RELATÓRIO – Iteração 1

Visão do produto

|  |  |
| --- | --- |
| Projeto: | Wheels4Kids: agendamento integrado de transporte para crianças 🡨 mudar |
| Grupo: | 123456: António Alves Antunes  654321: Belarmino Bastos Brito |
| Data/versão: | 2024/11/07, v1 |
| Sumário: | <resumo conciso do conceito da aplicação e dos principais resultados desenvolvidos neste documento> |

Conteúdo

[1 Introdução 2](#_Toc182225404)

[1.1 Sumário executivo 2](#_Toc182225405)

[1.2 Estratégia de levantamento de informação 2](#_Toc182225406)

[1.3 Controlo de Versões 2](#_Toc182225407)

[2 Contexto do negócio e oportunidades 3](#_Toc182225408)

[2.1 Caraterização do promotor e área de atuação 3](#_Toc182225409)

[2.2 Contexto do mercado que originou a necessidade/oportunidade 3](#_Toc182225410)

[2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor 3](#_Toc182225411)

[2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema 3](#_Toc182225412)

[3 Visão geral do produto 4](#_Toc182225413)

[3.1 O conceito do produto 4](#_Toc182225414)

[3.2 Visão geral dos casos de utilização 4](#_Toc182225415)

[3.3 Ambiente de utilização 4](#_Toc182225416)

[3.4 Limites e exclusões 5](#_Toc182225417)

[*4* *Roadmap* para o desenvolvimeto 5](#_Toc182225418)

[5 Anexos 5](#_Toc182225419)

# 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 uma proposta de transformação digital, aplicando genericamente o processo OpenUP, em que faz a análise das necessidades e proposta de um novo sistema de informação.

O desenvolvimento do novo sistema foi pedido pela <ORGANIZAÇÃO/EMPRESA> 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>

## Recolha de informação e investigação do domínio

[descrever a estratégia que o grupo usou para fazer o levantamento de informação/investigação que levou ao desenvolvimento da Visão.

Explicar que materiais foram consultados.

Podem ser referidos documentos da organização que ajudem a suplementar os conteúdos aqui discutidos e a motivação para o desenvolvimento do novo sistema; podem ser anexados, no capítulo final Anexos, materiais mais importantes (e.g.: relatórios de estratégia, estudos de mercado,...)

## Controlo de Versões

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Quando? | Quem? | Alterações significativas |
| <data> | <membro responsável pela alteração> | <explicação das principais alterações/secções introduzidas. Não vale a pena registar pequenas edições, mas sim revisões importantes no documento que devem ficar no histórico> |
|  |  |  |
|  |  |  |

# Contexto do negócio e oportunidade de transformação digital

## Caraterização do promotor e área de atuação

**QUEM É O PROMOTOR (dono da obra)?**  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? Quais são os seus serviços/produtos e benefícios?

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

## Contexto do mercado que originou a necessidade/oportunidade

**PORQUÊ AGORA?** o que é que aconteceu/vem acontecendo, no contexto interno ou externo à organização, que levou à iniciativa de investir no desenvolvimento de novos produtos/serviços/processos? Que evolução aconteceu, relacionada com as tendências do mercado, evolução da tecnologia ou orientações estratégicas da(s) empresa(s), que levou a 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.

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

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) ]

Para um sistema encomendado por uma empresa 🡪 descrever 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 “negócio” de base tecnológica (start-up) 🡪 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. |
| Gestão ineficiente da produção dada a falta de comunicação em tempo real, entre fábricas. | Rede de comunicação para uma distribuição automática e eficiente das encomendas e produção. Aumento previsto de 15% no tempo de execução de encomendas |
| Dificuldade de treino de funcionários dado que cada fábrica apresenta o próprio sistema de produção. | Implementar um sistema de treino padrão a todas as fábricas, apenas com distinções pontuais. Objetivo de encurtar o processo de treino em 10% e reduzir o número de acidentes em 20%. |
|  |  |
|  |  |

## Novos processos de trabalho

Os processos representam o “como” se faz a atividade da empresa/organização, definindo as tarefas, as pessoas ou sistemas envolvidos, e a sequência em que o trabalho é realizado.

No contexto da visão, não se pretende ser exaustivo, mas destacar o processo ou processos diretamente visados pela transformação digital proposta.

e.g.: (nova) forma de pesquisar, encomendar e acompanhar a entrega num serviço de entrega de comida.

Usar diagrama(s) de atividades e incluir explicação concisa do(s) processo(s).

# Visão geral da aplicação/plataforma digital

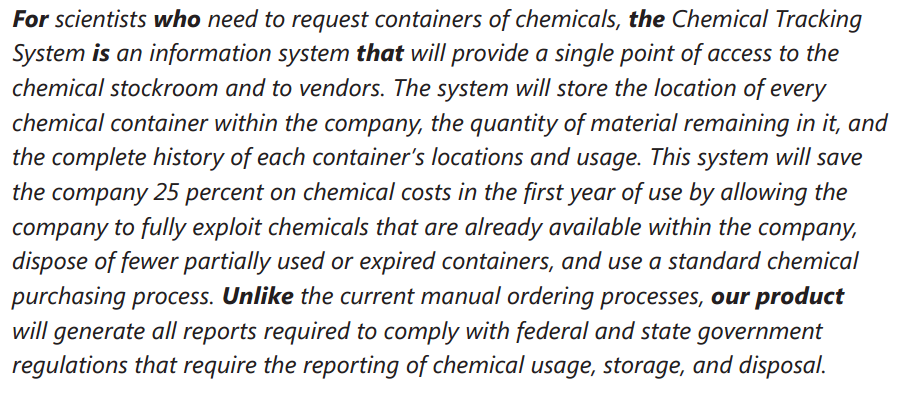
## Posicionamento do produto e serviços digitais

[Conceito/apresentação geral do produto (=sistema) pretendido.

Ver também: OpenUP/secção 2.1 e 2.2

Usar o formato da tabela ou do texto, mas não ambos.]

|  |  |
| --- | --- |
| **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. Incluir diagrama.

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.

Pode ser necessário explicar os atores, se não forem óbvios.

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

## Ambiente de utilização

[considerações gerais sobre como o sistema será instalado em produção, referindo condições necessárias de infraestrutura, número de utilizadores, locais/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]

# *Roadmap* para o desenvolvimeto

[Explicar as prioridades no projeto e a seleção de casos de utilização para cada Épico.

O projeto deve assumir que haverá várias entregas de incrementos implementados ao longo do tempo.

Cada incremento inclui várias funcionalidades (por regra, vários casos de utilização implicados), normalmente em torno de um tema da aplicação com relevância para o negócio.

Esses incrementos significativos do produto podem ser designados Épicos e funcionam como objetivos partilhados e priorizados com o Promotor.]

O desenvolvimento do sistema <NOME> será feita de forma incremental, tendo em conta as prioridades e geração de valor para a <NOME DO PROMOTOR/ORGANIZAÇÃO>.

De um modo geral, o desenvolvimento do produto contempla os seguintes incrementos:

1. O Cliente compra produtos no portal. Inclui a pesquisa no catálogo e gestão do carrinho e um método de pagamento. O catálogo será uma versão sintetizada, para simulação.
2. Os parceiros publicam produtos.

A Tabela 2 apresenta a ordem cronológica com o plano inicial dos épicos a implementar.

| Épico | Casos de utilização principais |
| --- | --- |
|  |  |
| #1: O cliente compra produtos no website | CaU 2.1- Criar conta de cliente  CaU 2.2- Explorar produtos da loja  CaU 2.6- Encomendar produtos |
| #2: Os parceiros publicam produtos na plataforma |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Tabela : Plano inicial para o desenvolvimento gradual

# Anexos

Esta parte é opcional; retirar se não interessar.

Caso seja relevante, pode-se incluir material mais importante que foi recolhido na análise.

Por exemplo, info sobre o posicionamento do promotor no mercado, documentos com explicações da estratégia da empresa, relatórios estratégicos de análise da área de mercado, etc.