSUIT
\$62 \$26

M O R E





M E N U

S R C H

C A R T 3



Main page / Catalog / Coat & Jackets

WAISTCOAT WITH CONTRAST PIPING**\$24****DESCRIPTION**

Round neck waistcoat featuring front welt pockets, contrast trims, a pleat in the back and metal appliqué fastening in the front.

SUMMARY

Color: Navy Blue
Height of model: 177 cm. / 5' 9"
2380/749

Choose size

S

Add to cart

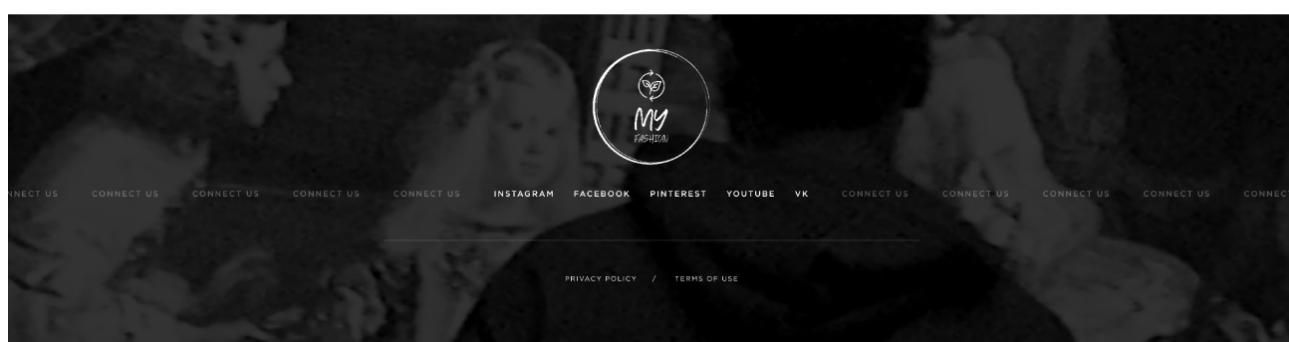
 100% sustainable approved by
Ecology Action Center

Environmental impact

10%

MATCH WITHWHITE SHIRT WITH FEATHERS
\$20 \$16PRINTED FLOWING TROUSERS
\$20TRACK SOLE ANKLE BOOTS
\$32**SIMILAR ITEMS**KNIT WAISTCOAT WITH VENTS
\$34WAISTCOAT WITH VENTS
\$52WAISTCOAT WITH POCKETS
\$48TEXTURED WAISTCOAT WITH COLLAR
\$29

M O R E





— M E N U

S R C H

— — C A R T 4

Main page /

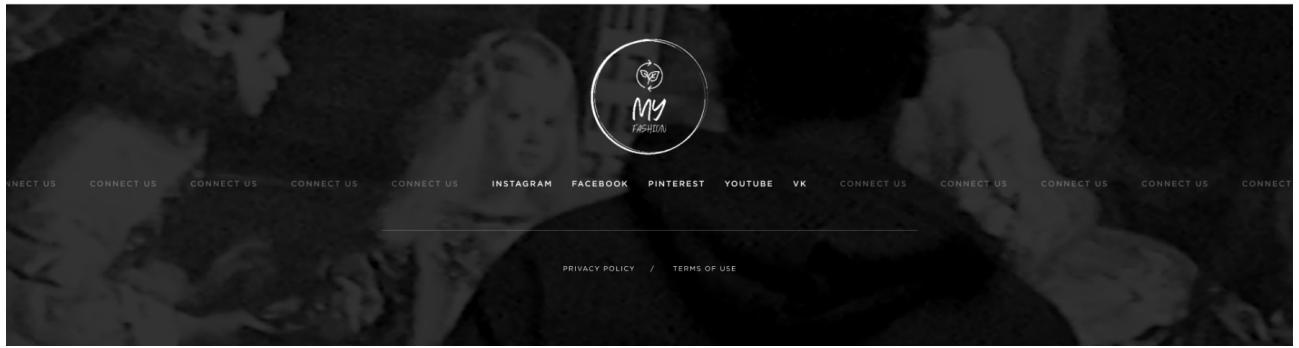
<

SHOPPING CART

PRODUCT	COLOUR	SIZE	UNITS	AMOUNT	
	WAISTCOAT WITH CONTRAST PIPING REF. 3121/810	NAVY BLUE	M ▾	- 1 +	\$24
	PRINTED FLOWING TROUSERS REF. 9479/241	PURPLE	M ▾	- 1 +	\$20
	TRACK SOLE ANKLE BOOTS REF. 7712/312	BLACK	38 ▾	- 1 +	\$32
	WHITE SHIRT WITH FEATHERS REF. 6321/441	BLACK	S ▾	- 1 +	\$20 \$16

TOTAL: \$92

[Checkout now →](#)

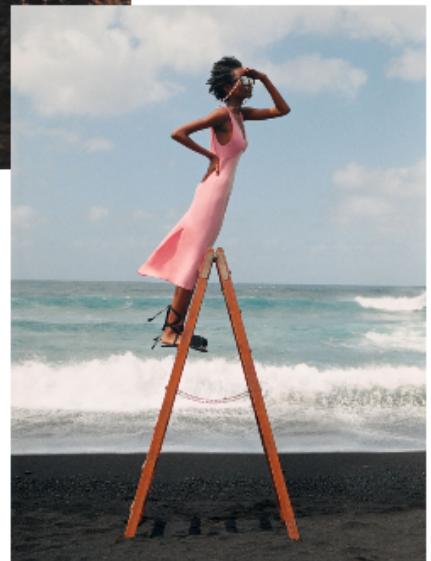
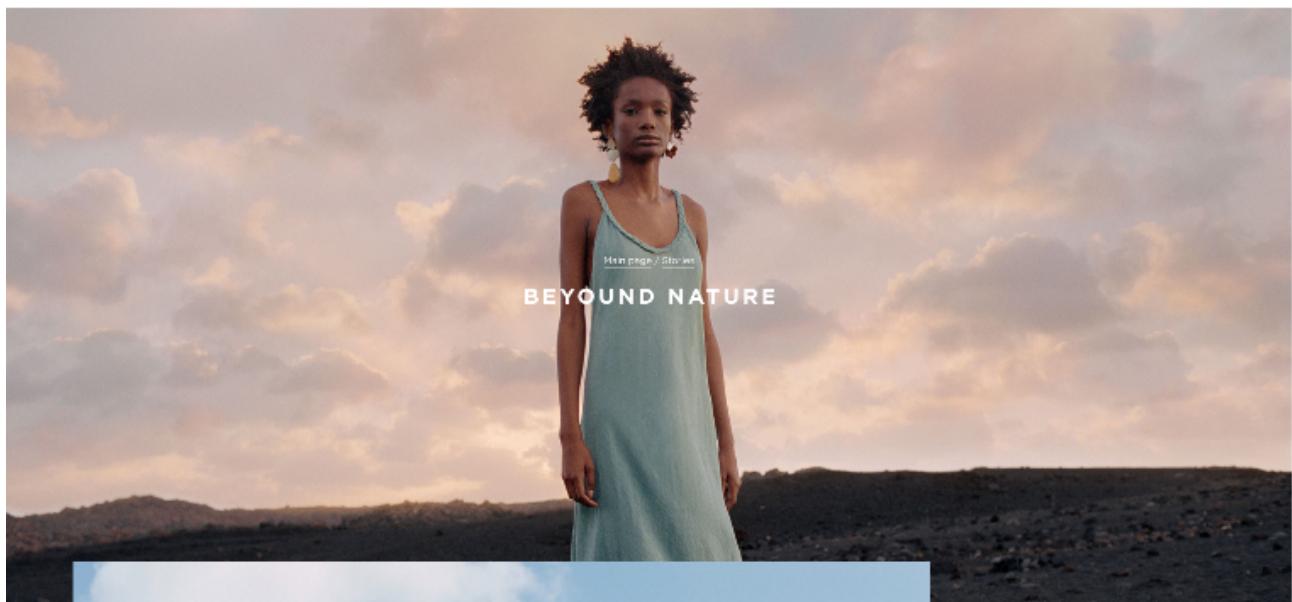




MENU

SEARCH

CART 4





— M E N U

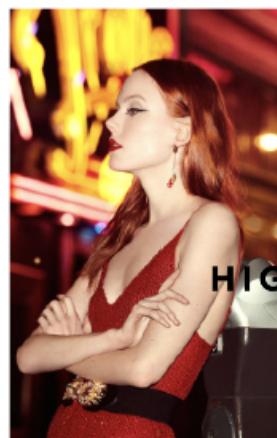
S R C H

— — — C A R T 4

Main page /

STORIES

SELECTED

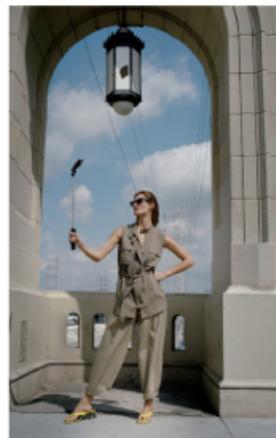


HIGH VOLTAGE

Spring-summer. Woman 2019.

TAILORING

Spring-summer. Man. All time.



THE TOURIST

Spring-summer. Woman 2019.



