
Relatório de Especificação: Visão

Projeto: GoCommunity

Preparado por: Grupo 304

João Marques (nº 89234)

André Catarino (nº 89337)

Edgar Morais (nº 89323)

Tomás Batista (nº 89296)

Data de preparação: Aveiro, 5 de abril de 2018

Circulação: Docentes e Discentes de MAS.

Controlo de versões

Quando?	Responsável	Alterações significativas
02/04/2018	Edgar Morais	Definição do produto
03/04/2018	João Marques	Introdução
05/04/2018	André Catarino	Contexto da organização
05/04/2018	Tomás Batista	Requisitos do Negócio

Índice

1	Introdução	4
2	Requisitos do negócio.....	Erro! Marcador não definido.
2.1	O cliente	5
2.2	Motivação para o projeto	Erro! Marcador não definido.
2.3	A oportunidade de negócio	6
2.4	Objetivos da organização com o novo sistema	Erro! Marcador não definido.
3	Definição do produto.....	8
3.1	O conceito do produto.....	8
3.2	Principais capacidades/funcionalidades	8
3.3	Âmbito funcional e <i>releases</i>	9
3.4	Limites e exclusões	10
4	Contexto da organização	11
4.1	Perfis dos stakeholders	11
4.2	Ambiente de utilização	11
5	Fontes e material de referência.....	13
6	Anexos.....	Erro! Marcador não definido.

1 Introdução

O documento de visão define o âmbito do nosso projeto numa perspetiva geral e de alto nível.

Apresentamos a definição do cliente alvo do nosso projeto, bem como requisitos para o negócio e a nossa motivação para o mesmo. Mostramos também qual a oportunidade de negócio que nos permitirá implementar este novo sistema.

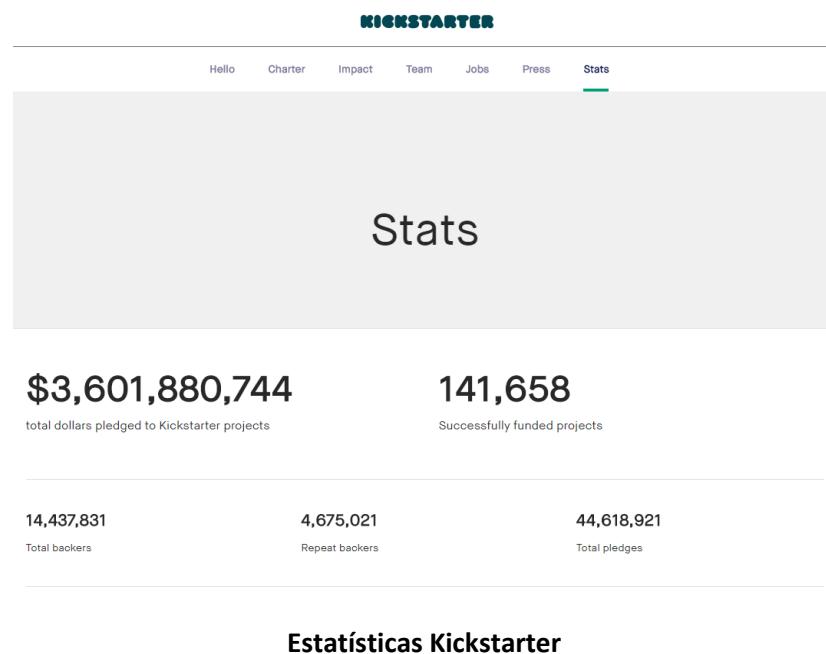
Por outro lado, também definimos o nosso produto e a visão que temos para o mesmo a nível de conceito, funcionalidades que pretendemos implementar, *releases* esperadas, bem como limites e problemas que contamos encontrar.

Também caracterizamos potenciais *stakeholders* e requisitos que teremos de cumprir a nível do ambiente de utilização até que possamos lançar o sistema final.

O âmbito detalhado da solução será apresentado no *derivable* complementar “Análise de Requisitos”.

2 Requisitos do negócio

O nosso cliente do SI é o Kickstarter, uma das maiores plataformas de crowdfunding conhecida mundialmente. Projetos de filmes, jogos, música, arte, tecnologia, design, entre tantas outras categorias são criadas diariamente e apoiadas por pessoas que tenham interesse. A nossa ideia seria criar uma parte dedicada apenas à parte social onde seriam criados projetos como, por exemplo, a construção de uma aldeia numa zona danificada pela guerra ou até mesmo a atribuição de uma cadeira de rodas a uma criança, qualquer ideia poderia ser criada, desde que tivesse um carisma social.



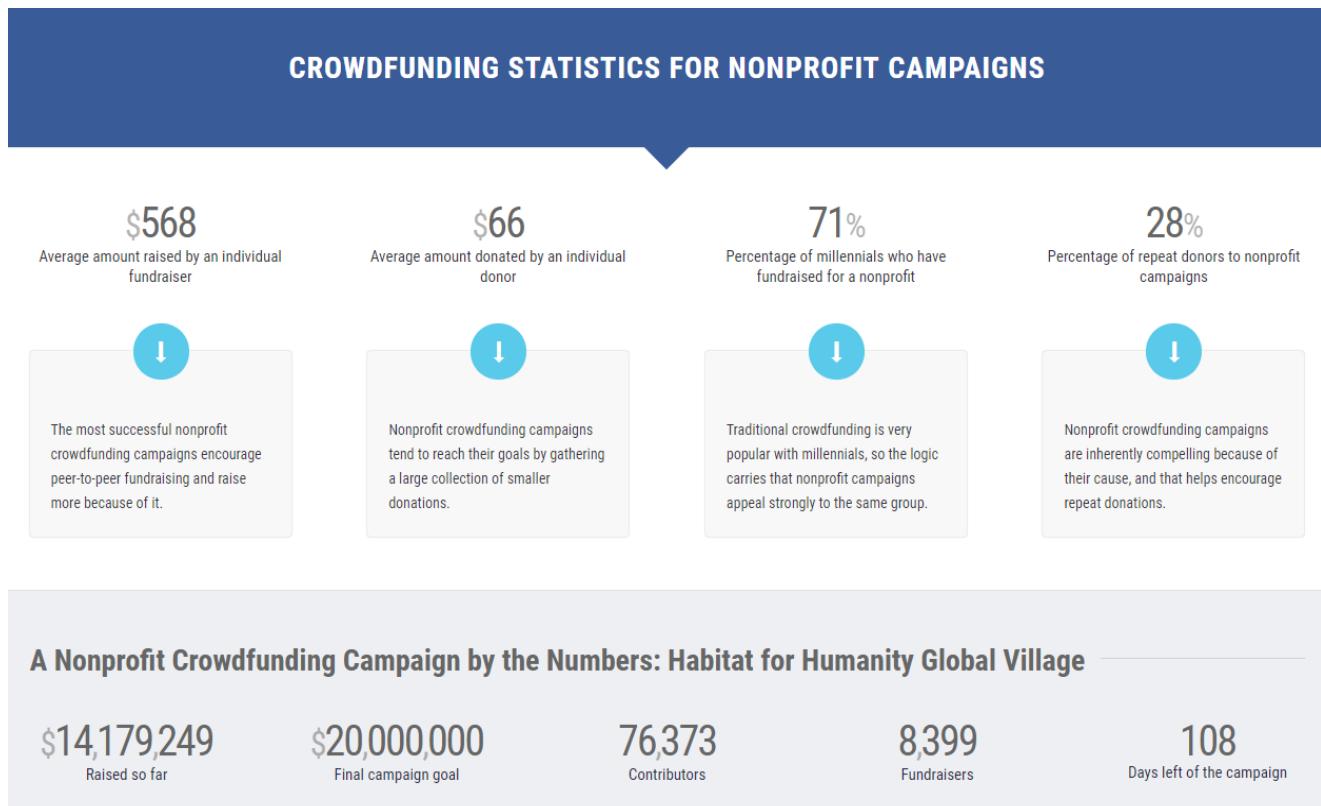
Estatísticas Gerais Crowdfunding

2.1 Motivação para o projeto

Atualmente já existem plataformas de apoio a projetos, mas a nossa equipa deparou-se com uma lacuna no mercado, as plataformas para apoio exclusivo a projetos de carisma social e, como tal, decidimos investir no desenvolvimento de uma, aliando-nos a uma das maiores plataformas, Kickstarter.

2.2 A oportunidade de negócio

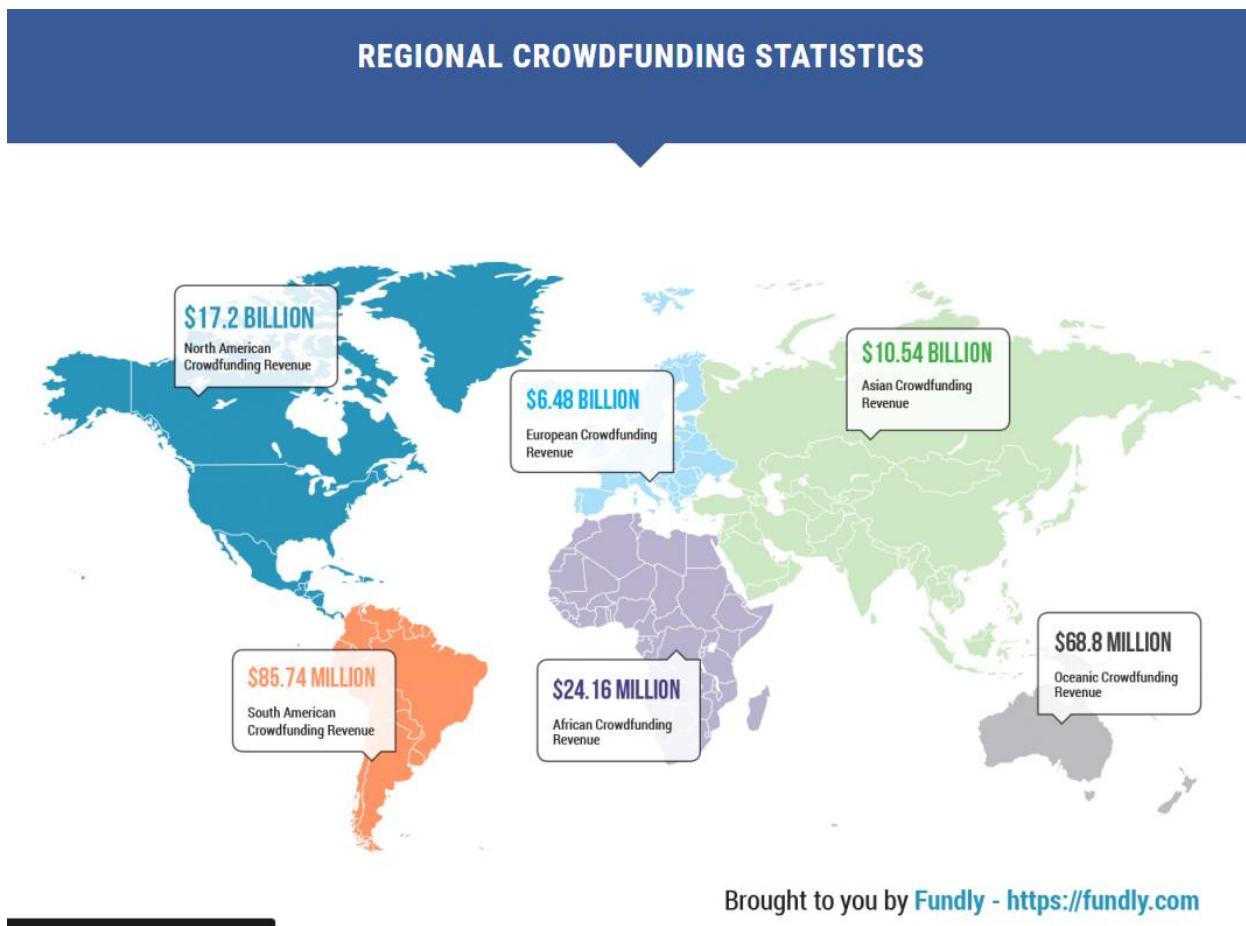
A Kickstarter irá manter a sua política de ganhar uma comissão por cada projeto criado (quer tenha obtido sucesso ou fracasso) e assim irá gerar valor. A plataforma já tem enorme reconhecimento e, dado que há uma lacuna por preencher, que é o apoio a projetos sociais, irá trazer grande proveito para a Kickstarter porque irão estar todos os projetos reunidos. Quando se trata de carisma social, as pessoas são altruístas e irão querer ajudar e, com a plataforma acompanhando a evolução da tecnologia (pagamento online com Paypal, por exemplo), será cada vez mais fácil, simples e seguro apoiar causas sociais.



Estatísticas Crowdfunding para Campanhas Sem Fins Lucrativos

2.3 Objetivos da organização com o novo sistema

Problema/limitação	Objetivo
Projetos falsos	Implementar um perfil para cada criador com possibilidade de avaliação por parte de quem doa dinheiro para o projeto. Feedback regular sobre o estado do projeto.
Mau uso do dinheiro angariado	Lista detalhada de onde irá ser gasto o dinheiro. Criação de planos de apoio (exemplo: 10€ para 200 tijolos). Se o projeto obtiver sucesso fazer um resumo dos gastos.



3 Definição do produto

3.1 O conceito do produto

Para o/a:	Entidade que procura angariar dinheiro e investidores dispostos a doar dinheiro para o projeto.
Que apresenta:	Ainda existem poucas formas seguras e fáceis de angariar fundos para projetos de cariz social ou comunitário. O nosso projeto destaca-se a esse nível. Apresentamos também a possibilidade para uma descrição mais detalhada das campanhas sociais e, assim, captar mais doadores.
O produto:	Uma plataforma que permite o fácil acesso a páginas de vários projetos solidários de apoio a carenciados. Além disso permite a doação de fundos para apoiar esses projetos.
Que:	Permite a doação de fundos a projetos solidários, de forma segura e cómoda, utilizando sistemas modernos de transferência e disponibilização de fundos. Do lado dos administradores da campanha, permite uma melhor gestão da mesma e estabelecer uma descrição mais detalhada de forma a captar mais investidores.
Ao contrário de:	A administração dos projetos tem de criar os seus próprios meios de publicitar o seu projeto e as suas próprias formas de angariação de fundos, sendo os custos da administração mais elevados. As plataformas existentes não permitem uma descrição exaustiva e detalhada do projeto, o que pode desencorajar muitas pessoas a doar mais dinheiro.
O nosso produto:	Permite a doação de dinheiro a projetos solidários de forma segura e fácil, utilizando as formas mais populares de transferência de fundos. Além do mais é compatível com a partilha através das redes sociais mais populares e apresenta uma maior facilidade para a descrição da campanha por parte dos seus administradores.

3.2 Principais capacidades/funcionalidades

- F1 - Criar uma conta e fazer login;
- F2 - Criar uma página de promoção de um projeto de cariz social ou comunitário;
- F3 - Doar dinheiro para projetos de forma segura e cómoda através de sistemas populares de transferência de dinheiro(PayPal, PaySafeCard, Visa, MasterCard, Maestro);
- F4 - Compatibilidade de partilha através das principais redes sociais(Youtube, Facebook, Twitter, Instagram);
- F5 - Apresentar estatísticas que permitam informar tanto o administrador da campanha como potenciais patrocinadores e doadores quanto à viabilidade do projeto;
- F6 – Efetuar uma pesquisa por tema da campanha, dinheiro doado na totalidade ou data de início da mesma;

- F7 – Adicionar vídeos, imagens e textos que reportem o estado atual do projeto social e onde seriam usados os fundos doados;
- F8 - Secção de comentários para os investidores fazerem perguntas sobre o projeto;
- F9 - Compatível com dispositivos moveis;
- F10 - Capacidade do *Campaign Administrator* partilhar *updates* regulares com potenciais investidores;
- F11 - Integração dos perfis de redes sociais com a página dos detalhes do projeto;
- F12 - Apresentar as campanhas mais bem sucedidas(maior capital angariado).

3.3 Âmbito funcional e *releases*

Features	Release 1	Release 2	Release 3
F1 - Criar conta e fazer login.	Implementada na totalidade.		
F2 - Criar página de promoção de um projeto.	Implementada na totalidade.		
F3 - Doar dinheiro.	Implementadas apenas forma de pagamento Paypal.	Implementação das restantes formas de pagamento.	
F4 - Compatibilidade de partilha nas redes sociais.	Implementado na totalidade.		
F5 - Apresentar estatísticas.	Não implementado.	Não implementado.	Implementado na totalidade.
F6 - Efetuar pesquisas.	Implementada pesquisa por tema de campanha.	Implementada pesquisa pelo nome ,data de criação, dinheiro alcançado.	
F7 - Adicionar vídeos, imagens e texto.	Implementado na totalidade.		
F8 - Secção de comentários.	Não implementado.	Implementado na totalidade.	
F9 - Compatibilidade com dispositivos móveis.	É possível acesso com dispositivos móveis, mas não é garantida compatibilidade completa com estes.	Implementado na totalidade.	
F10 - Partilhar <i>updates</i> regulares.	Implementado na totalidade.		
F11 - Integração dos perfis das redes	Não implementado.	Implementado na totalidade.	

sociais com as páginas dos projetos.			
F12 – Apresentar as campanhas mais bem sucedidas.	Não implementado.	Implementado na totalidade	

3.4 Limites e exclusões

L1 - Não é possível garantir a veracidade do projeto, sendo a responsabilidade dos doadores verificar a sinceridade do *campaign administrator*;

L2 - Projeto muito dependente na sua visibilidade e popularidade.

4 Contexto da organização

4.1 Perfis dos stakeholders

Nome	Responsabilidades	Valor/benefício obtido com o sistema
Site staff	<p>Garantir a segurança e promover o bom funcionamento do sistema.</p> <p>Corrigir qualquer erro que possa ser reportado pelos utilizadores da plataforma.</p> <p>Atualizar de forma regular a plataforma, tendo também por base críticas de usuários do site, de maneira a melhorar a interface desta com os utilizadores, simplificando e tornando mais fluida a sua navegação no site.</p> <p>Divulgar a plataforma nas redes sociais, ou outros meios que achar apropriados(ex. youtube, outros websites).</p> <p>Responsável pelo pagamento de custos associados à plataforma.</p>	<p>Obtenção lucros provenientes das transações efetuadas na plataforma(pequena percentagem do valor doado à campanha pelo sponsor que varia conforme este ultrapasse ou não a meta financeira estabelecida pelo gestor da campanha).</p> <p>Contribuição para uma sociedade melhor, ajudando a corrigir problemas sociais que afetam os mais necessitados, uma vez que o objetivo desta plataforma é promover o financiamento de campanhas de caridade, e consequentemente ajudá-las a serem bem-sucedidas.</p>
Charity Institutions/Social Project Managers	<p>Elaborar uma descrição do projeto, assim como estabelecer uma meta financeira a ser atingida, e referir compensas para os investidores.</p> <p>Atualizar, de forma regular e constante, o estado do projeto e referir especificamente os recursos em falta, onde será gasto o dinheiro angariado.</p>	<p>Divulgação da sua causa, expondo a sua campanha para pessoas dispostas a doarem o seu dinheiro.</p> <p>Maior angariação de fundos, acabando por chegar a um maior número de pessoas provenientes de qualquer parte do mundo desde que tenham acesso à internet.</p>
Sponsor	<p>Procurar a campanha que pretende investir, informando-se do seu estado atual, do dinheiro já angariado, e da sua data de criação.</p> <p>Escolher o método de pagamento que pretende usar de modo a poder investir na campanha escolhida.</p>	<p>Promoção de causas sociais.</p> <p>Obtenção de uma potencial recompensa da campanha em que investiu o dinheiro.</p>

4.2 Ambiente de utilização

Para a implantação desta plataforma na internet teríamos por um lado os custos de registo de domínio(custos anuais), e por outro lado custos de hospedagem e de manutenção do site(custos mensais).

Pela nossa pesquisa os custo de registo de domínio em Portugal seria entre 18,45 a 27,06 euros por um ano (dependendo do domain name que se pretendesse registrar). Caso esteja também já incluído no

preço os custo de manutenção e gestão da nossa plataforma, o preço anual já seria superior, atingindo o valor de 123 euros.

O processo de decisão de escolha de hospedagem do site é crítico, uma vez que a performance e a segurança do site que está em causa. Ou seja, caso o serviço de hospedagem escolhido não seja o melhor, a nossa plataforma deixa de ser rápida, podendo até ficar offline, o que poderia resultar numa diminuição de tráfego no site e consequentemente uma diminuição do lucro.

Obviamente o preço da hospedagem do site vai ser proporcional ao volume de visitas diárias na nossa plataforma, no entanto o valor medio de hospedagem num provedor americano é de 6 dólares e num provedor brasileiro seria de 35 reais, um custo que não compromete a nossa viabilidade financeira.

A manutenção do site também é absolutamente necessária porque aumentaria a segurança contra possíveis “hacks”, e seria responsável por atualizações que levariam a uma maior estabilidade do site (ausência de conflitos entre CMS, tema e plugins).

Por fim temos os custos de atualização do tema que rondam os 50 dólares por ano (valores médios), e o custo da atualização de plugins (sem custos para plugins básicos), considerando o CMS wordpress (uma das principais ferramentas de criação de sites). Estes custos estariam incluídos no preço da manutenção do site.

Consoante o nosso grau de crescimento, e o nosso de numero de utilizadores diários é necessário adaptar as nossas infraestruturas de modo a procurar ter um melhor serviço, nomeadamente poderá ser necessário procurar um provedor de hospedagem que ofereça recursos adicionais de forma a deixar o site mais rápido e seguro, e que tenha um bom sistema de suporte, ou seja, que seja capaz de responder aos nossos pedidos com eficácia.

De um ponto de vista mais pratico, e necessário também fornecer ao utilizador uma plataforma atrativa e funcional, e para isso utilizaríamos uma ferramenta de busca e uma barra horizontal na pagina principal do site, evidenciando as principais secções. Também usaríamos o SEO de modo a otimizarmos o nosso site para mecanismos de busca de modo a favorecer o nosso posicionamento nas pesquisas do google.

5 Fontes e material de referência

<https://www.dns.pt/pt/dominios-2/precos/>

<https://www.insideclick.com.br/quanto-custa-manter-um-site/>

<http://blog.staplesjeitocerto.com.br/oito-dicas-para-o-seu-negocio-ter-um-site-funcional/>

6 Anexos