

RELATÓRIO – *INCEPTION*

## Visão e âmbito do produto

# Ubenvir

### Conteúdos

#### Visão e âmbito do produto

#### **1 Introdução**

1.1 Sumário executivo

1.2 Controlo de versões

#### **2 Contexto do negócio e oportunidades.**

2.1 Promotor e áreas de atuação

2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)

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

2.4 Principais objetivos

#### **3 Definição do produto**

3.1 Posicionamento do produto

3.2 Funcionalidades principais

3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes

3.4 Perfis dos stakeholders

3.5 Limites e exclusões

# 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 Ubenvir em resposta ao elevado desperdício de produtos, nomeadamente alimentícios, por parte das empresas de restauração e cadeias de supermercados.

A Ubenvir que atua na área alimentícia e de distribuição visa agora, com o novo sistema, uma nova forma de vender os produtos em expiração, com serviço de entrega, e preços inferiores ao produto original.

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo:

- A criação de um sistema user-friendly para que o cliente possa efetuar a pesquisa, compra, pagamento e acompanhamento dos produtos até sua casa;
- Uma rede de distribuição capaz de suportar a demanda.;
- Um suporte ao cliente eficaz e eficiente.

## 1.2 Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
8/05/2022	Arthur	Versão inicial
10/05/2022	Joaquim	Desenvolvimento do conteúdo do relatório
11/05/2022	Francisco	Aprofundamento do conteúdo
14/05/2022	Arthur, Joaquim Francisco	Pequenas correções e preparação para entrega da iteração 1

# 2 Contexto do negócio e oportunidades

## 2.1 Promotor e áreas de atuação

O cliente alvo da Ubenvir são todas as empresas de restauração e cadeias de supermercados que produzam em massa e consequentemente tenham elevadas quantidades de produtos a expirar diariamente, levando, não só à não maximização dos lucros da empresa, como também ao possível descontentamento de certos clientes ao repararem no desperdício que a mesma gera.

Ao usar a Ubenvir não só aumentam a imagem passada aos clientes, que é o público em geral, como maximizam os lucros da empresa.

## 2.2 Impulso para a mudança (oportunidade)

Com a revolução industrial, a consequente produção em massa e o aumento massivo da população surgiram problemas ambientais graves que ameaçam a sustentabilidade do nosso planeta. O desperdício de produtos deixou de ser irrelevante causando uma sobre-exploração dos recursos do nosso planeta, por isso a preocupação com causas ambientais torna-se cada vez mais importante para a imagem das empresas.

Tendo isso em conta, muitas empresas já estão introduzidas no mercado, fazendo a interligação entre esses comércios alimentícios e as pessoas, graças aos avanços tecnológicos, hoje se é possível que um usuário possa, no conforto de sua casa, de forma prática, salvar produtos em bom estado que seriam descartados.

No entanto, um forte diferencial para as empresas já instaladas no mercado é o serviço de entrega, que permite um alcance maior e torna viável para ainda mais pessoas, que porventura morem muito afastadas dos centros, mas que com esse serviço já podem usufruir de produtos a um custo mais baixo e ainda ajudar o meio ambiente.

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

O combate ao desperdício alimentar é uma grande forma de reduzir a pegada ecológica. Uma menor pegada ecológica incentiva os consumidores a adquirir os serviços da empresa, valorizando-a.

Do ponto de vista das empresas que vendem os alimentos à Ubenvir, estas conseguem gerar algum lucro com alimentos que seriam de outro modo desperdiçados.

Do ponto de vista do consumidor dos bens alimentares disponibilizados pelos restaurantes/lojas, que adquirem estes bens através da empresa, existe a vantagem dos preços reduzidos que estas refeições custariam, incentivando assim a procura destas refeições por parte dos clientes e consequentemente deste tipo de alimentos por parte dos restaurantes/lojas.

A Ubenvir tem como principal vantagem, em relação a outras nesta área, o serviço de entregas integrado que disponibiliza. Um consumidor ao adquirir um produto teria normalmente que contratar os serviços de uma empresa de entregas para transportar os bens alimentares, e esta empresa disponibiliza ela mesma, mediante o pagamento de uma taxa de transporte, esse serviço.

## 2.4 Principais objetivos

Problema/limitação	Objetivo
Pouca oferta por parte das empresas.	Ter empresas parceiras suficientes para conseguir atender toda a demanda de produtos necessária.
Alimentos que por vezes podem já não estar bons para o consumo sendo comercializados.	Gerar confiança nos consumidores para que confiem ao comprar através do nosso serviço.

Serviço de entrega rápido e eficiente	Assegurar que todos os usuários recebem seus produtos com a qualidade pretendida e tempo de curto tempo de espera
Lista de alergênicos indisponível	Conseguir ter uma produção controlada para que seja possível atender usuários com alergias.

### 3 Definição do produto

#### 3.1 Posicionamento do produto

<b>Para o/a:</b>	<p>Clientes que desejem evitar o desperdício</p> <p>Empresas do ramo alimentício que desejem diminuir o desperdício disponibilizando estes produtos por um custo inferior afim de lucrar de maximizar seus lucros</p>
<b>Que apresenta:</b>	<p>Na ótica do cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder efetuar a compras de forma pratica e rápida sem sair de casa</li> <li>• Reservar produtos em diferentes lojas com antecedência</li> <li>• Avaliar as demais empresas aderentes</li> <li>• Poder acompanhar os pedidos em tempo real pela aplicação</li> </ul> <p>Na ótica das empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lucrar com produtos que seriam descartados</li> <li>• Aumentar os ganhos da empresa</li> </ul>
<b>O produto:</b>	O produto que propomos é uma aplicação mobile/site que sirva como uma ponte entre as empresas aderentes e os consumidores, para que esses tenham a oportunidade de por um preço inferior ao normal comprar produtos que seriam descartados.
<b>Que:</b>	A aplicação permite que os usuários comprem e recebam os produtos sem sair de casa
<b>Ao contrário de:</b>	Empresas que já estão no mercado mas que ainda hoje não fornecem serviço de entrega ao clientes e não conseguem detalhar com mais clareza os produtos disponíveis para a compra.
<b>O nosso produto:</b>	Viabiliza que o cliente evite que produtos em boas condições sejam descartados sem ter que sair de seu conforto para os receber, introduzir uma lista de alergênicos para que o mesmo não receba produtos indesejados, acompanhar o estafeta através do seu dispositivo movel.

## 3.2 Funcionalidades principais

- Permite às empresas anunciar os alimentos em excesso de uma forma simples e rápida.
- Permite aos compradores, de uma forma eficiente, de encontrar a um preço reduzido os alimentos que pretende.
- Permite aos compradores destes alimentos uma forma simples de os adquirir, com um serviço de entregas integrado, que não só resolve o problema do transporte ao comprador, mas principalmente assegura que os alimentos são entregues com a rapidez necessária para garantir o bom estado destes.

## 3.3 Âmbito inicial e incrementos subsequentes

As prioridades para o desenvolvimento do produto seriam permitir ao cliente criar conta de utilizador, pesquisar produtos e empresas, visualizar páginas de empresas e subscrever as mesmas para receber notificações dos produtos, efetuar compras e pagamentos online de maneira segura. Acompanhar o estado da encomenda durante o processo de entrega na aplicação. Aceder aos contactos de suporte.

Os incrementos subsequentes seriam live-tracking da encomenda e um sistema de classificação de empresas e feedback.

## 3.4 Perfis dos *stakeholders*

<b>Stakeholder</b>	<b>Motivação para o projeto/valor esperado</b>
Gestores dos restaurantes parceiros	Aumentar o número de encomendas, pela exposição online. Informação mais detalhada sobre o perfil dos clientes e comportamento dos pedidos. Maximização dos lucros Melhoramento da imagem
Clientes	Comprar comida desde casa, mais barata que os serviços normalmente oferecidos.

## 3.5 Limites e exclusões

Responsabilidade legal por qualquer tipo de incidente relacionado com intoxicações alimentares.