

# Visão do produto

## Conteúdos

Visão do produto.....	1
<b>1 Introdução.....</b>	<b>1</b>
1.1 Sumário executivo.....	1
1.2 Controlo de versões.....	2
<b>2 Contexto do negócio e novas oportunidades.....</b>	<b>2</b>
2.1 Caraterização da organização e área de atuação.....	2
2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade.....	2
2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor.....	2
2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema.....	3
<b>3 Definição do produto.....</b>	<b>3</b>
3.1 O conceito do produto.....	3
3.2 Principais capacidades/funcionalidades.....	4
3.3 Ambiente de utilização.....	4
3.4 Limites e exclusões.....	4
<b>4 Referências e recursos suplementares.....</b>	<b>4</b>

## 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 desenvolvido por nós, criando uma nova empresa, devido à observação da existência de um sistema de

entregas pouco evoluído face à nossa sociedade atual. Tivemos como base as transformações digitais que ocorreram, por exemplo, na área da restauração.

A nossa empresa que atua na área das entregas ao domicílio visa agora, com o novo sistema, a entrega com mais rapidez e segurança dos produtos ao domicílio, após o pagamento de uma taxa de X% e através da escolha do estafeta mais próximo, quer do nosso cliente, quer da localização do serviço.

**Temas referentes ao ponto 4 deverão ser adicionados aqui**

## **1.2 Controlo de versões**

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

## **2.1 Caraterização da organização e área de atuação**

A organização promotora da ideia será a nossa própria empresa, pois seremos nós a desenvolver toda a plataforma.

A nossa empresa não terá apenas uma área sobre a qual atuar, mas sim todo o público que necessite de encomendar ou adquirir produtos longe da sua zona de residência.

## **2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade**

## **2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor**

A principal inovação da nossa plataforma será o seu sistema de aluguer de jogos. Por uma fração do valor de compra do jogo, os jogadores terão a possibilidade de testar o jogo por um período limitado, tendo depois a opção de avançar ou não para a aquisição final (com direito a um desconto por se ter comprometido antes com o aluguer).

## 2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema

Problema/limitação	Objetivo
A colocação de encomendas de reagentes é morosa e consome muitos recursos	Reduzir o tempo na realização de encomendas para
Há reagentes desperdiçados porque o stock está mal documentado e acabam por expirar.	Reduzir em 25% na compra de reagentes, devido a uma utilização mais eficiente do material disponível em stock.

## 3 Definição do produto

### 3.1 O conceito do produto

Para o/a:	Público em geral
Que apresenta:	
O produto:	
Que:	
Ao contrário de:	
O nosso produto:	

### 3.2 Principais capacidades/funcionalidades

### 3.3 Ambiente de utilização

### 3.4 Limites e exclusões

## **4 Referências e recursos suplementares**

**aumento do numero de jogadores ao longo do tempo**

**disponibilidade do publico para avançar para a aquisição de um jogo**

**(Procurar estudos sobre os temas acima, se existirem e colocar neste ponto)**