**Alberto Antunes (121211), Beatriz Berardo (131311), Calisto Comum (141411)**

Versão deste relatório: **2021-12-03**, v1.0

RELATÓRIO – *INCEPTION*

Visão do produto

Conteúdos

[Visão do produto 1](#_Toc89436365)

[1 Introdução 1](#_Toc89436366)

[1.1 Sumário executivo 1](#_Toc89436367)

[1.2 Controlo de versões 2](#_Toc89436368)

[2 Contexto do negócio e novas oportunidades 2](#_Toc89436369)

[2.1 Caraterização da organização e área de atuação 2](#_Toc89436370)

[2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade 2](#_Toc89436371)

[2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor 2](#_Toc89436372)

[2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema 3](#_Toc89436373)

[3 Definição do produto 3](#_Toc89436374)

[3.1 O conceito do produto 3](#_Toc89436375)

[3.2 Visão geral dos casos de utilização 4](#_Toc89436376)

[3.3 Ambiente de utilização 4](#_Toc89436377)

[3.4 Limites e exclusões 4](#_Toc89436378)

[4 Referências e recursos suplementares 4](#_Toc89436379)

# Introdução

[Os comentários e algum conteúdo exemplificativo incluídos no documento destinam-se a apoiar na sua preparação e estão indicados a verde. **Remover todos os comentários na versão a entregar**.

Nalgumas partes dos comentários, neste relatório, são referidas secções de referências COMPLEMENTARES (não são obrigatórias):

- Wiegers 🡪 trata-se do template do Software Requirements Specification, do livro de Wiegers, [exemplificado aqui](https://drive.google.com/file/d/1wfEl-6hdS8f-dyCMcONAAlh5fTXsZl_C/view?usp=sharing) ,

- OpenUP 🡪 trata-se do template da Visão [do OpenUP](http://sweet.ua.pt/ico/OpenUp/OpenUP_v1514/core.tech.common.extend_supp/guidances/templates/vision_E93BBDB6.html) (vision\_tpl.dot)]

## Sumário executivo

Este relatório apresenta os resultados da fase de *Inception*, adaptada do método OpenUP, em que se carateriza o conceito do produto a desenvolver.

No nosso caso de estudo, o desenvolvimento do novo sistema de informação foi pedido pela <ORGANIZAÇÃO> em resposta a <EXPLICAR ALTERAÇÃO DO MERCADO OU NOVA OPORTUNIDADE IDENTIFICADA da secção 2.2>.

A <ORGANIZAÇÃO> que atua na área <SECTOR DE ATIVIDADE/DOMÍNIO DE APLICAÇÃO> visa agora, com o novo sistema, <RESUMIR A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL da secção 2.3>

Para isso, a organização identificou necessidade de desenvolver um novo sistema de informação, com capacidades adequadas ao novo posicionamento do negócio, incluindo: <RESUMIR O CONCEITO DO PRODUTO da secção 3.1>

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo de projeto [Explicar como é que organizámos a recolha de material e consulta de fontes? Com quem fomos falar?].

## Controlo de versões

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Quando? | Responsável | Alterações significativas |
| <data> | <quem alterou>? | <explicação das principais alterações/secções introduzidas. Não vale a pena registar pequenas edições, mas sim **revisões importantes** no documento que devem ficar registas no histórico> |
|  |  |  |
|  |  |  |

# Contexto do negócio e novas oportunidades

## Caraterização da organização e área de atuação

**QUEM É O PROMOTOR?**  apresentação da organização/empresa promotora da ideia, que está a investir no desenvolvimento do SI.

Como está organizada (explicação da orgânica dos serviços/unidades, quando aplicável)?

Em que áreas atua?

Quem são os seus clientes (perfis de cliente, áreas territoriais,...)?

## Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade

**PORQUÊ AGORA?** o que é que aconteceu, no contexto interno ou externo à organização, que levou à iniciativa de investir no desenvolvimento das novas funcionalidades? Que evolução aconteceu, relacionada com as tendências do mercado, evolução da tecnologia ou orientações estratégicas da(s) empresa(s), que levou à procurar a transformação digital?

## Transformação digital e novas formas de geração de valor

**QUAL A IDEIA/CONCEITO?** caracterização da Transformação Digital que se está a propor suportada nas TIC.

Como é que vai gerar valor para a organização/negócio? [gerar valor significa gerar utilidade (e.g.: processo mais produtivo) ou acrescentar competitividade a um produto/serviço (e.g.: clientes podem fazer pesquisa integrada que, de outra forma, não seria possível) ]

Caraterísticas dos novos produtos ou serviços e impacto 🡪 qual é a inovação? como funciona?

Para um sistema encomendado por uma empresa 🡪 descreva o problema que está a ser resolvido ou o processo a ser melhorado, bem como o ambiente em que o sistema será usado.

Para um novo produto 🡪 descreva a oportunidade de negócio existente e o mercado em que o produto estará a competir. Esta secção pode incluir uma avaliação comparativa dos produtos existentes, indicando porque o produto proposto gera vantagens competitivas.

## Objetivos da organização com a introdução do novo sistema

[Evidenciar problemas/limitações existentes e objetivos mensuráveis com a introdução do novo sistema, com impacto no desempenho de negócio.

Os problemas descrevem aquilo que impede o negócio/organização de atingir plenamente as suas metas atualmente. Os objetivos definem maneiras de medir a realização das metas.

Dado um problema, perguntar, "Como se pode avaliar se o problema está resolvido?" para identificar o objetivo mensurável.

No caso de novos modelos de negócio, os problemas podem ser omitidos, focando apenas e identificação e objetivos do negócio.].

| Problema/limitação | Objetivo |
| --- | --- |
| A colocação de encomendas de reagentes é morosa e consome muitos recursos. | Reduzir o tempo na realização de encomendas para <10min em 80% dos casos. |
| 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. |
|  |  |
|  |  |

# Definição do produto

## O conceito do produto

[Ver também: OpenUP/secção 2.1 e 2.2]

|  |  |
| --- | --- |
| **Para o/a:** | [cliente que beneficia do produto] |
| **Que apresenta:** | [caracterização da necessidade ou oportunidade] |
| **O produto:** | [designação do produto proposto] |
| **Que:** | [capacidade principal, benefício chave, razão convincente para levar à compra ou utilização] |
| **Ao contrário de:** | [confrontar com principal alternativa da concorrência, ou com o sistemas/processos atuais] |
| **O nosso produto:** | [caraterização dos pontos essenciais de diferenciação e mais valia do novo produto] |



## Visão geral dos casos de utilização

[primeira versão do modelo de casos de utilização.

O objetivo é clarificar e delimitar o âmbito do produto, por isso, o modelo deve centrar-se nos casos de utilização mais importantes para os objetivos do negócio.

Casos de uso que possam ser vistos como auxiliares (e.g. manutenção das contas de utilizadores), devem ser omitidos]

## Ambiente de utilização

[considerações gerais sobre como o sistema será colocado em produção, referindo condições necessárias de infraestrutura, número de utilizadores, formas de acessos habituais (e.g.: smartphone android), etc.

Ver também: Wiegers/secção 3.3 e OpenUP/secção 3.2]

## Limites e exclusões

Clarificar as capacidades ou características que algum *stakeholder* poderia esperar, mas que não serão incluídas no produto (ou numa versão particular). Os assuntos/requisitos que foram falados, mas excluídos, devem ficar documentados.

Ver também: Wiegers/secção 2.3]

# Referências e recursos suplementares

Explicar que materiais foram consultados.

Podem ser anexados/referidos documentos da organização que ajudem a suplementar os conteúdos aqui discutidos e a motivação para o desenvolvimento do novo sistema (e.g.: relatórios de estratégia, estudos de mercado,...)