



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA –  
CAMPUS CABEDELO  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

**Achadinho à Mesa: Criação de um Protótipo do Aplicativo  
por meio da Metodologia de Design Centrado no Usuário  
para Exploração de Restaurantes.**

IAN FELIPE LIMA SOARES SÁ

CABEDELO  
2023

IAN FELIPE LIMA SOARES SÁ

**Achadinho à Mesa: Criação de um Protótipo do Aplicativo  
por meio da Metodologia de Design Centrado no Usuário  
para Exploração de Restaurantes.**

Projeto apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, como requisito obrigatório na disciplina Metodologia Científica do curso superior em Design Gráfico.

Orientador: Rodrigo Pessoa Medeiros

CABEDELLO  
2023

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação – (CIP)  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

---

S111a Sá, Ian Felipe Lima Soares.

Achadinho à Mesa: Criação de um protótipo do aplicativo por meio da metodologia de design centrado no usuário para exploração de restaurantes / Ian Felipe Lima Soares Sá – Cabedelo, 2023.  
79 f.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB.  
Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Pessoa Medeiros.

1. Design do usuário. 2. Aplicativo. 3. Restaurantes. I. Título.

---

CDU 004.5



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

IAN FELIPE LIMA SOARES SA

Achadinho à Mesa: Criação de um protótipo de aplicativo por meio da Metodologia de Design Centrado no Usuário para Exploração de Restaurantes.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de tecnólogo em Design Gráfico, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus Cabedelo.

Aprovado em 06 de dezembro de 2023

**Membros da Banca Examinadora:**

Dr. Rodrigo Pessoa Medeiros

IFPB Campus Cabedelo

Me. Marília Gabriella Lima Lira da Silva

IFPB Campus Cabedelo

Esp. Antunes Vila Nova Neto

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2023

Documento assinado eletronicamente por:

- **Rodrigo Pessoa Medeiros**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 01/02/2024 14:27:52.
- **Marília Gabriella Lima Lira da Silva** PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 01/02/2024 15:28:50.
- **Antunes Vila Nova Neto**, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 04/02/2024 19:53:39.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 29/01/2024. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 524068  
Verificador: 8b3a5a74e3  
Código de Autenticação:



Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CABEDELLO / PB, CEP 58103-772

<http://ifpb.edu.br> - (83) 3248-5400

## AGRADECIMENTOS

Quero, primeiramente, expressar minha gratidão ao Ian do passado por não ter desistido nos contratempos da vida, especialmente nesta fase tão significativa para o Ian atual. No começo foi bem difícil, chorei muitos nos primeiros meses morando sozinho, não conhecia a cidade, não tinha família aqui, mas em um ano conheci pessoas incríveis que mudaram toda a minha história de vida, e que se tornaram minha família. Hoje consigo dizer que João Pessoa é a minha casa.

Mesmo que eles não estejam presentes, gostaria de agradecer a todos da minha família: minha mãe Claudia, meu pai Rogério, e minhas duas irmãs, Ingrid e Ianca. Durante esse tempo, ambas se tornaram mães, e eu fui promovido a tio. Infelizmente, não pude acompanhar de perto o crescimento deles, mas espero retribuir todo o amor e carinho que vocês compartilharam comigo ao longo destes anos, através de chamadas de vídeo, momentos de lágrimas e alegrias. Amo vocês.

Expresso minha gratidão a todos que estiveram presentes ao longo dos anos no curso. Eu tinha muito medo de não conseguir fazer amigos e me isolar na cidade, mas acredito que todos, especialmente os do KITNET, transformaram João Pessoa em um verdadeiro lar para mim. Esta cidade se tornou e continua sendo minha casa, e todos vocês me acolheram de uma forma linda e generosa. Sou profundamente grato por tê-los como minha família aqui.

Agradecer também, em especial, ao meu namorado, o Vitor, que chegou mexendo com o coraçãozinho do Ian. Agradecer porque ele esteve presente durante todo esse tempo, sendo a força que me impediu de desistir de muitas coisas em várias ocasiões, aquele que me fez confiar no meu trabalho e nos meus projetos. Agradecer pelas madrugadas passadas juntinhos estudando e editando. Gratidão pelos puxões de orelha e pelos incentivos. Te amo, meu bolinho de milho.

Agradeço ao meu orientador Rodrigo por ter aceitado me orientar neste projeto. Tenho uma grande admiração por você, pelos seus projetos e por toda a sua trajetória de vida. Espero ganhar um livrinho, rs. Sua história de vida é inspiradora. Obrigado por tudo.

Obrigado, quarteto elegante, bolinhers e a todos os outros amigos que fizeram parte dessa história linda e importante para mim. Obrigado ao Gabriel, que se tornou um irmão mais velho para mim. Você é incrível! Agradeço por tudo, de verdade.

## RESUMO

Este projeto aborda a criação de um protótipo de aplicativo para pesquisa de restaurantes, utilizando uma metodologia de design centrado no usuário, de Rogério Pereira no livro *User Experience Design* (2018). O foco do estudo é criar um protótipo de um aplicativo que permita aos usuários pesquisar restaurantes e comidas regionais, de forma prática e eficiente. O objetivo central é proporcionar uma experiência única e clara na busca de comidas típicas da Paraíba, usando como referência sua localização atual. O modelo criado do aplicativo procura oferecer uma nova maneira de achar restaurantes locais, com a finalidade de aprimorar a experiência do usuário na busca desses restaurantes.

**Palavras-Chave:** experiência do usuário, restaurantes, comida regional, João Pessoa.

## **ABSTRACT**

*This project addresses the development of a prototype restaurant search application using a user-centered design methodology, as outlined by Rogério Pereira in the book "User Experience Design" (2018). The study focuses on creating an application prototype that allows users to efficiently and conveniently search for local restaurants and regional cuisines. The main objective is to provide a unique and clear experience in searching for typical dishes from Paraíba, with the user's current location as a reference. The created application model aims to offer a new way of discovering local restaurants, with the purpose of enhancing the user experience in the search for these establishments.*

*Keywords: user experience, restaurants, regional food, João Pessoa*

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Pesquisa Anual da PBTUR com dados entre 2013 a 2022	14
Figura 02: Pesquisa com turistas (2023)	15
Figura 03: Ciclo de construção do aplicativo	17
Figura 04: Ciclo interativo	18
Figura 05: Jornada do usuário	19
Figura 06: Situação Econômica	22
Figura 07: Alternativa para a sobrevivência	24
Figura 08: Primeira pergunta	30
Figura 09: Segunda pergunta	30
Figura 10: Terceira pergunta	31
Figura 11: Quarta pergunta	31
Figura 12: Quinta pergunta	32
Figura 13: Sexta pergunta	32
Figura 14: Sétima pergunta	33
Figura 15: Oitava pergunta	33
Figura 16: Nona pergunta	34
Figura 17: Décima pergunta	34
Figura 18: Décima primeira pergunta	35
Figura 19: Décima segunda pergunta	35
Figura 20: Décima terceira pergunta	36
Figura 21: Primeira referência internacional	37
Figura 22: Segunda referência internacional	37
Figura 23: Segunda referência internacional a	38
Figura 24: Segunda referência internacional b	38
Figura 25: Persona	39
Figura 26: Brainstorming	40
Figura 27: Moodboard	41
Figura 28: Moodboard ID	42
Figura 29: Estudo das cores	43
Figura 30: Estudo da tipografia	43
Figura 31: Estudo do símbolo	44
Figura 32: Estudo dos ícones	45
Figura 33: Versões	46
Figura 34: Sitemap	48
Figura 35: Rascunhos	51
Figura 36: Wireframe estático	52
Figura 37: Moodboard protótipo	53
Figura 38: Cores	54
Figura 39: Guia de estilo	55

Figura 40: Guia tipografico	56
Figura 41: Wireframe (login)	58
Figura 42: Wireframe (cadastro)	59
Figura 43: Wireframe (home)	60
Figura 44: Wireframe (conta)	61
Figura 45: Wireframe (restaurante)	62
Figura 46: Wireframe (localização)	63
Figura 47: Wireframe (avaliação)	64
Figura 48: Wireframe (favoritos e avaliações)	65
Figura 49: Wireframe (transição)	66
Figura 50: Wireframe (tour)	67
Figura 51: Teste de usabilidade	71
Figura 52: Resultado do teste	72
Figura 53: Momento do teste	73

## SUMÁRIO

1. Introdução	10
1.2. Objetivos	12
1.2.1 Objetivo Geral	12
1.2.2 Objetivos Específicos	12
2. Fundamentação Teórica	13
2.1 Gastronomia e o Mercado de Restaurantes na Paraíba	13
2.2 Análise de perfil de turistas na cidade de João Pessoa	14
2.3 Interface de Usuário	16
2.4 Design de interação e de experiência	18
2.5 Design de serviço e Jornada do usuário	19
3. Metodologia	25
3.1 DE PESQUISA	25
3.2 DE PROJETO	25
4. Metodologia aplicada	29
4.1 PESQUISA	29
4.1.1 PERFIL DO USUÁRIO	29
4.1.2 ESTUDO DE REFERÊNCIAS	36
4.1.2 PERSONA	39
4.2 IDEIAÇÃO	40
4.2.1 BRAINSTORMING	40
4.2.2 MOODBOARD	40
4.2.3 IDENTIDADE VISUAL DO PROJETO	42
4.2.3.1 Conceito e Moodboard	42
4.2.3.2 Estudo das cores	42
4.2.3.3 Estudo da Tipografia	43
4.2.3.4 Estudo do Símbolo	44
4.2.3.5 Estudo do ícones	44
4.2.3.6 Versões	46
4.2.4 Sitemap	48
4.2.5 Casos de Uso	50
4.3 PROTOTIPAÇÃO	52
4.3.1 Rascunhos	52
4.3.2 Wireframes estáticos	53
4.3.3 Protótipos	54
4.3.3.1 Cores	55
4.3.3.2 Guia de estilo	55
4.3.3.3 Guia tipografico	56
4.3.3.4 Wireframe Login	59
4.3.3.5 Wireframe Cadastro	60
4.3.3.6 Wireframe Home	61
4.3.3.7 Wireframe Conta	62

4.3.3.8 Wireframe Restaurante	63
4.3.3.9 Wireframe Localização	64
4.3.3.10 Wireframe Avaliação	65
4.3.3.11 Wireframe Favoritos e Avaliações	66
4.3.3.12 Wireframe Transição	67
4.3.3.13 Wireframe Tour	68
5 Teste de Usabilidade	69
5.1 Tarefas para o teste de usabilidade	69
5.3 Resultado do teste	72
6 Considerações finais	75
7. Referências	76

## 1. Introdução

Com o aumento do uso das redes sociais e com o vasto crescimento da tecnologia, tem se tornado cada vez mais necessário o uso de aplicativos móveis que nos auxiliem no nosso cotidiano. Segundo a Abrasel - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (2023) a crescente demanda por facilidades na busca por serviços de restaurantes tornou-se um tema de grande interesse, principalmente no período pós pandemia. Nesse contexto, este estudo propõe o desenvolvimento de um protótipo de um aplicativo para pesquisa de restaurantes regionais, utilizando da metodologia de design centrado no usuário. Criando assim, um protótipo de um aplicativo móvel, que permita aos usuários encontrar de forma prática e eficiente, restaurantes locais com comidas regionais na Paraíba.

O objetivo central está em auxiliar os usuários em suas preferências e necessidades, trazendo uma experiência única e clara na busca de comidas típicas da região. Para isso, foram selecionadas diversas obras de autores da área, como Jenny Preece, que utiliza da metodologia para a criação de aplicativos no seu livro Design de Interação, Yvone Rogers (2005) e Helen Sharp que são os escritores deste livro. Com essa abordagem, explicada no livro do Jenny Preece, o usuário fica no centro do processo de design, proporcionando um entendimento mais profundo das suas necessidades, vontades e expectativas diante do que se espera.

A abordagem centrada no usuário desempenha um papel crucial na concepção de um aplicativo móvel, assegurando que as necessidades dos usuários sejam prioritárias na plataforma. Tal metodologia tem sido amplamente utilizada no desenvolvimento de aplicativos para diversas áreas, inclusive no segmento de busca de restaurantes. Ao pesquisar aplicações desse tema, identifica-se que muitos estudos são voltados para os aplicativos de delivery e poucos são focados em restaurantes regionais e suas especialidades.

Na elaboração do protótipo proposto neste estudo, almeja-se criar uma experiência única para o usuário, dando prioridade às suas necessidades e eliminando quaisquer elementos que possam dificultar a leitura e compreensão do conteúdo. De acordo com Wathan e Schoher (2018), é um equívoco iniciar o design de um novo aplicativo projetando a barra de navegação no topo da página. O autor

destaca que a maioria das pessoas se frustram e se sente presa ao tentar "projetar o aplicativo" imediatamente, pois estão focadas no visual da interface (shell) e negligenciam as necessidades do usuário. (WATHAN, 2018; SCHOGER, 2018; tradução nossa)

## 1.2. Objetivos

### 1.2.1 Objetivo Geral

Elaborar um protótipo de aplicativo dedicado à pesquisa de restaurantes, empregando a abordagem do design centrado no usuário, focado em restaurantes regionais em João Pessoa. O protótipo busca não apenas atender, mas antecipar e encantar os usuários, promovendo uma experiência de pesquisa de restaurantes mais aprimorada e adaptada às expectativas do público-alvo.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- Utilizar da metodologia de Design Centrado no Usuário para o projeto de Pesquisa de restaurantes na cidade de João Pessoa na Paraíba
- Analisar a viabilidade da jornada do usuário na procura por restaurantes locais utilizando dessa abordagem para identificar e compreender os desafios enfrentados na busca de restaurantes.

## 2. Fundamentação Teórica

### 2.1 Gastronomia e o Mercado de Restaurantes na Paraíba

No contexto brasileiro, a relevância do turismo gastronômico cresce não apenas do ponto de vista científico, mas também do econômico, especialmente considerando a extensa diversidade geográfica do país. É comum observar pratos que se destacam de uma região para outra. Assim, o turismo gastronômico surge como uma opção para fortalecer a identidade local, apreciar as particularidades culturais e sociais, além de atrair receitas para a região.

A gastronomia típica desempenha um papel significativo como elemento cultural que conecta dois povos, conforme apontado por Fagliari (2005), e representa um recurso valioso a ser explorado pelo turismo. Ao transformar a gastronomia típica em uma atração turística, tanto os locais quanto os turistas podem colher benefícios mútuos. Os residentes locais se beneficiam pela preservação e revitalização de suas receitas e práticas culinárias, enquanto os turistas têm a oportunidade única de imersão e troca de experiências culturais. Essas interações refletem, assim, a expressão identitária diária dos residentes locais.

A culinária paraibana é moldada por influências geográficas e climáticas, elementos que enriquecem a diversidade alimentar na região. Assim como outros estados nordestinos, a Paraíba se destaca pela abundância e singularidade dos conhecimentos e práticas culinárias, tradições que se mantêm vivas também na sua capital, João Pessoa.

O setor turístico procura atender às demandas de seus clientes, os visitantes, que buscam essa experiência de forma voluntária para satisfazer suas necessidades de bem-estar. Essas necessidades podem abranger aspectos culturais, econômicos ou sociais (LA TORRE, 1992, p.19). De acordo com dados da Organização Mundial do Turismo, observa-se uma tendência crescente na motivação e comportamento dos viajantes, marcada pelo aumento da seletividade na escolha de destinos, sensibilidade ambiental e cultural, além da demanda por experiências de alta qualidade (OMT, 1999, citado em BRASIL, 2010).

## 2.2 Análise de perfil de turistas na cidade de João Pessoa

O PBTUR não conduziu a pesquisa com os turistas no ano de 2020 devido ao agravamento da pandemia, que resultou no pior período registrado. Houve uma queda significativa no fluxo turístico, passando de 1.278.974 em 2019 para 443.160 em 2020, representando uma redução de 65,35% em relação ao ano anterior. Não é possível determinar o número exato de turistas que visitaram a cidade, uma vez que a coleta de dados foi impossibilitada durante os meses de março a outubro, junto à rede hoteleira. Também não foi viável realizar uma pesquisa mais aprofundada com os turistas nesse período.

Figura 01: Pesquisa Anual da PBTUR com dados entre 2013 a 2022

Mês/Ano	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
JAN	128.270	138.069	139.382	141.542	146.877	149.606	153.466	158.148	128.890	136.892	1.421.142
FEV	86.179	91.508	95.050	92.136	93.288	98.940	100.344	104.880	94.654	99.652	956.631
MAR	88.400	94.510	98.656	96.990	98.882	103.052	108.126	-	44.580	106.960	840.156
ABR	82.109	89.800	93.146	84.132	96.540	93.788	96.790	-	46.512	102.084	784.901
MAI	80.024	85.078	86.410	84.130	87.100	81.004	84.202	-	66.506	89.863	744.317
JUN	88.988	74.686	88.502	94.344	94.300	92.728	94.208	-	71.174	92.212	791.142
JUL	103.864	95.253	111.120	112.478	114.952	121.412	116.352	-	109.044	116.908	1.001.383
AGO	83.463	92.354	89.922	91.572	92.964	93.986	98.874	-	91.890	103.352	838.377
SET	88.947	92.232	98.134	98.634	101.004	102.032	103.336	-	106.824	106.982	898.125
OUT	99.192	103.600	110.748	103.105	108.926	106.544	109.490	-	118.934	113.158	973.697
NOV	96.052	99.650	99.890	97.980	99.200	102.038	100.818	86.252	110.210	115.458	1.007.746
DEZ	97.360	102.170	99.048	100.591	108.600	114.180	112.968	93.880	114.600	114.950	1.058.347
ANUAL	1.122.848	1.158.910	1.210.008	1.197.634	1.242.633	1.259.310	1.278.974	443.160	1.103.818	1.298.471	11.315.766
MÉDIA	93.571	96.576	100.834	99.803	103.553	104.494	106.581	36.930	91.985	108.206	1.131.577

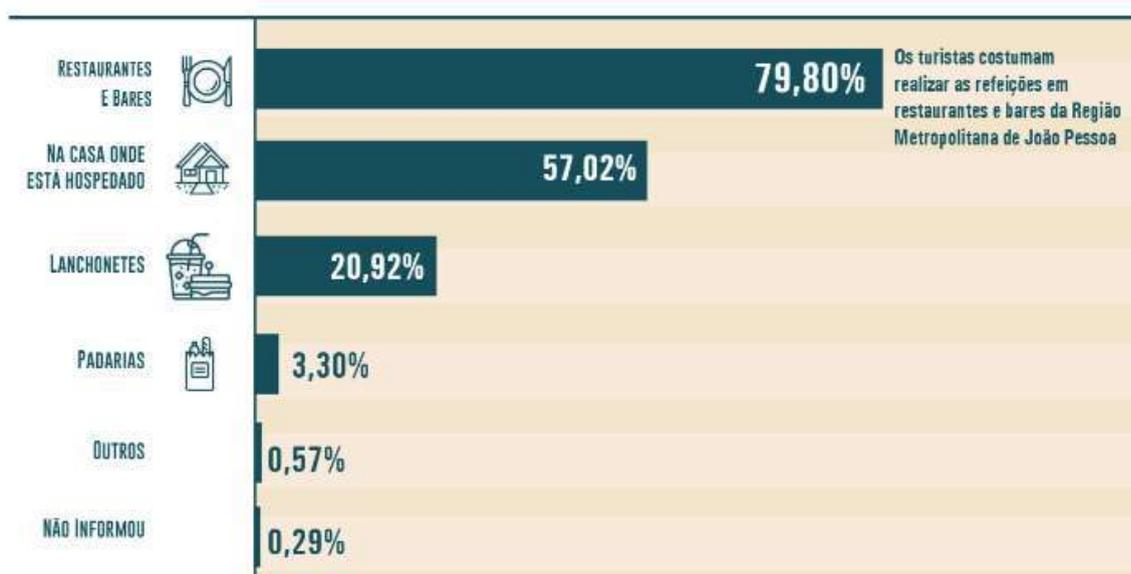
Fonte: Instituto de Planejamento, Estatística e Desenvolvimento da Paraíba.

Analisando os dados da Pesquisa Anual do Desempenho do Turismo na Região Metropolitana de João Pessoa em 2022 e 2023, vimos uma constante na porcentagem de turistas que optaram por fazer suas refeições em bares e restaurantes, em comparação com o ano anterior. As pesquisas, feitas pelo Instituto de Planejamento, Estatística e Desenvolvimento da Paraíba. análise (2022), mostram que 80,97% dos participantes escolheram frequentar bares e restaurantes,

enquanto 53,14% elegeram o local de sua hospedagem e 19,03% optaram por consumir em lanchonetes.

Já no ano de 2023 as pesquisas mostram que apenas entre os participantes, 79,80% afirmaram ter o costume de realizar suas refeições em restaurantes e bares, enquanto 57,02% mencionaram fazer na residência onde estão hospedados. 20,92% optaram por lanchonetes, e apenas 3,305% escolheram padarias. 95,79% avaliaram-na como 'excelente ou boa'.

Figura 02: Pesquisa com turistas (2023)



Fonte: Instituto de Planejamento, Estatística e Desenvolvimento da Paraíba.

Os resultados indicam que, ao longo desses anos, a maioria dos turistas continuou a escolher fazer suas refeições em bares e restaurantes, mostrando uma preferência constante por essa opção em comparação com outros locais.

Essa constância na preferência por estabelecimentos de alimentação fora do ambiente de hospedagem destaca a importância dos restaurantes e bares na experiência turística na região, indicando uma oportunidade contínua para o setor de alimentação e hospitalidade se destacar e aprimorar seus serviços para atender às expectativas dos visitantes.

### 2.3 Interface de Usuário

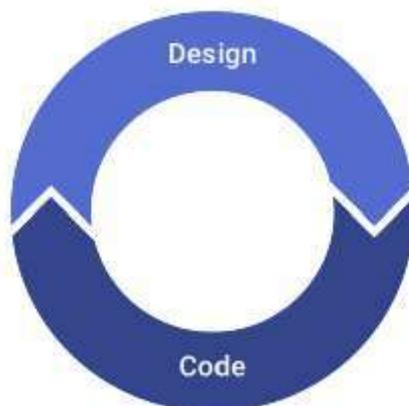
A interface de usuário desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de um protótipo de um aplicativo. Essa área compartilhada é o ponto de contato direto entre os usuários e o aplicativo, e sua qualidade afeta diretamente a experiência de quem a utiliza. A metodologia de design centrada no usuário ajuda a entender esse público em um nível mais profundo, sendo necessário assim, criar uma interface que seja intuitiva, agradável e eficaz.

Ao optar por projetar o aplicativo de imediato, sem a percepção de usabilidade do usuário, começando por exemplo, pela barra de navegação no topo da página, é destacado pelos autores Wathan e Schoger (*Refactoring UI* ; 2018) como um equívoco comum. Essa abordagem, conforme apontado no livro, leva frequentemente à frustração e impede o progresso do desenvolvimento do aplicativo. A maioria das pessoas, ao se concentrar inicialmente no *shell*, ou seja, no visual da interface, acaba enfrentando dificuldades e limitações no desenvolvimento do projeto.

Essa frustração decorre da negligência de aspectos mais fundamentais, contrastando com a perspectiva de Brown (2020), que destaca a importância de considerar a inovação e o impacto transformador no desenvolvimento de produtos ou serviços. Segundo tal, quando um produto ou serviço é verdadeiramente inovador, ele não só atende às necessidades imediatas, mas também redefine a maneira como as pessoas vivem e trabalham de maneira duradoura (2020, p.12). Portanto, é crucial evitar o erro inicial de priorizar aspectos visuais antes de abordar elementos mais essenciais e importantes no design do aplicativo.

Wathan e Schoger (2018) abordam um quesito importante que é a busca da solução do problema antes de começar o design do aplicativo em si. O *discovery* junto aos futuros usuários do aplicativo desempenharam, para esse quesito, um papel crucial na identificação, análise, filtragem e resolução dos desafios que eles enfrentam. Além disso, proporcionará a oportunidade de agregar melhorias e endereçar possíveis problemas e necessidades.

Figura 03: Ciclo de construção do aplicativo



Fonte: <https://www.refactoringui.com/#get-refactoring-ui> (2018)

O objetivo é trazer ativamente os usuários por meio de testes de usabilidade e obtenção de *feedback* diante das pesquisas feitas online. Essa parte vai auxiliar a identificar e prever eventuais problemas, realizar melhorias contínuas no aplicativo de forma iterativa e garantir que a interface seja adaptada às necessidades das pessoas. Wathan e Schoger (2018, p 19) sugerem que:

“Não fique sobrecarregado trabalhando no abstrato. Construa a coisa real o mais cedo possível para que sua imaginação não tenha que fazer todo o trabalho pesado” (WATHAN, 2018; SCHOGER, 2018; tradução nossa).

Sendo assim, a interface do usuário ou o termo *User Experience* (UX), trata-se da experiência do indivíduo que utiliza um produto ou serviço digital. Tal experiência, tem como objetivo criar produtos que sejam simples de utilizar, além de serem peças de *Design*, diminuindo as dificuldades e permitindo que o usuário complete suas tarefas rapidamente e sem obstáculos. Além disso, o *UX Design* também se baseia em princípios psicológicos para motivar e encorajar o usuário a continuar a utilizar o produto.

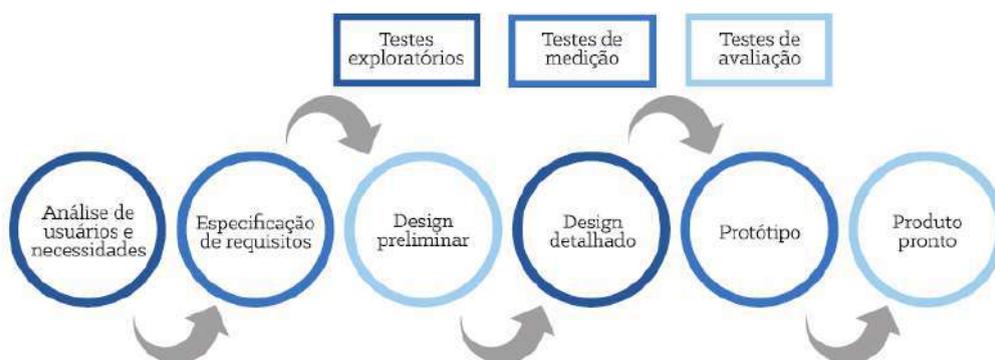
## 2.4 Design de interação e de experiência

Design de Interação engloba a compreensão e a especificação do comportamento das interfaces durante a interação do usuário. Isso abrange a análise de como os elementos da interface reagem às ações do usuário e como essas respostas influenciam a usabilidade e a experiência global do usuário.

Uma pesquisa deve ser realizada com o objetivo de analisar os usuários, identificando seus perfis e necessidades. Além disso, também é necessário pesquisar sobre as soluções existentes, bem como fazer uma investigação de mercado para identificar as funções e diferenciais dos concorrentes e outros produtos que servem ao mesmo propósito. Essa pesquisa também pode incluir o benchmarking para obter informações relevantes. (CESAR, 2015)

“No ciclo iterativo temos logo no começo das atividades a identificação de necessidades de usuários e estabelecimento de requisitos do sistema (justamente para contemplar estas necessidades).” (CESAR, 2015, p. 24).

Figura 04: Ciclo iterativo



Fonte: CESAR, Caio (2015)

A usabilidade é o ponto chave e principal desse ciclo iterativo, buscando sempre um design limpo, claro e acessível diante dos testes feitos com os usuários. Como descrito por Teixeira (2014, p. 20), os designers que cuidam da experiência do usuário e usabilidade: “(...) trabalham para construir produtos que sejam fáceis de

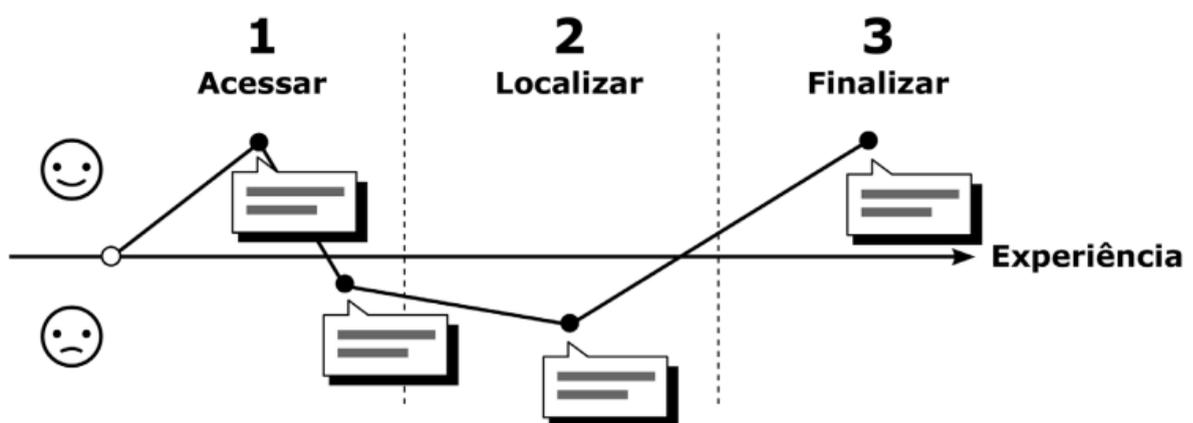
usar (a tal usabilidade), reduzindo a fricção e permitindo que os usuários completem a tarefa desejada em menos tempo, com menos ruído e obstáculo”. Teixeira (2014) fala que um dos princípios fundamentais do Design de Experiência do Usuário é reconhecer que não somos o usuário. Tornando desafiador prever com exatidão o que o usuário pensa, sente e deseja ao interagir com o protótipo.

## 2.5 Design de serviço e Jornada do usuário

O design de serviço e a jornada do usuário são duas coisas interconectadas que propõem a aprimorar a experiência do cliente em relação a um produto ou serviço (Pereira, 2018). A experiência do usuário (UX), Customer Experience (CX), ou experiência do cliente em português, são fatores que abrangem os elementos da interação dos clientes com o produto, marca ou serviços oferecidos. Toda a experiência começa no primeiro contato que o usuário tem com a marca até o momento em que os seus serviços e produtos são utilizados.

Ao percorrer a jornada do usuário, desde o primeiro contato com a marca até o consumo do produto, é necessário atravessar todas as etapas, que incluem: o acesso à plataforma, seleção do produto, contratação, entre outros processos. No diagrama abaixo é apresentada a jornada do usuário de forma simples e compreensiva, mostrando todas as emoções que o cliente tem diante das etapas.

Figura 05: Jornada do usuário



**Fonte:** User Experience Design - Como criar produtos digitais com foco nas pessoas.

Pereira (2018) traz em seu livro um pensamento onde a experiência do usuário acontece a toda hora, em qualquer lugar e com qualquer objeto que se usa no dia a dia. Para o autor, a “experiência do usuário manifesta-se em todos os objetos que usamos diariamente, e ela existe desde que o mundo é mundo.” (PEREIRA, 2018, p. 5)

Pegando esse pensamento e trazendo para o ano de 2020, quando o Brasil fechou as portas e decretou a pandemia, a experiência do usuário foi diferente. Esse período teve dificuldades para os comerciantes locais de acharem uma solução para que não fechassem as portas.

O G1 publicou uma matéria no ano de 2020 mostrando o crescimento da adesão de supermercados e restaurantes ao delivery. De acordo com a Associação dos Supermercados da Paraíba (ASPB), mais de 80% dos supermercados em todo o estado adotaram o sistema de delivery como uma estratégia para viabilizar e potencializar as vendas.

Antes da pandemia, apenas 10 estabelecimentos em João Pessoa e três em Campina Grande ofereciam serviços de delivery. Contudo, a ASPB estima que, após a pandemia, mais de 200 lojas em todo o estado tenham aderido a esse formato, representando um crescimento notável de mais de 1.400%. A associação, composta por aproximadamente 250 lojas associadas, destaca que a adoção do delivery tornou-se uma prática coletiva entre os supermercados.

Uma análise conduzida pela Abrasel, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes revelou informações cruciais relacionadas ao segmento de delivery. (Abrasel, 2022). Observou-se que quase quatro em cada cinco estabelecimentos consultados (78%) estão envolvidos na prestação de serviços de entrega de refeições. Em contrapartida, 14% dos estabelecimentos afirmaram não oferecer serviços de entrega, enquanto 8% relataram ter iniciado a operação de entrega, porém posteriormente desistiram.

Dentre aqueles que optaram por fornecer serviços de entrega, mais de um terço (35%) adotou essa prática após o início da pandemia, evidenciando a resposta adaptativa do setor às mudanças no cenário econômico e de consumo. Além disso, 81% dos estabelecimentos que aderiram ao serviço de entrega o fazem por meio de

plataformas de entrega, que podem ser combinadas ou não com canais próprios como sites, telefones e aplicativos de mensagens como o *WhatsApp* e *Instagram*. Esses dados indicam a rápida evolução do setor e a crescente importância das plataformas de entrega na necessidade do momento.

É notável destacar que, entre as plataformas de entrega utilizadas pelos estabelecimentos, o *Ifood* detém uma posição de domínio prioritário, sendo escolhido por impressionantes 94% dos respondentes (Abrasel, 2022). Em contraponto, o concorrente mais próximo, a *Rappi*, apresentou uma participação significativamente menor, representando apenas 11% das escolhas. Esses dados demonstram a relevância crescente do serviço de delivery no setor de alimentação e a consolidação da plataforma *iFood* como líder indiscutível nesse mercado.

Figura 06: Situação Econômica



Fonte: Abrasel (2022)

Segundo uma matéria publicada pela ABRASEL, no ano de 2022, foi relatado a recuperação integral do setor de alimentação fora do lar frente à crise desencadeada pela COVID-19, onde foi evidenciada e respaldada um crescimento exponencial de 19,1% em abril de 2022, revelado por meio de uma análise conduzida pela ACOM Sistemas. Essas conclusões são extraídas dos Índices de Consumo em Restaurantes (ICR), uma pesquisa conduzida pela FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas) em colaboração com a Alelo, uma empresa especializada em serviços financeiros e benefícios corporativos. Os cálculos são baseados nas operações efetuadas com os cartões Alelo Alimentação e Alelo Refeição em todo o território nacional.

O setor de alimentação fora de casa, incluindo delivery, apresentou um crescimento de 4,5% no gasto total, enquanto o número de estabelecimentos com pelo menos uma transação se manteve estável, com uma pequena queda de 0,1% , segundo a ABRASEL. Esses dados evidenciam a resiliência e a recuperação gradual desse setor fundamental no cenário econômico pós-pandêmico.

O Turismo em Foco publicou, no dia 31 de Março de 2020, a matéria que lançava na Paraíba um projeto chamado “Fique em Casa Delivery” proporcionou uma alternativa gratuita para alguns restaurantes que estavam enfrentando essa crise da pandemia. A plataforma Fique em Casa Delivery, foi desenvolvida pela empresa Abridor em parceria com MVarandas e Delivery Direto. Esse aplicativo se destacou por isentar restaurantes de cobranças, oferecendo uma alternativa perfeita para aqueles que ainda não adotaram serviços de entrega.

Esse projeto teve origem durante o período de quarentena estabelecido pela Organização Mundial da Saúde (OMS), quando os restaurantes se viram obrigados a fechar. Diante da ausência de clientes, os empresários do setor foram forçados a encarar o serviço de entrega não apenas como uma opção, mas como um serviço para a sobrevivência de seus negócios.

Figura 07: Alternativa para a sobrevivência



**Fonte:** Turismo em Foco

Essas informações indicam que diversos restaurantes ainda não haviam ingressado no ambiente digital, mas a pandemia acelerou esse processo, identificado e notado pela Abrasel, levando a maioria desses estabelecimentos a adotar o serviço de entrega online. O serviço de *delivery* desempenhou um papel importante durante o período pandêmico, evidenciado pela adesão em massa de restaurantes e estabelecimentos a esse novo serviço, conforme resultado das pesquisas acima.

### **3. Metodologia**

Para a criação desse trabalho, serão utilizadas dois tipos de metodologias: a metodologia de pesquisa e a metodologia de projeto. Elas auxiliaram com o estudo de dados e ideias para a execução do projeto final que será apresentado ao decorrer desses capítulos. Como dito anteriormente, as metodologias utilizadas serão:

#### **3.1 DE PESQUISA**

Dentro desse método, utilizaremos a pesquisa quantitativa, que servirá de apoio no projeto para obter dados objetivos dos possíveis usuários do aplicativo. Feito por meio de números e estatísticas coletadas através de questionários de forma online, esses dados serão analisados usando métodos estatísticos para identificar padrões, tendências, relações de causa e efeito e realizar inferências sobre o público alvo.

#### **3.2 DE PROJETO**

A abordagem adotada para a elaboração do projeto foi o Design Centrado no Usuário (DCU), também conhecido como User-Centered Design (UCD), uma metodologia que incorpora princípios originados na década de 1980 no contexto do design de projetos gráficos digitais. Conforme a denominação indica, a proposta visa integrar ativamente o usuário no ciclo de design, tendo como principal meta atender às exigências e expectativas do público estratégico. Isso visa otimizar as perspectivas de êxito do produto, diminuindo possíveis falhas relacionadas ao seu desempenho. Dessa forma, prosseguiremos com o desenvolvimento do projeto, fundamentados na abordagem de Preece (2005) de Design Centrado no Usuário, apresentando as fases do processo.

Preece, Rogers e Sharp (2005) estabelecem quatro fases iterativas no processo de desenvolvimento do User-Centered Design (UCD).

1. Identificando necessidades e estabelecendo requisitos: Para projetar algo que realmente dê suporte às atividades das pessoas, devemos conhecer quem são nossos usuários-alvo e que tipo de suporte um produto interativo poderia oferecer de maneira útil. Essas necessidades constituem as bases dos requisitos do produto e sustentam o design e o desenvolvimento subsequentes. Essa atividade é fundamental para uma abordagem centrada no usuário é muito importante no design de interação.
2. Desenvolvendo designs alternativos: Esta é a atividade central do Design: sugerir ideias que atendam aos requisitos. Essa atividade pode ser dividida em duas subatividades: design conceitual e design físico. A primeira envolve produzir o modelo conceitual para o produto. Um modelo conceitual descreve o que o produto deveria fazer, como se comportar e com o que parecer. A segunda considera detalhes como cores, sons e imagens, design do menu e design dos ícones.
3. Construir uma versão interativa: O design de interação envolve projetar produtos interativos. A maneira mais sensata de os usuários avaliarem tais designs é, portanto, interagir com eles, o que requer uma versão interativa dos designs a serem construídos.
4. Avaliar: A avaliação diz respeito ao processo de determinar a usabilidade e a aceitabilidade do produto ou do design. É medida por meio de vários critérios, incluindo o número de erros que os usuários cometem, se o design ou o produto são atraentes, se preenchem os requisitos, e assim por diante. (PREECE et. al, 2005, p.189)

**Na primeira fase (Pesquisa), serão empregadas as seguintes metodologias:**

- Perfil do usuário: obter dados do público-alvo mediante a aplicação de um questionário estruturado, permitindo a coleta criteriosa de informações essenciais para uma análise abrangente e detalhada.
- Estudo de referências: análise de produtos similares. Isso nos proporciona a compreensão dos padrões predominantes empregados pela indústria atualmente e a identificação de novas oportunidades.
- *Persona*: Desenvolvimento de *personas* fictícias, modeladas a partir do perfil dos usuários, com o propósito de discernir suas características e metas preponderantes.

**Na segunda fase (Ideação), teremos as etapas de:**

- Brainstorming: procedimento colaborativo de ideação sem limitações, em resposta a um determinado briefing criativo. Facilita a equipe visualizar uma ampla gama de soluções de design antes de tomar uma decisão definitiva sobre qual opção seguir adiante.
- Moodboard: fazer um conjunto de imagens e referências que eventualmente se converterá no estilo visual do produto em questão.
- Identidade visual da marca: mostrar o trabalho de desenvolvimento da marca.
- Sitemap: a criação de um diagrama hierárquico das páginas de um site, facilitando a visualização da estrutura fundamental e da navegação entre as diversas partes do sistema.
- Casos de Uso: história com profundidade de detalhes para ajudar na análise da tarefa e lista com todas os cenários possíveis de interação do usuário com a aplicação para assegurar todas as ações possíveis no sistema e visualizar o comportamento do usuário.

**Na terceira etapa (Prototipação) vamos criar o nosso produto seguindo esses passos:**

- Rascunhos: simulação da interface, desenhada manualmente, que exemplifica as telas que integrarão o produto final.
- Wireframe: uma representação visual que ilustra a estrutura da página, incluindo sua hierarquia e os elementos fundamentais que a compõem.
- Identidade visual da Interface: elementos visuais e a estrutura da informação previamente elaborada.
- Protótipo: um modelo é uma simulação da navegação e das funcionalidades de um site, geralmente composto por wireframes clicáveis ou layouts.

**A quarta etapa é a última (Avaliação), com o teste de usabilidade com usuários.**

## **4. Metodologia aplicada**

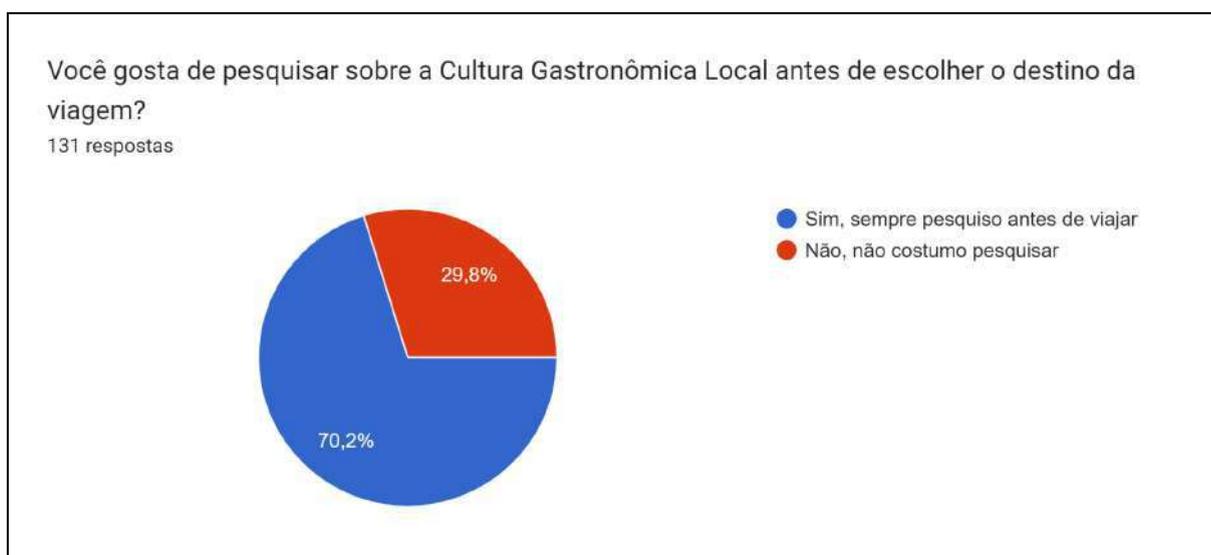
### **4.1 PESQUISA**

#### **4.1.1 PERFIL DO USUÁRIO**

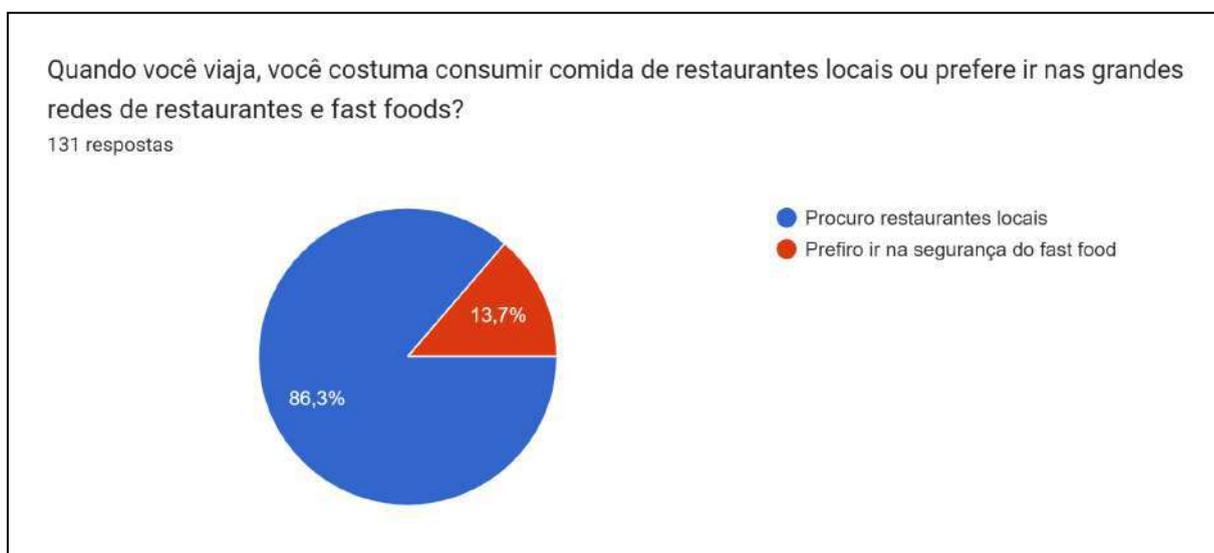
A metodologia quantitativa foi aplicada em um questionário feito especialmente para os futuros usuários do aplicativo residentes em João Pessoa, na Paraíba. A pesquisa inicia-se com futuros usuários de restaurantes e serviços de entrega, buscando compreender as etapas e interações que os clientes experienciam ao interagir com empresas ou serviços desse setor. O objetivo da pesquisa foi identificar os pontos de contato, as necessidades, as expectativas e as possíveis frustrações dos clientes ao longo de sua jornada ao escolherem e usufruírem de serviços de alimentação.

Essa coleta de dados nessa fase inicial foi crucial para aprimorar a experiência do usuário dentro do aplicativo, garantindo que as funcionalidades atendam efetivamente às expectativas e demandas dos turistas que desejam explorar a culinária local. Criando uma plataforma mais eficaz na recomendação de restaurantes e deliveries, e, ao mesmo tempo, proporcionando aos turistas uma experiência culinária enriquecedora durante sua visita à cidade.

O número de respostas na pesquisa é de 131, e os resultados obtidos são bastante satisfatórios para o início do protótipo. A seguir, apresenta-se o desfecho da pesquisa, juntamente com os dados coletados e as perguntas realizadas.

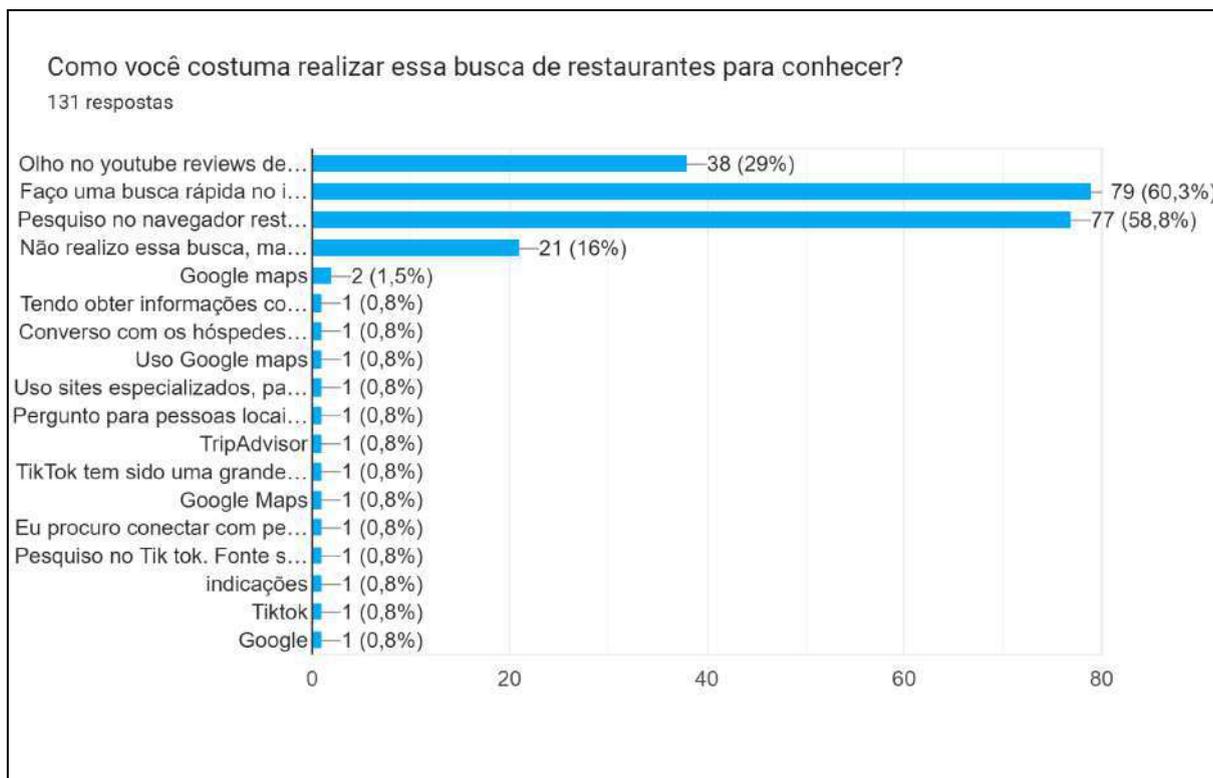
**Figura 08:** Primeira pergunta

Fonte: acervo do autor

**Figura 09:** Segunda pergunta

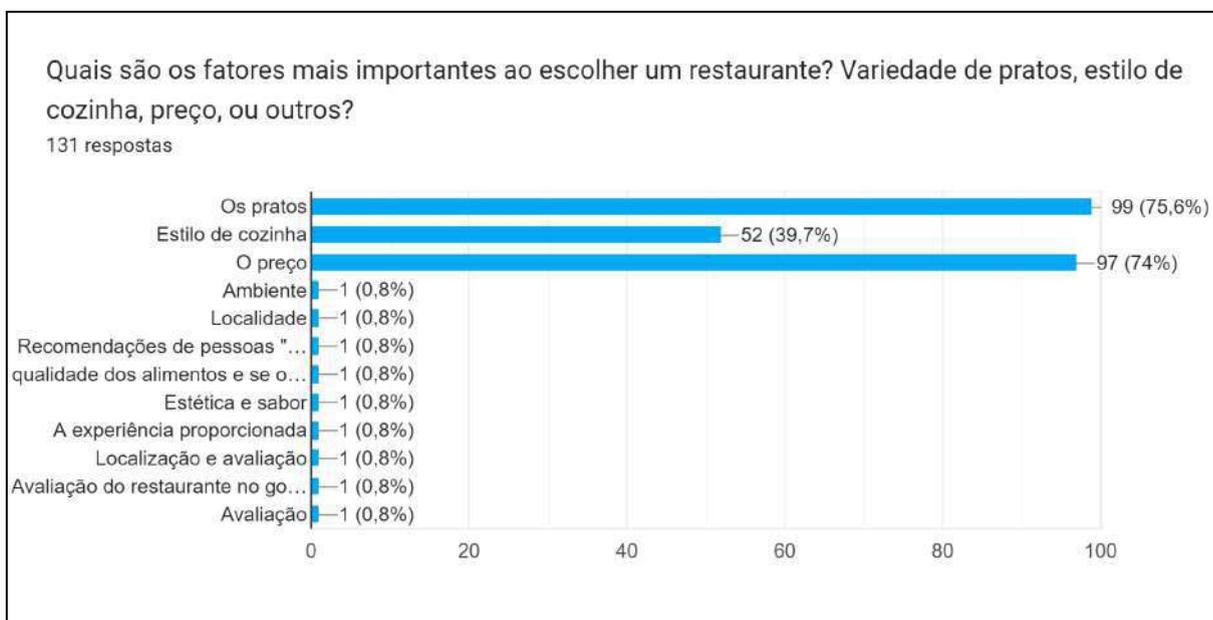
Fonte: acervo do autor

**Figura 10: Terceira pergunta**

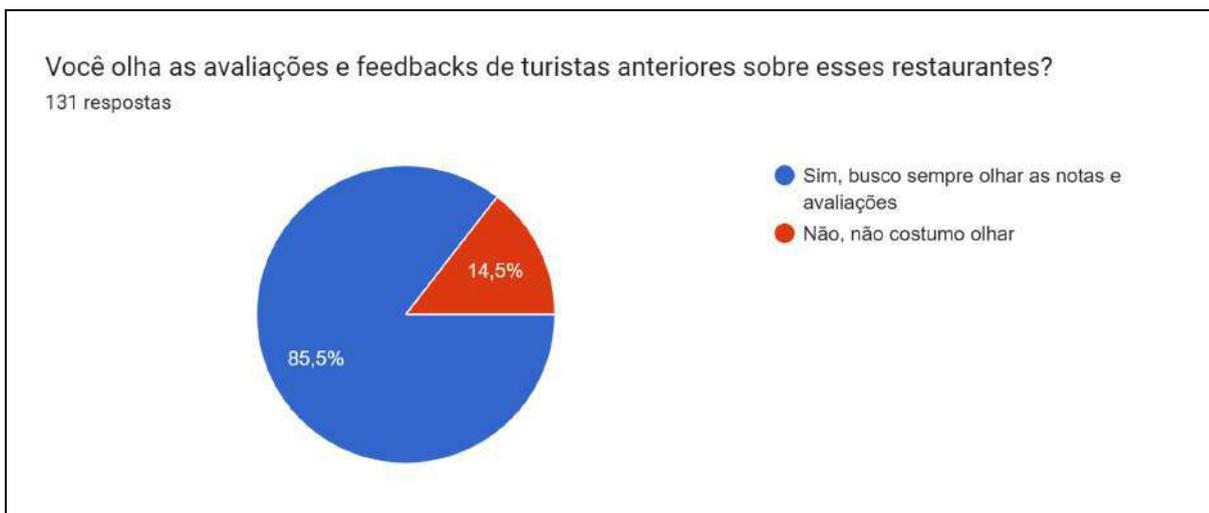


Fonte: acervo do autor

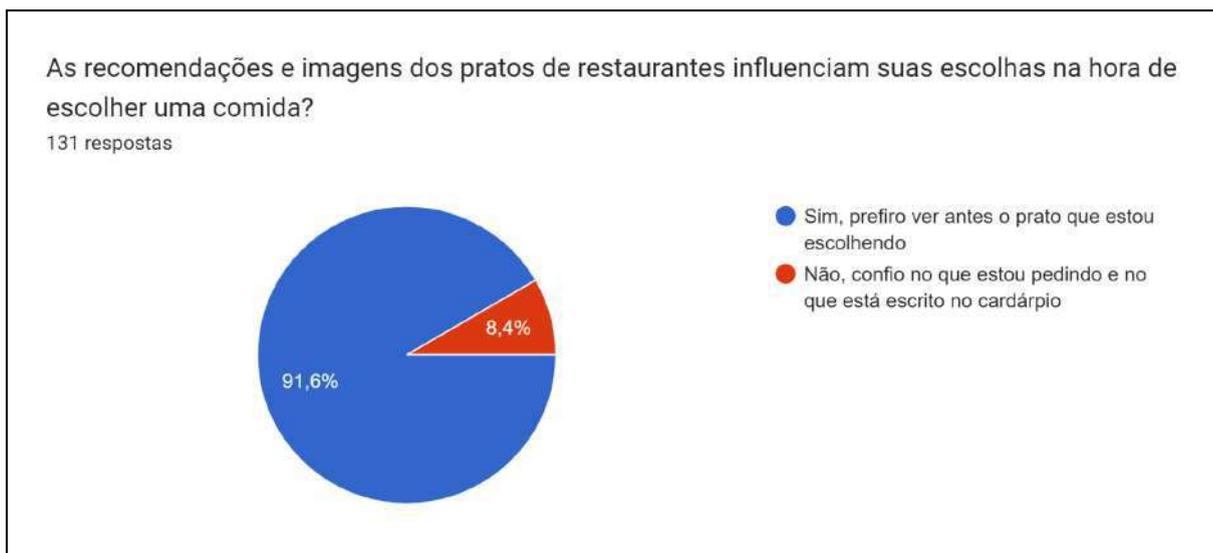
**Figura 11: Quarta pergunta**



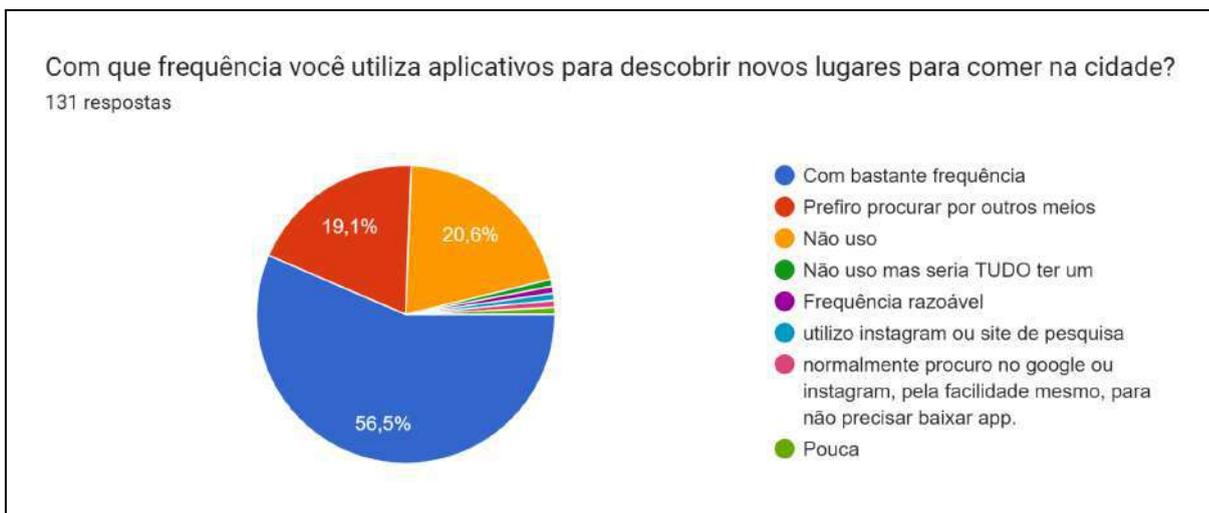
Fonte: acervo do autor

**Figura 12: Quinta pergunta**

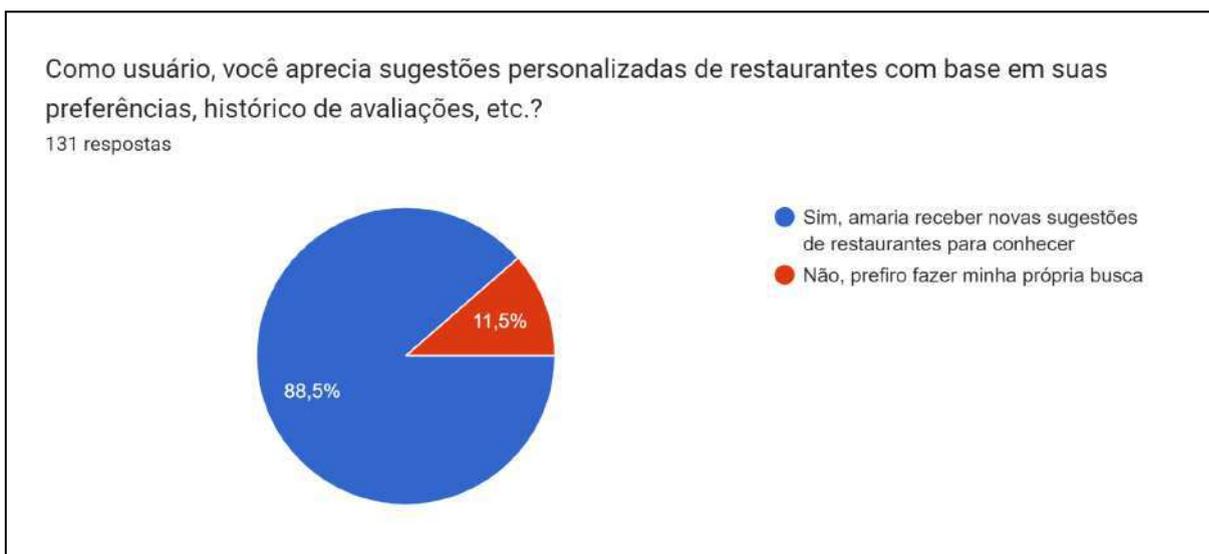
Fonte: acervo do autor

**Figura 13: Sexta pergunta**

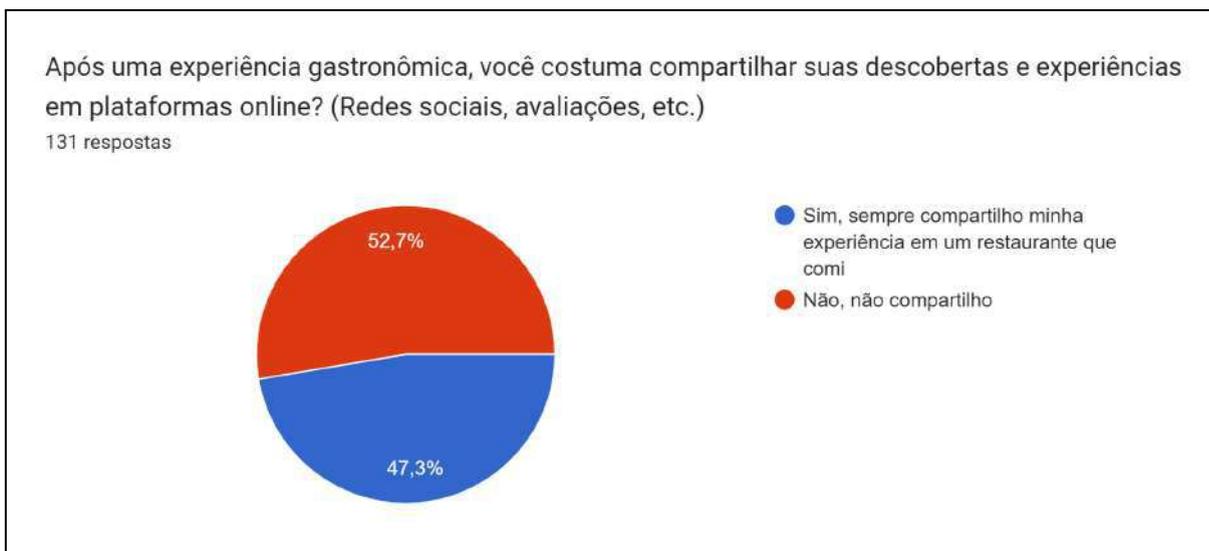
Fonte: acervo do autor

**Figura 14: Sétima pergunta**

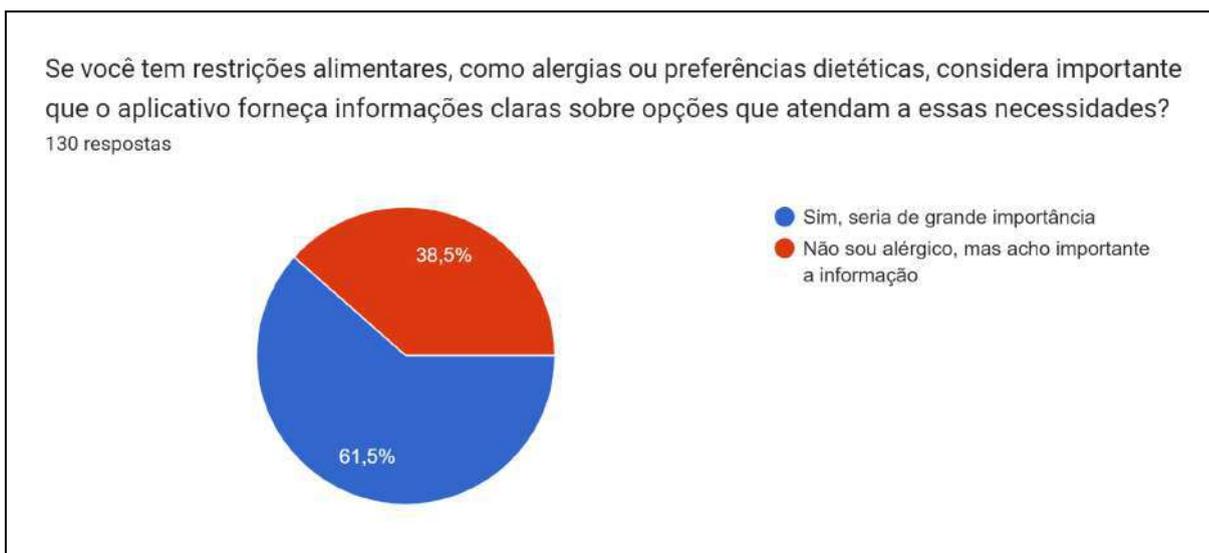
Fonte: acervo do autor

**Figura 15: Oitava pergunta**

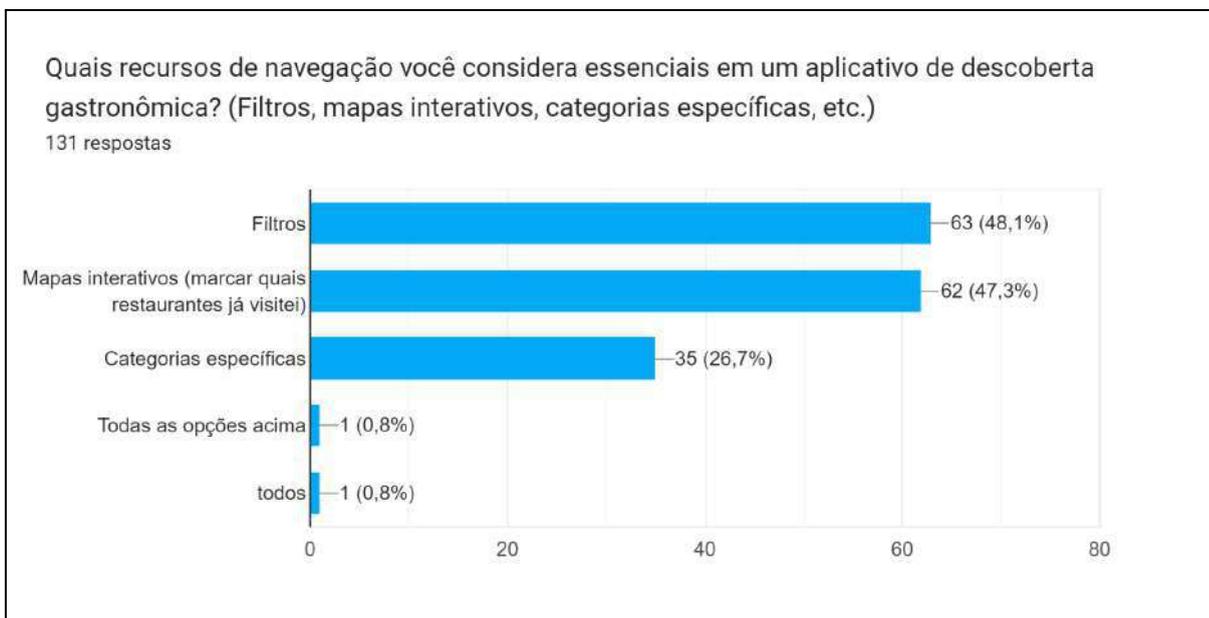
Fonte: acervo do autor

**Figura 16:** Nona pergunta

**Fonte:** acervo do autor

**Figura 17:** Décima pergunta

**Fonte:** acervo do autor

**Figura 18:** Décima primeira pergunta

Fonte: acervo do autor

**Figura 19:** Décima segunda pergunta

Fonte: acervo do autor

**Figura 20:** Décima terceira pergunta

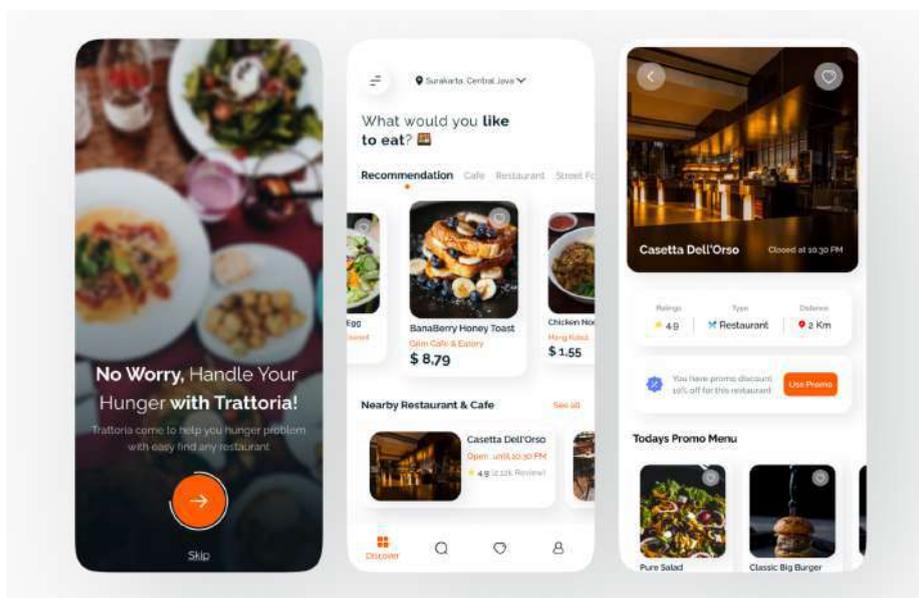
Fonte: acervo do autor

Os insights provenientes da pesquisa desempenharam um papel fundamental na formulação das próximas fases para o desenvolvimento do protótipo do aplicativo. As respostas fornecidas pelos futuros usuários não apenas refinam nossos objetivos, mas também aprofundam a compreensão das necessidades do usuário. Esse enfoque direcionado permite-nos conceber soluções eficazes e agregar valor significativo ao aplicativo.

#### 4.1.2 ESTUDO DE REFERÊNCIAS

Para o estudo presente, foi analisada uma referência internacional para o modelo de um novo aplicativo. O design deste layout foi especificamente escolhido devido à sua autenticidade, objetividade e clareza, características que visam aprimorar significativamente a experiência do usuário. O *trattoria* é um aplicativo de delivery que proporciona ao usuário a encontrar a sua refeição com bastante facilidade, clareza e rapidez.

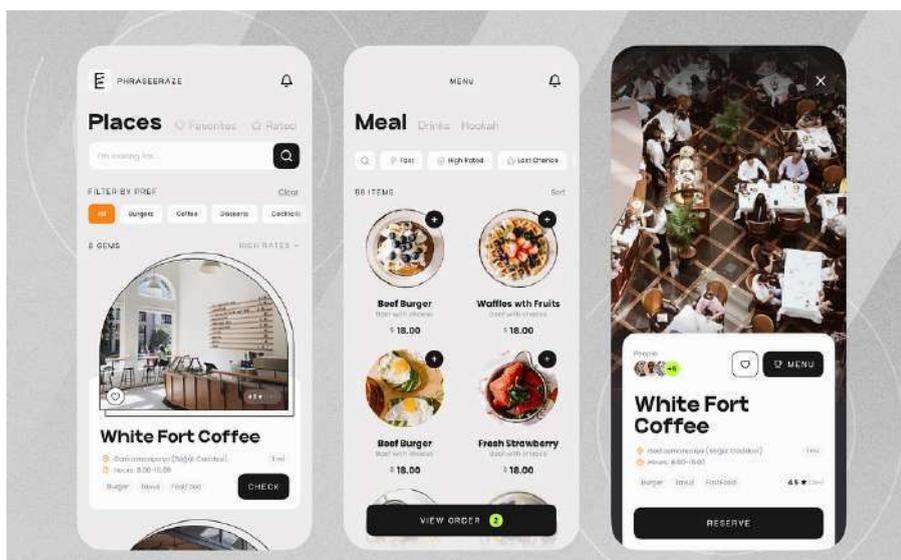
**Figura 21:** Primeira referência internacional



Fonte: Vektora studio

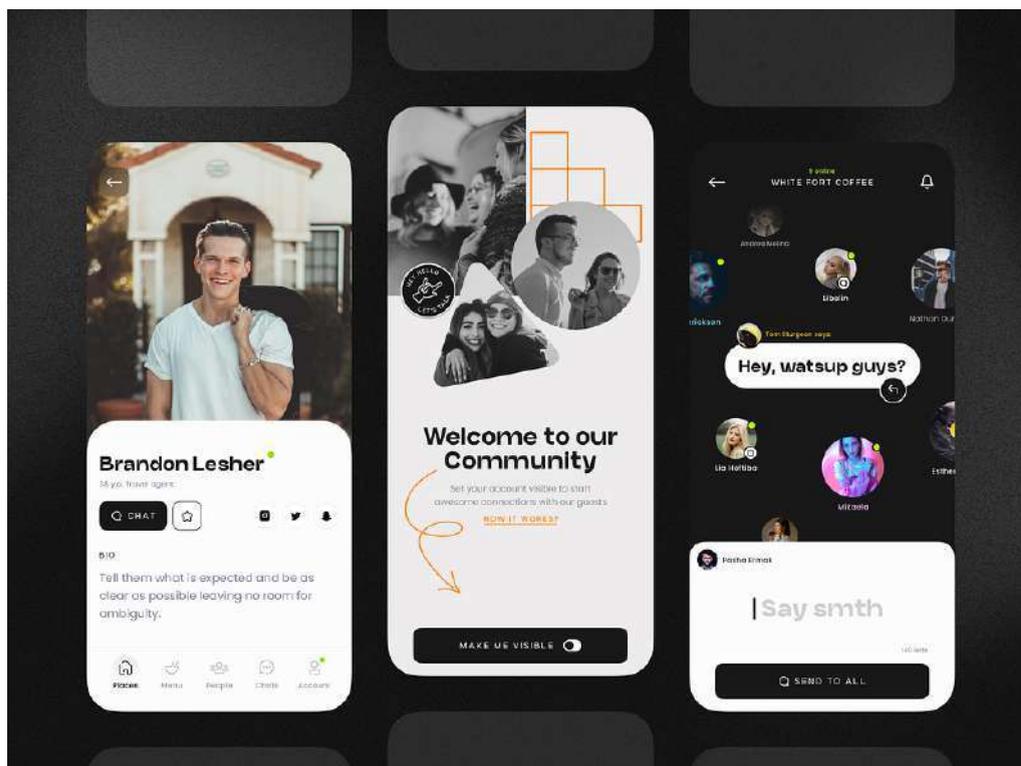
O segundo estudo de referência consistiu na análise da elaboração de um protótipo feito pela empresa Dribble, que desenvolveu um aplicativo denominado "Restaurant app". Essa iniciativa foi fundamentada com base na pesquisa de usuários e suas preferências, necessidades da empresa e do mercado.

**Figura 22:** Segunda referência internacional



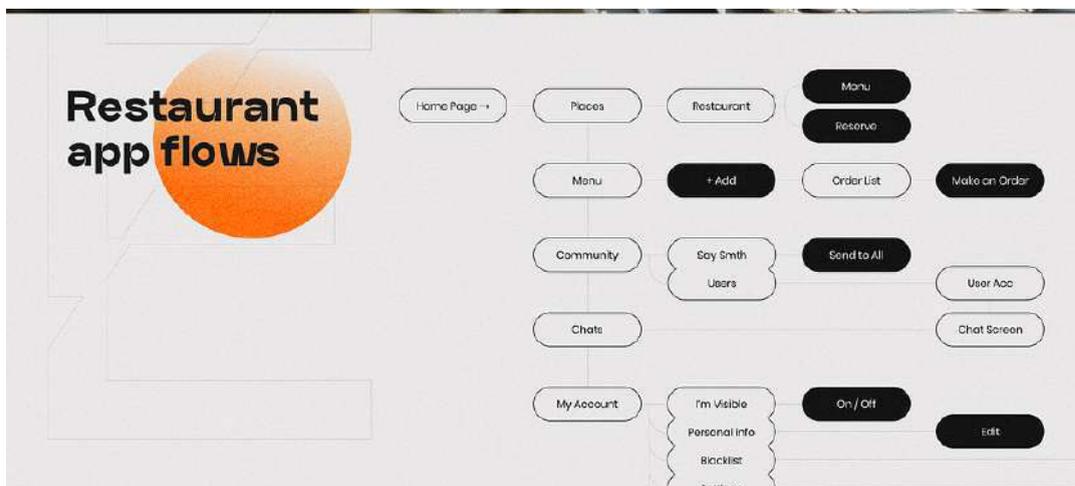
Fonte: dribble

Figura 23: Segunda referência internacional a



Fonte: drible

Figura 24: Segunda referência internacional b



Fonte: drible

### 4.1.2 PERSONA

O perfil delineado do público-alvo foi construído a partir de insights obtidos em uma pesquisa realizada de forma on-line. Os resultados dessa pesquisa forneceram informações cruciais para a compreensão das necessidades e expectativas dos consumidores, exemplificados pelo perfil de Ana Araújo.

**Figura 25:** Persona



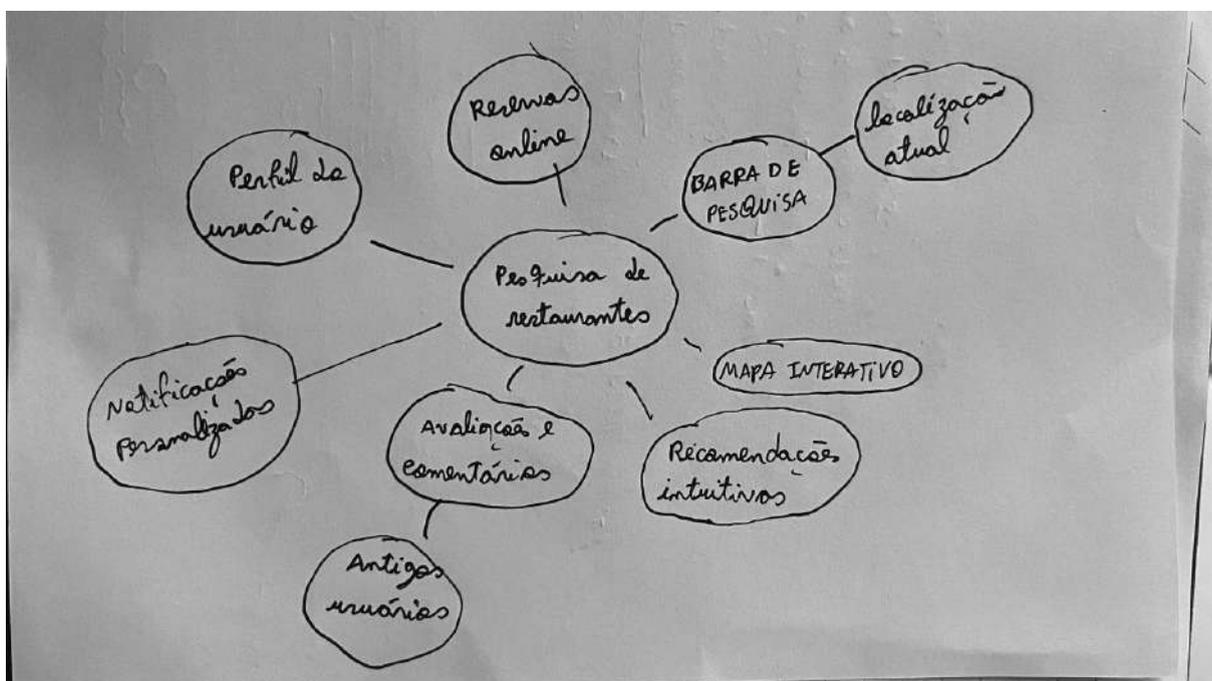
Fonte: acervo do autor

## 4.2 IDEIAÇÃO

### 4.2.1 BRAINSTORMING

O método colaborativo de geração de ideias, desprovido de restrições, em resposta a um briefing criativo específico. Facilita à equipe visualizar uma ampla gama de soluções de design antes de tomar uma decisão efetiva sobre qual opção seguir adiante.

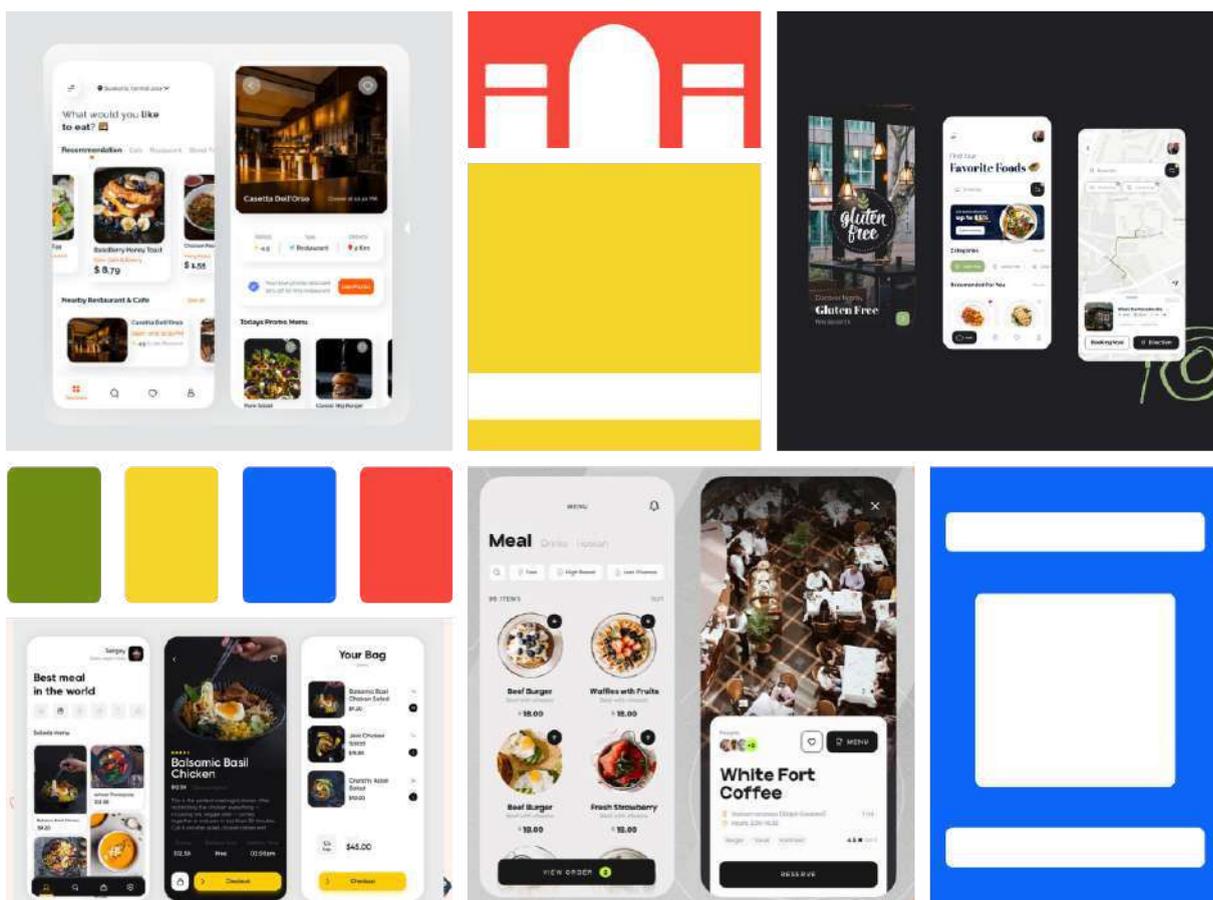
Figura 26: Brainstorming



## 4.2.2 MOODBOARD

Imagens e referências que gradualmente se moldarão para estabelecer o estilo visual do produto em questão, fundamentada nas pesquisas previamente realizadas.

Figura 27: Moodboard



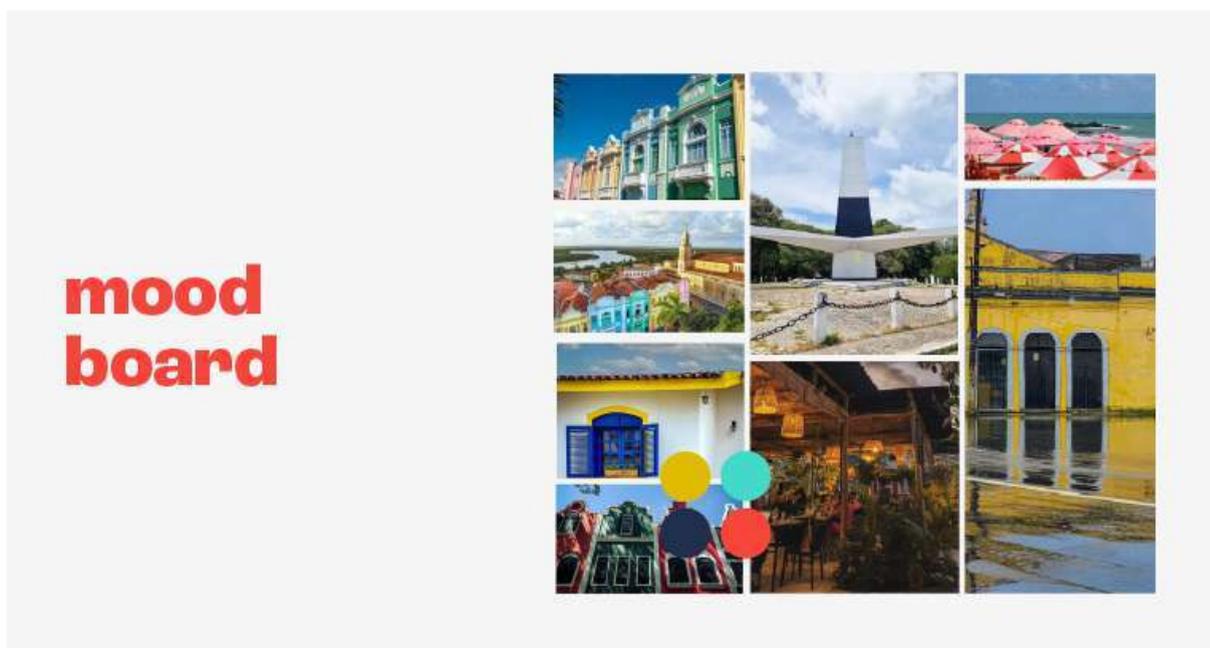
Fonte: acervo do autor

## 4.2.3 IDENTIDADE VISUAL DO PROJETO

### 4.2.3.1 Conceito e Moodboard

O projeto foi elaborado considerando inspirações retiradas de lugares marcantes da cidade de João Pessoa, o que teve uma influência significativa no desenvolvimento do moodboard, na seleção de cores e na definição da tipografia para a identidade visual.

**Figura 28:** Moodboard ID



**Fonte:** acervo do autor

### 4.2.3.2 Estudo das cores

A formação das paletas de cores veio das imagens dos pontos turísticos mais reconhecidos; no entanto, realizamos adaptações para intensificar a saturação e conferir uma expressividade única ao projeto.

**Figura 29:** Estudo das cores



**Fonte:** acervo do autor

#### 4.2.3.3 Estudo da Tipografia

A seleção do estilo tipográfico foi fundamentada na disponibilidade dentro da família de fontes, considerando especialmente o peso que essa tipografia carrega. Escolhemos por uma fonte sem serifa (sans-serif), que se alinha perfeitamente à proposta do protótipo, contribuindo de maneira coesa e integrada ao conjunto visual.

**Figura 30:** Estudo da tipografia



**Fonte:** acervo do autor

#### 4.2.3.4 Estudo do Símbolo

O símbolo que incorpora nossa identidade foi desenvolvido a partir das características das grandes residências que ficam no centro de João Pessoa e de algumas áreas circunvizinhas, que exibem traços distintivos e que agregaram muito na criação do símbolo

**Figura 31:** Estudo do símbolo

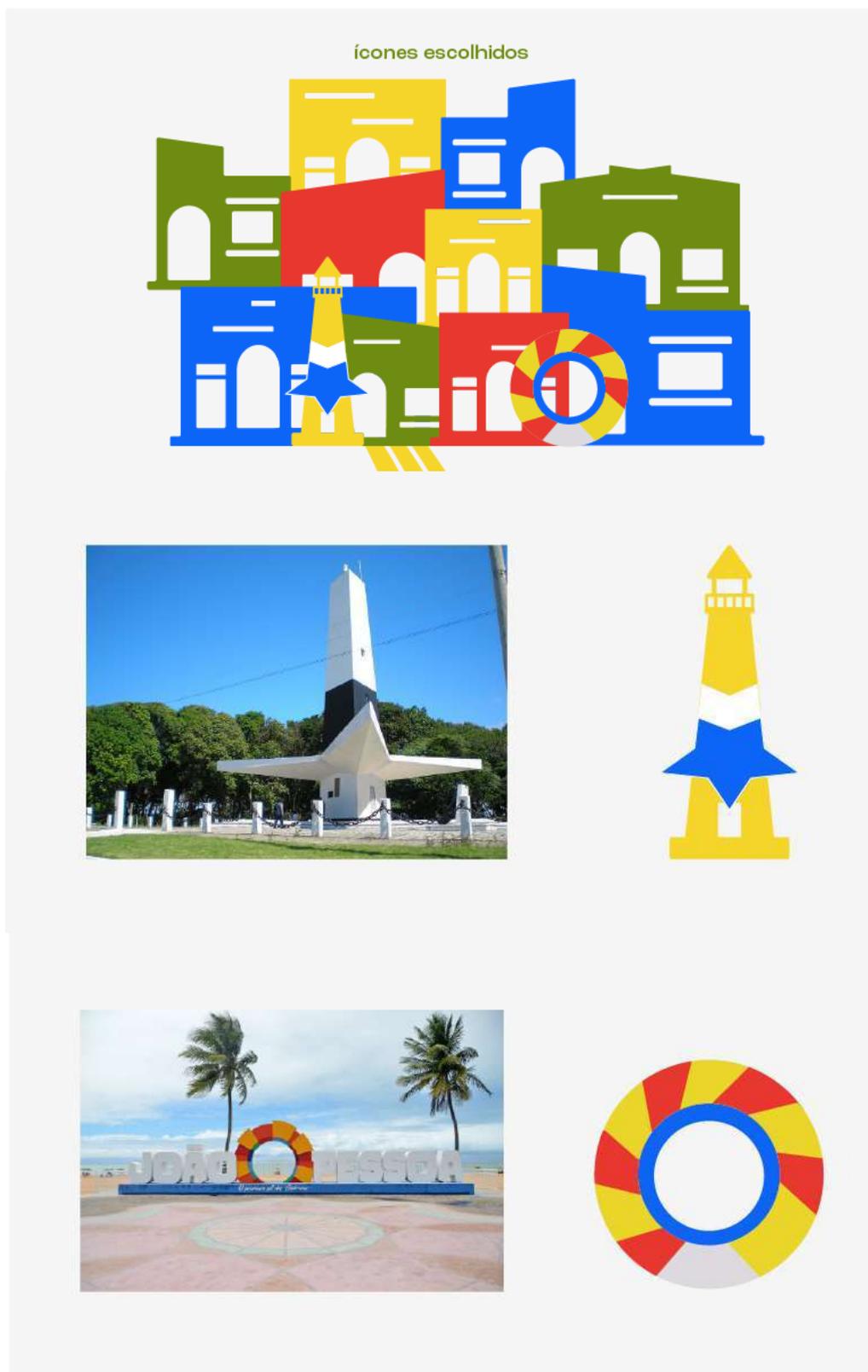


**Fonte:** acervo do autor

#### 4.2.3.5 Estudo do ícones

A criação dos ícones, que entram nas aplicações do protótipo, foi igualmente originada a partir das imagens e dos pontos turísticos.

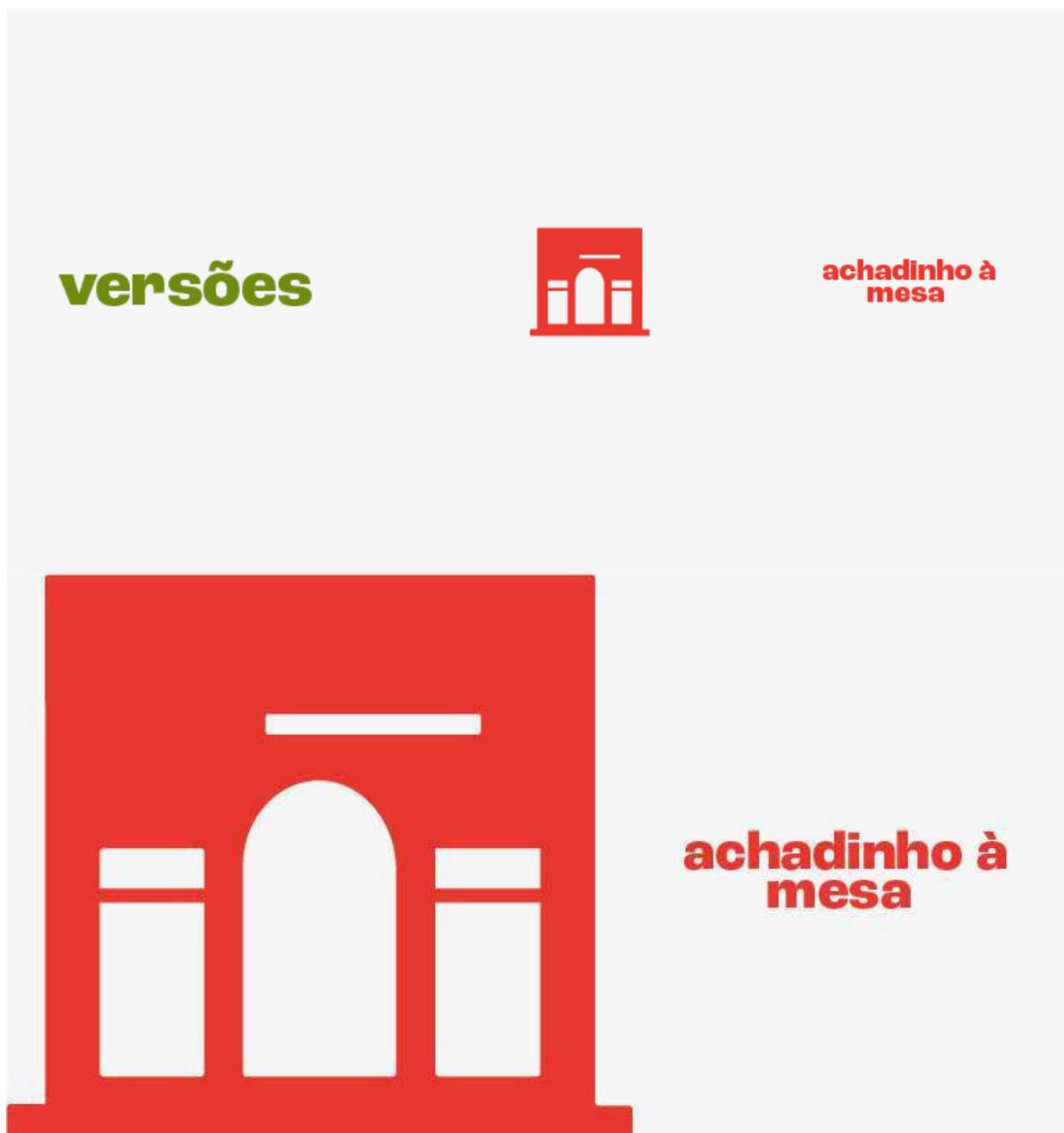
Figura 32: Estudo dos ícones



#### 4.2.3.6 Versões

Ao final, apresentamos diversas versões da identidade do aplicativo, levando em consideração sua versatilidade em diferentes processos.

**Figura 33:** Versões



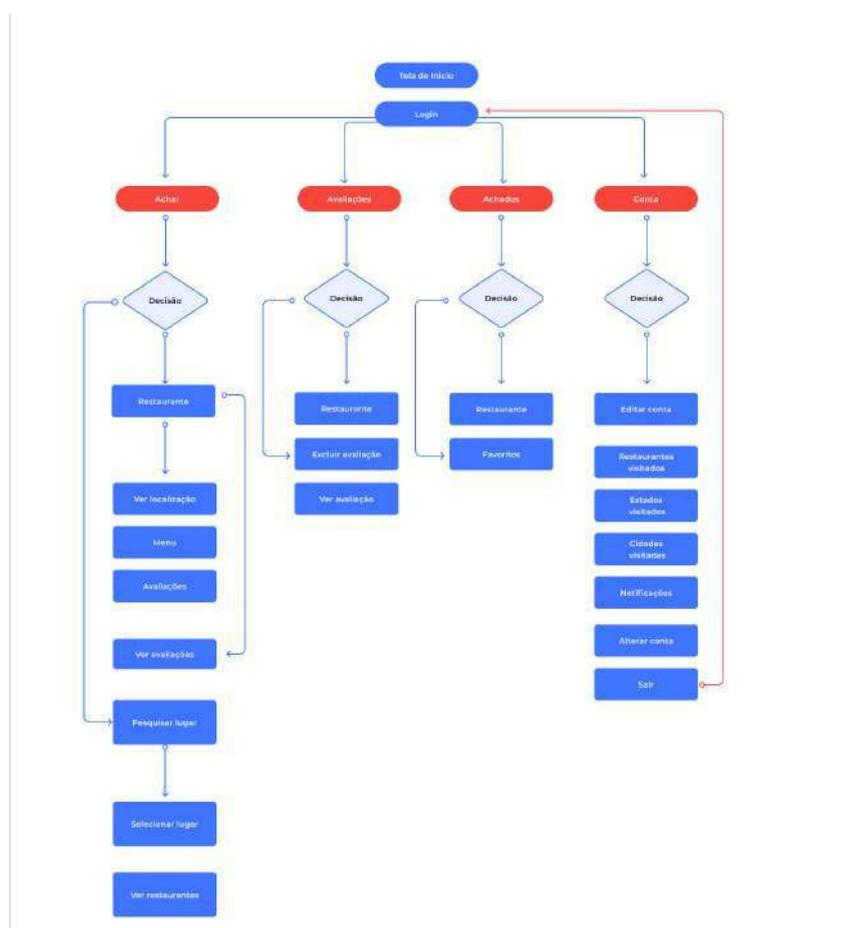


**Fonte:** acervo do autor

#### 4.2.4 Sitemap

A elaboração do sitemap é essencial para proporcionar ao usuário as informações necessárias para uma navegação eficiente no aplicativo. Este componente, cuidadosamente estruturado, delinea a arquitetura da informação, fornecendo uma visão clara e organizada das páginas, funcionalidades e conexões existentes no sistema. Dessa forma, o sitemap desempenha um papel crucial na otimização da experiência do usuário, garantindo que a navegação seja intuitiva, eficaz e alinhada com os objetivos do aplicativo.

**Figura 34:** Sitemap



Fonte: acervo do autor

#### 4.2.5 Casos de Uso

- **Caso de Uso 01: Registrar uma Nova Conta no Aplicativo**

Ator Principal: Usuário

Descrição: O usuário inicia o aplicativo, localiza a opção de cadastro, preenche os campos obrigatórios com suas informações pessoais e conclui o registro da conta.

- **Caso de Uso 02: Acessar Informações do Perfil**

Ator Principal: Usuário

Descrição: O usuário preenche os campos obrigatórios, realiza o login no aplicativo e acessa as informações detalhadas do seu perfil.

- **Caso de Uso 03: Atualizar Informações da Conta e Navegar no Menu**

Ator Principal: Usuário

Descrição: O usuário realiza a atualização de todas as informações da sua conta e, em seguida, acessa o Menu do aplicativo para explorar suas opções.

- **Caso de Uso 04: Alterar Localização e Acessar Restaurante Específico**

Ator Principal: Usuário

Descrição: O usuário muda sua localização para Miramar e acessa o restaurante "Loca Como Tu Madre" para visualizar informações específicas.

- **Caso de Uso 05: Visualizar Cardápio e Ir ao Restaurante**

Ator Principal: Usuário

Descrição: O usuário examina o cardápio completo do restaurante, toma decisões sobre os pratos desejados e segue para o local físico do restaurante.

- **Caso de Uso 06: Favoritar e Avaliar no Menu do Restaurante**

Ator Principal: Usuário

Descrição: Após explorar o menu do restaurante, o usuário seleciona a opção de favoritar o restaurante, faz uma avaliação e deixa seus comentários.

- **Caso de Uso 07: Visualizar Avaliações Próprias no Perfil e Acessar Restaurantes Favoritos**

Ator Principal: Usuário

Descrição: O usuário verifica sua avaliação recente no próprio perfil e acessa o menu de restaurantes salvos/favoritados.

- **Caso de Uso 08: Ver Avaliações e Sair da Conta no Aplicativo**

Ator Principal: Usuário

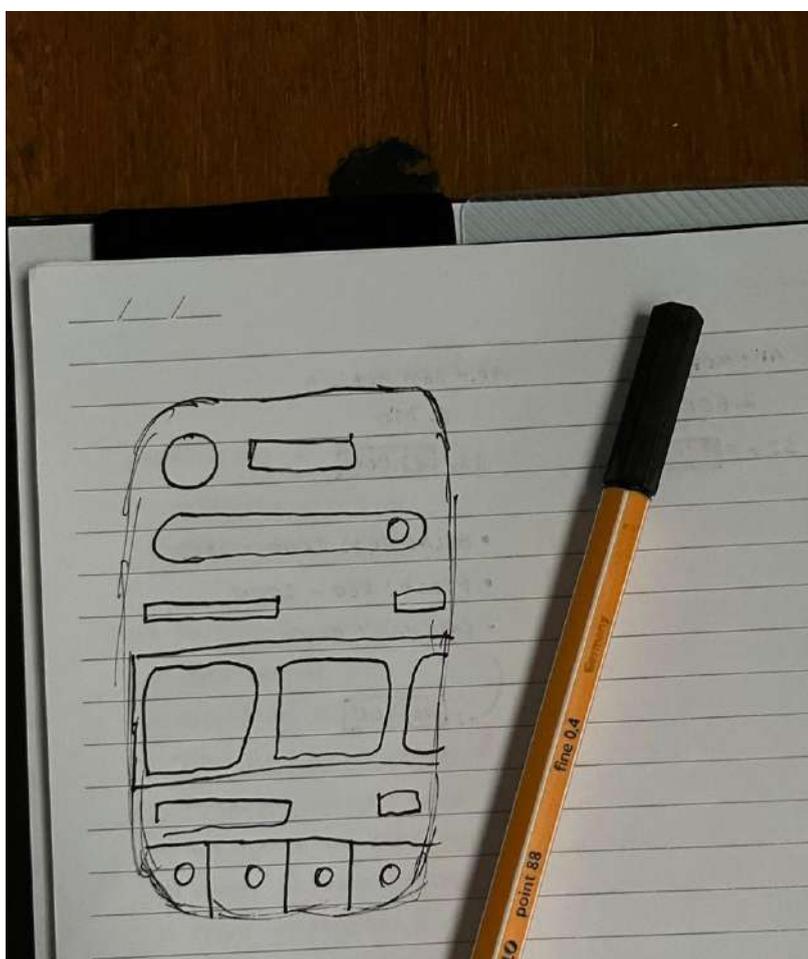
Descrição: O usuário acessa o menu para visualizar suas avaliações, verifica informações relacionadas e, posteriormente, efetua o logout da sua conta no aplicativo.

## 4.3 PROTOTIPAÇÃO

### 4.3.1 Rascunhos

São os esboços que expressam a concepção primordial do design, Isso proporciona uma abordagem inicial para a construção do protótipo, permitindo uma exploração mais livre e intuitiva das possibilidades de layout.

**Figura 35:** Rascunhos

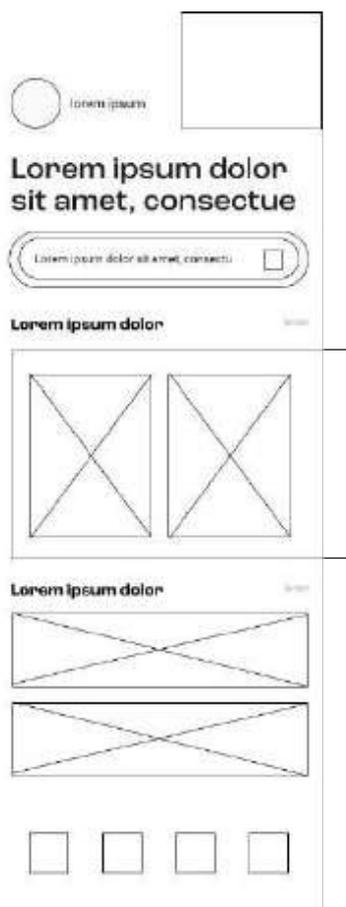


**Fonte:** acervo do autor

### 4.3.2 Wireframes estáticos

Modelo de fidelidade reduzida utilizado exclusivamente para apresentar a estrutura básica do protótipo da página inicial de nosso aplicativo.

**Figura 36:** Wireframe estático

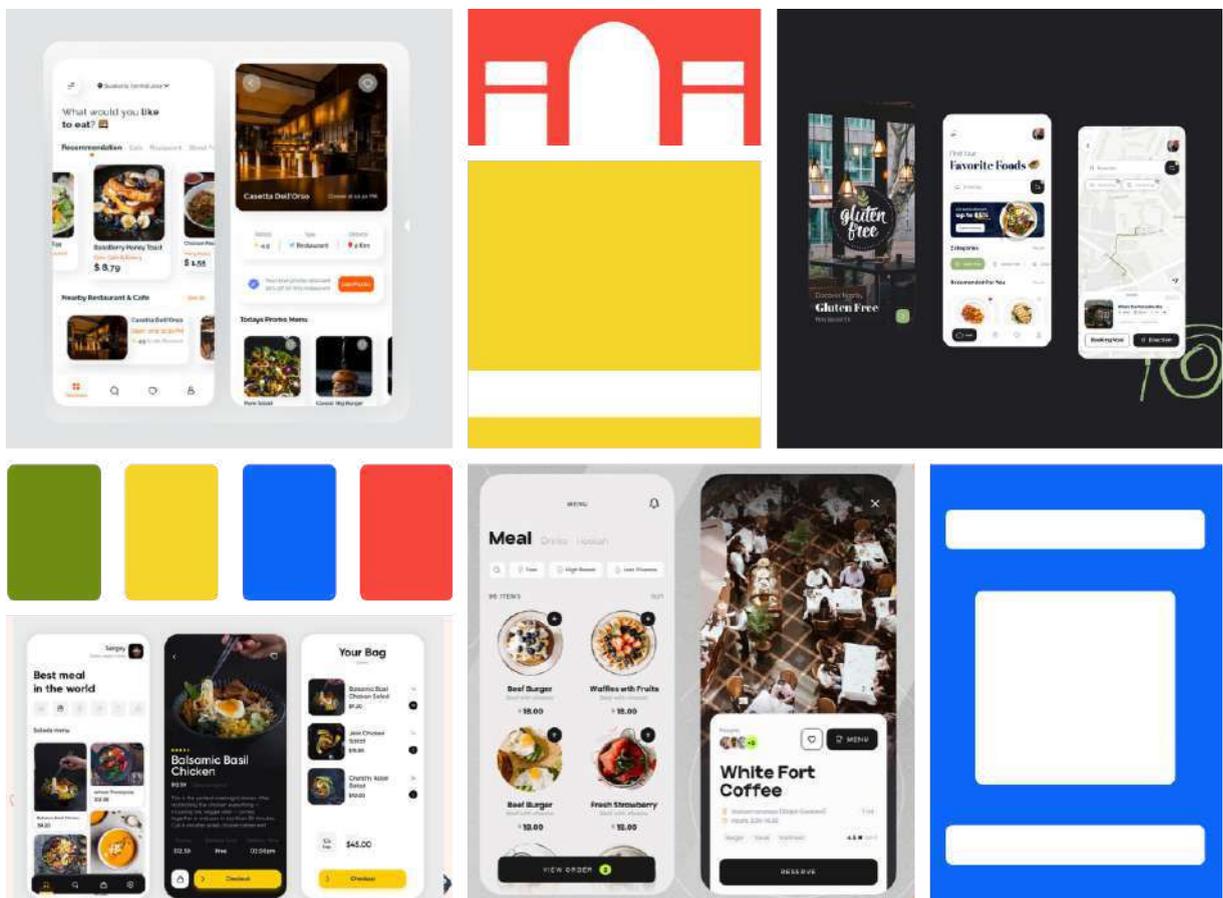


**Fonte:** acervo do autor

### 4.3.3 Protótipos

O moodboard para o protótipo do aplicativo foi desenvolvido e pesquisado, com o objetivo de identificar layouts que se alinhavam à proposta inicial do projeto. Esta etapa crucial envolveu a exploração de diferentes estilos visuais, elementos gráficos e paletas de cores, visando criar uma base estética consistente e alinhada com a visão inicial do aplicativo. A pesquisa realizada proporcionou uma compreensão mais profunda das preferências de design, resultando em um moodboard que reflete de maneira precisa a intenção e a identidade visual desejada para o aplicativo.

**Figura 37:** Moodboard protótipo

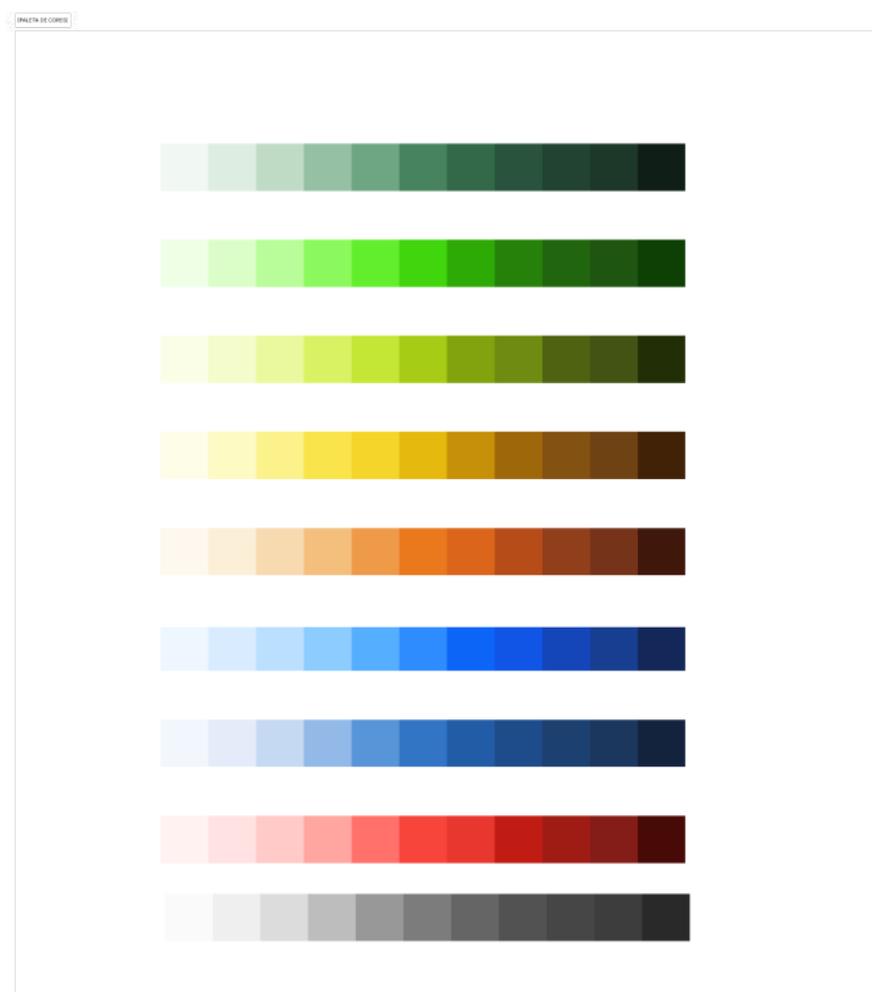


Fonte: acervo do autor

#### 4.3.3.1 Cores

No contexto do projeto, foram estrategicamente incorporadas cores que seguem a lógica preconcebida, desempenhando um papel crucial na composição coesa das diversas peças. Esta escolha cromática não apenas está alinhada com os objetivos do projeto, mas também contribui de maneira significativa para a integração e harmonia visual entre os elementos.

**Figura 38:** Cores



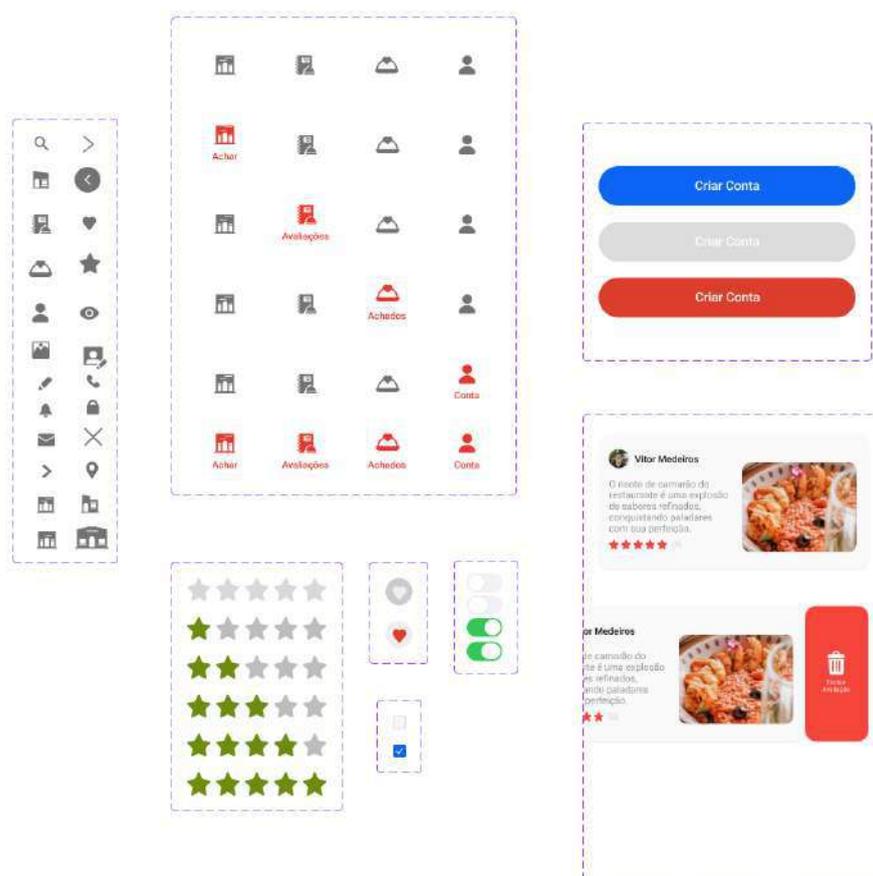
**Fonte:** acervo do autor

#### 4.3.3.2 Guia de estilo

O guia de estilo constitui uma compilação ampla e simples, apresentando todos os ícones, botões, estilos de menus e a composição geral integrados no protótipo. Essa ferramenta oferece uma visão minuciosa, servindo como referência

essencial para assegurar a consistência visual e a harmonia estética ao longo do processo de desenvolvimento do aplicativo.

**Figura 39:** Guia de estilo



**Fonte:** acervo do autor

#### 4.3.3.3 Guia tipográfico

Colocamos duas famílias tipográficas distintas, Roc e Roboto, a fim de aprimorar as composições e interfaces. A escolha da Roc para títulos confere destaque e personalidade, enquanto a utilização da Roboto para o corpo de texto e elementos complementares visa garantir legibilidade e coesão visual em todo o

projeto. Essa combinação equilibrada de tipografias contribui para uma experiência estética e comunicativa consistente no âmbito das telas e composições.

**Figura 40:** Guia tipografico

<b>H1</b> Roc Grotesk Bold 32px / auto	<b>The quick brown fox jumps over the lazy dog.</b>
<b>H2</b> Roc Grotesk Bold 20px / auto	<b>The quick brown fox jumps over the lazy dog.</b>
<b>H3</b> Roc Grotesk Bold 16px / auto	<b>The quick brown fox jumps over the lazy dog.</b>
<b>Bold 1</b> Roboto Bold 24px / auto	<b>The quick brown fox jumps over the lazy dog.</b>
<b>Bold 2</b> Roboto Bold 20px / auto	<b>The quick brown fox jumps over the lazy dog.</b>
<b>Semib 1</b> Roboto SemiBold 24px / auto	<b>The quick brown fox jumps over the lazy dog.</b>
<b>Semib 2</b> Roboto SemiBold 20px / auto	<b>The quick brown fox jumps over the lazy dog.</b>
<b>Semib 3</b> Roboto SemiBold 16px / auto	<b>The quick brown fox jumps over the lazy dog.</b>
<b>Semib 4</b> Roboto SemiBold 14px / auto	<b>The quick brown fox jumps over the lazy dog.</b>

**Medium 1**

Roboto Medium  
20px / auto

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

**Medium 2**

Roboto Medium  
16px / auto

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

**Medium 3**

Roboto Medium  
14px / auto

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

**Medium 4**

Roboto Medium  
12px / auto

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

**Medium 5**

Roboto Medium  
10px / auto

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

**Regular 1**

Roboto Regular  
20px / auto

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

**Regular 2**

Roboto Regular  
16px / auto

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

**Regular 3**

Roboto Regular  
14px / auto

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

**Regular 4**

Roboto Regular  
12px / auto

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

**Fonte:** acervo do autor

#### 4.3.3.4 Wireframe Login

Os protótipos de login foram concebidos com o auxílio de ícones representativos dos pontos turísticos de João Pessoa, harmonizados com cores que evocam este tema específico. Essa abordagem busca criar uma experiência visual coesa e identificável, alinhando a representação gráfica dos pontos turísticos com as tonalidades que os simbolizam, contribuindo assim para uma identidade visual marcante e significativa no processo de autenticação do aplicativo.

**Figura 41:** Wireframe (login)



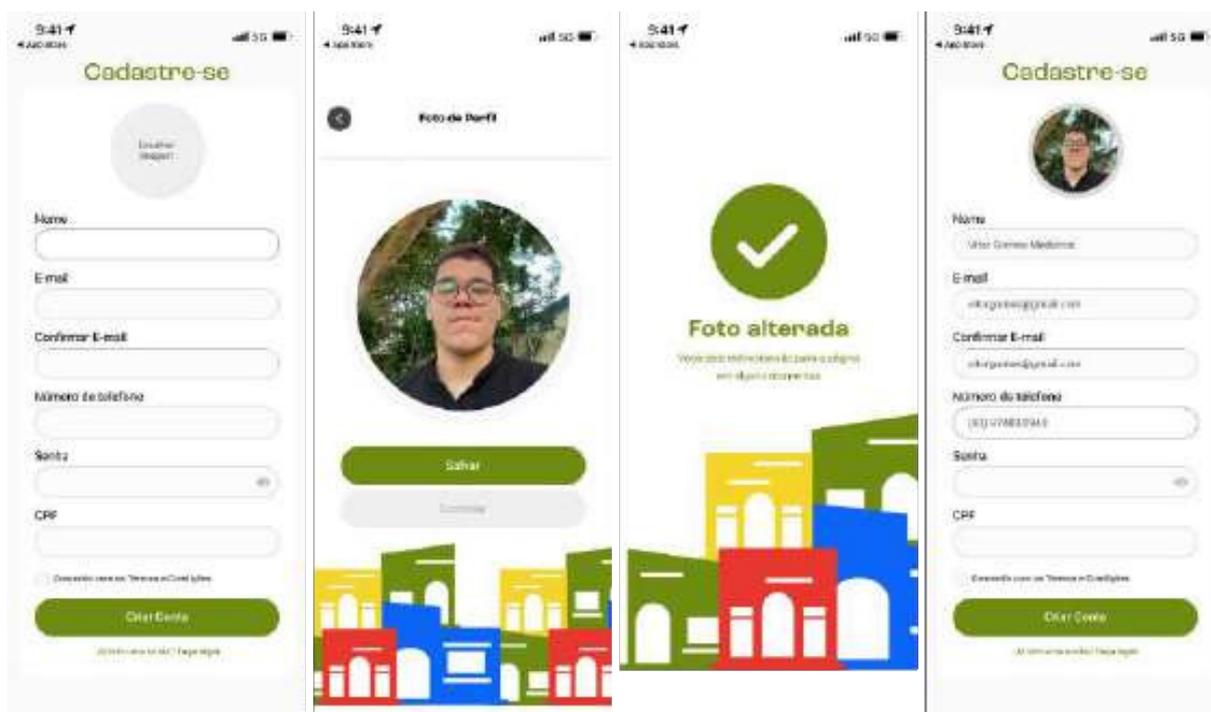
Fonte: acervo do autor

**Aprimoramentos Implementados:** Redução do tempo de inicialização, ajuste na tipografia com aumento de peso e tamanho para aprimorar a legibilidade na opção de fazer o cadastro.

#### 4.3.3.5 Wireframe Cadastro

Os protótipos de cadastro foram elaborados com formas arredondadas, utilizando tipografias em peso médio e regular. A escolha destas características foi cuidadosamente feita para garantir uma apresentação visual coesa e esteticamente agradável. Além disso, a utilização de cores específicas foi estrategicamente pensada para proporcionar uma harmonia visual que esteja em sintonia com a proposta do aplicativo, conferindo um aspecto geral mais equilibrado e atraente aos processos de cadastro.

**Figura 42:** Wireframe (cadastro)



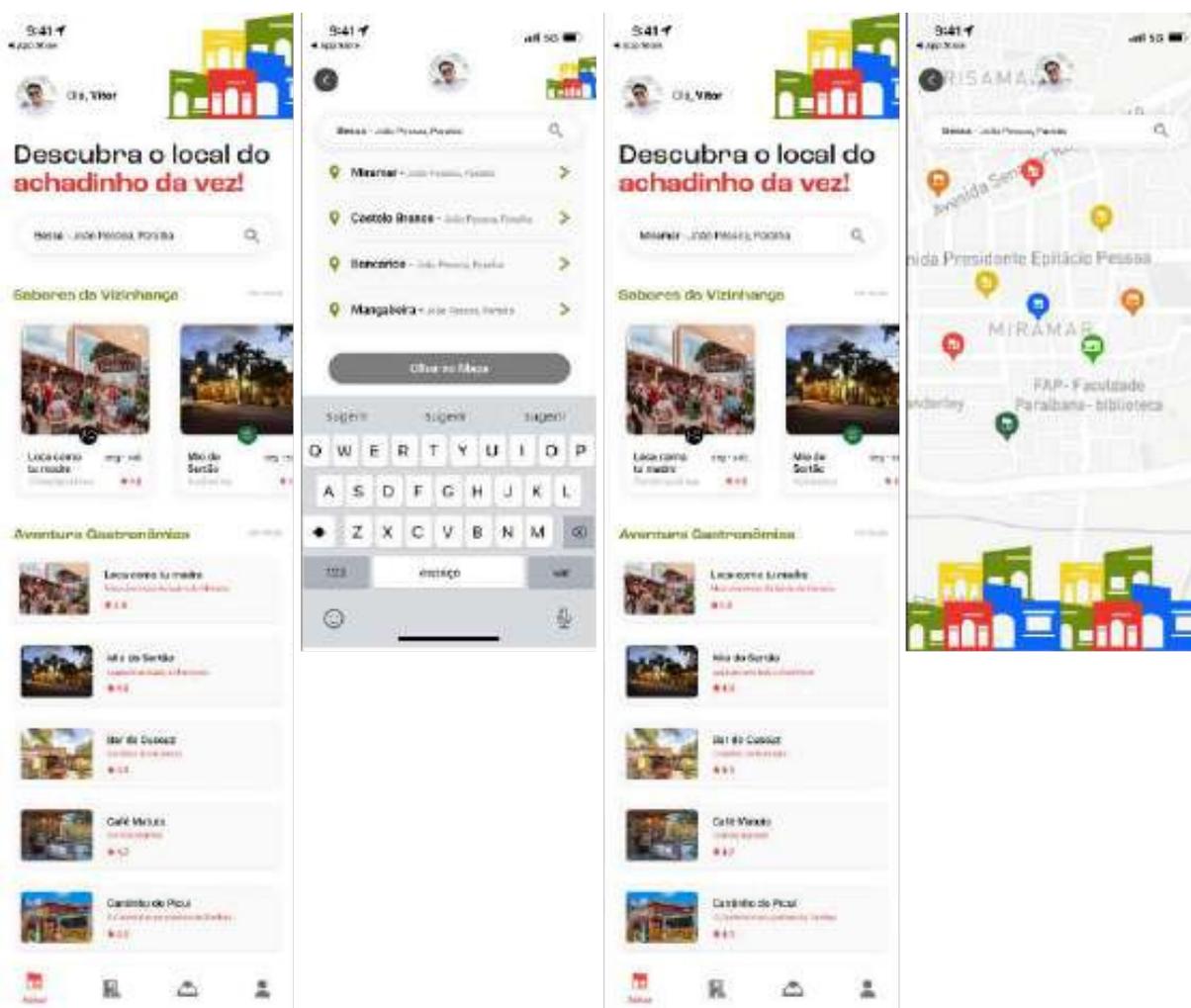
Fonte: acervo do autor

**Aprimoramentos Implementados:** implementação de ícones da identidade visual, ajuste na tipografia com aumento de peso e tamanho para aprimorar a legibilidade na opção de preencher os campos.

#### 4.3.3.6 Wireframe Home

Os protótipos da página inicial foram desenvolvidos considerando as descobertas oriundas da pesquisa conduzida pelo autor. Essa pesquisa trouxe diversos insights relacionados a aspectos, layouts e funcionalidades que os futuros usuários destacaram, tais como imagens representativas do local, direcionamentos, estilo e outros elementos relevantes. Essa abordagem visa incorporar de maneira significativa as preferências e expectativas dos usuários, garantindo assim uma experiência de usuário alinhada com as percepções coletadas durante a pesquisa.

**Figura 43:** Wireframe (home)



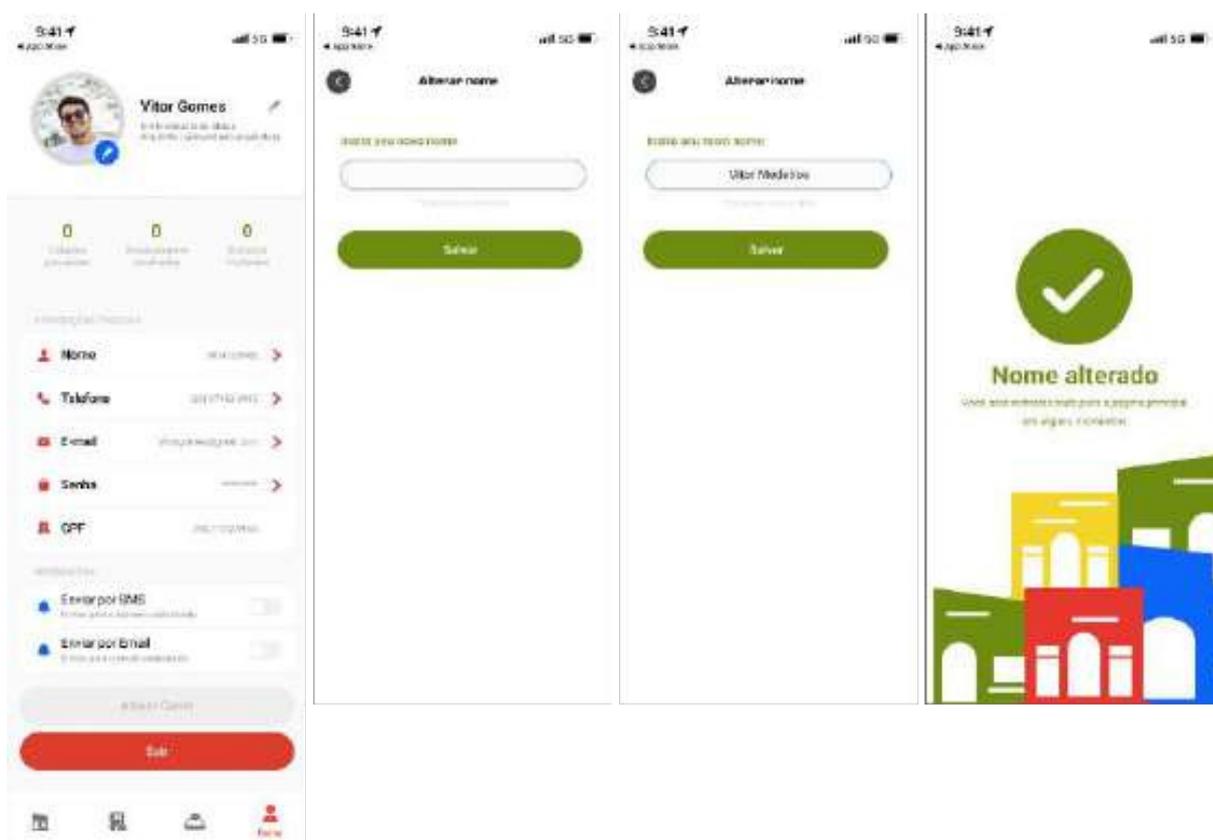
Fonte: acervo do autor

**Aprimoramentos Implementados:** implementação de ícones da identidade visual, ajuste na tipografia com aumento de peso e tamanho para aprimorar a legibilidade e deixar mais chamativo, além de melhorar o alcance do dedo para clicar nos botões.

#### 4.3.3.7 Wireframe Conta

O protótipo da página de perfil do usuário foi pensado para garantir uma leitura fácil e agradável, destacando as ações que o usuário pode realizar. Tendo um sistema de contagem, permitindo ao usuário acompanhar e registrar a quantidade de restaurantes visitados, cidades exploradas e estados percorridos, proporcionando uma experiência interativa e envolvente. Esses elementos visam não apenas informar, mas também promover uma interação mais rica e personalizada com o aplicativo.

**Figura 44:** Wireframe (conta)



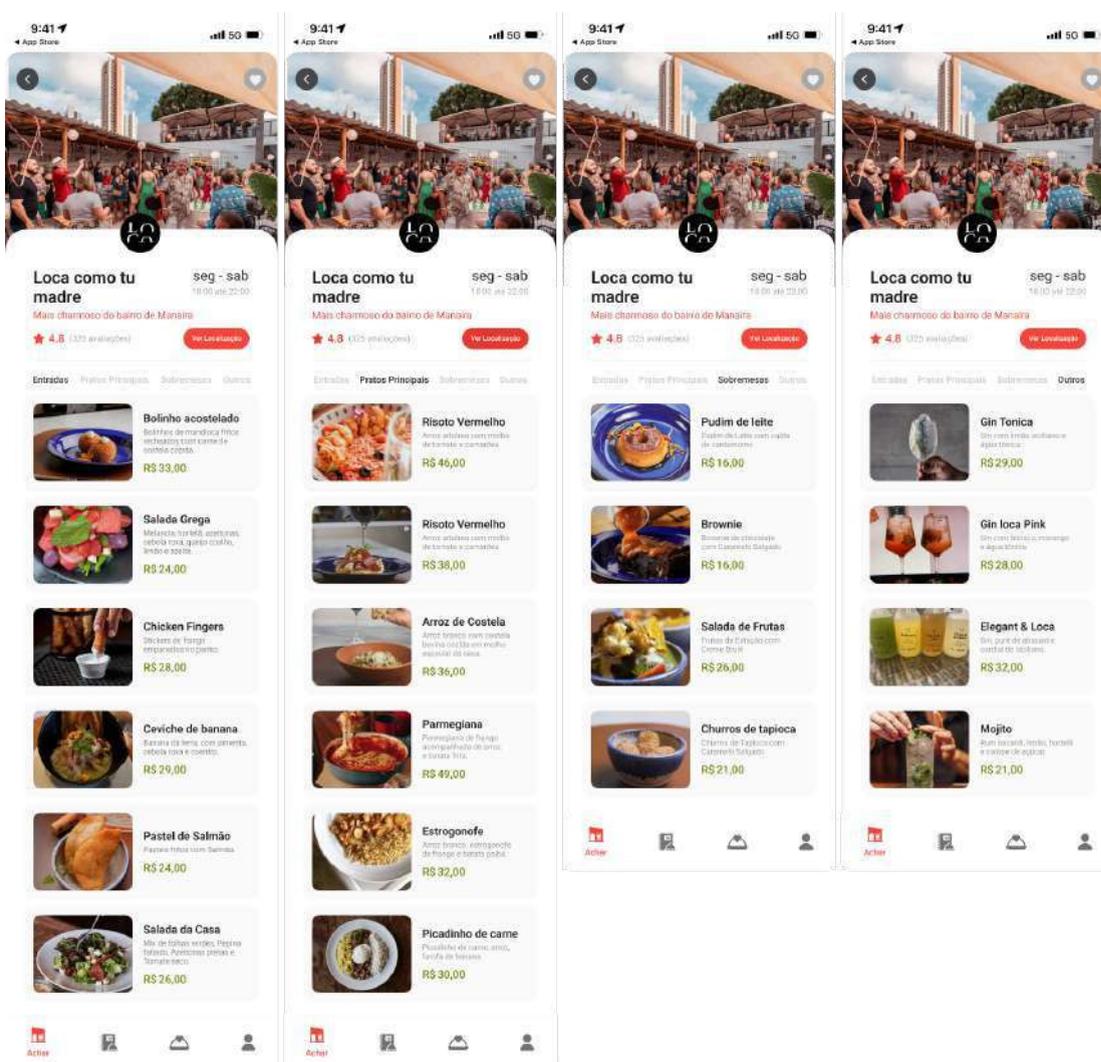
**Fonte:** acervo do autor

**Aprimoramentos Implementados:** implementação de ícones da identidade visual, ajuste na tipografia com aumento de peso e tamanho para aprimorar a legibilidade.

#### 4.3.3.8 Wireframe Restaurante

O desenvolvimento do protótipo da página do restaurante foi guiado pelas respostas dos futuros usuários, que destacaram a importância de visualizar os pratos antes de fazer um pedido. Considerando essa necessidade, o protótipo foi concebido para oferecer aos usuários a oportunidade de explorar imagens dos pratos, visualizar o ambiente do restaurante, compreender o estilo da culinária e obter informações sobre os preços. Essa abordagem visa aprimorar a experiência do usuário, proporcionando uma plataforma que atende às expectativas e preferências identificadas durante a pesquisa.

Figura 45: Wireframe (restaurante)



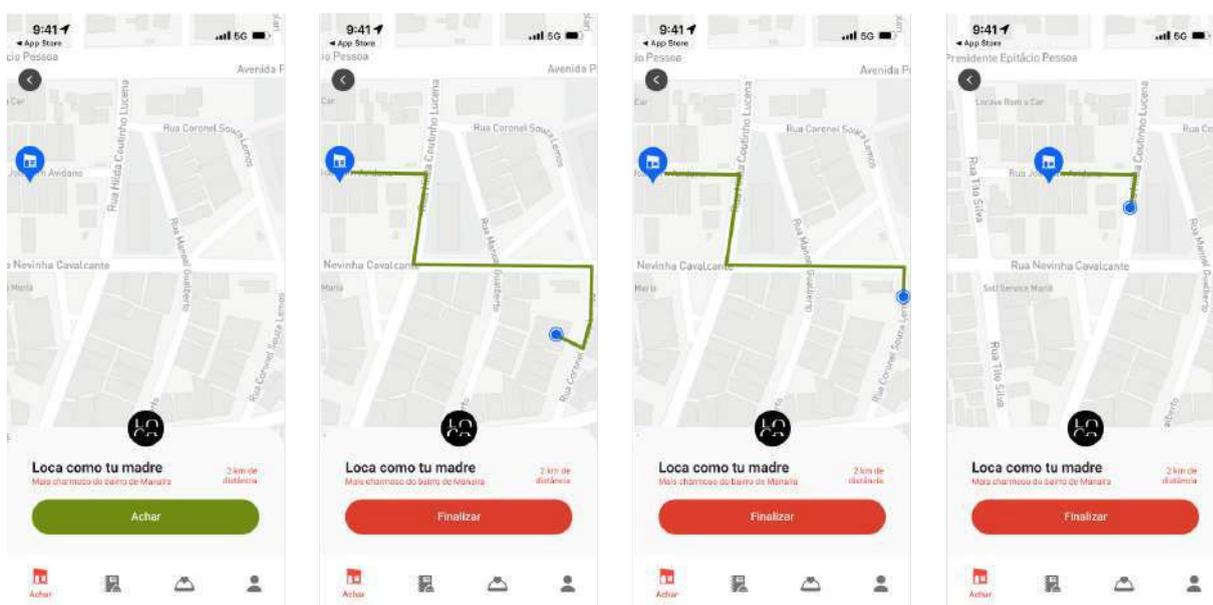
Fonte: acervo do autor

**Aprimoramentos Implementados:** Ajuste na tipografia com aumento de peso e tamanho para aprimorar a legibilidade. Implementação de efeitos para melhorar o desempenho.

#### 4.3.3.9 Wireframe Localização

O protótipo de localização foi projetado para capacitar o usuário a rastrear e visualizar a rota até o restaurante, possibilitando a identificação da proximidade e aferição da distância em quilômetros. Essa funcionalidade visa oferecer uma experiência mais contextual e prática, permitindo que os usuários tomem decisões informadas sobre a conveniência e acessibilidade dos restaurantes com base na sua localização geográfica.

Figura 46: Wireframe (localização)

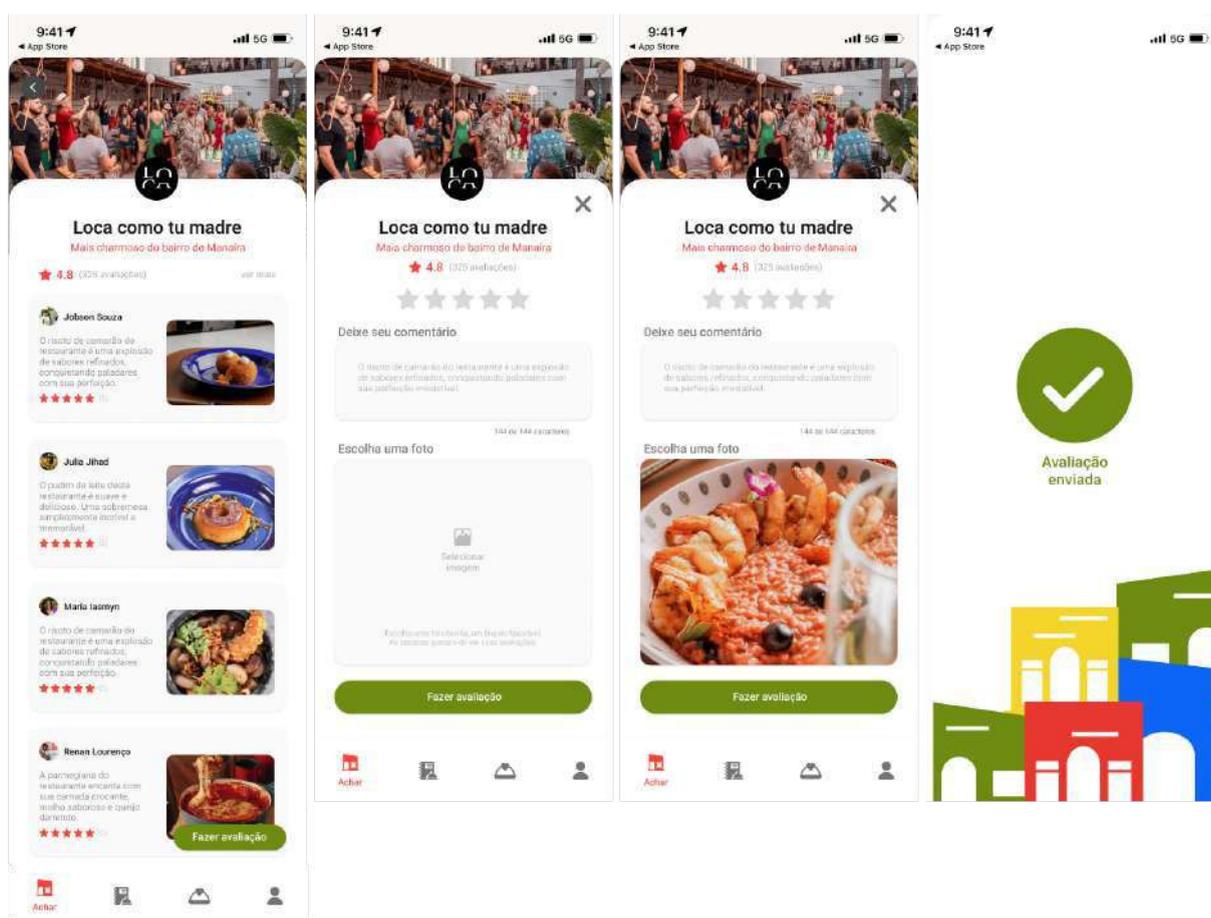


Fonte: acervo do autor

### 4.3.3.10 Wireframe Avaliação

O protótipo de avaliação foi criado para proporcionar ao usuário a visualização das avaliações de outros clientes do restaurante, ao mesmo tempo em que lhe oferece a oportunidade de contribuir com sua própria avaliação. Além disso, o usuário pode explorar fotos, depoimentos e classificação em estrelas, criando uma experiência mais completa e informativa.

**Figura 47: Wireframe (avaliação)**



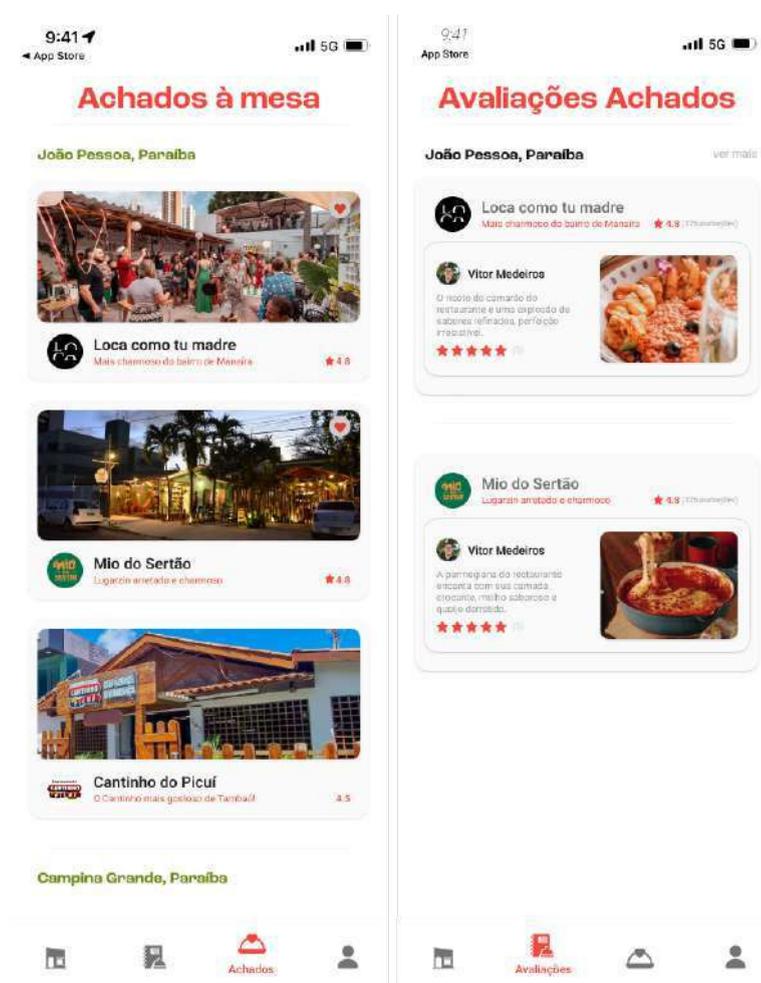
Fonte: acervo do autor

**Aprimoramentos Implementados:** implementação de ícones da identidade visual, ajuste na tipografia com aumento de peso e tamanho para aprimorar a legibilidade na opção de preencher os campos e ver outras avaliações.

#### 4.3.3.11 Wireframe Favoritos e Avaliações

A tela de favoritos foi desenvolvida para possibilitar ao usuário visualizar os restaurantes que foram os favoritos, apresentando informações sobre a cidade e o estado em que estão localizados. Já a tela de avaliações permite que o usuário reveja as avaliações que realizou nos restaurantes visitados, incluindo detalhes sobre a cidade em que se encontram. Essas funcionalidades buscam oferecer uma maneira organizada e acessível para o usuário acompanhar seus locais preferidos e avaliações passadas, promovendo uma experiência mais personalizada e prática no aplicativo.

**Figura 48:** Wireframe (favoritos e avaliações)

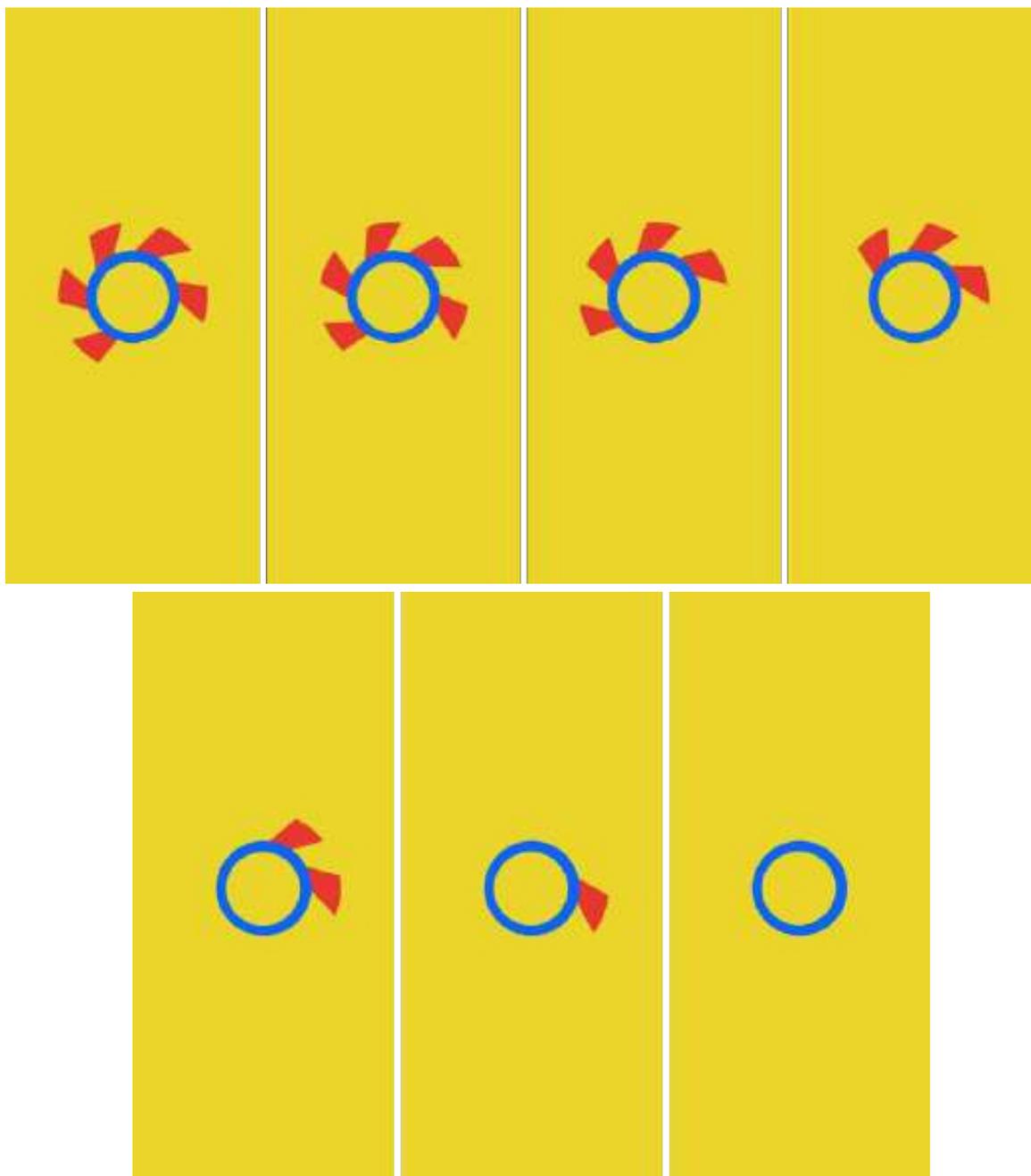


Fonte: acervo do autor

#### 4.3.3.12 Wireframe Transição

A introdução do novo frame foi criada pela necessidade de aprimorar a transição entre páginas, visando mostrar mais a identidade do projeto e proporcionar uma experiência mais enriquecedora aos usuários.

**Figura 49:** Wireframe (transição)

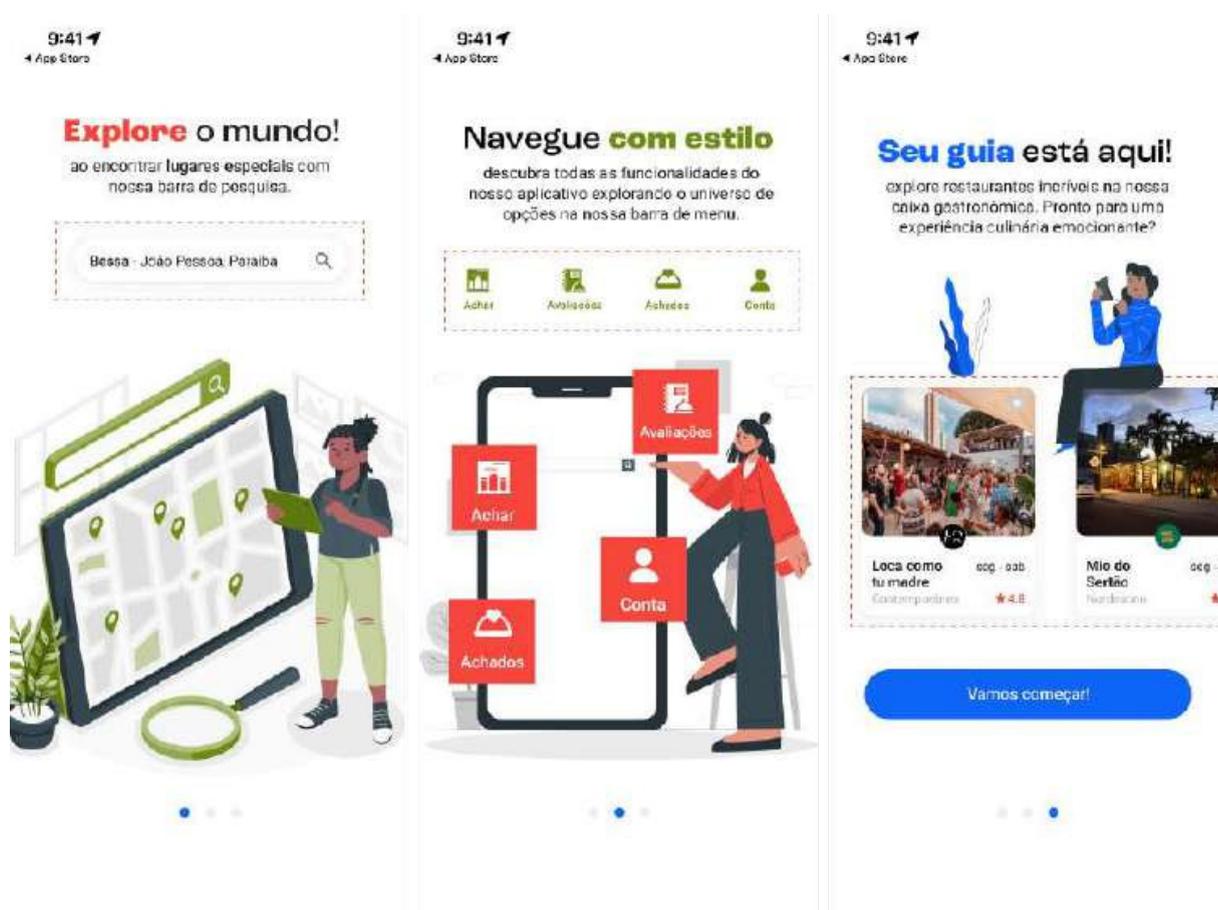


**Fonte:** acervo do autor

### 4.3.3.13 Wireframe Tour

Outro aspecto discutido durante os testes foi a demanda de apresentar algumas funcionalidades do aplicativo antes mesmo de acessar a página inicial. Em resposta a isso, incorporamos um breve tour, destacando nossos botões e suas respectivas finalidades, complementado por imagens atrativas para tornar a experiência mais envolvente.

Figura 50: Wireframe (tour)



Fonte: acervo do autor

## 5 Teste de Usabilidade

Os testes moderados de um aplicativo tendem a gerar resultados mais aprofundados, em virtude da interação direta entre os pesquisadores e os participantes do teste. Os futuros usuários conduzem tarefas em computadores ou dispositivos móveis, enquanto um diretor qualificado observa, anota o que observa e realiza questionamentos, proporcionando uma abordagem mais detalhada e personalizada para compreender a experiência do usuário. Essa metodologia é fundamental para uma avaliação minuciosa do produto em desenvolvimento.

### 5.1 Tarefas para o teste de usabilidade

**Tarefa 01:** Inicie o aplicativo, procure onde que faz o cadastro, complete os campos necessários com suas informações e proceda com o registro de sua conta.

#### Qual é a sua avaliação?

(0-3) Precisa de melhorias

(4-7) Nível regular

(8-10) Excelente

Porque?

-----

**Tarefa 02:** Preencha os campos obrigatórios, efetue o login e acesse as informações de seu perfil.

#### Qual é a sua avaliação?

(0-3) Precisa de melhorias

(4-7) Nível regular

(8-10) Excelente

Porque?

---

**Tarefa 03:** Altere todas as informações da sua conta e depois acesse o Menu do aplicativo.

**Qual é a sua avaliação?**

(0-3) Precisa de melhorias

(4-7) Nível regular

(8-10) Excelente

Porque?

---

**Tarefa 04:** Mude a sua localização para Miramar e acesse o restaurante Loca Como Tu Madre

**Qual é a sua avaliação?**

(0-3) Precisa de melhorias

(4-7) Nível regular

(8-10) Excelente

Porque?

---

**Tarefa 05:** Veja o cardápio completo e vá até o local do restaurante.

**Qual é a sua avaliação?**

(0-3) Precisa de melhorias

(4-7) Nível regular

(8-10) Excelente

Porque?

---

**Tarefa 06:** Volte para o menu do restaurante, favorite e faça uma avaliação

**Qual é a sua avaliação?**

(0-3) Precisa de melhorias

(4-7) Nível regular

(8-10) Excelente

Porque?

-----

**Tarefa 07:** Veja sua avaliação no seu perfil, acesse o menu de restaurantes salvos/favoritados

**Qual é a sua avaliação?**

(0-3) Precisa de melhorias

(4-7) Nível regular

(8-10) Excelente

Porque?

-----

**Tarefa 08:** Acesse o menu para ver suas avaliações e depois saia da sua conta no aplicativo

**Qual é a sua avaliação?**

(0-3) Precisa de melhorias

(4-7) Nível regular

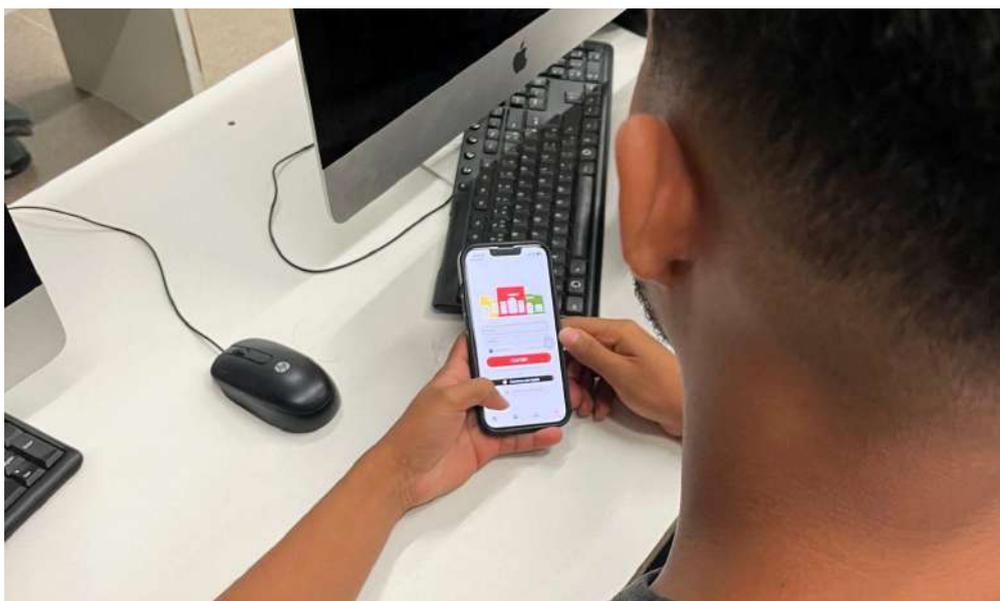
(8-10) Excelente

Porque?

### 5.3 Resultado do teste

O capítulo de resultados apresenta uma análise abrangente do teste de usabilidade conduzido no âmbito do desenvolvimento do aplicativo em questão. Este estudo foi concebido para avaliar a eficácia do design do aplicativo, identificando áreas de sucesso e oportunidades de melhoria com base nas interações dos usuários. Os dados aqui apresentados são o resultado de uma cuidadosa observação e coleta de feedback qualitativo e quantitativo durante as sessões de teste. A análise abrange uma variedade de parâmetros, incluindo a facilidade de navegação, a experiência do usuário, a compreensão das funcionalidades, e a eficácia geral do design em atender às necessidades e expectativas dos usuários-alvo.

**Figura 51:** Teste de usabilidade



**Fonte:** acervo do autor

As informações detalhadas a seguir oferecem uma visão aprofundada das descobertas, destacando padrões e tendências identificadas ao longo do processo de teste. Esses resultados são cruciais para informar ajustes e otimizações no design do aplicativo, visando proporcionar uma experiência mais intuitiva e satisfatória aos usuários. A tabela abaixo resume os principais indicadores e métricas resultantes do teste de usabilidade, servindo como um guia para a interpretação dos dados apresentados neste capítulo.

Figura 52: Resultado do teste

	A	B	C	D	E
1		Tarefa 01	Tarefa 02	Tarefa 03	Tarefa 04
2	Usuário 01	- Começo lento - Colocar as informações no formulário guiar o usuário		- Clicou no lapís e cima para começar a editar - Pensou que o botão de sair era o de salvar	- simples, fácil e pratico
3	Usuário 02	- Clicou no menu - Escolher foto por último	- Achou fácil	- Não sabe onde fica o menu - Clicou no botão errado	- Achou bem intuitivo e direto
4	Usuário 03	- Aumentar a letra de fazer o cadastro		- Clicou no lapís para mudar o nome - Clicou no botão errado	- Achou tranquilo e intuitivo
5	Usuário 04			Clicou no nome primeiro e no lapís de cima	Fácil e intuitivo
6	Usuário 05	- Muito pequeno o nome para se cadastrar	- Foi tranquilo	- Clicou no lapís - Clicou no botão de avaliações - Aparecer o nome no botão	- Tranquilo
7					
8		Tarefa 05	Tarefa 06	Tarefa 07	Tarefa 08
9	Usuário 01	- Arrastar o meu para o lado do restaurante (colocar borda ou destacar)	- Não colocaria a foto como obrigatória - Clique das estrelas	- Fácil e rápido - Inserir botão de número para ir para o menu	Mudar o ícone de sino para estrela
10	Usuário 02	- Achou bem intuitivo e direto	- Informações pequenas de avaliação	- Clicou no número de restaurantes visitados - Acha que o ícone não remete ao que é proposto (favoritados)	- Intuitivo
11	Usuário 03		- dificuldade na escolha das estrelas	Nome embaixo do ícone para ajudar a achar o botão	Nome embaixo do ícone para ajudar a achar o botão
12	Usuário 04	Fácil e intuitivo		- Clicou no número do restaurante - Não achou o botão	- Não reconheceu o ícone
13	Usuário 05		- Clicou no botão de menu - Visibilidade no botão de voltar - Não achou as avaliações		

Fonte: acervo do autor

Essa abordagem proporcionou a base necessária para realizar pequenos ajustes e atualizações no aplicativo, visando alinhá-lo de maneira mais precisa às expectativas de nossos futuros usuários. O ciclo contínuo de avaliação e aprimoramento guiado pelos princípios da teoria do teste de usabilidade foram

cruciais para assegurar que o aplicativo atendesse de maneira eficaz e abrangente às demandas e preferências do público-alvo.

**Figura 53:** Momento do teste



**Fonte:** acervo do autor

## 6 Considerações finais

Ao concluir os testes de usabilidade e analisar o *feedback* dos usuários, os resultados obtidos revelaram-se não apenas satisfatórios, mas genuinamente promissores. O aplicativo não só alcançou, mas ultrapassou as expectativas iniciais, proporcionando soluções abrangentes para os desafios identificados na fase preliminar da pesquisa. A coleta de dados por meio dos testes de usabilidade e o engajamento efetivo dos usuários no processo de avaliação contribuíram significativamente para o aprimoramento contínuo da experiência do usuário.

Este sucesso é resultado direto do comprometimento com a excelência e da habilidade em incorporar ajustes e melhorias com base nas valiosas percepções dos usuários. A eficácia do aplicativo em abordar os problemas identificados inicialmente, e até mesmo superar as expectativas, destaca não apenas a capacidade do projeto em cumprir seus objetivos, mas também a capacidade de se adaptar e evoluir em resposta às necessidades dinâmicas dos usuários.

O alcance destes resultados positivos reforça a relevância do aplicativo em proporcionar uma experiência otimizada, alinhada às expectativas e demandas do público-alvo. Este sucesso não apenas valida a eficácia do processo de desenvolvimento, mas também sugere um impacto positivo significativo na satisfação e na interação dos usuários com o aplicativo, consolidando sua posição como uma solução efetiva e inovadora no contexto proposto.



Acesse o app!

## 7. Referências

ABRASEL. **Mais de um terço dos bares e restaurantes ainda trabalhou no prejuízo em fevereiro, diz pesquisa da Abrasel.** Disponível em:

<https://abrase.com.br/noticias/noticias/faturamento-aumenta-mas-mais-de-um-terco-dos-bares-e-restaurantes-ainda-trabalhou-no-prejuizo-em-fevereiro-diz-pesquisa-da/>. Acesso em: 05 de setembro . 2023.

ABRASEL. **Trabalho em bares e restaurantes está mais inclusivo, diverso e mostra a força dos pequenos negócios.** Disponível em:

<https://abrase.com.br/noticias/noticias/trabalho-em-bares-e-restaurantes-esta-mais-inclusivo-diverso-e-mostra-a-forca-dos-pequenos-negocios/>. Acesso em: 03 de setembro. 2023.

BERMEO, Caren Gabriela Castillo et al. **AVALIAÇÃO DE IMPACTO DA DIGITALIZAÇÃO DOS RESTAURANTES E LANCHONETES NO ESTADO DA PARAÍBA-BRASIL.** 72Rev. Econ. Ne, Fortaleza, V. 54, N. 2, P. 72-89, Abr./Jun., 2023. Recebido Em: 14 de Fevereiro de 2021. Acesso em: 10 de setembro . 2023.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.** Ebook, 2020.

CARDOSO, Fábio. **Pesquisa de desempenho turístico aponta que 97,99% dos turistas pretendem retornar à Paraíba, mas ainda há muitos gargalos.** 2023.

Disponível em:

<https://turismoemfoco.com.br/v1/2023/02/12/pesquisa-de-desempenho-turistico-apon-ta-que-9799-dos-turistas-pretendem-retornar-a-paraiba-mas-ainda-ha-muitos-gargalos/>. Acesso em: 15 de setembro. 2023.

CARDOSO, Fábio. **Projeto busca alternativas para ajudar restaurantes de João Pessoa a superarem a crise provocada pela pandemia.** Disponível em:

<https://turismoemfoco.com.br/v1/2020/03/31/projeto-busca-alternativas-para-ajudar-r>

restaurantes-de-joao-pessoa-a-superarem-a-crise-provocada-pela-pandemia/.

Acesso em: 01 de setembro . 2023.

CASTRO, H. C. de; MACIEL, M. E.; MACIEL, R. A. **Comida, cultura e identidade: conexões a partir do campo da gastronomia**. Ágora. Santa Cruz do Sul., 26/04/23

Disponível em: <http://online.unisc.br/seer/index.php/agora/index>. Acesso em: 01 de setembro . 2023.

CESAR, Caio. **Vamos fazer Design de Interação?**. Estúdio Grampo, 2015.

COLBORNE, Giles. **Simple and usable: web, mobile, and interaction design**.

New Riders, 2010.

COOPER, Alan; REIMANN, Robert; CRONIN, David. **Aboutface: the essentials of interaction design**. 4. ed. Wiley, 2014.

COVERT, Abby. **How to make sense of any mess: information architecture for everybody**. Createspace, 2014.

EMARK. **<https://dribbble.com/shots/20459224-Restaurant-App-UI-Design>**.

Disponível em: <https://dribbble.com/shots/20459224-Restaurant-App-UI-Design>.

Acesso em: 05 de outubro de 2023

FECOMÉRCIO (Paraíba). **Pesquisa anual do desempenho do turismo na região metropolitana de João Pessoa. Pesquisa Anual do Desempenho do Turismo na Região Metropolitana de João Pessoa 2023**, João Pessoa, v. 23, n. 1, p. 1-40, fev. 2023. Acesso em: 15 de setembro. 2023.

GARRET, Jesse James. **The elements of User Experience: user-centered design for the web and beyond**. New Riders, 2010.

LEAL LONDOÑO, M. del P. **Promoting Gastronomic Tourism to Foster Local Development: The Stakeholders' Perspective.** *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, [S. l.], v. 6, n. 11, p. 54–74, 2015. DOI: 10.6092/issn.2036-5195/5292. Disponível em: <https://almatourism.unibo.it/article/view/5292>. Acesso em: 14 de setembro. 2023.

LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. **ALIMENTAÇÃO E CULTURA: Alimentação e Turismo: criatividade, experiência e patrimônio cultural.** João Pessoa: Editora do CCTA, 2019. Acesso em: 17 de setembro. 2023.

LUPTON, Ellen. **Tipos na tela.** Olhares, 2015.

MARCELINO, J. A.; MIYAJI, M. **A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19.** Boletim de Conjuntura (BOCA), v. 2, n. 6, p. 53-69, 2020. Acesso em: 12 de setembro . 2023.

NIELSEN, Jakob. **Designing Web Usability.** New Riders Publishing, 1999.

PB, G1. **Adesão de supermercados ao delivery sobe mais de 1.400% durante a pandemia, na Paraíba.** Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2020/08/22/adesao-de-supermercados-ao-delivery-sobe-mais-de-1400percent-durante-a-pandemia-na-paraiba.ghtml>. Acesso em: 05 de setembro 2023.

PB, G1. **Mais de 98% dos turistas que visitaram a PB no verão pretendem retornar, aponta pesquisa.** Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2022/02/15/mais-de-98percent-dos-turistas-que-visitaram-a-pb-no-verao-pretendem-retornar-aponta-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 01 de setembro . 2023.

PB, G1. **Pandemia muda perfil do turismo na Paraíba, e número de visitantes cai no verão.** Disponível em:

<https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2021/02/28/pandemia-muda-perfil-do-turismo-na-paraiba-e-numero-de-visitantes-cai-no-verao.ghtml>. Acesso em: 07 de setembro . 2023.

PEREIRA, R. C. M.; SOUSA, P. A. **Fatores de mortalidade de micro e pequenas empresas: um estudo sobre o setor de serviços**. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia: Rio de Janeiro, v. 6, 2019. Acesso em: 10 de setembro . 2023.

PREECE, Jenny; ROGERS, Yvone; SHARP, Helen. **Design de Interação**. Bookman, 2005.

REZENDE, A. A.; MARCELINO, J. A.; MIYAJI, M. **A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19**. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, v. 2, n. 6, p. 53-69, 2020. Acesso em: 12 de setembro . 2023.

SANTIAGO, Marina Prado et al. **Saberes e Sabores do Turismo na Paraíba: Uma Análise de Um Guia de Viagem, João Pessoa**, v. 19, n. 3, p. 1-12, ago. 2019. Acesso em: 17 de setembro. 2023.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. [S.l.], 2016. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/documentos2/pesquisas/Sobrevivencia%20das%20Empresas%20no%20Brasil/Sobrevivencia%20de%20Empresas%20no%20Brasil%202016%20-%20FINAL.pdf>. Acesso em: 13 de setembro . 2023.

TEIXEIRA, Fabricio. **Introdução e boas práticas em Ux**. Casa do Código, 2014.

TEIXEIRA, Fabricio. **Documentário sobre Design Thinking**. Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/document%C3%A1rio-sobre-design-thinking-ca09f6a93017> . Acesso em: 19 de setembro. 2023.

WATHAN, Adam; SCHOGGER, Steve. **Refactoring Ui**. Ebook, 2018.

	<b>INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA</b>
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Cambinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

## Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

### Entrega do tcc

<b>Assunto:</b>	Entrega do tcc
<b>Assinado por:</b>	Ian Sa
<b>Tipo do Documento:</b>	Projeto
<b>Situação:</b>	Finalizado
<b>Nível de Acesso:</b>	Ostensivo (Público)
<b>Tipo do Conferência:</b>	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

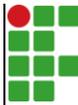
- **Ian Felipe Lima Soares Sa, DISCENTE (202117010045) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 19/02/2024 11:02:51.

Este documento foi armazenado no SUAP em 19/02/2024. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1085340

Código de Autenticação: 23ae7557f8



	<b>INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA</b>
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Cambinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

## Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

### TCC COM FICHA E FOLHA

<b>Assunto:</b>	TCC COM FICHA E FOLHA
<b>Assinado por:</b>	Ian Sa
<b>Tipo do Documento:</b>	Processo
<b>Situação:</b>	Finalizado
<b>Nível de Acesso:</b>	Ostensivo (Público)
<b>Tipo do Conferência:</b>	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Ian Felipe Lima Soares Sa, DISCENTE (202117010045) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 07/03/2024 17:50:10.

Este documento foi armazenado no SUAP em 07/03/2024. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1107620

Código de Autenticação: fa6110ddcf

