

Project Charter

Team Elements

Course:		Engenharia Informática
#	Student Number	Student Name
1	20190800	Rafael Santos
2	20190908	João Alves

Note: students should organize themselves for the constitution of the group; each group is between 2 and 3 students.

Project Name: A Better Camp

Project Acronym: BC

Conteúdo

Enquadramento	3
Project Goals:.....	3
Key Words.....	3
Competitive Analysis.....	4
Target e Proto-Personas	5
Guiões de Teste	7
Mockup.....	8

Enquadramento

A solidão é condição, causa e consequência de variados problemas de saúde física e mental em Portugal e no mundo, como a obesidade, depressão e sedentarismo, podendo afetar qualquer pessoa, independentemente do seu género, idade, rendimento ou classe social. Por sua vez, o isolamento social obrigatório a que a sociedade foi submetida nos últimos anos, no âmbito do COVID-19, veio agravar esta problemática, e mais do que nunca, é necessário criar medidas de combate e prevenção da mesma.

O objetivo deste projecto é precisamente prevenir e combater, com o auxílio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a solidão e exclusão social e, da mesma forma, promover a saúde física e mental e a cooperação e participação/ envolvimento cívico dos cidadãos. De modo a alcançar este objetivo, serão adotadas medidas específicas que envolvam os membros de uma comunidade (online) a promoverem eventos de convívio presencial. O outcome desejado é alertar para o perigo de incidência de doenças consequentes da solidão e sedentarismo, como as doenças cardiovasculares, hipertensão e diabetes (as principais causas da mortalidade em Portugal), e da mesma forma, alertar e combater doenças mentais como a depressão e ansiedade, que podem resultar/ conduzir ao suicídio.

A verdade é que a Revolução Tecnológica e o atual paradigma das redes sociais tornou possível a comunicação e criação de relações entre pessoas de toda a parte do mundo, mas não podemos deixar de refletir sobre algumas consequências do uso excessivo desta mesma tecnologia, como a deterioração de relações sociais e o aumento da solidão e sedentarismo. Nesta era digital, nunca estivemos tão conectados e tão sós ao mesmo tempo. Como cidadãos do mundo, cabe-nos a todos pensar e agir coletivamente para combater esta pandemia silenciosa.

Assim, o nosso projecto visa a organização de um programa que reúna pessoas de diversas faixas etárias – jovens adultos (18–27 anos), adultos (28–54 anos) e idosos (+55 anos). Este consistirá na organização de atividades inseridas no âmbito de campos de férias, situados em vários pontos do país, em parques naturais, reservas etc.. Este programa visa sensibilizar as pessoas sobre a problemática em questão e promover o envolvimento e a coesão social das diversas faixas etárias, através da realização de atividades e *workshops* que promovem a partilha de informação e cooperação entre os participantes. O foco será em promover hábitos de vida mais saudáveis focados na saúde mental e física, com a coordenação por profissionais destas áreas em questão.

Project Goals:

«specific identification of an objective or expected outcome related to the project proposal»

1. *Workshops* sobre “Vida Saudável/ Nutrição” – *Outcomes* desejados: sensibilização para uma melhor alimentação dos participantes
2. Atividades físicas ao ar livre (yoga, dança, caminhadas, etc.) – *Outcomes* desejados: combater o sedentismo e obesidade
3. Atividades em grupo como jogos
4. Limpeza de espaços verdes – *Outcomes* desejados: sensibilização social e participação cívica

Key Words

Saúde, *Workshops*, Atividades, Soluções, Problemas

Competitive Analysis

Depois de uma pesquisa detalhada, achamos alguma dificuldade em comparar este projeto com algum tipo de produto no mercado, por isso decidimos recolher alguns campos de férias com diversos temas.

Conseguimos juntar três exemplos de projetos/produtos que ofereciam serviços de certa forma parecido ao nosso projeto de certa forma foram eles o MyCamp, Campo Aventura e o Science4you. Em cada um destes exemplos vamos mostrar alguns pontos positivos e negativos de cada um destes projetos.

- **MyCamp**

- Vantagens: Site bastante completo e muito intuitivo com muita informação sobre o campo, apresenta bastantes vídeos das atividades e de passadas experiências e conta também com feedback de antigos clientes. Também contam com bastantes prémios e programas escolares e inscrição online.
- Desvantagens: Apesar de falarem do campo em questão não mostram nenhum tipo de utilização de sistemas geográficos o que poderia ser uma mais-valia para um cliente ver o campo em primeira mão online.

- **Science4you**

- Vantagens: Site simples e bastante apelativo e uma ótima forma de cativar amantes de ciência visto que não existem campos de férias focados nesse ramo.
- Desvantagens: O foco desta entidade não é inteiramente os campos de férias, mas sim as lojas com diversos produtos orientados para o tema das Ciências o que faz com que para um utilizador que queira saber mais sobre o campo tenha uma dificuldade extra. Não apresenta muitas imagens de antigas atividades e apenas para além de uma breve introdução e explicação apenas apresenta o preço por dia ou por semana e o seu contacto por mail ou telemóvel.

-

- **Campo Aventura**

- Vantagens: Site bastante informativo também com bastantes imagens e testemunhos e com um sistema de comentários de antigos clientes com resposta aos mesmos. Para além do público alvo ser crianças e jovens, procuram realmente assegurar os pais com vários guias para os mesmos e apresentam bastantes vídeos do campo.
- Desvantagens: Apesar de muito informativo não parece ser o UI mais apelativo e apresenta um aspeto muito antigo e conta com algumas falhas em termos de interface.

- **A Better Camp**

- Vantagens: Bastante abrangente, visto que tem por objetivo a inclusão de todas as faixas etárias e a promoção da saúde mental e física das mesmas. No entanto, a parte de *gamification* e a ecoinovação são fatores que nos diferencia dos outros projetos já existentes.

Target e Proto-Personas

O publico alvo para o nosso projeto como já antes mencionado são todas as pessoas entre as idades dos 18 aos 65 e residentes na zona de Lisboa e Vale do Tejo, que pretendam participar e socializar durante uma semana com pessoas da sua faixa etária entre várias atividades e workshops.

Será também fácil de presumir que existirão alguns obstáculos, nomeadamente as pessoas mais jovens a trabalhar ou a estudar ou até mesmo a faixa etária mais adulta em relação ao trabalho. Presumimos também que estas pessoas já estariam interessadas e motivadas depois de aconselhamento médico nos Centros de Saúde, sendo também este um dos aspetos importantes da entidade promotora já antes referida.

Um dos aspetos importantes deste projeto é também o facto que o mesmo seria financiado e que o custo não seria algo importante para os intervenientes. Salientar o facto que mesmo que o publico alvo seja este tipo de indivíduos, a publicidade ao projeto tornava-se também importante para pessoas como pais e filhos que gostariam e até aconselhassem a membros da sua família a participar.

Depois de perceber um pouco sobre o nosso publico alvo, é necessário nos metermos mais na pele de um possível cliente e pensar que dentro deste estereótipo, que tipo de pessoa iria gostar de conhecer mais sobre o nosso projeto ou até participar no mesmo.

Para isso construímos estas quatro diferentes personas, de vários géneros, idades, estaturas e diferentes objetivos na vida, mas que de diferentes maneiras poderão achar o nosso projeto interessante ou como já dito participar no mesmo.



Fig.1 – Persona (Ricardo Seia).

Esta pessoa, trata-se de um jovem bastante novo que ingressou pela primeira vez na faculdade, tem alguns hábitos sedentários, mas que socializa com os seus amigos mais próximos, mas gostaria de alcançar mais pessoas com os mesmos interesses, neste caso pessoalmente.



Fig.2 – Persona (Adelaide Portugal).

A nossa segunda pessoa, é uma idosa bastante independente e que gosta bastante de se sentir jovem e de se desafiar no dia-a-dia, tem uma família grande e gosta bastante dos seus netos e gostaria de ser mais ativa e de arranjar um novo hobby visto que sente que tem bastante tempo livre.



Fig.3 – Persona (Paula Pires).

Decidimos escolher como terceira pessoa, alguém mais adulto empregado, mas que se sente triste com a sua carreira e com a sua aparência e estilo de vida. Esta “mulher” teve um casamento difícil e neste momento é divorciada e gostaria de dar uma reviravolta por completo na sua vida.

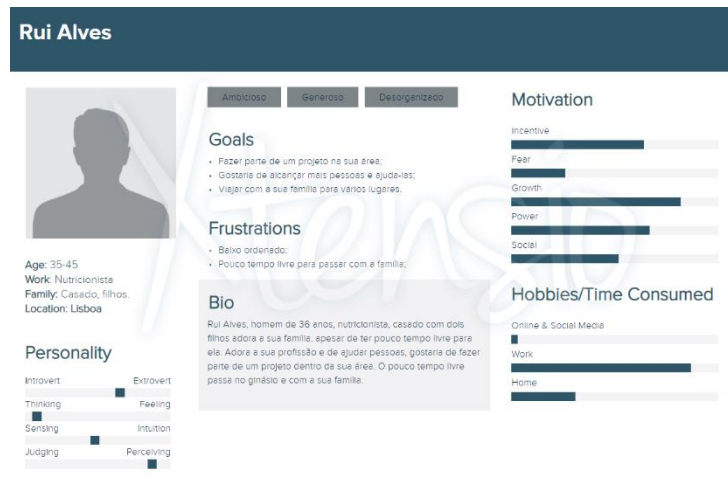


Fig.4 – Persona (Rui Alves).

Finalmente decidimos por último mostrar alguém apaixonado pelo seu trabalho, adulto com família, bastante ambicioso e feliz. Sendo nutricionista gostaria de participar em projetos na sua área e procurava ajudar ainda mais pessoas.

Guiões de Teste

Inscrição para participar durante uma semana no campo

- **Assunção:** cliente acede á pagina e clica numa hiperligação para fazer a inscrição para uma certa semana num parque a sua escolha.
- **Descrição:** o cliente vai ser redirecionado para uma pagina de inscrição em que o mesmo terá que fornecer algumas informações importantes como o nome, idade, contacto, semana e que campo deseja escolher. Depois do mesmo preencher com todos os dados necessários e clicar em enviar a inscrição, o sistema vai guardar os dados mas este novo registo não irá ser confirmado até contacto com o mesmo.
- O sistema vai receber os dados deste novo cliente, neste procedimento o estado do mesmo será atribuído como por confirmar, ate o mesmo ser contactado ou até confirmar a inscrição no campo.

Inscrição para possível voluntário/monitor

- **Assunção:** possível voluntário gostaria de participar na iniciativa e acede ao site para saber mais sobre a iniciativa e clica na pagina dos monitores para se inscrever.
- **Descrição:** o voluntário vai ser redirecionado para uma pagina com alguma informação sobre o trabalho dos monitores, algumas vantagens e regalias (*Gamification*) sobre exercer tal trabalho e no fim da pagina consegue preencher e enviar o seu CV e alguns dados sobre o mesmo em virtude que mais tarde seja contactado para que se junte à equipa.
- O sistema vai receber os dados deste possível novo voluntário, neste procedimento o sistema vai guardar todas as informações para que seja possível que alguém responsável pelo recrutamento dos monitores consiga proceder a uma pequena entrevista e possivelmente a futura entrada na equipa deste voluntário.

Apresentação de todas as atividades e workshops do campo

- **Assunção:** possível futuro cliente decide explorar o sistema e clica na zona de informações de todas as atividades e workshops disponíveis no campo.
- **Descrição:** o cliente vai ser redirecionado para uma pagina de informações sobre as atividades e workshops e vai ser apresentado todas as mesmas que irão ser feitas na presente semana e futuros workshops e atividades nas restantes semanas.
- O sistema vai enviar todos os dados (atividades e workshops) da presente semana ao cliente e o mesmo poderá consultar mais informações sobre os mesmos.

Mockup

Relativamente à estrutura da interface do próprio projeto/site, decidimos manter o site simples e bastante informativo. A interface vai de conta aos main tasks já antes referidas como por exemplo o facto de existir uma página inicial com todos os dados mais superficiais sobre o campo.

Esta página será o nosso index, funcionando como página principal para navegação para todas as outras como mostrado no diagrama. Iremos contar com páginas informativas sobre os workshops e atividades bem como sobre os monitores. Ambas estas páginas vão contar com interfaces de inscrição tanto para futuros clientes como futuros colaboradores/monitores.

