



ESCOLA SEQUENCIAL
E.E PROFESSORA DIVA DA CUNHA BARRA
INFORMATICA PARA A INTERNET

LAUANY RIBEIRO
MURILO NUNES DE SOUZA DUTRA
PEDRO HENRIQUE DOS SANTOS JUSTO
THAINARA VITORIA DOS SANTOS LIMA

C-STREET
Trabalho de Conclusão de Curso

CARAPICUIBA – SP

2024

LAUANY RIBEIRO
MURILO NUNES DE SOUZA DUTRA
PEDRO HENRIQUE DOS SANTOS JUSTO
THAINARA VITORIA DOS SANTOS LIMA

C-STREET

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de conclusão de curso apresentado a
banco de avaliação, composta por Camilo, Raquel,
Adriana e Ronald.

Orientador: Professores Camilo Corrêa e Rubens
Cardano.

CARAPICUIBA-SP

2024

ESCOLA SEQUENCIAL
E.E PROFESSORA DIVA DA CUNHA BARRA

C-STREET

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de conclusão de curso apresentado a
banco de avaliação, composta por Camilo, Raquel,
Adriana e Ronald.

Aprovada em 07 de novembro de 2024

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Camilo (orientador)

Escola Sequencial

Coord. Ronald

E.E Diva da Cunha Barra

Prof. Marlene

E.E Diva da Cunha Barra

Coord. Lanna

E.E Diva da Cunha Barra

Prof. Elber

CARAPICUIBA-SP

2024

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de expressar nossa profunda gratidão aos professores Camilo Corrêa e Rubens Cardano por todo o apoio, dedicação e incentivo ao longo da nossa jornada. Valorizamos cada ensinamento em sala de aula e, sobretudo, as valiosas lições de vida, sabendo que cada aula foi essencial para nosso desenvolvimento profissional, pessoal e acadêmico.

Agradecemos também a todos os membros da equipe escolar e aos nossos familiares, que contribuíram de maneira significativa para nosso crescimento e sucesso durante esses três anos no curso técnico de Informática para Internet.

RESUMO

Este trabalho explora amplamente a criatividade e o conhecimento em tecnologia no contexto do mercado cinematográfico, desde a concepção do tema até a análise de um site e de e-commerce. A Revisão de Literatura aborda conceitos essenciais de E-commerce e Marketing Digital, com foco em acessibilidade e inclusão de diferentes públicos e pessoas com limitações.

O desenvolvimento prático do TCC é detalhado, destacando o design que proporciona uma experiência confortável em cada interação do usuário com a plataforma. A proposta oferece um fácil acesso à Cine-Street, empresa fictícia de cinema, promovendo ampla divulgação dos produtos e dos filmes planejados para diversos gêneros. A análise de dados teve como referência o site da empresa “Cinemark”, que serviu como modelo para o desenvolvimento do projeto.

Utilizando HTML, CSS, JavaScript, PHP, entre outras linguagens e ferramentas web, foi criado um site funcional que permite ao usuário criar uma conta, escolher um filme, comprar o ingresso e acessar um ambiente virtual para assistir ao filme. O design do site foi inspirado no vídeo “Responsive Movie Website With HTML CSS JavaScript 2021” do YouTuber Codewithsadee. Grande parte da estrutura foi baseada no vídeo, mas foram feitas adaptações nas cores, imagens e funções para diferenciar nosso projeto.

Palavras-chaves: Criatividade, Tecnologia, E-commerce, Marketing Digital, Desenvolvimento prático, HTML, CSS, JavaScript, PHP, Design, Cinemark, Cine-Street, Acessibilidade, Website funcional.

ABSTRACT

This work extensively explores creativity and technological knowledge within the cinematic market, from the conceptualization of the theme to the analysis of an e-commerce website. The Literature Review addresses essential concepts of E-commerce and Digital Marketing, with a focus on accessibility and inclusion for diverse audiences and individuals with limitations.

The practical development of the project is detailed, highlighting a design that provides a comfortable experience in each user interaction with the platform. The proposal offers easy access to Cine-Street, a fictional cinema company, promoting wide exposure of its products and films planned for various genres. Data analysis used the “Cinemark” website as a reference, which served as a model for the project’s development.

Using HTML, CSS, JavaScript, PHP, and other web languages and tools, we created a functional website that allows users to create an account, choose a movie, purchase tickets, and access a virtual environment to watch the film. The site design was inspired by the YouTube video “Responsive Movie Website With HTML CSS JavaScript 2021” by the YouTuber Codewithsadee. Much of the structure was based on the video, but we adapted colors, images, and functions to make our project unique.

Keywords: Creativity, Technology, E-commerce, Digital Marketing, Practical Development, HTML, CSS, JavaScript, PHP, Design, Cinemark, Cine-Street, Accessibility, Functional Website.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

HTML	HyperText Markup Language
CSS	Cascading Style Sheet
PHP	Hypertext Preprocessor
MAILTRAP	Plataforma De E-mail Delirery
B2C	Business To Consumer
M.D.P	Meninos De Preto

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	Erro! Indicador não definido.
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	9
3. DEFINIÇÃO DO TEMA E CONTEXTUALIZAÇÃO	10
4. PRINCIPAIS TIPOS DE E-COMMERCE	10
4.1. B2C (BUSINESS-TO-CONSUMER).....	10
4.2. SOCIAL COMMERCE	10
4.3. MODELOS DE NEGÓCIO	10
4.4. COMPRAS ONLINE TRADICIONAIS	10
4.5. CIÊNCIA E ANÁLISE DE DADOS PARA O E-COMMERCE	11
4.6. DESAFIOS DA E-COMMERCE	11
4.7. PROTEÇÃO DE DADOS	11
4.8. COMPRAS POR DISPOSITIVOS	11
5. EXPERIÊNCIA DO CLIENTE	12
6. EVOLUÇÃO HISTÓRICA	12
7. VISÃO DE FUTURO.....	13
8. DESENVOLVIMENTO	13
8.1. DESENVOLVIMENTO DO SITE	13
8.2. DESENVOLVIMENTO DO DESIGN	15
8.3. DESENVOLVIMENTO DO TRAILER E DOS CATÁLOGOS.....	15
8.4. DESENVOLVIMENTO MARKETING	15
8.5. DESENVOLVIMENTO DE TERMOS E CONDIÇÕES DE USO	16
9. PESQUISA DE CAMPO	16
10. CONCLUSÃO	20
11. BIBLIOGRAFIA.....	22

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um panorama abrangente sobre o Cine Street, uma empresa de entretenimento inovadora que visa democratizar o acesso ao cinema, especialmente para classes sociais mais baixas e/ou excluídas. Discutiremos a fundamentação teórica que embasa o projeto, abordando a definição do tema, sua contextualização e as lacunas literárias existentes no campo do e-commerce e da acessibilidade.

Além disso, serão explorados os diferentes tipos de e-commerce, destacando o modelo Business to Consumer (B2C) e o Social Commerce, bem como suas características e relevâncias para a estratégia do Cine Street. A análise incluirá a importância da proteção de dados e os desafios enfrentados na implementação de um ambiente online seguro e acessível.

Por fim, através de uma pesquisa do campo e visão do futuro, será apresentado as metodologias empregadas na pesquisa, destacando como este trabalho busca contribuir para preencher as lacunas identificadas no que desrespeito as redes de cinemas, e com isso mostrar que o Cine Street pretende oferecer não apenas uma experiência de cinema acessível e inclusiva, mas também se diferenciar no mercado ao adotar práticas que asseguram a satisfação e segurança dos clientes, considerando as particularidades de seu público-alvo.

2. REVISÃO DE LITERATURA

A revisão da literatura apresenta estudos que fundamentaram o projeto, com base em diversas referências e temas relevantes. O capítulo inicial aborda a definição e a contextualização do tema, ademais serão explorados conceitos essenciais de e-commerce e marketing digital no contexto de acessibilidade e inclusão no setor cinematográfico, com foco no desenvolvimento do Cine Street, um modelo de negócios que visa democratizar o acesso ao cinema para diversos públicos. A revisão também aborda questões de proteção de dados e segurança digital, ressaltando a importância de práticas que assegurem a confiança do usuário. Em termos de design, são exploradas estratégias para garantir uma experiência inclusiva, com ajustes de cor, tamanho de texto e contraste, facilitando o uso por pessoas com necessidades específicas. Por fim, são descritas as metodologias de desenvolvimento do projeto, como HTML, CSS, JavaScript e PHP, que sustentam a criação de um site funcional. Esta base teórica fortalece o Cine Street como um projeto inovador no campo do e-commerce inclusivo no cinema.

3. DEFINIÇÃO DO TEMA E CONTEXTUALIZAÇÃO

O Cine Street foi criado como uma empresa voltada para o entretenimento que, por meio de uma ampla seleção de filmes, busca facilitar o acesso ao cinema. Com foco em acessibilidade, a empresa oferece uma experiência de consumo fácil e inclusiva, atendendo pessoas de todas as idades, além de promover apoio às classes sociais mais baixas.

4. PRINCIPAIS TIPOS DE E-COMMERCE

Os principais tipos de E-commerce utilizado incluem o **B2C** (*Business-to-Consumer*), caracterizado por compras e vendas pela internet; e o Social Commerce (S-Commerce) utilizado como forma de estratégia para divulgação, por meio das mídias digitais, tornando a divulgação dos produtos mais acessíveis.

4.1. B2C (Business-to-Consumer)

Business Consumer é um modelo de negócio em que as empresas vendem produtos ou serviços diretamente aos consumidores finais. As suas principais características, são: canais de vendas, marketing e publicidade, personalização e segmentação, atendimento ao cliente, logística e entrega e pagamento e segurança.

4.2. Social Commerce

O Social Commerce é uma estratégia de vendas que utiliza as redes sociais para comercializar produtos e serviço. Alguns exemplos de Social Commerce são: Lojas virtuais em redes sociais como Facebook, Instagram e WhatsApp, *Live Commercies*, que podem ser realizados em formato de leilão; vendas por meio de fóruns e chats; *Chirpity*, que permite que os consumidores e as empresas comprem, vendam e realizem transações no Twitter; *Shopon*, que permite que os varejistas incentivem o compartilhamento de compras e produtos no Facebook; e a *Bazaarvoice*, que integra votações, comentários e consultas em sites de comércio eletrônico.

4.3. Modelos de negócio

O e-commerce, é caracterizado por vários modelos de negócios, cada qual com suas vantagens. O modelo utilizado da Cine Street são compras online e compras presenciais. Os métodos utilizados foram escolhidos para que o consumidor tenha a acessibilidade necessária e facilidade em sua compra, tudo isso pensando na segurança de dados e informações de compras dos consumidores.

4.4. Compras online tradicionais

As compras online tradicionais oferecem às empresas maior controle sobre a experiência do cliente, desde o design do site até a finalização da compra, proporcionando uma oportunidade única de destacar a identidade da marca e promover produtos exclusivos. Além disso, o mercado online permite um alcance nacional, com fácil acesso à informação e alta eficiência. Ele também oferece mobilidade, várias opções de pagamento, como cartão de crédito, débito, Pix e boletos, além de logística otimizada, automação e segurança para o consumidor.

4.5. Ciência e Análise de dados para o E-Commerce

A utilização de diversas tecnologias atuais e análise de dados recorre a otimizar os processos operacionais em todo o ciclo de vida do E-commerce. Inclui o estoque de equipamentos utilizados, a demanda e o processo de atendimento ao cliente. Com grandes conjuntos de dados podemos identificar padrões de eficiência e qualidade, para desenvolver melhoria ao produto e operações eficientes.

4.6. Desafios da E-commerce

Existem diversos desafios enfrentados pela E-commerce, que incluem a segurança de seus usuários e a proteção de seus dados para a melhoria da experiência do cliente. O alto índice de fraudes cresce cada vez mais, além de se destacar perante a concorrência. Já os desafios do Cine Street é favorecer a acessibilidade, promovendo um melhor preço, melhoria de seu ambiente, divulgação de seus produtos por meio de redes sociais e adaptação das necessidades dinâmicas.

4.7. Proteção de Dados

A proteção de dados, uma atividade é essencial para o consumo do cliente. A segurança é projetada com o consentimento do cliente, apenas utilizando dados que o cliente permitiu fornecer para o Cine Street. A segurança é rigorosa com a violação de ataques cibernéticos. Proteção de dados envolve práticas e medidas para garantir a privacidade e segurança das informações do site, prevenindo o acesso indevidos, uso errado ou vazamento de dados.

4.8. Compras Por Dispositivos

As compras por dispositivos necessitam de otimização do website para que haja diferentes interações em diferentes telas e interfaces. Nesse website, a acessibilidade está presente em ter a possibilidade de variações de tamanhos diferente no texto e a escolha de cores no fundo, sendo preto ou branco. Isso é elaborado para que não haja cansaço aos olhos, dores de cabeça e para as pessoas que não possuem a visão totalmente qualificada.

5. EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

O Cine Street, ao longo de sua trajetória, busca constantemente aprimorar a experiência do cliente, com foco na personalização e na promoção de cada produto oferecido. A empresa se empenha em adaptar seus produtos às preferências dos clientes para proporcionar uma experiência única. A acessibilidade desempenha um papel fundamental, com interfaces acessíveis para diversos dispositivos. A venda de ingressos é intuitiva e de fácil acesso, e o site conta com ferramentas para ajuste do tamanho da fonte e alteração de cores, facilitando a navegação para pessoas com baixa visão, garantindo conforto e estabilidade visual.

Para assegurar qualidade e eficiência, o Cine Street utiliza equipamentos de última geração, garantindo uma excelente experiência de som e imagem. A instalação de rampas e a adequação do ambiente físico são fundamentais para que todos possam desfrutar do entretenimento. Tanto online quanto presencialmente, o espaço foi projetado para atender às necessidades de todos os clientes, com assentos flexíveis e confortáveis. A organização do ambiente ainda otimiza o fluxo nas filas e agiliza o serviço de alimentação, melhorando a experiência geral do público.

6. EVOLUÇÃO HISTÓRICA

O Cine Street iniciou suas atividades em 01/03/2020, em São Paulo, criado por Thainara Santos, Pedro Justo, Murilo Nunes e Lauany Ribeiro. A ideia começou como um pequeno projeto de cinema de rua, com o objetivo de tornar o entretenimento acessível e financeiramente viável para todos. Utilizamos as redes sociais para divulgar nossos produtos e eventos, compartilhando vídeos e fotos que mostravam o que oferecemos ao público, e alcançando pessoas de todas as idades. O cinema, como forma de lazer, conecta pessoas a novas realidades e histórias, e esse é o propósito que os fundadores buscam transmitir.

O Cine Street, foi oficialmente estabelecido em 13/06/2024, e se diferencia ao revolucionar a indústria cinematográfica ao levar o cinema até quem não tem acesso, seja por limitações financeiras e/ou limitações físicas. A empresa tem como missão garantir que todos possam desfrutar de momentos de lazer, investindo em tecnologias e recursos que melhorem a qualidade e a experiência dos espectadores. Os principais desafios incluíram o investimento em produção, segurança, som, assentos, iluminação e edição de trailers.

Para exibir os filmes, seguimos as exigências de licenciamento de direitos autorais e regulamentação local, especialmente em áreas protegidas e para exibição pública. Produzimos filmes autorais, abrangendo diversos gêneros para atender a um público variado, e acima de tudo impactando a vida de pessoas trazendo entretenimento para o dia a dia. Nossa evolução é contínua, e segue adaptando-se às

novas tecnologias e desenvolvendo soluções que atendam às diversas necessidades do público.

7. VISÃO DE FUTURO

O Cine Street, a empresa de cinema de rua será um espaço acessível e acolhedor para a comunidade, com uma programação diversificada e sustentável. Serão organizadas sessões em diferentes pontos da cidade, valorizando a cultura local e promovendo parcerias com pequenos negócios, como cafés e restaurantes próximos. O Cine Street irá proporcionar salas separadas por idades, mais diversidade de filmes no catálogo seja brasileiro ou internacional, filmes legendados, tradução em libras, rampas e mais acentos assentos para cadeirantes. A empresa visa priorizar o uso de equipamentos energeticamente eficientes e criar eventos regulares que se tornem uma tradição para as famílias e os amigos. Ao longo do ano, terá eventos especiais temáticos e exposições que trazem valor cultural e lazer para todos.

8. DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento da empresa envolve diversos processos para alcançar os objetivos do Cine Street. Assim, detalharemos cada etapa utilizada para a conclusão do projeto de cinema.

8.1. Desenvolvimento Do Site

O desenvolvimento do site foi realizado por Murilo Dutra e envolveu um processo meticuloso. Após definir a ideia e o conceito do site, a estrutura foi planejada para ser agradável e acessível aos usuários. O primeiro passo, foi a escolha da paleta de cores que inclui tons quentes e escuros e é essencial para o design site, e com base nisso, também foi criado a logo do Cine Street.

Em entrevista, Murilo, um dos criadores do site contou, qual foi a inspiração e fundamentação para criação do site: “Tivemos duas inspirações, uma delas foi um vídeo do Youtube, “Site de Filme Responsivo com HTML CSS Javascript 2021” este vídeo foi fundamental para a criação da página web, além disso, usamos um projeto *open-source* que nos fornecia “icons”, que ajudam a estilizar a página e foi usado como base, e em cima dessa base criamos as funcionalidades, mudamos cores, criamos imagens, criamos outras páginas e assim conseguimos concluir o projeto Cine Street”.

O desenvolvimento foi dividido em três principais etapas: design, funcionalidades e testes. Na página principal, iniciou-se com a inserção do logo, links, barra de pesquisa e links para login, seguidos por filtros estéticos de categorias e filmes organizados em "novos", "populares" e "principais". A seção de filmes conta com 14 títulos originais, criados a partir de imagens do próprio grupo de amigos que

é responsável pela criação do Cine Street, enquanto outras seções, como a de alimentação, foram criadas para uma experiência mais completa. “A criação foi umas das partes mais complicadas, pois qualquer erro, poderia resultar em uma mudança desastrosa no site” ressalta Murilo.

O Banner destaque do site, foi utilizado como agradecimento ao grupo de amigos e com isso, foi criado um “filme” com o tema “família”, que transmite o sentimento dos fundadores do Cine Street. Além disso, o trailer, produzido para o projeto, simula uma experiência realista.

No footer, encontram-se links para filmes, redes sociais e informações institucionais. A criação da barra de pesquisa envolveu o uso de PHP e Javascript para conectar-se ao banco de dados e carregar dinamicamente as informações dos filmes. “A barra de pesquisa, foi muito trabalhosa eu não possuía muita experiência no assunto, demorou cerca de uma semana para ficar pronta. Tive que inserir os dados de todos os filmes no banco de dados, assim o nosso código poderia buscar as informações pesquisadas no banco de dados, e inserir dinamicamente na tela do usuário, mas no fim deu certo”, comenta Murilo, criador do site.

Na seção de login, foi implementada uma lógica de segurança com armazenamento de senhas criptografadas. Na barra de filtros, cada filtro é ativado individualmente para buscar informações no banco de dados. Já na página de compra de ingressos, a seleção de assentos funciona como uma simulação, com lugares preocupados que mudam ao recarregar.

O site permite que o usuário selecione assentos e finalize a compra na página de checkout. O pagamento é simulado por e-mail com a biblioteca PHPMailer e a plataforma MailTrap, que facilita o envio de e-mails em ambiente de teste. A função de acessibilidade foi implementada para alternância de temas (modo escuro e claro) e responsividade para diferentes dispositivos. Murilo, criador do site menciona que inicialmente foi criada uma página para cada filme em HTML que posteriormente teve que ser modificada para PHP, para poder funcionar a seção de login.

Por fim, foi criada o *media-query*, que é fundamental para que uma página web seja responsiva, e com o C-Street não foi diferente.

A seguir, algumas tecnologias utilizadas na criação da página:

- HTML/CSS: Estrutura das páginas, estilização e responsividade com média queries;
- Javascript: Interatividade, barra de pesquisa, seleção de assentos, e alternância de temas;
- PHP: Backend para funcionalidades como login, cadastro, e busca de filmes; MySQL: Banco de dados para armazenamento de dados do usuário, filmes e compras;
- PHPMailer: Envio de e-mails de confirmação de compra;
- MailTrap: Teste de envio de e-mails em ambiente de desenvolvimento;

- Ion Icons: Ícones personalizados para navegação e design;
- GitHub: Armazenamento do código e compartilhamento entre as máquinas.

8.2. Desenvolvimento Do Design

A elaboração do Design foi feita com o objetivo de proporcionar uma melhor qualidade e experiência. As cores foram pensadas para que não haja irritabilidade ao permanecer no site. Cores como preto e variados tons de vermelho foram colocadas para que tenha a maior visibilidade para os telespectadores.

O alimento que está à venda foi posto para que exista opções diversificadas, pensando sempre na acessibilidade dos preços. As possibilidades de alimento são: pipoca, acompanhada de refrigerante, hambúrguer padrão, acompanhado de refrigerante e nuggets. O nuggets, foi escolhido com base em um de nossos filmes, “O filho do Homem”.

8.3. Desenvolvimento Do Trailer E Dos Catálogos

O trailer foi elaborado com base em um vídeo de vôlei que foi criado no parque nacional Gabriel Chucre, localizado na cidade de Carapicuíba em São Paulo. No início do trailer, podemos ver a logo da empresa, mostrando a originalidade do Cine Street. O trailer usou bastante os filtros “*fade in*” e “*fade out*”, também foi usado tela preta para poder destacar bem as frases do trailer, além de efeitos sonoros para melhorar a transição e por um suspense no telespectador, no final do trailer é apresentado os autores do trailer e a data de lançamento do filme.

Os filmes são totalmente novos tendo referências a filmes mais antigos como é o caso do M.D.P (Meninos De Preto). Uma variedade de títulos foram baseados em piadas como por exemplo “O filho do homem”. O design dos cartazes dos filmes teve o propósito de transparecer o que o filme quer passar ao telespectador.

8.4. Desenvolvimento Marketing

Usamos a *Copy* para chamar atenção dos clientes. Usamos imagens como elementos visuais para criar mais conexão. As fotos de comida podem gerar identificação com o consumidor, o que aumenta o desejo e a atração pelo produto. Além de estimular os sentidos, o que aumenta o desejo de compra. Usamos o *tik tok* como um dos meios de divulgação dos produtos, e para compartilhar informações sobre o C-Street. Usamos o Instagram para fazer as postagens, por ter um alcance maior, já que, praticamente todo mundo tem uma conta. Usamos o X como um dos meios de divulgação por ser uma das principais redes sociais nacional da atualidade.

8.5. Desenvolvimento De Termos e Condições de Uso

Termos e condições é um documento que agrupa regras para o uso do serviço e produto, o usuário ficará ciente sobre as regras e diretrizes estabelecidas pelo documento. A empresa Cine Street segue este agrupamento de regras em suas atividades. A aceitação dos Termos de Uso é o primeiro passo para que colabore com as demais demandas, que são, modificações do site, uso do site, propriedade intelectual, links para terceiros, limitações de responsabilidade, privacidade, lei aplicável, política de privacidade, conduta do cliente, casos de reembolso, formas de pagamento e acessibilidades. A efetuação este documento foi realizado com base em outros documentos já vigentes, em análise do que necessita e desenvolvimentos de outros tópicos que podem ser utilizados, para assegurar os usos do consumidor em ambiente digital. Apesar de não ser um documento obrigatório, ele é composto por informações legalmente obrigatórias, como direitos dos usuários e seu uso.

8.6. Desenvolvimento da psicologia das cores

A psicologia das cores foi aplicada no desenvolvimento para aumentar a interação entre o cliente e o produto, trazendo clareza visual e destacando os produtos para atrair mais a atenção do público. As cores escolhidas foram:

- Vermelho: chama a atenção e é ideal para se usar em anúncios e logos. Além disso, o vermelho é também uma cor que desperta o senso de urgência, o desejo, fome e a atenção.
- Preto: uma cor eclética e neutra, por isso combina com todas as outras. Na psicologia das cores, está associada à sensação de mistério, elegância, força e formalidade. Nas marcas, costuma ter relação com o luxo, mas também com a neutralidade, autoridade e sucesso.

O desenvolvimento das cores no marketing foi pensado para proporcionar melhor visibilidade aos produtos e associá-los a sentimentos positivos. As cores escolhidas incluem:

- Amarelo: O amarelo é uma cor quente, alegre, acolhedora e que transmite otimismo, energia, atenção e calor. Por isso, é muito utilizada no marketing digital para chamar a atenção dos usuários e estimular a tomada de decisões de compra. Promovendo o alivia o estresse e chama a atenção.
- Branco: O branca é usado para transmitir sentimentos positivos, como pureza, limpeza, paz, leveza e inocência. Ela também pode ser usada para acalmar, transmitir competência e frescor.
- Azul escuro: o azul é uma cor sóbria e considerada menos invasiva, que ajuda a transmitir confiança, paz e ordem em relação a uma marca.

9. PESQUISA DE CAMPO

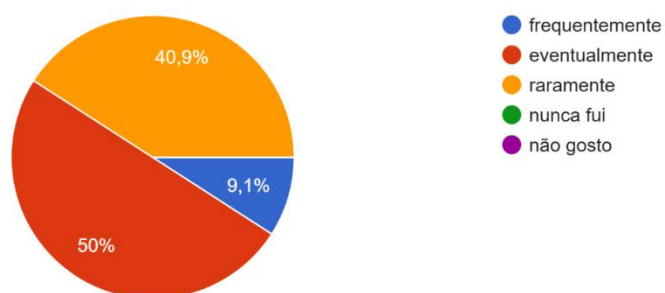
A pesquisa de campo foi realizada com o propósito de entender as necessidades dos clientes, para que possam ser atendidas cada uma com a sua devida importância, com o objetivo de uma melhor experiência para o consumidor. A elaboração dos gráficos, tem como objetivo principal, analisar possíveis problemas, soluções e sugestões.

Esta pesquisa, foi realizada em uma escola pública e é composta por respostas de 22 jovens. Com as respostas, foi possível observar que a valorização e o conforto do ambiente do Cinema são compostos por silêncio total, filmes com qualidade, diversidade de filmes, experiência do cliente, preços baixos, valorização da limpeza no espaço e a acessibilidade. As queixas expostas, foram em sempre indicando o desconforto. Foi visto também o quão essencial é que a primeira impressão do cliente seja boa. Com base nisso, a melhoria do Cine Street será elaborada com eficiência.

Com a primeira pergunta, foi possível mensurar com que frequência o nosso público vai ao cinema.

COM QUAL FREQUÊNCIA VOCÊ VAI AO CINEMA?

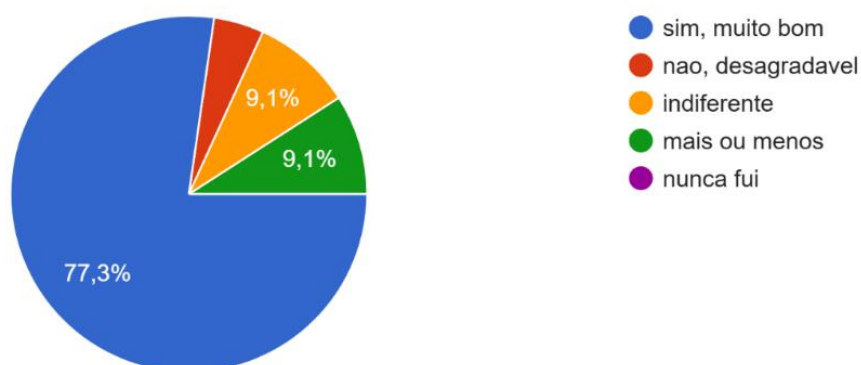
22 respostas



Segundo a leitura do gráfico, 50% das pessoas vão ao cinema eventualmente, algumas dessas pessoas relataram que o preço dos ingressos e dos alimentos, é o que as impedem de ir ao cinema, frequentemente. “A bomboniere do cinema poderia ter preços mais acessíveis, os itens são caríssimos, custando até 3x o preço do supermercado.” essa é uma das falas expostas, durante a pesquisa.

SUAS EXPERIENCIAS NO CINEMA FORAM BOAS?

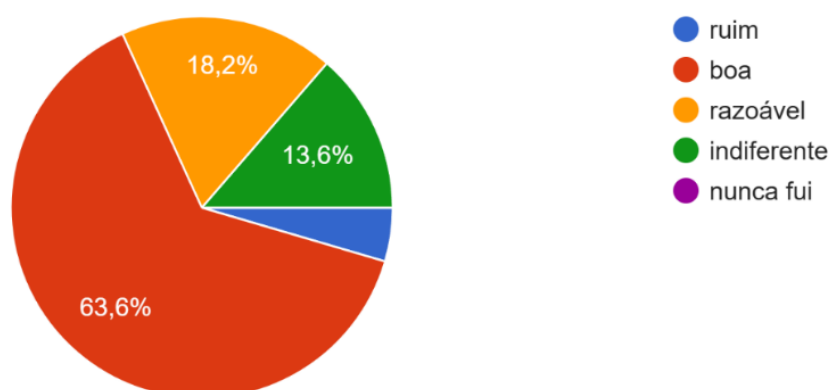
22 respostas



O alto índice de experiência, baseado na pesquisa de campo, pode ser determinado como "sim, muito bom" como o maior dos votos, mostrando a satisfação dos clientes. O objetivo do Cine Street é proporcionar este sentimento e ir além. Propor momentos memoráveis na vida das pessoas com momentos de entretenimento e lazer. Principalmente para as pessoas segregadas na sociedade, dando-as a oportunidade de desfrutar de momentos satisfatório.

QUAO BOM FORAM AS COMIDAS DO CINEMA?

22 respostas

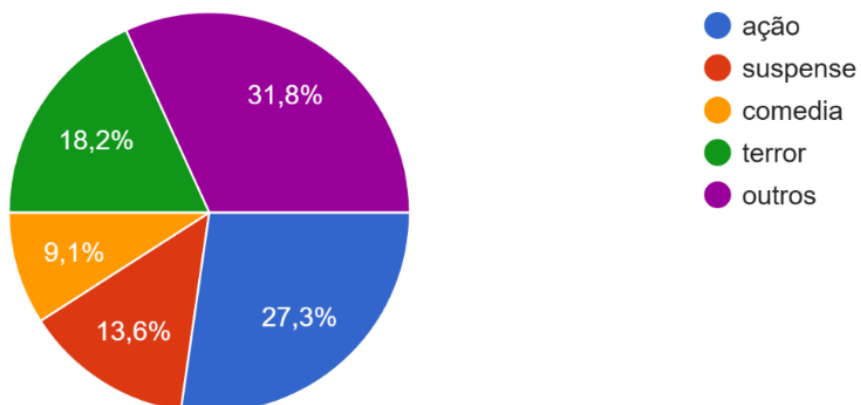


Durante a pesquisa, a avaliação foi em sua maioria boa. No entanto, acompanhada de votos positivos, houve críticas, que expõe a insatisfação com o preço dos alimentos. "Legal, seria a diminuição dos preços dos alimentos", foi a fala

de um entrevistado, citando que uma das poucas vezes que teve a oportunidade de comer no cinema foi agradável, mas o preço não foi agradável ao bolso.

QUE TIPO DE FILME VOCÊ GOSTA MAIS?

22 respostas



De acordo com a avaliação, a preferência de categoria dos filmes é muito ampla, não excluindo nenhum gênero. O que não será um problema, para o Cine Street, pois o catálogo possui uma extensa variedade de filmes, proporcionando a oportunidade de escolha de diversos gêneros cinematográficos.

10. CONCLUSÃO

O Cine Street representa uma inovação no setor de entretenimento, focando na acessibilidade e inclusão, principalmente para comunidades de baixa renda. Através de uma abordagem que une tecnologia e empatia, a empresa não apenas democratiza o acesso ao cinema, mas também cria um espaço acolhedor onde todos podem desfrutar de uma experiência cinematográfica de qualidade.

Os desafios enfrentados, como a segurança de dados e a proteção do usuário, foram abordados de maneira rigorosa, garantindo que os clientes possam navegar com confiança. Além disso, o uso de e-commerce e Social Commerce possibilitou uma presença digital significativa, ampliando o alcance e a visibilidade da marca.

O desenvolvimento do site e as metodologias empregadas foram essenciais para criar uma plataforma amigável e responsiva, adaptando-se às diversas necessidades dos usuários. A evolução contínua do Cine Street, aliada ao compromisso com a comunidade e à inovação tecnológica, solidifica seu papel como um agente transformador no cenário cultural, promovendo entretenimento acessível e de qualidade.

Ao olhar para o futuro, a Cine Street está bem-posicionada para se tornar um modelo de cinema inclusivo, com iniciativas que não apenas trazem filmes para a comunidade, mas também fortalecem laços sociais e culturais. Assim, este trabalho não só preenche lacunas na literatura e na prática do e-commerce, mas também estabelece um precedente para projetos similares que buscam unir tecnologia e acessibilidade em prol do bem-estar social.

A psicologia das cores é aplicada para aumentar a interação entre clientes e produtos, facilitando a clareza e atraindo a atenção do público. O vermelho destaca produtos e evoca urgência e desejo, enquanto o preto transmite elegância, mistério e autoridade. O amarelo é acolhedor e otimista, incentivando decisões de compra, enquanto o branco simboliza pureza e frescor, promovendo paz. O azul escuro transmite confiança e ordem, sendo uma escolha sóbria. Essas cores, quando

utilizadas estrategicamente no marketing, melhoram a visibilidade dos produtos e criam experiências positivas para os consumidores.

A pesquisa de campo com 22 jovens revelou que a satisfação dos clientes do Cine Street está ligada a um ambiente confortável, silêncio, qualidade de filmes e preços acessíveis. Embora a maioria tenha avaliado positivamente suas experiências, as queixas sobre os altos preços dos ingressos e alimentos foram frequentes, indicando a necessidade de melhorias nesse aspecto. A diversidade de gêneros cinematográficos disponível atende às preferências do público. Portanto, ao abordar essas questões e garantir uma experiência mais acessível, o Cine Street poderá se consolidar como um espaço de entretenimento inclusivo e agradável para todos.

11. BIBLIOGRAFIA

(s.d.).

(s.d.). Fonte: <https://images.app.goo.gl/P77bsNzRAEGtJXvx9>

(s.d.). Fonte: <https://images.app.goo.gl/MAej2kvrABo1rn8D9>

(s.d.). Fonte: <https://images.app.goo.gl/CQA9vcDaw5FbvzkD6>

(s.d.). Fonte: <https://images.app.goo.gl/fSHvtB4nFBp8sFsP9>

Celke. (15 de março de 2021). *Como enviar e-mail com PHPMailer no PHP*. Fonte: Youtube:
https://www.youtube.com/watch?v=wl_Z8U2j5PM&list=PLmY5AEiqDWwDdR-UUee5F__n7TfoRys5j

Cinemark. (s.d.). Fonte: Cinemark:
[https://www.cinemark.com.br/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=\[MM\]\[CD\]s_institucional&utm_adgroup=Institucional&utm_content=ad02&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw4Oe4BhCcARIsADQ0csmtefye7KuGJRqbWbA5W-CpU1IFDB_IJzPAxFz48t6cLJJPsSmGBfIEaAn-xEALw_wcB](https://www.cinemark.com.br/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=[MM][CD]s_institucional&utm_adgroup=Institucional&utm_content=ad02&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw4Oe4BhCcARIsADQ0csmtefye7KuGJRqbWbA5W-CpU1IFDB_IJzPAxFz48t6cLJJPsSmGBfIEaAn-xEALw_wcB)

Create a Ticket Booking UI using HTML CSS and JS. (12 de junho de 2023). Fonte: You Tube : <https://www.youtube.com/watch?v=zhwgLIyC97U>

Ensina, M. (21 de agosto de 2018). *Normas ABNT: Formatação de Capa, Sumário, Conteúdo, Referências Bibliográficas e Numeração no Word*. Fonte: Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=b6zBAIRcJ5I>

Keila, B. (2 de agosto de 2023). *Quais os tipos de e-commerce que existem no brasil?* Fonte: Blog | Vhsys: <https://blog.vhsys.com.br/tipos-de-e-commerce/>

maltrap:Email Delivery Platform. (s.d.). Fonte: maltrap: <https://mailtrap.io/>

Minu. (16 de agosto de 2024). *9 estratégias para turbinar a experiência do cliente*. Fonte: Minu: <https://www.minu.co/blog/estrategias-para-turbinar-a-experiencia-do-cliente>

PNGWing - imagens png exclusivas. (s.d.). Fonte: PNGWING: <https://www.pngwing.com/pt>

Responsive Movie Website with HTML CSS JavaScript 2021. (7 de dezembro de 2021). Fonte: You Tube : <https://www.youtube.com/watch?v=-ex2BO2DG2s&t=34s>

Sydle. (23 de fevereiro de 2022). *Vendas online: quais são os principais tipos e como implementar?* Fonte: Sydle: <https://www.sydle.com.br/blog/vendas-online-6216ced17697c0108b356705>

Tendências de cores, cores do Behance e do stock | adobe color. (s.d.). Fonte: adobe color: <https://color.adobe.com/pt/trends>

