

WAD

WEB APPLICATION DOCUMENT

< NOME DO SISTEMA >

Autores:

Allan Casado

Giovane Andreussi

Jackson Aguiar

Larissa Carvalho

João Gonzalez

Vitor Barros

Data de criação: 1 de maio de 2022

Versão: 1.1

Controle do Documento

Histórico de revisões

Data	Autor	Versão	Resumo da atividade
01/05/2022	Vitor Barros	1.1	Adição de Personas, User Stories, Wireframe e Storyboard, e análise do mercado

Sumário

[Visão Geral do Projeto](#)

[Empresa](#)

[O Problema](#)

[Objetivos](#)

[Objetivos gerais](#)

[Objetivos específicos](#)

[Descritivo da Solução](#)

[Partes Interessadas](#)

[Análise do Problema](#)

[Análise da Indústria](#)

[Análise do cenário: Matriz SWOT](#)

[Proposta de Valor: Value Proposition Canvas](#)

[Matriz de Risco](#)

[Requisitos do Sistema](#)

[Persona](#)

[Histórias dos usuários \(user stories\)](#)

[Arquitetura do Sistema](#)

[Módulos do Sistema e Visão Geral \(Big Picture\)](#)

[Descrição dos Subsistemas](#)

[Users Stories dos subsistemas](#)

[Requisitos de software](#)

[Tecnologias Utilizadas](#)

[UX e UI Design](#)

[Wireframe + Storyboard](#)

[Design de Interface - Guia de Estilos](#)

[Projeto de Banco de Dados](#)

[Modelo Conceitual](#)

[Modelo Lógico](#)

[Teste de Software](#)

[Teste Unitário](#)

[Teste de Usabilidade](#)

[Análise de Dados](#)

[Manuais](#)

[Manual do Usuário](#)

[Manual do Administrador](#)

[Referências](#)

[Apêndice](#)

1. Visão Geral do Projeto

1.1. Empresa

Breve descrição da empresa, porte, onde atua, área de mercado que atua e posicionamento no mercado.

1.2. O Problema

Descrever o problema ou a oportunidade de negócio.

O problema a ser resolvido dentro do Hurb em parceria com o time Inteli é a exploração da receita de antecipação a fornecedores. Atualmente, uma das linhas de receita pouco exploradas dentro do Hurb é a com desconto a parceiros (hotéis). Para hotéis que se enquadram na nossa regra de negócios padrão (pagamento no D+30 pós check out do guest), nós oferecemos a opção de antecipação do pagamento em D2, D7 e D15:

- Na antecipação D2, nós descontamos 12% do total devido ao fornecedor
- Na antecipação D7, nós descontamos 9% do total devido ao fornecedor
- Na antecipação D15, nós descontamos 6% do total devido ao fornecedor

Em 2021, foi antecipado um total de R\$4.487.107,59 para 1600 parceiros (mais ou menos). A receita foi de R\$564.866,24 e uma rentabilidade de 12,58%.

Devido a alta demanda de trabalho do time do Contas a Pagar da área do Financeiro, este “serviço” é oferecido apenas a parceiros que indagam sobre o assunto e que fazem este requerimento. Esta solicitação ainda é manual.

1.3. Objetivos

Descrever os objetivos do projeto, objetivos gerais e objetivos específicos.

1.3.1. Objetivos gerais

Espera-se conseguir dar início ao processo de automatização deste produto. Os parceiros devem poder, em apenas um único lugar, ter todas as informações necessárias sobre o produto, se cadastrar, solicitar a antecipação e acompanhar seu processo. Com essa automatização, espera-se poder aumentar a receita de antecipação aos parceiros e aumentar a produtividade do time de contas a pagar.

1.3.2. Objetivos específicos

Espera-se a entrega de um MVP da plataforma na qual o parceiro possa entender o que é esse serviço, quais são as possibilidades de antecipação (D+2, D+7, D+15), o valor que é descontado nessa antecipação. Além disso, o parceiro tem que poder se cadastrar na plataforma para receber esse serviço, solicitar a antecipação, informar em qual conta gostaria de receber esse valor e acompanhar essa solicitação.

Além da plataforma, é um diferencial que o time Inteli pense no melhor canal de distribuição para este produto. É preciso lembrar que nem sempre a pessoa que tem o poder de decisão em antecipar ou não é a mesma que tem um contato mais próximo com o Hurb. Assim, a plataforma, além de atender os colaboradores mais operacionais do parceiro, precisa ter como objetivo informar e educar os tomadores de decisão do parceiro sobre esse produto oferecido pelo Hurb.

1.4. Descritivo da Solução

Descrição da solução a ser desenvolvida (o que é, quais principais funcionalidades, como usar) . Caso ainda não esteja definida a solução na Sprint 1, o faça assim que possível.

O que é?

Rogério é um empreendedor, dono de um hotel de pequeno porte em Bonito, Mato Grosso do Sul. Seu ramo de atividade é muito sazonal, ou seja, em certas épocas do ano há muita movimentação em seu hotel, em outras, nem tanto. Por isso, o hotel de Rogério muitas vezes não consegue se sustentar no período em que aguarda o pagamento de seu principal parceiro de negócios, Hurb, pois necessita de fluxo de caixa. Esse mesmo cenário é vivenciado por milhares de hotéis brasileiros, principalmente pelos pequenos e médios. E, tendo em vista essa questão, o Hurb oferece o serviço de antecipação de pagamento para os hotéis parceiros que se enquadram no pagamento D+30, ou seja, 30 dias após a saída do hóspede. Atualmente, no entanto, esse serviço envolve trabalho manual por parte do Hurb, assim, a dependência de pessoas para fazerem com que esse processo ocorra, torna esse serviço limitado a apenas uma parcela dos hotéis.

Tendo em vista esse problema, nossa solução tem como objetivo principal automatizar o processo de antecipação, tanto para os hotéis parceiros, quanto para o Hurb. A solução é uma aplicação web que, para os hotéis parceiros, oferece a possibilidade de solicitação da antecipação, acompanhamento das antecipações já feitas, além de dados gerais sobre suas antecipações. Para o Hurb, nossa solução oferece aceitação automática das solicitações e um relatório completo sobre esse serviço.

Com nossa solução, os ganhos gerados para o Hurb são:

- Aumento da produtividade do time de Contas a Pagar, ao diminuir a quantidade de trabalho manual durante esse processo
- Mais hotéis possuirão acesso ao serviço de antecipação, gerando mais receita para a companhia
- O Hurb fortalecerá ainda mais a sua estrutura tecnológica, contribuindo para a consolidação da empresa como uma empresa de tecnologia
- Melhora da gestão das antecipações, oferecendo mais controle e dados sobre o processo

Principais funcionalidades

O nosso sistema é composto por dois subsistemas, o que é oferecido aos hotéis e o que é oferecido ao Hurb. O subsistema que cabe aos parceiros possui as seguintes áreas, com suas respectivas funcionalidades:

- Área para solicitação de antecipação
 - Selecionar o tipo de antecipação (D2, D7, D15)
 - Solicitar antecipação selecionando as reservas que quer antecipar ou por montante
 - Visualizar um resumo do pedido para checar as informações
 - Checar a data que receberá a antecipação
 - Cancelar a antecipação caso mude de ideia
 - Visualizar o status da solicitação atual
- Área de cadastro
 - Ter acesso aos dados pessoais e bancários de todos os hotéis cadastrados do fornecedor
 - Alterar os dados cadastrais caso necessário
- Histórico de solicitações
 - Visualizar a data da solicitação e do recebimento
 - Checar o valor que foi solicitado e o valor que foi recebido
 - Verificar o tipo das solicitações feitas
- Área de contato
 - Ver um FAQ para ver os problemas mais comuns
 - Entrar em contato com o suporte caso o problema do hotel não esteja no FAQ
- Área de explicação do serviço
 - Explicar sobre o serviço de antecipação e como utilizar a plataforma

Como usar

Perspectiva dos hotéis parceiros:

1. Ao entrar na plataforma, o fornecedor receberá um link no email para ter acesso a plataforma
2. Para navegar entre os hotéis que possui, o fornecedor pode utilizar o menu "Hotéis"
3. Para ter acesso aos dados cadastrais, o fornecedor pode utilizar o menu "Meus dados"
4. Para solicitar a antecipação, o fornecedor pode clicar no botão "Solicitar antecipação" que está no menu "Home". Na tela de solicitação, basta selecionar o montante ou as reservas que serão antecipadas e o tipo da antecipação.
5. Para visualizar o histórico de solicitações, basta acessar o menu de histórico para ver os tipos das antecipações, datas...

Perspectiva do Hurb:

1. Basta entrar na plataforma e navegar entre os dashboards e dados que serão apresentados.

1.5. Partes Interessadas

Descrever os principais stakeholders envolvidos no projeto e seus papéis.

2. Análise do Problema

2.1. Análise da Indústria

Análise da indústria (Modelo de 5 Forças de Porter) em relação ao cenário da empresa parceira.

As 5 Forças de Porter são um framework de análise setorial que permite entender o nível de competitividade de um mercado. O modelo apresenta os atores envolvidos (concorrentes, fornecedores, compradores, novos entrantes e substitutos), como eles se relacionam e como influenciam o sucesso dos negócios.

Rivalidade entre os concorrentes

Os principais players de agências de viagens no Brasil são:

	Prós	Contras
--	------	---------

CVC	<ul style="list-style-type: none"> - Preços baixos - Viagens acessíveis - Pacotes completos com passagem, estadia e aluguel de carro - Cartão fidelidade - Remarcações de datas de viagem - Pagamento facilitado - Atendimento 24H. 	<ul style="list-style-type: none"> - Atendimento ruim na parte de cancelamento de pacote
HURB	<ul style="list-style-type: none"> - Preços acessíveis. - Pagamento facilitado. - Pacotes completos. - Diversidade de destinos nacionais e internacionais. - Cancelamento on-line rápido e fácil. - Atendimento 24H. - Clube de Fidelidade. 	<ul style="list-style-type: none"> - Opções de pacotes e acomodações mais modestas. - Demora para confirmação da reserva.
DECOLAR	<ul style="list-style-type: none"> - Mais popular e mais utilizada. - Promoções e descontos exclusivos. - Vários destinos - Facilita o pagamento com parcelamentos em até 10X sem juros. - Mostra valor final, incluindo taxas e comissões 	<ul style="list-style-type: none"> - Não possui muitas opções de pacotes internacionais

HOTEIS.COM	<ul style="list-style-type: none"> - Bom atendimento ao cliente. - Pode pagar em real no cartão de crédito e parcelar sem juros. - Possui cupons de desconto 	<ul style="list-style-type: none"> - Poucas opções de hotéis. - Cobram taxa pelo serviço.
EXPEDIA	<ul style="list-style-type: none"> - Ofertas relâmpago. - Descontos extras. - Facilidade no pagamento. - Pacotes completos - Programa de créditos e cupons - Cancelamento facilitado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Os preços oscilam muito por conta da variedade. - Não é muito popular no Brasil.
SUBMARINO VIAGENS	<ul style="list-style-type: none"> - Parcelamento facilitado. - Suporte por telefone. - Inclui taxas no valor final. - Melhores ofertas com datas predefinidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Não há muita variedade e diferenças de preços.
BOOKING	<ul style="list-style-type: none"> - comparar os valores de diversos tipos de acomodação - Não é preciso ir no site de cada hotel e pedir informações - é possível escolher a hospedagem de acordo com o que deseja-se no destino 	<ul style="list-style-type: none"> - intermediador no meio do caminho

Conclusão: A partir da análise de alguns dos players de agências de viagens no Brasil conclui-se que esse mercado possui muitas empresas que geram uma grande rivalidade e concorrência nesta indústria. Dessa forma, é importante diferenciar seu produto e experiência para se sobressair aos concorrentes.

Poder de barganha dos fornecedores:

A Hurb possui parceiros de diferentes tamanhos. Hotéis pequenos com pouco reconhecimento tem baixo poder de barganha, pois esses podem depender da Hurb para venderem mais diárias. Já os hotéis grandes têm maior poder de barganha sobre a Hurb, pois estes não dependem da Hurb para vender diárias.

Poder de barganha dos clientes:

Como a Hurb já é uma empresa grande e consolidada, com a maior parte dos clientes sendo pessoas físicas, ela não depende de todos interessados em seu serviço, desse modo o preço da diária não é negociável, então o poder de barganha do cliente sobre a Hurb é pequeno.

Ameaça de novos entrantes

Os novos entrantes seriam as agências de viagem que não atuam no Brasil mas gostariam de mudar sua área de atuação e entrar no país. Por possuir muitos players na indústria, a entrada de novos entrantes é dificultada, pois a concorrência já é muito grande e certas empresas já têm confiança no mercado. Contudo, entrar no meio digital não possui muitas barreiras.

Ameaça de produtos substitutos

Na indústria de agências de viagens o principal produto substituto é plataformas de aluguel de casas (ex. Airbnb). Os diferenciais dessas plataformas são a opção do usuário se sentir como um morador do local, além de poder ter valores mais baixos do que um hotel. Dessa forma, eles agregam valor ao cliente de uma forma diferente que os tornam fortes no mercado.

Modelo de negócios

Modelo de negócios:

- A principal forma de o Hurb bancar os custos de um pacote promocional é monitorar valores.
- Independentemente da compra, o viajante informa três datas diferentes que gostaria de embarcar, mas pode ter a confirmação do dia do voo em até 45 dias antes da primeira sugestão.
- Com isso, há um tempo suficiente para que a empresa mapeie os trechos de ida e volta até encontrar a melhor tarifa possível – seja para os tickets aéreos ou as hospedagens.
- Portanto, se o valor costuma ser baixo em um determinado mês, o movimento é antecipado e é nesse período que o bilhete de embarque do cliente é gerado.
- Com a pandemia do COVID-19 o Hurb decidiu estreitar a margem de lucro dos produtos antes do mercado.
- Ou seja, o Hurb utilizou o estoque do próprio caixa para segurar as pontas e passou a ganhar menos por cada pacote comercializado.
- No caso do Hotel Hurb, a estratégia para equilibrar a entrada e saída do dinheiro foi diminuir o preço dos pacotes, reduzir o percentual de lucro, mas ainda assim terem um bom volume de vendas.
- Um dos principais responsáveis pelo sucesso do Hurb, é a tecnologia.
- De acordo com o CEO, cerca de 200 engenheiros driblam ineficiências do mercado e garantem as melhores taxas.
- Sendo assim, a lógica é pagar o mínimo possível para repassar valores acessíveis aos clientes e ainda assim lucrar.
- Logo, é evidente que o Hotel Hurb trata-se de um portal de reservas brasileiro, especializado em hospedagens.

- Seus valores são bem abaixo da média, em comparação às outras agências, pois a Hurb tem o principal objetivo de gerar pacotes ou passagens mais acessíveis para seus clientes.
- A Hurb **trabalha com datas específicas** de viagem e várias parcerias pelo mundo.
- Com a antecedência, a empresa é capaz de negociar em parceria com outras agências de viagem. Assim, podem conseguir até 50% de desconto no valor total do serviço.

Tendências do mercado de turismo

1) Tendências dos consumidores :

- Experiências : Clientes estão buscando por viagens épicas com experiências únicas, isso vem acontecendo depois do início da pandemia ao meio da natureza como Machu Pichu, ilhas do oceano Índico, Antártico , acampamento na base do monte everest
- Viagens em grupo
- Ecoturismo
- Corporativo
- Compra no on-line
- Experiência local : Os turistas de hoje não querem ser isolados dos lugares que visitam dentro de uma bolha cultural. Eles querem se envolver e participar da cultura local. Desde desfrutar da culinária local até celebrar festivais e feriados regionais, as experiências locais estão definidas para se tornarem algumas das principais tendências turísticas a serem observadas.

2) Tendências das empresas de turismo

- Digitalização : O turismo foi o setor que mais se digitalizou durante a pandemia de Covid-19. Atualmente, oito de cada dez pequenos negócios (85%) vendem pela internet, o que posiciona o setor acima da média de empresas dos mais diferentes ramos que comercializam seus produtos e serviços de forma digital, no patamar de 67%.O forte investimento em tecnologia, como a criação de websites em plataformas de ecommerce, fez com que 48% das empresas desse segmento tivessem mais da metade de seu faturamento proveniente da internet.
- Pacotes de viagens : Os pacotes de viagens interessam muitos os turistas pois é mais cômodo, fácil e simples. Tendo assim passagem de avião , hospedagem e até passeios
- Investimento em tecnologia (Data Science e I.A) : essas tecnologias servem para previsibilidade e tendências de consumo dos clientes ou futuros clientes, isso envolve o conceito de personalização (vamos ver a seguir esse conceito)
- Investimento em Marketing digital : Usando as mídias sociais para comunicar e criar relacionamento com o público alvo e clientes, gerando valor conteúdo conexão assim se aproximando e fazendo ofertas na hora certa e vendendo seus pacotes de modo digital, não precisando ir a um lugar físico.

7. Realidade virtual : A realidade virtual é outra das principais tendências do turismo que perturbam a indústria e capitalizar sobre a tecnologia pode dar a você uma vantagem sobre os rivais que ainda não a adotaram. Por meio de passeios de RV online, os clientes podem experimentar interiores de hotéis, restaurantes, atrações turísticas ao ar livre e muito mais, tudo em suas casas.
8. Personalização : Anúncios que surgem nas redes sociais e em alguns outros sites, anúncios relacionados a coisas que você viu ou comprou online. Este é apenas um exemplo de personalização. Bem como em turismo de marketing de forma mais eficaz, a personalização pode ser aplicada a todos os aspectos da experiência turística. Os consumidores de hoje esperam experiências que correspondam de perto às suas preferências pessoais, desde destinos a acomodação e os tipos de atividades que eles irão se envolver. Quanto mais de perto uma experiência pode ser adaptada aos desejos e expectativas de um cliente, maior será a probabilidade de ele voltar e voltar a usar o mesmo serviço novamente.
9. Robôs, Chatbots e Automação : Um dos exemplos mais atraentes dessas tendências de turismo em particular é Connie, a concierge de robôs da rede de hotéis Hilton. Outros hotéis também aderiram à tendência de equipe de robôs, instalando robôs interativos para lidar com certas tarefas de recepção ou até mesmo fazendo com que sirvam comida e bebida aos visitantes. Esse tipo de aplicação de novidade, no entanto, está longe de ser o único. Muitos clientes agora reservam suas viagens e acomodações com a ajuda de chatbots da Internet, especificamente IA sob medida que pode lidar com dúvidas e auxiliar os clientes com informações

9.1. Análise do cenário: Matriz SWOT

Apresenta a Matriz SWOT com análise da empresa parceira.

A análise SWOT tem como objetivo ter uma visão externa e interna do negócio. Desse modo, a matriz é organizada em quatro quadrantes que levam em conta o ambiente externo e interno, que são divididos em fatores internos controláveis e fatores externos incontroláveis. Essa forma de abordagem contribui para o fortalecimento dos pontos fortes e no amadurecimento dos pontos fracos, além de prevenir possíveis danos.

Forças

- Garantia de preços baixos.
- Oferecimento de pacotes completos, que cobrem desde a reserva do hotel até o aluguel de carros.
- Serviço de cancelamento gratuito.
- Oferece atendimento personalizado para os hotéis por região .
- Presença muito forte nas mídias sociais.

Fraquezas

- Impressão por parte do cliente de um serviço de baixa qualidade devido aos preços mais baixos.
- Atendimento sobrecarregado.

Oportunidades

- Aumento de receita por meio do serviço de antecipação para hotéis parceiros.
- Expansão mundial a partir da exploração de parcerias com players de outros países
- Ampliar ainda mais a rede de afiliados Hurb.
- Oferecer serviços bancários, para diversificar ainda mais os seus serviços
- Comprar agências de turismo online
- Oferecer viagens por meio de realidade virtual

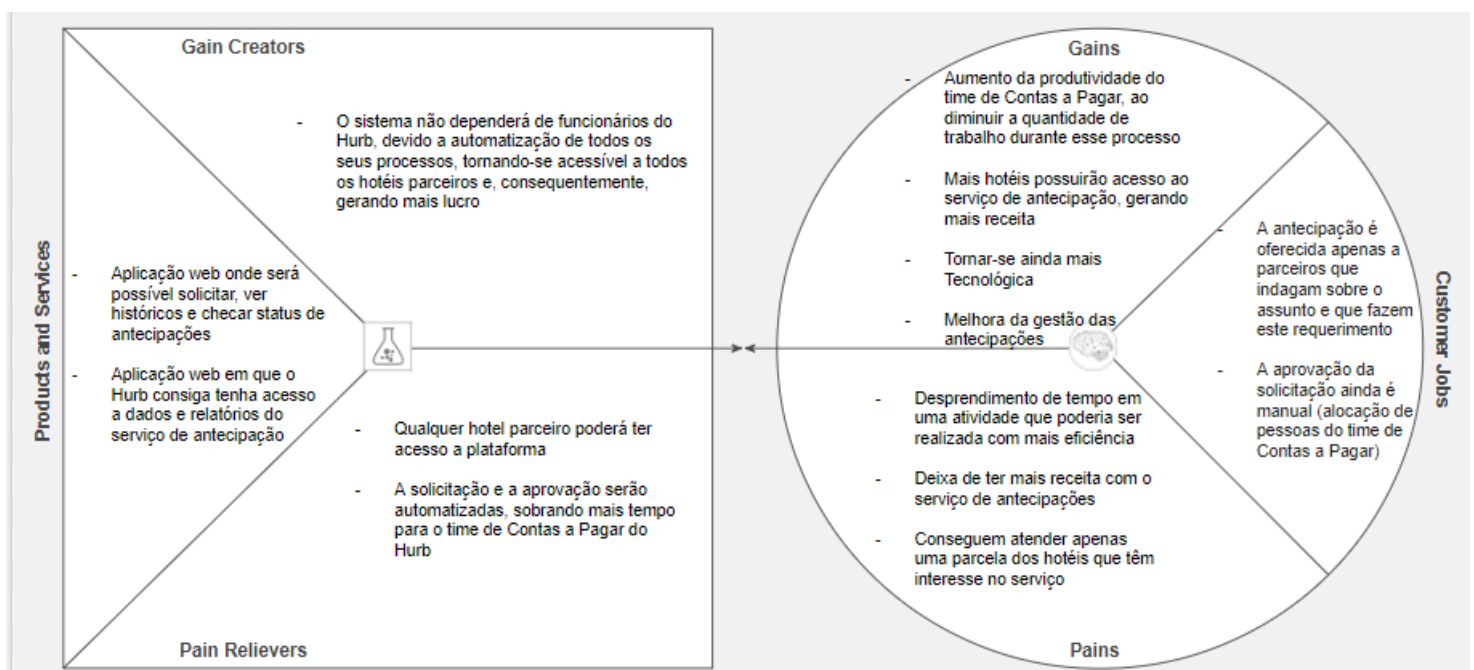
Ameaças

- Várias plataformas de compra de viagens e hotéis online (Grande concorrência).
- Crise econômica, ocasionando em menos viagens.
- Empresas ou sites de aluguel de casas (ex: Airbnb) que concorrem com as redes hoteleiras.

9.2. Proposta de Valor: Value Proposition Canvas

Apresenta o Canvas de Proposta de Valor com relação à solução.

O Canvas da proposta de valor serve para ajudar a criar e organizar produtos/serviços que se alinhem com o que seu cliente realmente valoriza e precisa.



O link para a imagem do Canvas ampliada está na própria imagem.

9.3. Matriz de Risco

Apresenta a matriz de risco com relação ao projeto.

A matriz de risco é uma forma usual de se avaliar o risco. Uma matriz de risco é uma representação da combinação da probabilidade de ocorrer um evento associando a esta probabilidade a consequência caso o evento ocorra.

		Ameaças				
Probabilidade	90%					Pouco tempo para desenvolver
	70%				Baixo conhecimento técnico das ferramentas	Baixa experiência na gestão de projetos
	50%					
	30%				Falta de comprometimento com horário	
	10%				Entendimento da equipe sobre o problema	
		Muito Baixo	Baixo	Moderado	Alto	Muito Alto
		Impacto				

O link para a imagem da Matriz de Riscos ampliada está na própria imagem.

10. Requisitos do Sistema

10.1. Persona

Apresentar para cada persona o nome, idade, ocupação, interesses, localização, etc. (relacionar com o que foi visto nos encontros e conteúdos de autoestudo sobre definição de personas)

Persona é a representação fictícia de quem estamos querendo atingir com nosso produto. Ela é definida a partir de pesquisas sobre práticas, gostos, características pessoais e psicográficas do cliente.



Nome: Rogério

Ocupação: Empreendedor

Idade: 45

Necessidades: Rogério é um empreendedor, dono de um hotel de pequeno porte em Bonito, Mato Grosso do Sul. Seu ramo de atividade é muito sazonal, ou seja, em certas épocas do ano há muita movimentação em seu hotel, em outras, nem tanto. Por isso, o hotel de Rogério muitas vezes não consegue se sustentar no período em que aguarda o pagamento de seu principal parceiro de negócios, Hurb, pois necessita de fluxo de caixa. Entretanto, a Hurb oferece um serviço de antecipação do pagamento, porém para usá-lo, Rogério precisa fazer o pedido de forma manual, o que dificulta o seu uso no dia a dia.

Objetivos: Desse modo, Rogério necessita de uma plataforma simples de usar e eficiente em que ele possa solicitar a antecipação de pagamento. Além de solicitar a antecipação, Rogério deseja acompanhar o histórico de suas antecipações passadas e o status das atuais antecipações.



Nome: Amanda

Ocupação: Funcionária do time de Contas a Pagar do HURB

Idade: 30 anos

Necessidades: Ana como funcionária do time de Contas a Pagar, possui diversas tarefas de trabalho a serem executadas, com isso, acaba ficando com muito trabalho, uma vez que ainda tem que fazer as antecipações de forma manual. Logo, é evidente que precisa-se de uma automatização nesse processo de antecipação.

Objetivos: Reduzir o trabalho manual em excesso de grande parte dos funcionários. Com a automatização, diversos benefícios serão gerados, bem como: relatórios de cada antecipação, incluindo as datas, valores, histórico, meios de pagamento on-line, solicitações de forma on-line, entre vários outros. Além de um aumento da produtividade do time de Contas a Pagar.

10.2. Histórias dos usuários (user stories)

Descrever em uma tabela todas histórias de usuários de acordo com o template utilizado com priorização, esforço e risco.

Área para solicitação de antecipação

1. Eu como dono do hotel quero selecionar o tipo de solicitação D2 para receber a antecipação dois dias após o check-out.
2. Eu como dono do hotel quero selecionar o tipo de solicitação D7 para receber a antecipação sete dias após o check-out.
3. Eu como dono do hotel quero selecionar o tipo de solicitação D15 para receber a antecipação quinze dias após o check-out.
4. Eu como dono do hotel posso selecionar a opção de antecipação por reserva para poder solicitar quantas e quais reservas antecipar.
5. Eu como dono do hotel posso selecionar a opção de antecipação por montante para poder solicitar o valor total desejado para antecipação.

6. Eu como dono do hotel devo ver um resumo do pedido para poder checar se as informações estão corretas antes da confirmação.
7. Eu como dono do hotel devo visualizar a data que receberei meu pagamento após ter solicitado a antecipação para obter mais detalhes da solicitação.
8. Eu como dono do hotel posso cancelar a solicitação de antecipação caso mude de ideia para receber meu pagamento no prazo padrão, que é de 30 dias após a saída do hóspede.
9. Eu como dono do hotel devo acompanhar o status da solicitação de antecipação atual para confirmar se o processo está sendo feito no tempo estipulado.

Área de cadastro

1. Eu como dono do hotel quero um site que já venha logado meus dados bancários que forneci à Hurb para o processo de antecipação ser mais prático.
2. Eu como dono do hotel quero um site que já venha logado meus dados pessoais que forneci à Hurb para o processo de antecipação ser mais prático.
3. Eu como dono do hotel quero poder logar em mais de uma conta bancária para escolher qual opção é mais viável.
4. Eu como dono de mais de um hotel quero poder selecionar o estabelecimento que vou fazer a antecipação para poder ter mais organização.

Histórico de solicitações

1. Eu como dono do hotel, quero ver quais hotéis eu fiz as solicitações de antecipação, para que eu saiba diferenciar cada um deles e saiba cada um que eu fiz.
2. Eu como dono do hotel, quero ver a data da solicitação e do recebimento das antecipações, para ter um controle maior e uma melhor organização.
3. Eu como dono do hotel, quero ver o valor da antecipação que foi solicitado e o valor que foi recebido, para que assim eu possa verificar se foi descontado a taxa correta para o Hurb.
4. Eu como dono do hotel, quero ver quais tipos de antecipações foram solicitadas, para que eu possa saber quais dos tipos (D-2, D-7 e D-15) estão sendo mais escolhidos.

Área de contato

1. Eu como dono do hotel, quero ter a possibilidade de entrar em contato com o suporte da Hurb em caso de problemas com a aplicação.
2. Eu como dono do hotel, quero ter um FAQ para ver os problemas mais comuns.

Área de explicação do serviço

1. Eu como dono do hotel quero ter acesso a uma explicação simples e objetiva sobre o serviço de antecipação para entender como funciona esse processo e descobrir novas possibilidades.

Relatório

1. Eu como funcionário do Hurb, quero ver as antecipações realizadas por cada hotel, para analisar a situação de um hotel em específico
2. Eu como funcionário do Hurb, quero ver quais tipos de antecipações foram solicitadas, para que eu possa saber quais dos tipos (D-2, D-7 e D-15) estão sendo mais escolhidos.
3. Eu como funcionário do Hurb quero ver o volume financeiro total que foi antecipado para descobrir quanto os hotéis somados anteciparam.
4. Eu como funcionário do Hurb, quero ver a data da solicitação e do recebimento das antecipações, para ver em quais datas os hotéis mais solicitam antecipações.
5. Eu como funcionário do Hurb quero ver o valor a pagar pela antecipação para poder organizar o quanto deve ser pago para cada hotel.
6. Eu como funcionário do Hurb quero ver o valor de retorno da antecipação para saber qual será o lucro da empresa.
7. Eu como funcionário do Hurb quero ver um histórico de antecipações para poder controlar as antecipações já feitas.

11. Arquitetura do Sistema

11.1. Módulos do Sistema e Visão Geral (Big Picture)

Diagrama representando hardware e software.

Mapa ou organograma com os módulos que existem no sistema.

Por exemplo, um portal principal, em seguida as áreas de acordo com perfil de acesso. Um painel administrativo para controle e gestão, por exemplo.

E tudo no servidor em nuvem, no nosso caso, Heroku.

Pode usar uma ferramenta do tipo x-mind, draw.io, etc.

11.2. Descrição dos Subsistemas

Aqui detalhar cada subsistema com suas funcionalidades, ou seja, o que tem em cada módulo.

Pode usar uma ferramenta do tipo x-mind, draw.io, etc.

11.2.1. Users Stories dos subsistemas

Dentre as users stories da seção 3.2 quais correspondem a cada subsistema.

11.2.2. Requisitos de software

Dentre o total de tecnologias utilizadas na aplicação, da seção 4.4, quais correspondem a cada subsistema.

11.3. Tecnologias Utilizadas

Colocar em uma tabela as tecnologias utilizadas na aplicação especificando o que é, em que é utilizada no projeto e qual a versão.

12. UX e UI Design

Projeto das telas do sistema.

12.1. Wireframe + Storyboard

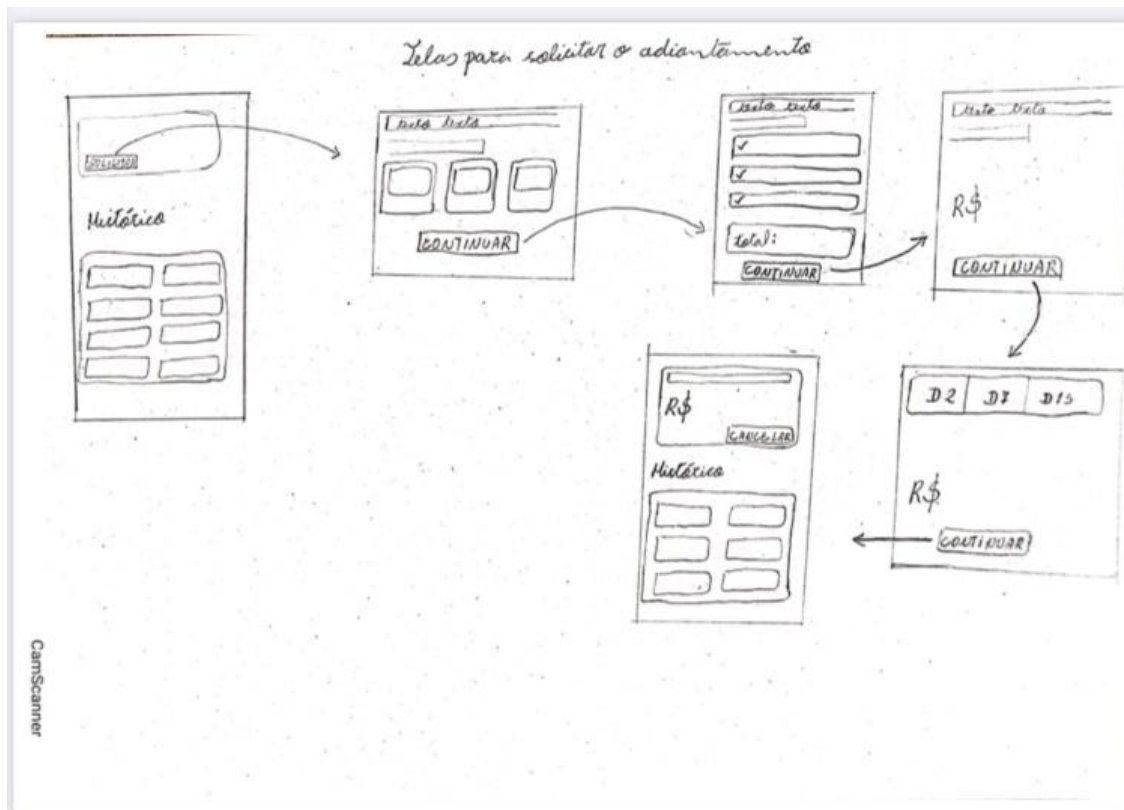
Telas e storyboards de baixa fidelidade das áreas do usuário, conectados, demonstrando a diagramação e o fluxo de navegação

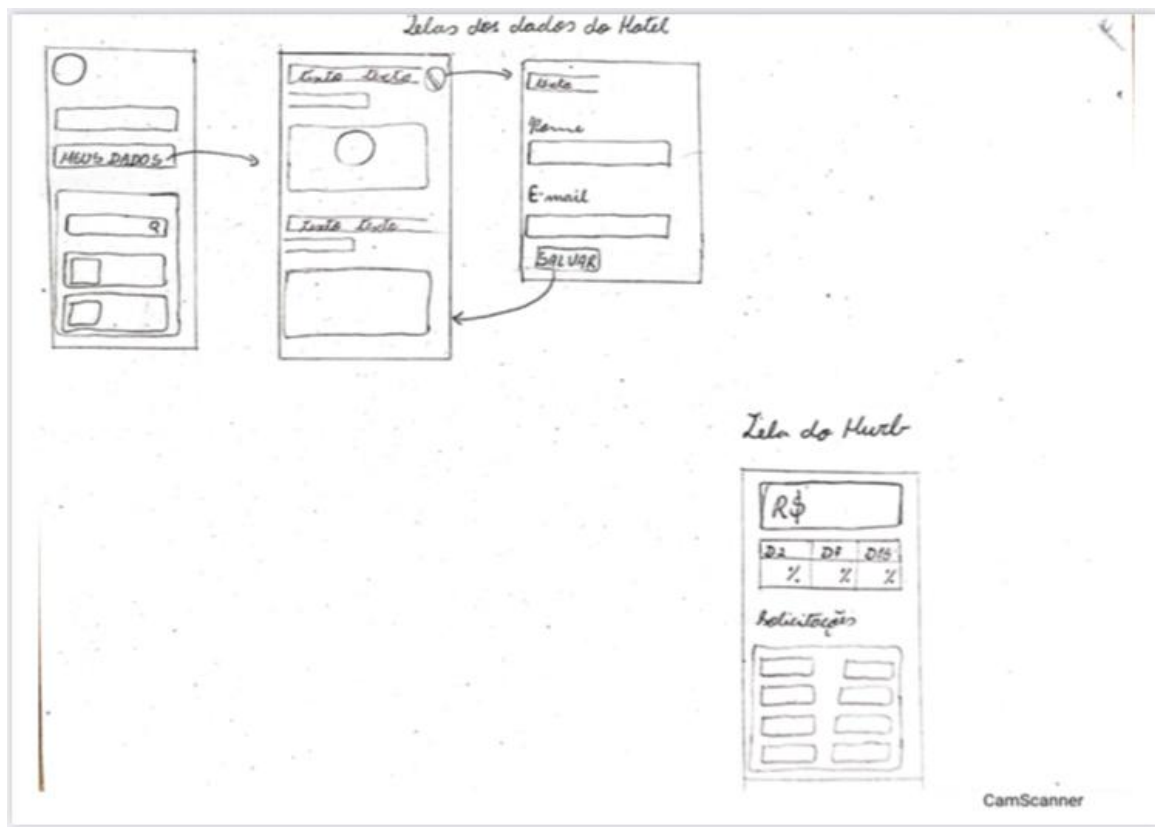
Exemplos: tela da home, tela de login, etc

Em cada tela colocar: cabeçalho, rodapé, barra lateral, área de conteúdo

Aqui você deve colocar o link

Storyboard





Wireframe

<https://www.figma.com/file/RFKCpYOHfXxX7xhA9hYGSw/Project-0.1?node-id=0%3A1>

12.2. Design de Interface - Guia de Estilos

Refere-se a design visual, cores, tipografia, imagens, logotipos, ou seja, os elementos visuais que compõem o produto.

13. Projeto de Banco de Dados

documento contendo diagrama de entidades e relacionamentos do banco de dados

13.1. Modelo Conceitual

O modelo conceitual deve garantir uma conexão com a realidade. Os 4 tipos de conexões com a realidade são:

- conceitos
- atributos
- identificações
- associações

O Modelo Entidade-Relacionamento - MER

- entidades e tipos de entidades
- atributos e tipos de atributos
- relacionamentos e tipos de relacionamentos

13.2. Modelo Lógico

14. Teste de Software

14.1. Teste Unitário

Evidências dos testes realizados usando o Jest

14.2. Teste de Usabilidade

Tabela com dados organizados dos testes realizados

15. Análise de Dados

Inserir os dashboard ou gráficos das análises dos dados de negócio, usando estatística descritiva com medidas de posição e dispersão.

16. Manuais

16.1. Manual do Usuário

Aqui identificar todos os usuários do sistema

Semana 10 - Artefato: documento contendo instruções da aplicação para o usuário final

16.2. Manual do Administrador

Referências

Toda referência citada no texto deverá constar nessa seção, utilizando o padrão de normalização da ABNT). As citações devem ser confiáveis e relevantes para o trabalho. São imprescindíveis as citações dos sites de download das ferramentas utilizadas, bem como a citação de algum objeto, música, textura ou outros que não tenham sido produzidos pelo grupo, mas utilizados (mesmo no caso de licenças gratuitas, royalty free ou similares)

Apêndice

Os apêndices representam informações adicionais que não caberiam no documento exposto acima, mas que são importantes por alguma razão específica do projeto.