



Faculdade de Design,  
Tecnologia e Comunicação  
Universidade Europeia

# Project Charter – *Better Camp*

## Etapa 2

Licenciatura em Engenharia informática

2021/2022

Discentes:

Rafael Santos 20190800

João Alves 20190908

# Índice

1	INTRODUÇÃO.....	3
2	IDEIA- A <i>BETTER CAMP</i> .....	4
2.1	<i>STAKEHOLDER</i> .....	5
2.2	<i>MAIN TASKS</i> .....	6
2.3	<i>COMPETITIVE ANALYSIS</i> .....	7
3	<i>USER RESEARCH</i> .....	9
3.1	<i>AUDIENCE/TARGET</i> .....	9
3.2	<i>PERSONAS</i> .....	10
3.3	<i>INFORMATION ARCHITECTURE</i> .....	14

## 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 projeto 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 tornaram 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 projeto 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.

## **Ideia - *A Better Camp***

*A Better Camp*, foi uma ideia que surgiu depois da necessidade de combater alguns problemas que sempre existiram relacionados com cuidados de saúde primários principalmente sedentarismo, obesidade, solidão, doenças estas que são as mesmas que causam mais casos de morbilidade e mortalidade em Portugal.

Um dos grandes objetivos é tornar esta experiência gratuita para toda a gente que poderia participar com alimentação, atividades, transporte e alojamento durante uma semana, e cada uma destas semanas irá se focar em vários grupos etários diferentes, visto que cada um destes grupos necessita de diferentes intervenções.

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.

Estes campos vão ser situados em campos, reservas ou parques naturais com objetivo também de sensibilizar para limpeza destes espaços.

## ***Stakeholder***

Uma possível entidade que poderia estar interessada em participar ou ajudar no projeto seria a Administração Regional de Saúde de Lisboa e Vale do Tejo, Instituto Público (**ARSLVT, I.P.**).

Esta entidade tem como missão, garantir à população, da Região de Lisboa e Vale do Tejo, o acesso à prestação de cuidados de saúde de qualidade, adequando os recursos disponíveis às necessidades em saúde e cumprir e fazer cumprir o Plano Nacional de Saúde.

O objetivo dos cuidados de Saúde Primários são a promoção da saúde e prevenção da doença e assim sendo através deste projeto poderá prevenir doenças tais como a obesidade, HTA, doenças cardiovasculares e depressão levando a uma diminuição de morbilidade e mortalidade em Portugal.

Com tudo isto dito, seria uma entidade bastante interessante e que poderia ser algo bastante bom para promover o projeto e também ao mesmo tempo financiar o mesmo, visto que a finalidade do nosso projeto e desta entidade são bastante idênticas.



Fig.1 – Logo ARSLVT, IP

## ***Main Tasks***

O nosso projeto/site visa responder a alguns objetivos neste caso pretendemos que os nossos clientes tenham facilidade em juntar-se a esta experiência. Com isto dito uma das principais tarefas será mostrar informação sobre o campo, o objetivo do projeto e muitas mais informações.

Também procuramos em oferecer experiência e trabalho renumerado a pessoas interessadas a tornarem-se monitores e teremos uma página que irá mostrar benefícios e a missão do projeto, como também a mesma conta com um formulário para possível inscrição para algum tipo de individuo se tornar um monitor. (*Gamification*)

Com o trabalho de pesquisa relativamente á nossa competição conseguimos reparar que seria importante mostramos fotos das atividades e do campo em si, para que futuros clientes tenham uma perspetiva mais clara do mesmo.

Como isto trata-se de um site informativo e não de uma App, achamos interessante visto que não existe a facilidade de existir um rating próprio da mesma, contarmos com uma secção com a opinião de vários clientes e próprias testemunhas.

Por último será interessante mostrar todo o tipo de *workshops* e atividades que vão decorrer no campo, quais os profissionais encarregues pelas mesmas.

## ***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.



# *User Research*

## **Audience/Target**

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.

## Personas

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.

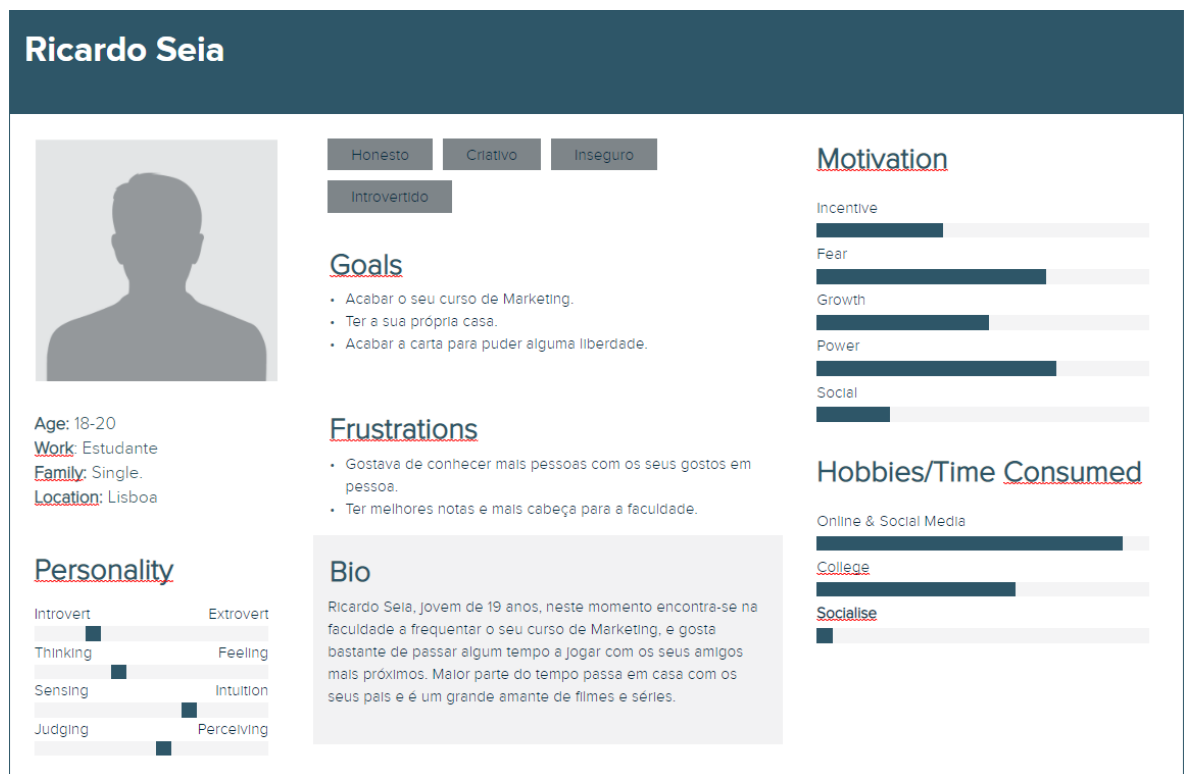


Fig.2 – Persona (Ricardo Seia).

Esta *persona*, 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.3 – UX Journey (Ricardo Seia).



Fig.4 – Persona (Adelaide Portugal).

A nossa segunda *persona*, 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.5 – UX Journey (Adelaide Portugal).

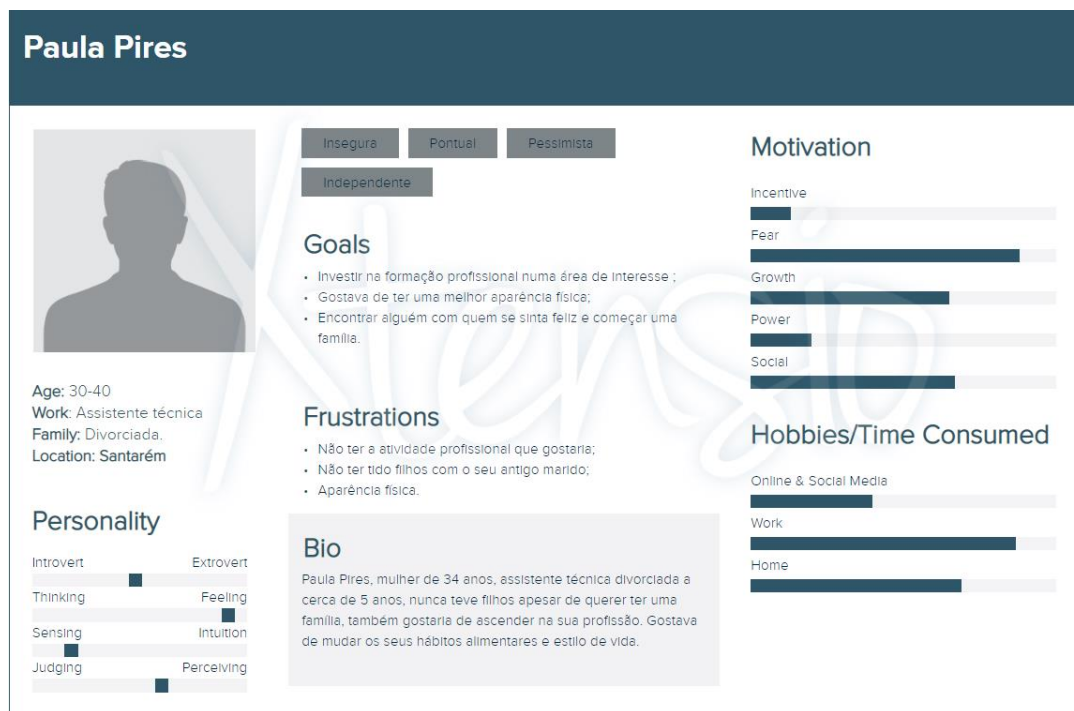


Fig.6 – Persona (Paula Pires).

Decidimos escolher como terceira *persona*, 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.7 – Persona (Paula Pires).

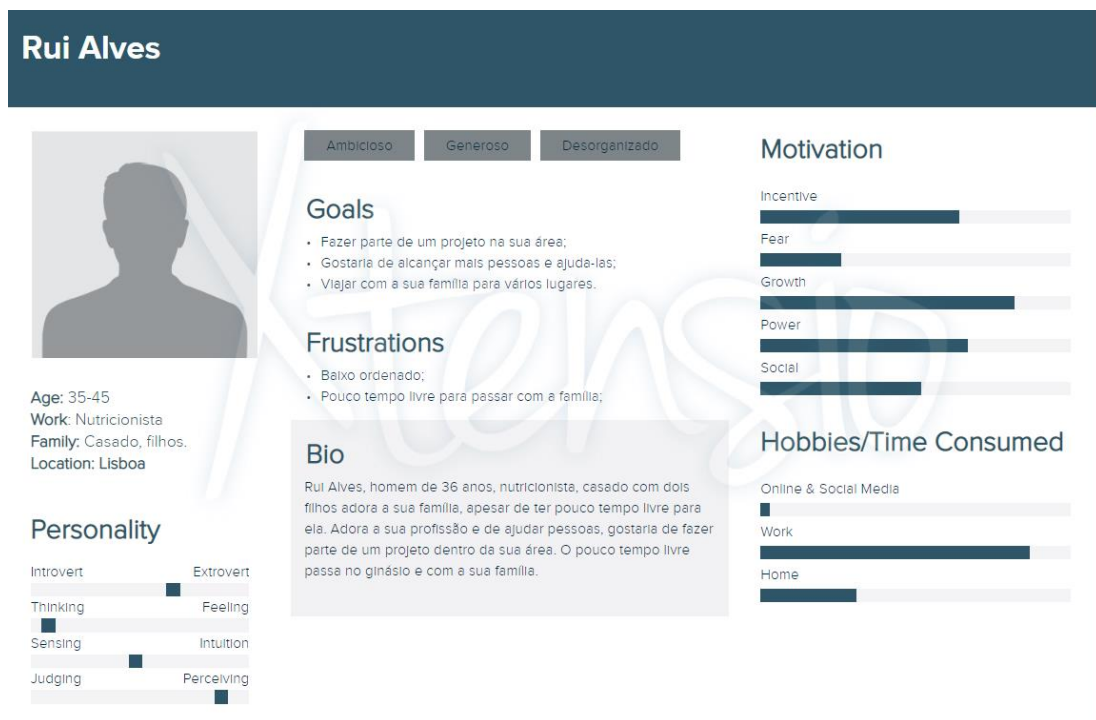


Fig.8 – Persona (Rui Alves).

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.



Fig.9 – UX Journey (Rui Alves).

## Information Architecture

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.

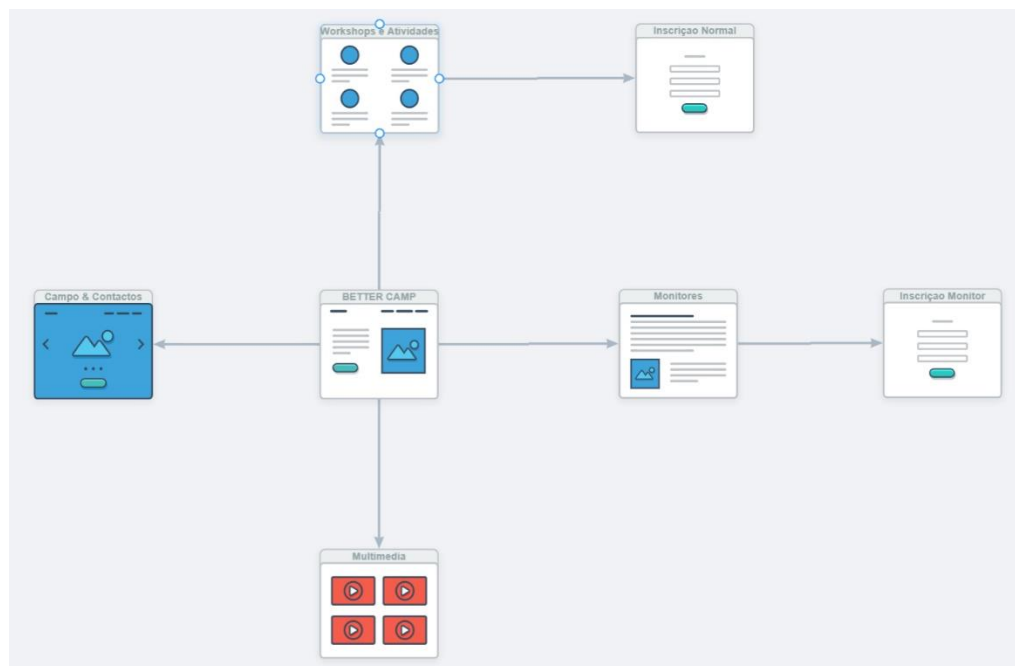


Fig.10 – Information Architecture.

# Análise de Dados

## Diagrama de Contexto

O nosso diagrama de contexto representa todas as roles que interagem com o nosso SoI (*Better Camp*). O nosso sistema conta com vários atores entre eles o utilizador, administrador e monitor e um API o *Leaflet* para criação e utilização e informação geográfica como também criação de rotas como conseguimos ver no diagrama.

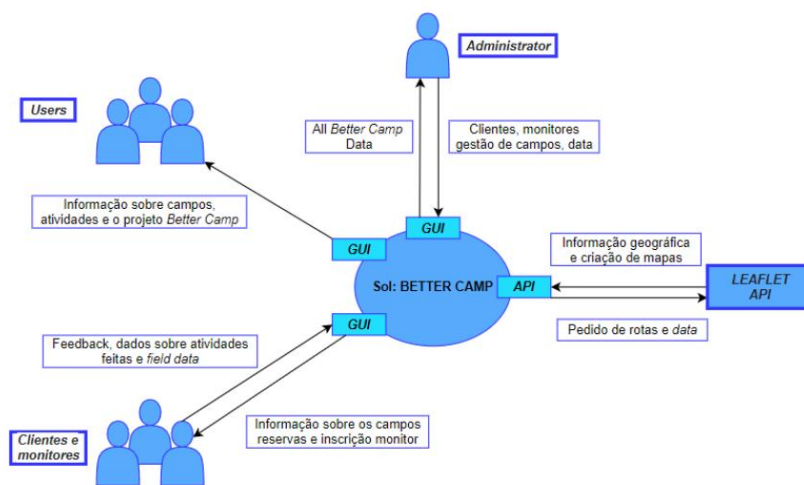


Fig.11 – Diagrama de Contexto (*Better Camp*)



# Cenários de Negócio e BPMN

## 1. Reserva dentro de um campo feita pelo cliente

- **Assunção:** cliente com log-in feito, na página de reservas.
- **Descrição:** o cliente vai ser redirecionado para uma página de reservas em que o mesmo terá que fornecer que campo o mesmo deseja escolher. Depois da escolha do campo, será mostrado todas as semanas disponíveis ainda com lotação disponível.
- O sistema vai receber os dados desta reserva, e vai guardar esta nova reserva como também atualizar a lotação atual do campo e da semana escolhida pelo mesmo.

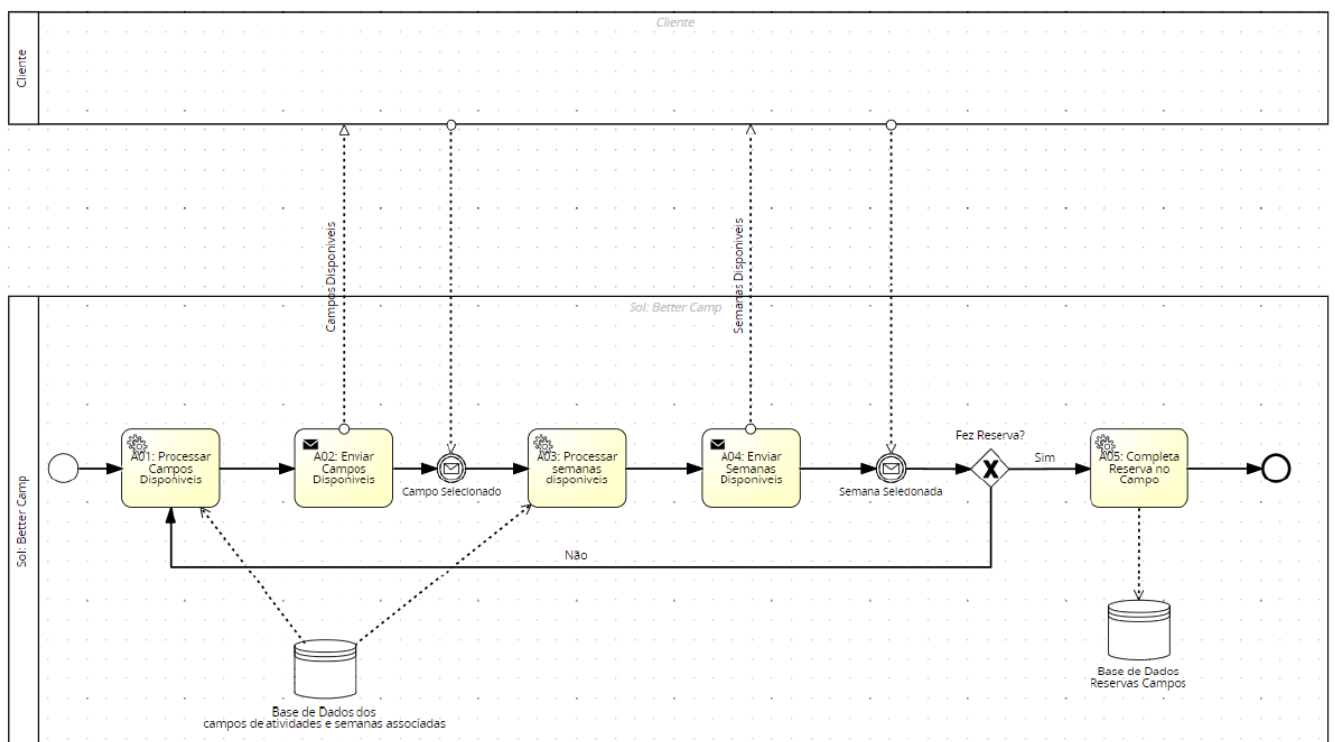


Fig.12 – Diagrama de Colaboração (Cenário 1)

## 2. Administrador aceita pedido de cliente para se tornar monitor

- **Assunção:** admin com log-in feito, na página de pedidos.
- **Descrição:** o *admin* vai ser redirecionado para uma página de pedidos que mostra os vários pedidos feitos pelos clientes, estes pedidos duram apenas 7 dias, estes pedidos podem ser aceites ou recusados, se aceites o cliente torna-se num monitor.
- O sistema vai atualizar o pedido e atualizar o estado do cliente tornando o mesmo num monitor. Se recusado o sistema apenas atualiza o pedido e não o estado do cliente.

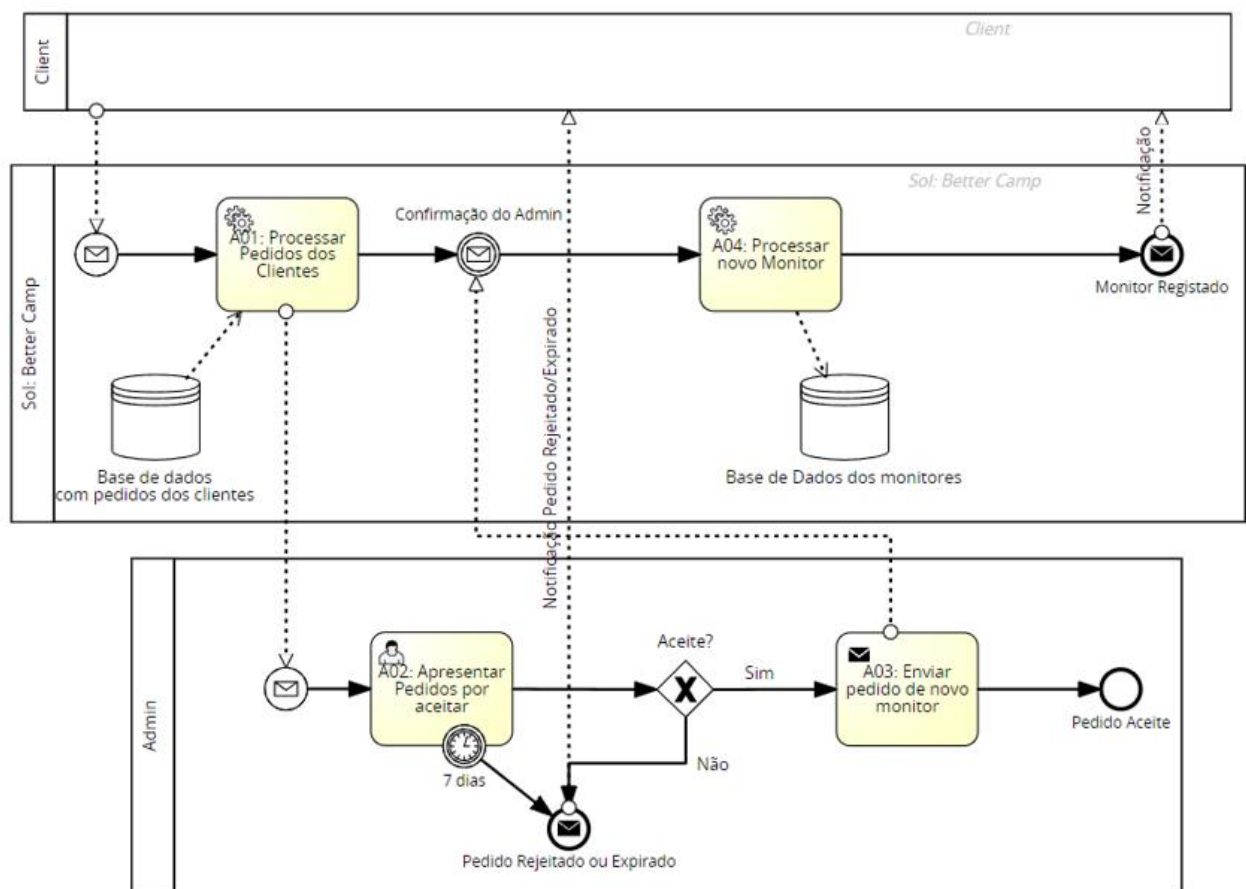


Fig.13 – Diagrama de Colaboração (Cenário 2)

## Guiões de Teste (*Better Camp*)

### 1. Registo de um cliente na aplicação.

- Clicar em Register;
- Preencher todos os campos devidamente;
- Finalizar registo clicando outra vez em Register;

Após registo concluído e bem-sucedido, cliente vai ser redirecionado para a sua página de perfil.

### 2. *Login* de cliente/monitor na aplicação.

- Clicar em *Login*;
- Preencher todos os campos devidamente (*email* e *password*);
- Finalizar login clicando em *Login*;

Após *login* concluído e bem-sucedido, cliente vai ser redirecionado para a sua página de perfil.

Pré-condições: Registo já feito da conta em questão.

### 3. *Login* do administrador na aplicação.

- Clicar em *Admin*;
- Preencher todos os campos devidamente (*email* e *password*);
- Finalizar login clicando em *Login*;

Após *login* concluído e bem-sucedido, *admin* vai ser redirecionado para a sua página de perfil.

Pré-condições: Registo já feito da conta em questão e que a mesma esteja associada na base de dados como *admin*.

### 4. Demonstração de campos e as suas atividades em cada um.

- Clicar em Campos;
- Clicar no campo que pretende consultar as suas atividades

Após clicar num campo à escolha consegue ver as atividades de cada um.

## **5. Localização dos campos usando *markers* num mapa**

- Clicar em Mapa;

Após clicar na hiperligação “Mapa” consegue mostrar todos os campos e a sua localização exata no mapa.

## **6. Demonstração de todos os clientes presentes na aplicação.**

- Clicar em Clientes;

Após clicar na hiperligação “Clientes” consegue ver todos os clientes (futuramente apenas existir na interface do administrador).