



**PUC Minas**

## **TRABALHO INTERDISCIPLINAR: APLICAÇÕES WEB**

Instituto de Ciências Exatas e Informática (ICEI)

### **Descrição do Problema**

De acordo com uma pesquisa elaborada pelos próprios participantes, as queixas apresentadas pelos entrevistados foram semelhantes entre diversos entrevistados. Dentre as reclamações estão: poucas opções de lugares para sair com a família, ou amigos, visto que há pouco investimento na divulgação desses locais. Dificuldade em achar bares, restaurantes, e parques com preço acessível, uma vez que o aumento da inflação corrobora diretamente para o aumento no preço, principalmente no setor alimentício. Além da dificuldade em achar lugares próximos às regiões em que os entrevistados moram, fazendo com que estes precisem percorrer longas distâncias.

### **Membros da Equipe**

João Eduardo Marques Salles  
João Vinicius Rodrigues Santos  
Karen Roberta Rodrigues De Souza Moura  
Mateus Junio Da Silva  
Maurilio Felipe Gomes Frade  
Pedro Henrique Ribeiro

Documento criado pelo grupo de professores da disciplina de Trabalho Interdisciplinar: Aplicações Web dos cursos de Sistemas de Informação, Engenharia de Software e Ciência da Computação do Instituto de Ciências Exatas e Informática (ICEI) da PUC Minas com o objetivo de orientar o processo de concepção de projetos baseado nas técnicas de Design Thinking. Versão 1.0 (setembro-2021). Diversos artefatos desse processo se baseiam no material cedido pela [Design Thinkers Group](https://www.designthinkersgroup.com/).

Este trabalho é licenciado sob a licença Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. Uma cópia da licença pode ser vista em <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>



## Matriz de Alinhamento CSD

### Dúvidas

Como popularizar o banco de dados de estabelecimentos no site?

Como deixar o site atualizado com as informações dos estabelecimentos?

Como agradar o público visando todas as idades, e costumes?

De qual forma o site pode alcançar mais usuários e visitantes?

### Certezas

Devido a crise, e o alto preço da gasolina, as pessoas desejam lugares mais próximos, e com um ótimo custo.

Com a diminuição nos casos de Covid-19, as passagens e viagens voltarão a ser mais frequentes, e com isso o site irá ajudar as pessoas a encontrarem lugares com base no seu perfil.

O site dará o conforto do usuário, de escolher entre uma gama de lugares que mais lhe agrade com informações e avaliações.

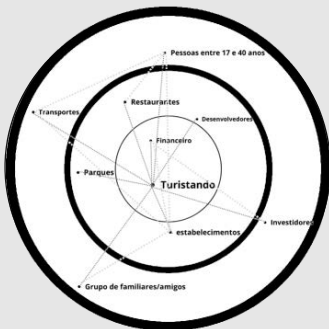
### Suposições

As pessoas se interessam em ver opiniões e classificações sobre lugares para tomar decisão.

Os donos de estabelecimentos irão querer que seus estabelecimentos fossem divulgados para atrair novos clientes.

O site irá contribuir, de forma indireta, com a economia, aumentando o fluxo de pessoas e capital nos lugares indicados pelo site, e com isso, o surgimento de novas oportunidades de emprego.

## Mapa de Stakeholders



#### Pessoas Fundamentais

Principais envolvidos no problema e representam os potenciais usuários de uma possível solução.  
Ex do Uber: motoristas e passageiros

#### Pessoas Importantes

Pessoas que ajudam ou dificultam o desenvolvimento e uso da solução e que devem ser consideradas  
Ex do Uber: taxistas, gov. locais, loja AppStore

#### Pessoas Influenciadoras

Pessoas ou entidades que devem ser consultadas para avaliar aspectos relevantes no ciclo de vida da solução.  
Ex do Uber: Reguladores setor de transporte, opinião pública



## PERSONA

**NOME** Camila

**IDADE** 23 Anos

**HOBBY** Blogueira

**TRABALHO** Agente de Turismo

### PERSONALIDADE

é uma pessoa super companheira, que gosta de sair muito com amigos, mas que consegue manter os laços com a família.  
Ela é muito inteligente, e está sempre buscando conhecimento em pesquisas, leituras.

### SONHOS

Camila tem o sonho de conhecer o mundo, e conhecer novas culturas

### OBJETOS E LUGARES

Usa muito o celular e computador, principalmente para realizar pesquisas relacionadas à trabalho

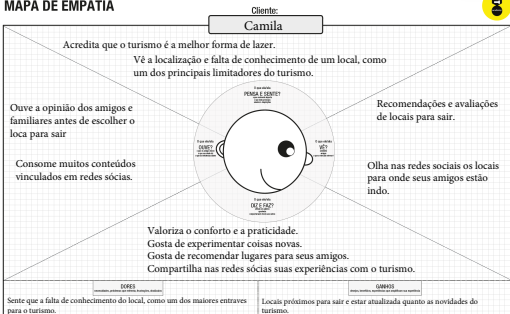
### OBJETIVOS CHAVE

Camila tem como objetivo achar novos lugares para sair com a família e amigos, na região em que mora atualmente

### COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Camila gosta de pessoas alegres, e divertidas. Gosta de manter pessoas que pensam positivo ao seu lado

## MAPA DE EMPATIA





## PERSONA

**NOME** Bernardo

**IDADE** 23 Anos

**HOBBY** Mochileiro

**TRABALHO** Vendedor de produtos digitais

### PERSONALIDADE

Bernardo é um cara jovem e brincalhão que curte muito viajar, e não se prende à um lugar fixo.

### SONHOS

Tem um sonho de conhecer todos os países possíveis, e de ser conhecido mundialmente na área de produtos digitais.

### OBJETOS E LUGARES

Usa muito o celular e linkedin para criar contato com pessoas que possam se interessar em seus produtos

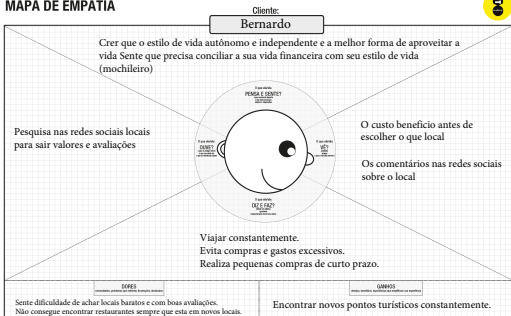
### OBJETIVOS CHAVE

Tem o objetivo pessoal de experimentar todos os tipos de comida, japonesa, italiana, argentina, brasileira, além de viajar bastante

### COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Gosta de pessoas ligadas a tecnologia, e jogos digitais. Costuma manter por perto pessoas que acreditam que a tecnologia é o futuro.

## MAPA DE EMPATIA





## PERSONA

**NOME** Jonas

**IDADE** 40 Anos

**HOBBY** Contar Piadas

**TRABALHO** Gestor de Negócios

### PERSONALIDADE

Jonas é um homem de duas personalidades, na empresa; um homem sério, quase que de poucos amigos, sempre focado em seus objetivos. Depois do horário de trabalho, Jonas se transforma num cara brincalhão, alegre, piadista, e que curte uma cervejinha pós expediente.

### SONHOS

Tem como sonho e objetivo expandir sua empresa, e transformá-la numa multinacional. E acredita que o melhor meio, é fazer novos contatos, e firmar esses laços com futuros investidores, levando-os para sair em locais que remetem parte importantes de suas vidas

### OBJETOS E LUGARES

Usa muito seu computador para realizar seus trabalhos e para poder gerir melhor seus negócios

### OBJETIVOS CHAVE

### COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Jonas gosta de pessoas que têm grandes objetivos, mas que busca realizá-los com os pés no chão. Gosta também de pessoas que saiba separar a vida pessoal, da vida profissional.

## MAPA DE EMPATIA

