

Badgio

Projeto em Engenharia Informática - 2020/2021

Universidade do Minho





Problema



Problema



Quebras no comércio

Turismo representou em 2019
7% do comércio mundial



Dados não confiáveis

Medir o sucesso de roteiros e
outros eventos



Oportunidade



Fornecimento de dados fidedignos ao
cliente, de forma a criar novas
estratégias de negócio



Promover um maior fluxo de pessoas em
estabelecimentos aderentes



Solução



Gains



Dados

Informações sobre locais de interesse



Baixo custo

Ter um baixo custo inicial

Estabelecimentos



Digital

App móvel moderna e minimalista



Guia

Facilitar a busca de locais de interesse

Utilizadores

Gain creators



Gratuidade

Propor aplicação móvel gratuita



Descoberta

Aumentar visitantes em estabelecimentos



Informação

Autenticidade dos dados obtidos



Dashboards

Aferir popularidade de atrações turísticas

Pains



Vendas

Diminuição do fluxo de consumidores



Investimento

Custo de uma aplicação dispendiosa

Estabelecimentos



Privacidade

Utilizar localização do telemóvel



Preços

Inexistência de incentivos para visitar locais

Utilizadores

Pain relievers



Exposição

A adesão irá aumentar o número de consumidores



Económico

Aumentar visibilidade com baixo custo inicial



Segurança

Não recorre à localização do dispositivo



Aspeto

Apresentar uma interface cuidada

Customer Jobs



Sucesso

Aferir o sucesso de iniciativas/roteiros



Publicidade

Promover o turismo



Gamification & Cultura

Completar coleções e participar em eventos

Products & Services



Dashboards web

Agregação de dados sobre os utilizadores



App móvel

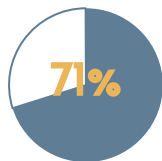
Colecionar *badges*, receber ofertas e completar coleções



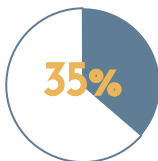
Análise de Mercado



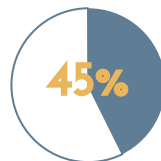
Mercado



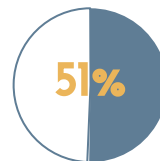
Usam o *smartphone* pelo menos uma vez por semana por motivos turísticos



Descobrem aplicações ao navegar na *App Store*



Receber notificações da suas aplicações de turismo é útil



São usadas pelo menos 1 vez por mês

Badgio

Competir com a concorrência

- Possibilidade de o utilizador decidir partilhar a sua localização
- Autenticidade dos dados recolhidos
- Agregação de múltiplas funcionalidades que estão disponíveis em várias aplicações já existentes
- *Gamification*
- Interface apelativa

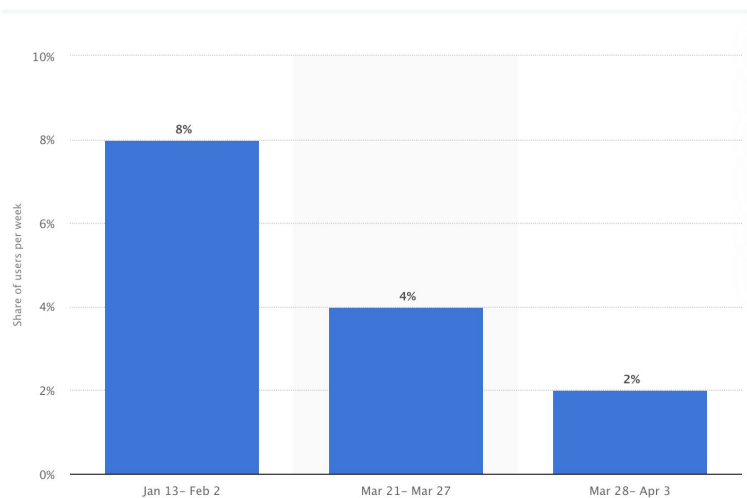
Entrada no mercado

- Existência de aplicações semelhantes que se encontram bem fixadas no mercado
- Falta de capital

Saída do mercado

- Compromissos com parceiros

Indústria Atualmente



Percentagem de utilizadores que utilizaram aplicações de turismo num dos países mais afetados pela pandemia.

Condicionantes



SARS-COV-2

Restrições na mobilidade (doméstica e externa)



Psicológico

Hesitação em estar em situações de risco



Análise Estratégica



Análise Estratégica



Missão

Aproximar os visitantes dos seus locais de interesse.

Visão

Ser uma empresa com crescimento sustentável ao nível de parcerias.

Valores

Integridade

Inovação

Dedicação

Simplicidade

Análise Estratégica

Vantagens Competitivas

Vantagens

- Utilização de tags NFC
- Coleção de informações fidedignas

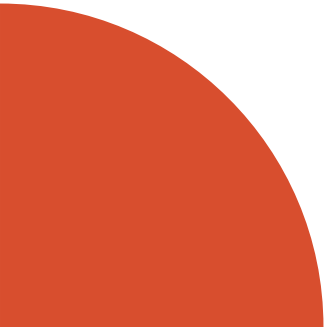
Fatores Críticos de Sucesso

- Qualidade dos dados disponibilizados
- Design e funcionalidades da plataforma móvel
- Adesão de comerciantes, turistas e associações comerciais

Análise Estratégica



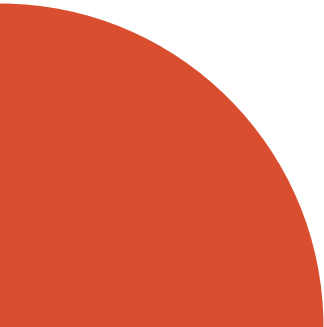
Estratégia Concorrencial

- Foco na privacidade
 - UI minimalista
 - Eliminar máximos bugs possíveis
 - Fraca cobertura
- 

Análise Estratégica



Objetivos Estratégicos

- Adesão de pontos turísticos e estabelecimentos particulares estabelecidos
 - Acordos com associações comerciais e câmaras municipais (para a inclusão de eventos)
 - Publicitação da plataforma
- 

Análise Estratégica

Estratégia - Plano de Crescimento

Cidade de Braga

Ligação à CMB e comércio local, de modo a criar uma base inicial de utilizadores.

Região Norte

Adição de parcerias com câmaras municipais adicionais da Região Norte do País.


Região Centro e Norte de Espanha

Entrada no mercado espanhol, com foco na Galiza enquanto nos introduzimos na Região Centro de Portugal.

Análise Estratégica



Cadeia de Valor Interna

- Equipa de Desenvolvimento
 - Equipa de Marketing
 - Equipa de Design
 - Equipa de Gestão
 - Equipa de Contabilidade
 - Equipa de RH
- 

Análise Estratégica

PEST - Económicos

Anos	2015	2016	2017	2018	2019
Taxa de crescimento do PIB [1]	1,79%	2,02%	3,51%	2,44%	-
Taxa de inflação [2]	0,5%	0,6%	1,4%	1,0%	0,3%
Taxa de desemprego [3]	12,4%	11,1%	8,9%	7,0%	6,5%
Turismo em % do PIB [4]	17.12%	17.65%	17.89%	19.08%	19.76%

Fontes:

[1] <https://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+crescimento+real+do+PIB-2298>

[2] [https://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+Infla%a7%c3%a3o+\(Taxa+de+Varia%a7%c3%a3o+do+%c3%8dndic+de+Pre%a7os+no+Consumidor\)+total+e+por+consumo+individual+por+objectivo-2315](https://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+Infla%a7%c3%a3o+(Taxa+de+Varia%a7%c3%a3o+do+%c3%8dndic+de+Pre%a7os+no+Consumidor)+total+e+por+consumo+individual+por+objectivo-2315)

[3] [https://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+desemprego+total+e+por+sexo+\(percentagem\)-550](https://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+desemprego+total+e+por+sexo+(percentagem)-550)

[4] World Travel and Tourism Council Data + visualização dos dados:
<https://knoema.com/WTTC2019/world-travel-and-tourism-council-data>

Análise Estratégica

PEST - Tecnológicos

Anos	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de Terminais Multibanco (POS) em Estabelecimentos Comerciais [1]	-	17.716	18.499	19.976	20.956
Nº Total de Operações em POS [1]	-	48926	53.567	58.952	64.571
Nº de Utilizadores MBWay [2]	-	-	-	-	2.000.000+

Fontes:

[1] <https://www.multibanco.pt/estatisticas/>

[2] <https://www.mbway.pt/ja-somos-2-milhoes-de-utilizadores/>

Análise Estratégica

Análise dos Competidores

Factor	Badgio	Foursquare Swarm	Tripadvisor	Google Maps
Oferta de Recompensas	5	4	1	1
Customização	3	4	3	4
Reconhecimento	1	3	4	5
Privacidade	5	2	2	-5
Gamification	5	3	2	2

Análise Estratégica

Análise SWOT

Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Baixo custo; Equipa jovem e empreendedora; Tecnologia atual (NFC); Contacto com ACB; Dados e estatísticas relevantes;	Pouca experiência; Produto <i>from scratch</i> ; Fonte de rendimento ainda não determinada;	Entrada no mercado de turismo que se encontra em défice devido à pandemia; Produto tecnologicamente inovador; Criar uma experiência de <i>gamification</i> na visita a locais de interesse;	Entrada de novos concorrentes; Perda do interesse por parte da ACB e CMB; Pouca adesão por parte de particulares; Más avaliações de utilizadores;



Modelo de Negócio



Modelo de Negócio



Parceiros Chave

- Pelouro do Turismo e Cultura na Câmara Municipal de Braga
 - Associação Comercial de Braga
 - Turismo do Porto e Norte de Portugal
 - Fornecedor de tags NFC
 - Fornecedores de Infraestruturas Cloud
- 

Modelo de Negócio



Atividades Chave

- Adição de novas funcionalidades
- Correção de ‘bugs’
- Manutenção da plataforma
- Adição de contratos com Câmaras Municipais e Associações Comerciais

Modelo de Negócio

Relações com os Clientes

- Ligação pessoal com os clientes (no local, por telefone, por e-mail)
- Auto-serviço com utilizadores da aplicação móvel

Canais de Distribuição

- App Store e Play Store
- Navegadores Web

Modelo de Negócio



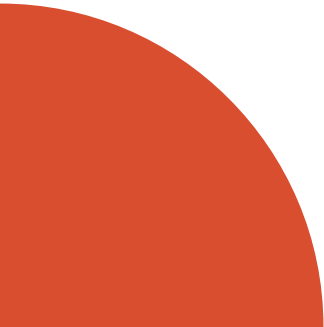
Estrutura de Custos

- Recursos humanos
 - Infraestrutura Cloud
 - Desenvolvimento tecnológico
 - Marketing
 - Criação das tabletas de tags
 - Compra de tags NFC
 - Distribuição de tags NFC
- 

Modelo de Negócio



Lucro

- Preço base por tag
 - Cobrar por nº de badges redimidos
 - Subscrição para aceder aos *dashboards*
 - Inicialmente: Subscrição com preço baixo
 - Futuramente: Subscrição com preço mais elevado na qual existem descontos conforme o nº de badges redimidos
 - Anúncios para o utilizador
- 

Badgio

Projeto em Engenharia Informática - 2020/2021

Universidade do Minho

- André Gonçalves (a80368)
- Diogo Gonçalves (a81860)
- Francisco Reynolds (a82982)
- José Costa (a82136)
- Luís Alves (a80165)
- Miguel Carvalho (a81909)
- Rafaela Rodrigues (a80516)

