

João Rainho(92984), João Ferreira(93305),Roberto Graça(93020),Alexandre Oliveira(93289)
Turma P3, em 2020-11-02, v1.0

RELATÓRIO – *INCEPTION*

Visão do produto

Conteúdos

| | |
|---------------------------------------------------------------|----------|
| Visão do produto | 1 |
| 1 Introdução | 1 |
| 1.1 Sumário executivo | 1 |
| 1.2 Controlo de versões | 2 |
| 2 Contexto do negócio e novas oportunidades | 2 |
| 2.1 Caracterização 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 | 3 |
| 2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema | 3 |
| 3 Definição do produto | 4 |
| 3.1 O conceito do produto | 4 |
| 3.2 Principais capacidades/funcionalidades | 4 |
| 3.3 Perfis dos stakeholders | 4 |
| 3.4 Ambiente de utilização | 5 |
| 3.5 Limites e exclusões | 5 |
| 4 Referências e recursos suplementares | 5 |

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 tenta responder ao problema do desperdício alimentar, que será apresentado à Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo

A **APHORT** que atua na área da restauração visa agora, com o novo sistema, facilitar a venda de comida que de outra forma seria desperdiçada.

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

- Rentabilizar excedentes alimentares.
- Promover o consumo sustentável.
- Agilizar o processo de venda e anúncio de excedentes alimentar.
- Publicitar os clientes.
- Facilitar o acesso a comida a um preço acessível.

Para o desenvolvimento deste relatório, o grupo:

Procurou potenciais interessados no projeto e os seus clientes.

Procurou serviços semelhantes existentes e investigou os seus processos de trabalho, procurando formas de melhorar.

1.2 Controlo de versões

| Quando? | Responsável | Alterações significativas |
|----------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 6/11/20 | João Ferreira | Elaboração da definição do produto Definição do contexto de negócio |
| 6/11/20 | Roberto Graça | Definição do contexto de negócio Elaboração da definição do produto |
| 13/11/20 | Roberto Graça João Ferreira | Adição de novos objetivos Descrição do ambiente de utilização Versão v1.0 |
| 17/01/21 | João Ferreira | Revisão geral Versão v2.0 |

2 Contexto do negócio e novas oportunidades

Estima-se que em Portugal sejam desperdiçados anualmente mais de 1 milhão de toneladas de alimentos que dariam para alimentar as 360 mil pessoas que passam fome no nosso país.

Este projeto tem como objetivo promover o consumo sustentável e lutar contra o desperdício alimentar, para isso fornece uma plataforma capaz de suprir a necessidade de reaproveitamento de excedentes alimentares. A ideia consiste em disponibilizar uma segunda oportunidade de venda de produtos alimentares, fornecidos pelos parceiros aderentes, que de outra forma seriam descartados, gerando assim um nova forma de rentabilização. O sistema é especialmente interessante do ponto de vista do consumidor final, uma vez que lhe são apresentadas oportunidades que não seriam possíveis de outra forma. É um sistema em que todas as partes ganham. Ganham os consumidores, ganham os clientes, ganha o planeta.

2.1 Caraterização da organização e área de atuação

A APHORT é uma associação com mais de 100 anos que atua sobre as áreas de Hotelaria, Restauração e Turismo em Portugal.

O seu propósito é assistir empresas, providenciando formações, workshops e outros eventos para que estas possam usufruir de um desenvolvimento mais estável.

2.2 Contexto do mercado que originou a mudança/oportunidade

A APHORT coopera com grupos que estão diretamente ligados à distribuição de bens alimentares. Assim sendo, ao verificar a quantidade de excedentes desses grupos, o nosso grupo deduziu que haveria uma forma de beneficiar deles, enquanto se evita o seu desperdício.

Com o aumento da acessibilidade à internet surge a oportunidade de expandir as fronteiras até então estabelecidas para o negócio, surgindo uma segunda oportunidade de venda, para os clientes, de produtos excedentes. Sendo possível um contacto a qualquer momento entre os clientes e os seus consumidores, estes últimos podem ser notificados, em tempo real, de ofertas apetecíveis perto de si.

2.3 Transformação digital e novas formas de geração de valor

Para satisfazer o problema do não aproveitamento de excedentes alimentares, a APHORT irá solicitar às partes interessadas que se integrem na plataforma, estas não estão limitadas às empresas diretamente ligadas à APHORT.

A plataforma vem responder ao desperdício de alimentos, e consequente prejuízo para os clientes, encontrando novos interessados para estes produtos. O serviço funcionará através da aplicação móvel de vendas onde cada um dos clientes associados colocarão uma lista dos produtos a serem comercializados e as suas ofertas numa página particular e personalizada, com a sua redução de preço atribuída. A aplicação encarrega-se de notificar os seus utilizadores das ofertas propostas pelos clientes, dando-lhes a indicação de onde, quando e como ir buscar estas ofertas.

A integração na plataforma será grátis, mas o anfitrião irá receber uma pequena comissão por cada transação efetuada.

Atualmente, existem outras plataformas que oferecem serviços semelhantes. Em Portugal a empresa TooGoodToGo é a única que tem sucesso nesta área já contando com a adesão de cerca de 1600 parceiros (entre cafés, restaurantes, etc...), como o Auchan em Aveiro e algumas gasolinehas da BP. Podemos observar várias limitações deste serviço, como a quantidade diminuta de parceiros e a falta de um sistema capaz de informar os consumidores daquilo que podem esperar nas suas compras. A aplicação TooGoodToGo apenas disponibiliza aos utilizadores a compra de excedentes alimentares em forma de “cabazes surpresa”, não dando ao utilizador a informação do que vem dentro do mesmo. Para além disso, não tem qualquer tipo de sistema de entrega ao domicílio.

Acreditamos que somos capazes de oferecer um serviço competitivo capaz de responder a limitações dos atuais, dando conhecimento ao consumidor daquilo que pode esperar na sua compra em função das ofertas dos clientes. Para além disso pretendemos competir apresentando uma maior quantidade de parceiros e em parceria com um serviço de entregas, como a uber, para acrescentar a possibilidade de entregar ao domiciliário.

2.4 Objetivos da organização com a introdução do novo sistema

| Problema/limitação | Objetivo |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Alguns estabelecimentos terminam o dia de trabalho com comida pré-feita por vender e que não pode ser aproveitada para o próximo dia. | Vender 50% desses produtos aplicando um desconto sobre estes. |
| Falta de consciência do problema do desperdício e das soluções disponíveis. | Incentivar empresas e associações a aderir a esta plataforma. Ter 2000 empresas integradas na plataforma no final do primeiro ano. |
| Alguns restaurantes servem porções exageradas de comida, que os seus clientes não conseguem consumir numa única refeição. | Sensibilizar as empresas desta plataforma a encorajar os seus clientes a levar os restos para consumirem em casa. Atingir uma meta de 50% dos associados a colocarem em prática o que foi descrito no ponto anterior. |

3 Definição do produto

3.1 O conceito do produto

| | |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Para o/a: | Distribuidores de bens alimentares. |
| Que apresenta: | Uma nova oportunidade de recuperar os custos de produção de bens alimentares que de outra forma seria desperdiçada. |
| O produto: | Aplicação de venda de produtos alimentares. |
| Que: | Funciona como um marketplace para diferentes aderentes poderem vender os seus excedentes alimentares, de forma simples e sem compromissos de oferta. |
| Ao contrário de: | Deitar fora alimentos em bom estado. |
| O nosso produto: | Oferece uma nova forma de rentabilizar esses alimentos e de contribuir para um mundo mais sustentável. |

3.2 Principais capacidades/funcionalidades

- Disponibiliza uma página da aplicação ao cliente para vendas.
- Permite a personalização do catálogo de acordo com as ofertas do cliente.
- Dá flexibilidade ao cliente em relação ao stock de venda, sendo as ofertas sem qualquer tipo de compromisso, estas existem em função do seu excedente.
- Publicita os parceiros aderentes à aplicação.
- Integra os seus clientes na luta contra o desperdício alimentar.
- Sistema de entrega ao domicílio

3.3 Perfis dos stakeholders

| Stakeholder | Responsabilidades | Valor/benefício obtido com o sistema |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Restaurantes | Oferecer refeições excedentes. Garantir a qualidade dos seus produtos. | Melhor aproveitamento do trabalho colocado na confecção das refeições. Tornar o mundo mais sustentável. |
| Pastelarias | Oferecer excedentes como: doces, pastéis, etc... Garantir a qualidade dos seus produtos. | Melhor aproveitamento do trabalho colocado na confecção dos doces, pastéis, etc... Tornar o mundo mais sustentável. |
| Hóteis | Oferecer excedentes dos seus serviços de alimentação. Garantir a qualidade dos seus produtos. | Melhor aproveitamento do trabalho colocado nos seus serviços de alimentação. Tornar o mundo mais sustentável. |
| Supermercados | Oferecer excedente dos seus produtos. Garantir a qualidade dos seus produtos. | Melhor aproveitamento dos produtos comercializados. Tornar o mundo mais sustentável. |
| Consumidores | Dirigir-se ao local onde se vai realizar a entrega para levantar o pedido. | Compra de bens alimentares a um preço simbólico. Tornar o mundo mais sustentável. |
| Sistema de entrega ao domicílio | Entrega dos produtos no local pedido em tempo útil. | Serão pagos pelos seus serviços. |

3.4 Ambiente de utilização

Para além de ser necessário encontrar distribuidores alimentares interessados em aderir a plataforma, será igualmente necessário atrair um grande número de utilizadores capazes de responder às ofertas disponíveis, com o objetivo de maximizar a rentabilização para os nossos clientes e o reaproveitamento dos alimentos.

O objetivo será conseguir cobrir todo o território nacional, por isso, será necessário desenvolver um sistema capaz de atender este requisito. Para que o aproveitamento do sistema seja máximo teremos que contar com uma adesão relativamente grande por parte das distribuidoras de bens alimentares, espalhadas por diferentes zonas geográficas. Para além disso, o sistema deve ser capaz de fazer sugestões aos utilizadores com base na sua localização geográfica, i.e., informar os estabelecimentos próximos de si e as suas ofertas.

Outra capacidade que o sistema deverá ter é a de funcionamento durante todo o período do dia, uma vez que existe a necessidade de reaproveitamento dos bens alimentares durante e após os períodos das refeições, pequeno almoço, almoço, jantar, etc..

3.5 Limites e exclusões

4 Referências e recursos suplementares

[Link para o site da APHORT](#)

[Link para o site da TooGoodToGo](#)