

Interação Humano-computador: Atividades baseadas em um projeto de site de venda de ingressos

**Carlos Alberto¹, Daniela Menezes², Danilo Caldeira³, Gabriel Augusto R. dos Reis⁴,
Giovani Araújo⁵, Giovanna Badaró⁶, Guilherme Ferreira Faioli Lima⁷, Indianara
Santos Rodrigues⁸, Luiz Carlos Silva Júnior⁹**

¹ Departamento de Computação e Sistemas
Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) – João Monlevade, MG

16.2.8394 ¹, 16.2.8540 ², 16.2.8512 ³, 16.2.8105⁴, 16.2.8149 ⁵, 14.2.8384 ⁶, 16.1.8243 ⁷,
17.2.8246 ⁸, 15.1.5881⁹

Abstract. *Consists of a set of activities related to each other, in the area of software engineering, relating parts of a software development process, the main mechanism to obtain quality software, fulfilling the stages of development of a web site project for software events.*

Resumo. *Consiste num conjunto de atividades relacionadas entre si, na área de engenharia de software, relatando partes de um processo de desenvolvimento de software, principal mecanismo para se obter software de qualidade, cumprindo as etapas do desenvolvimento de um projeto de site de vendas de ingressos para eventos.*

Sumário

1	Casos de Uso	3
2	Modelo de domínio	3
3	Diagramas de Sequencia de Sistema	4
4	Necessidades de Usuários	9
4.1	WebSites para compra de ingressos	9
4.2	Experiências de familiares e amigos sobre compra de ingresso de cinema	10
4.3	Observar pessoas usando agentes	13
5	DESCRIÇÃO DE TAREFAS	13
5.1	Escrever um cenário por caso de uso tradicional	13
5.2	Completar casos de uso tradicionais com um curso alternativo	14
5.3	Caso de uso essencial	14

6	ANALISE DE TAREFAS	14
6.1	Realizar uma análise de tarefa por caso de uso.	14
7	REQUISITOS	16
7.1	Identificar diferentes tipos de requisitos e escrever os requisitos no estilo do template Volere.	16
8	Projeto conceitual	19
8.1	Gerar cenários positivo e negativo a partir de cada cenário.	19
8.2	Cenário negativo	19
8.3	Cenário positivo	19
9	Avaliação heurística	20
9.1	Visibilidade do Estado do Sistema	20
9.2	Correspondência entre o sistema e o mundo real	20
9.3	Controle e liberdade do usuário	20
9.4	Prevenção de erro	20
9.5	Consistência e padrões	20
9.6	Reconhecimento em lugar de lembrar	20
9.7	Projeto estético e minimalista	20
10	Conclusão	21
11	Protótipo de alta e baixa fidelidade	21
12	Questionário	21

1. Casos de Uso

1. Compra de ingressos

Quando já definido o evento desejado, o usuário realiza a solicitação de compra do ingresso. Caso não seja um usuário cadastrado, deverá se cadastrar. Quando já cadastrado, é redirecionado para a confirmação do pagamento (cartão de crédito/débito/boleto/voucher) e validado pelo sistema e enviado para o e-mail cadastrado um código de confirmação.

2. Alteração de ingresso

Após a realização da compra do ingresso, o cliente pode solicitar a alteração do ingresso, até 24 horas antes do evento. Quando dentro das conformidades, é gerado um novo ingresso com as alterações requisitadas.

3. Cancelamento de ingressos

O cliente tem a opção solicitar o cancelamento de sua compra, até 24 horas antes do evento. Sendo assim é analisado e contabilizado no sistema, podendo ser feito o estorno (no caso de compras no cartão), ou devolução do dinheiro no caso seja boleto ou compra presencial.

4. Gestão de Vendas

O sistema gera relatórios de pós-venda. Emite informações em tempo real de vendas (demanda do público alvo, repercussão em redes sociais). Emite relatórios inteligentes.

5. Retirada de ingressos

Após a confirmação da compra do ingresso, o cliente pode fazer a retirada diretamente na bilheteria apresentando um código e seus documentos ou fazer impressão do ingresso que será enviado em seu e-mail.

6. Pesquisar

O usuário tem a opção de buscar o evento através de filtros: região, tipo, data, horário e local do evento.

7. Administrar conta

O usuário pode criar conta, editar conta, colocar foto, verificar ingressos comprados, informações dos ingressos, alterar dados de pagamento.

8. Publicar eventos

O organizador deverá solicitar o sistema autorização para criar um evento com o nome, a data, o tipo do ingresso (pago, gratuito), local, descrição do evento (programação e detalhes) e informações sobre o organizador. .

9. Atendimento

O usuário tem a opção de entrar contato com o sistema de compras através de redes sociais, tais como: Instagram e Facebook. Através de e-mail, telefone e chat online.

2. Modelo de domínio

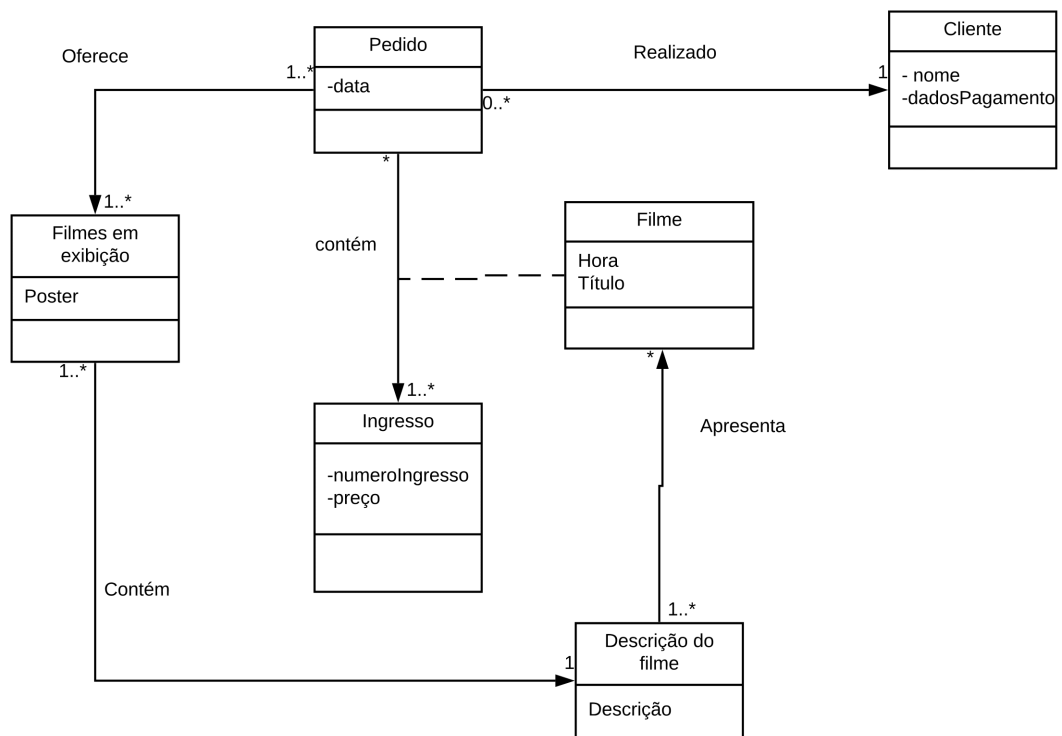


Figura 1. Modelo de domínio

3. Diagramas de Sequencia de Sistema

DIAGRAMA DE SEQUÊNCIA - COMPRA DE INGRESSO

Abril 2019

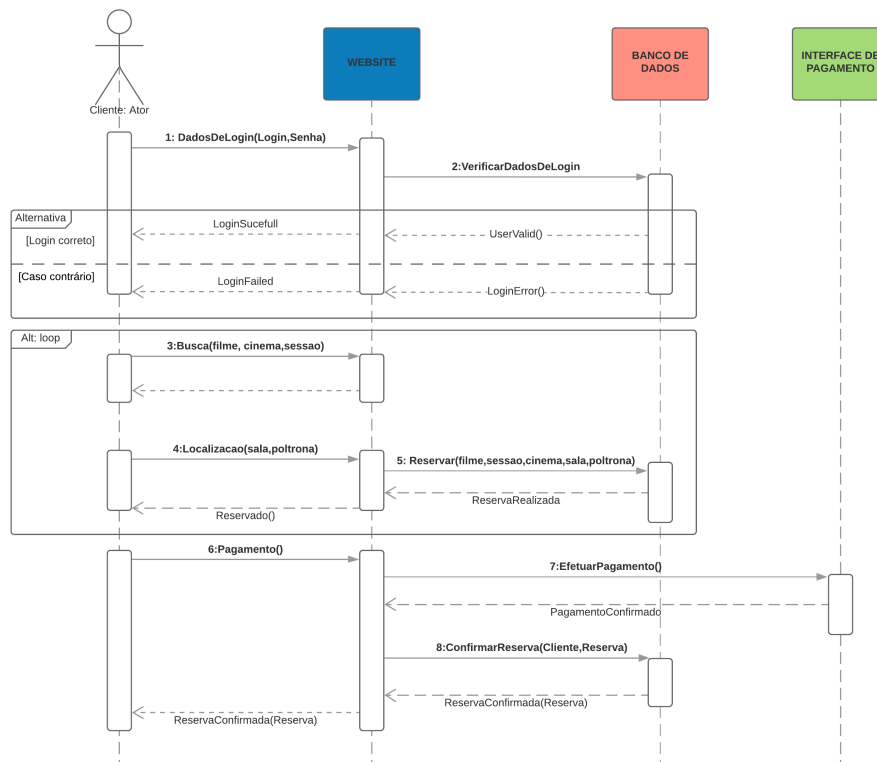


Figura 2. Diagrama de sequencia - Compra de ingressos

DIAGRAMA DE SEQUÊNCIA - ALTERAÇÃO DE INGRESSOS

Abril 2019

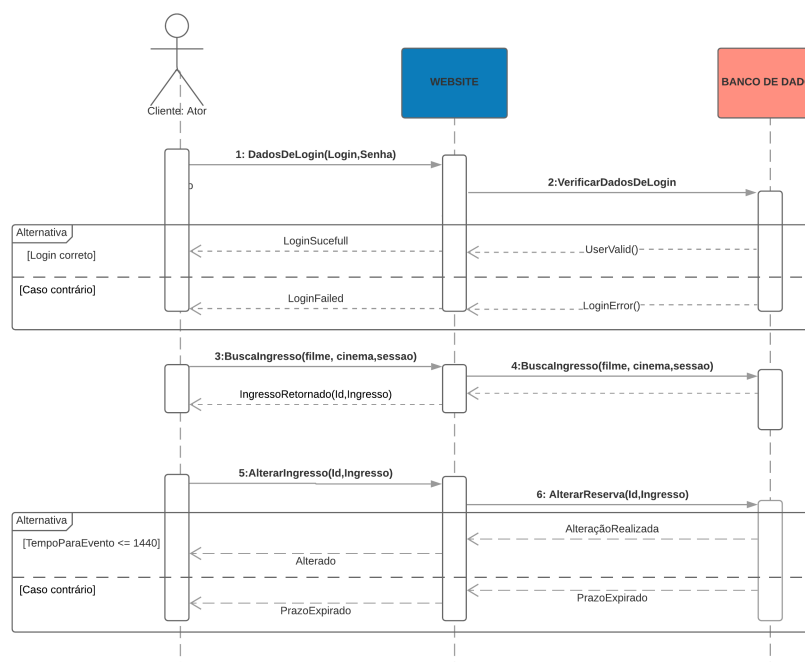


Figura 3. Diagrama de sequencia - Alteração de ingressos

DIAGRAMA DE SEQUÊNCIA - CANCELAMENTO DE INGRESSOS

Abril 2019

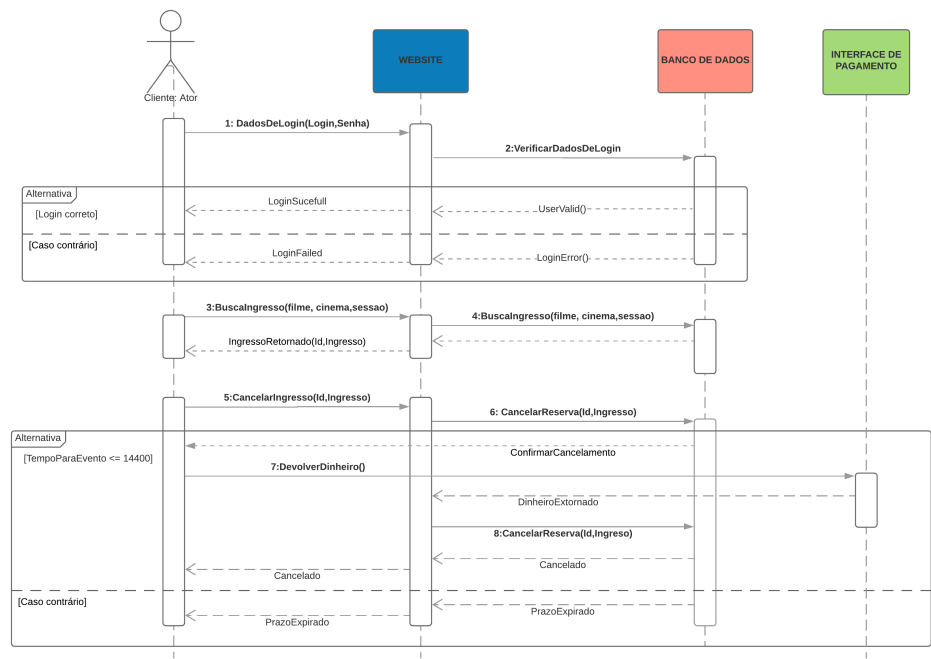


Figura 4. Diagrama de sequencia - Cancelamento de ingressos

DIAGRAMA DE SEQUÊNCIA - GESTÃO DE VENDAS

Abril 2019

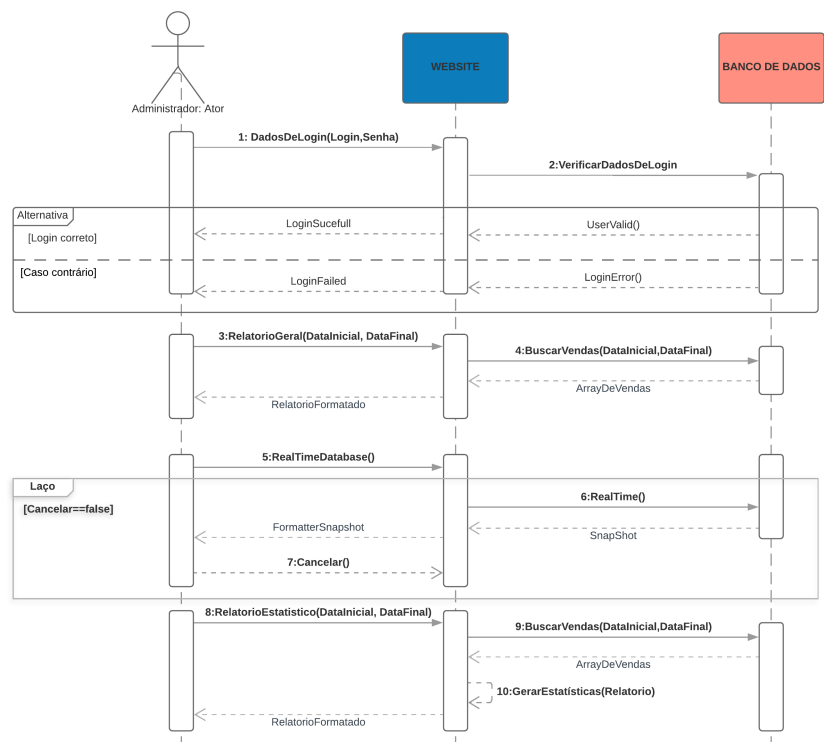


Figura 5. Diagrama de sequencia - Gestão de Vendas

DIAGRAMA DE SEQUÊNCIA - RETIRADA DE INGRESSOS

Abril 2019

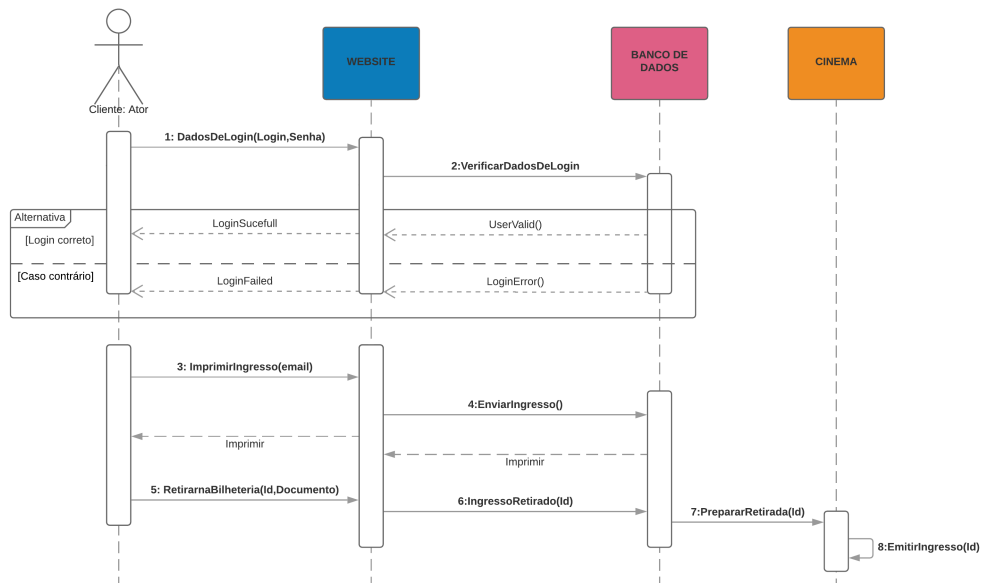


Figura 6. Diagrama de sequencia - Retirada de ingressos

DIAGRAMA DE SEQUÊNCIA - PESQUISAR

Abril 2019

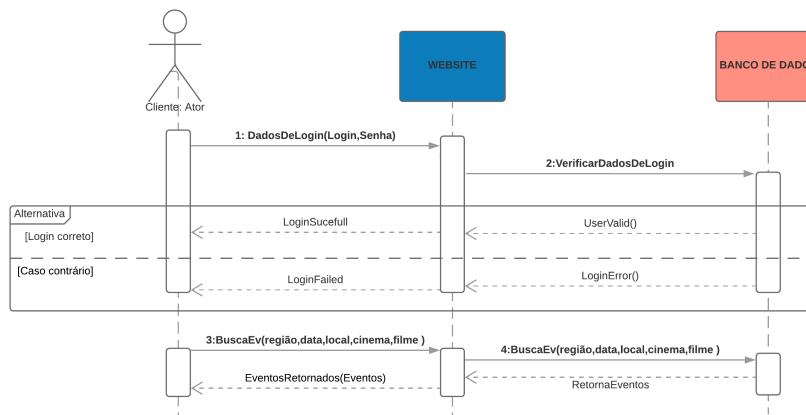


Figura 7. Diagrama de sequencia - Pesquisar

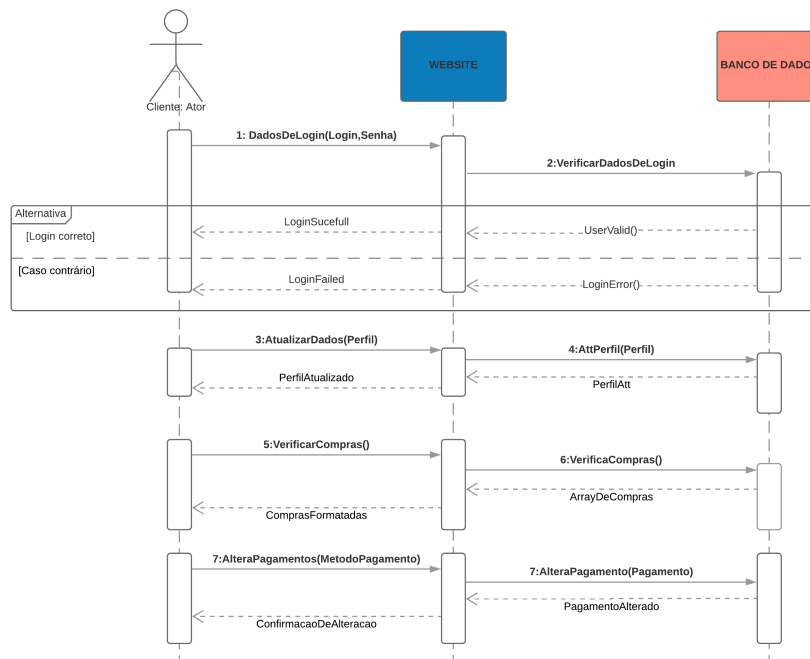


Figura 8. Diagrama de sequencia - Administrar Conta

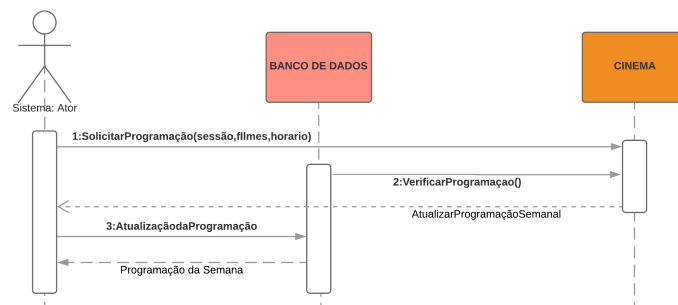


Figura 9. Diagrama de sequencia - Publicar Eventos

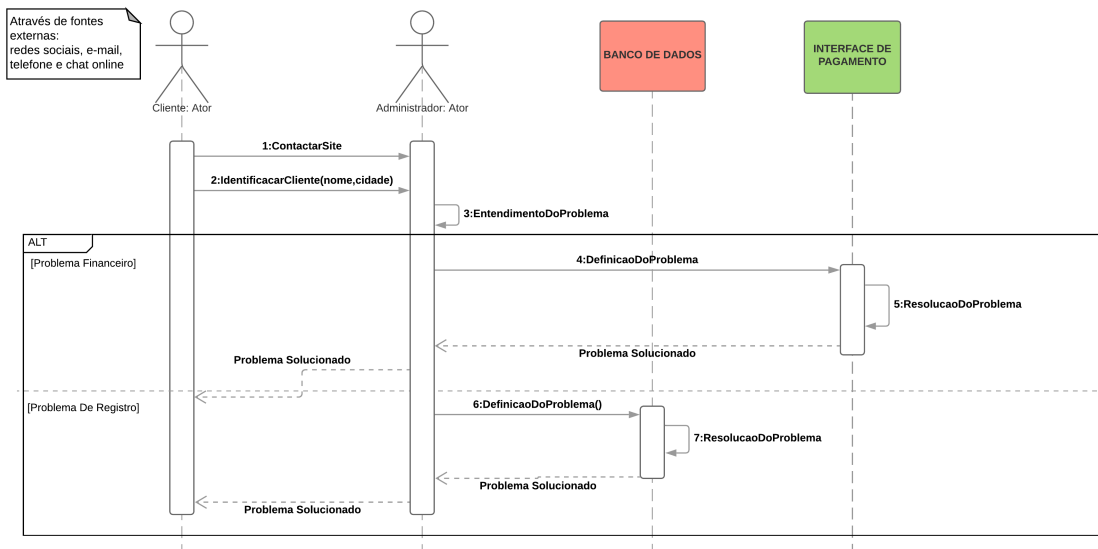


Figura 10. Diagrama de sequência - Atendimento

4. Necessidades de Usuários

4.1. WebSites para compra de ingressos

WebSites oferece ao consumidor simplicidade, agilidade e comodidade na hora de comprar um ingresso (sem demora e sem filas), então analisamos o funcionamento de alguns WebSites de vendas de ingresso de cinema.

Foi feita uma pesquisa no Google onde encontramos sites de venda, o primeiro site escolhido foi o que apareceu em primeiro lugar em forma de publicidade: [1].

Se chama Lets.events, nele além de comprar ingressos, você pode também criar eventos para vender seus ingressos. A primeira vista é um site receptivo com imagens coloridas e bastante informação de como comprar incluindo valores de taxas que você irá pagar na compra, junto do valor da taxa há uma especificação de que naquela site você encontra as menores taxas do mercado. No site também há uma plataforma de atendimento a pessoa que deseja criar eventos. Quando se clica em encontrar eventos, logo carrega uma página com eventos recentes e campo para procura do que você deseja. Digitei cinema e foi retornado, apenas um evento, logo podemos notar que não se trata de cinema em si (com salas e telas), mas sim eventos culturais que acontecem em locais diferentes e até mesmo ao ar livre. Ponto positivo é que há toda uma especificação do local, horário, valores, organizadores, enfim, bem completo. Na hora da compra você escolhe a quantidade de ingressos e se é meia entrada com promoção, insere seus dados e realiza a compra. Para finalizar é apenas imprimir seu ingresso.

Na segunda pesquisa parece que houve um erro no site que logo mais explicarei sobre. O segundo site estava entre as pesquisas do topo, se trata do site [2]. É um site do próprio cinema, sua apresentação é simples e sem muitos detalhes chamativos, mas contém todas as informações necessárias. Um elemento que chamou a atenção foi a venda de ingressos corporativos que fornece uma promoção para aqueles que querem pre-

sentear a equipe de funcionários de uma empresa com uma sessão de cinema que acompanha um brinde. Isso é uma forma atrativa e criativa de venda de ingressos, possibilitando assim que mais pessoas tenham acesso ao cinema. Como dito anteriormente, quando acessado o E-COMMERCE para a compra de ingressos corporativos teve uma demora de aproximadamente 15 minutos para que carregasse a página, o que é um ponto negativo para o site. Na busca por ingressos, há uma apresentação dos shoppings que possuem o Cinemark, para que o cliente possa escolher a melhor localização, há também a busca por ingressos do filme que você deseja assistir. Os filmes disponíveis estão em programação, lá você pode escolher horários, filmes e localização. Ponto positivo é que há cardápio de lanchonete do cinema e também promoções de ingressos para clientes assíduos. É um site completo que com certeza nos ajudaria na compra de ingressos.

Terceiro site visitado é um bem comum [3], abrange muitos estados do Brasil, onde você pode escolher sua localização. Na página inicial já aparece todos os filmes em cartaz e o mais procurado é evidenciado no topo. Tem a opção de escolha de filmes, cinema e eventos para compra de ingressos, conta também com atendimento ao consumidor. Ao clicar no filme desejado aparece todos os cinemas na cidade escolhida, bem como os horários de transmissão e em qual horário possui o filme, em 3D se é dublado ou legendado e a sala dos filmes, possuindo também o guia de salas. Na hora da compra você escolhe as poltronas disponíveis e poltronas especiais, o que é um ponto positivo na organização de um lugar e se deseja adicionar pipoca ao valor do ingresso na hora de pagar. Finalizando você escolhe a forma de pagamento e imprime seu ingresso. Por fim, notamos que é um site completo e útil que com certeza iremos recomendar.

4.2. Experiências de familiares e amigos sobre compra de ingresso de cinema

Melhor maneira encontrada de lidar e organizar pesquisas foi criando um questionário objetivo, pois é rápido e eficaz. Foram entrevistadas 11 pessoas, tanto parentes como amigos próximos com intuito de sabermos suas experiências, preferências e até mesmo o que para eles seriam importante na hora da compra de um ingresso de cinema. Será apresentado agora tabelas com os dados coletados.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Em casa		X					X		X	X	X
No cinema			X	X	X	X		X			

Tabela 1. Preferência de local para ver filme

Na Tabela 1 podemos notar que maioria dos entrevistados preferem ver um filme no cinema, mas a disputa ficou em acirrada entre os que preferem o conforto de casa ou invés da descontração e tela gigante do cinema.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa	Média
Alimentação Disponível	5	10	3	1	0	6	5	6	10	5	8	5.4
Preço do ingresso	8	9	8	10	10	8	10	9	10	10	10	9.2
Localização	8	5	5	6	10	6	5	6	10	8	7	6.9
Ambiente confortável	9	7	8	7	9	9	9	6	10	9	9	8.3
Disponibilidade de horário	9	4	8	8	7	9	8	9	10	10	8	8.1

Tabela 2. Representação de 1 a 10 na hora de escolher um cinema

Feito a média de cada tópico levantado na Tabela 2, ficou claro que a maioria dos entrevistados estão mesmo preocupados mais com o preço do ingresso na hora de adquirir um e que não importa muito para alguns que haja comida no estabelecimento.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Aplicativos											
Sites						X				X	
Presencial	X	X	X	X	X		X	X	X		X

Tabela 3. Meio mais frequente de compra de ingresso

Vendas de ingresso em sites e por aplicativos perdem para a presencial, isso é um ponto que deve ser abordado de como melhorar as vendas já que é mais cômodo comprar pela internet.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Aplicativos											
Sites	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Cartazes											

Tabela 4. Meio de obter informações antes de comprar um ingresso

Visto na Tabela 4, informações são sempre procuradas em sites.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Frequentemente											
Raramente	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X
Nunca									X		

Tabela 5. Frequência em que os entrevistados veem anúncios de venda de ingressos de cinema

Encontramos uma deficiência que pode influenciar na perda de pessoas que poderiam criar um interesse em comprar ingressos através da publicidade, visto que é raro a divulgação e promoção de venda.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Sim	X	X	X			X	X	X	X	X	X
Não				X	X						

Tabela 6. Propagandas geralmente está relacionada ao gosto do entrevistado?

Um ponto positivo é que as raras propagandas estão relacionadas com os gostos dos entrevistados.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Sites						X				X	
Presencial		X		X	X		X		X		X
Autoatendimento	X										
Todas			X					X			

Tabela 7. Baseado nas 3 últimas visitas, essas foram a forma de compra de ingressos dos entrevistados

Se nota na tabela 7 que ficou bem dividido os meios de compra de ingressos entre os entrevistados de acordo com suas necessidades e conforto.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa	Média
	10	4	8	0	0	8	7	8	0	10	9	5.8

Tabela 8. De 1 a 10 qual a possibilidade do entrevistado indicar o último site de compra de ingresso de cinema

A opção de informação em sites vista anteriormente ganhou de acordo com a Tabela 4, mas ela perde quando se trata de compra de ingresso visto na Tabela 3, na Tabela 8 a média de indicação de site de venda é de 5,8, isso poderia ser melhorado, pois se houver indicação de uma pessoa a outra o poder de venda aumenta muito, trazendo lucro para as empresas.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Semanalmente											
Mais de uma vez ao mês											
Mensalmente											
Lançamento imperdível	X	X	X	X	X	X	X	X		X	
Nenhuma das anteriores									X		X

Tabela 9. Frequência que o entrevistado vai ao cinema

O que precisa ser feito para aumentar o número de vezes em que as pessoas vão ao cinema? Essa pergunta se responde com base na tabela 2, pois atualmente os ingressos estão com preços altos e de acordo com os entrevistados a importância do preço acessível chega a 9,2. Também procuramos saber o que mais estaria impedindo esses entrevistados de irem ao cinema e notamos que a localização está acima da média em questão de importância, pois a maioria deles moram em cidades onde não há cinemas.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Sim	X					X					
Não		X	X	X	X		X	X	X	X	X

Tabela 10. Tabela sobre se o entrevistado usa aplicativo de celular para compra de ingresso de cinema

Dois dos entrevistados possuem aplicativos para compra de ingresso, mas já era de se esperar, pois a frequência dos entrevistados em cinema é baixa.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Sim		X	X	X	X	X	X	X	X		X
Não	X									X	

Tabela 11. O Autoatendimento no cinema é útil?

Praticidade é bem vinda entre a maioria dos entrevistados.

	Carlos	Danilo	Gabriel	Giovani	Giovanna	Guilherme	Indianara	Luiz	Micael	Nicole	Vanessa
Sozinho				X							
Em dupla	X							X			
Em grupo		X	X		X	X	X		X	X	

Tabela 12. Como você vai ao cinema na maioria das vezes

Um ponto positivo na venda de ingressos é que geralmente os entrevistados vão em grupo de amigos ou em par, o que aumenta a visibilidade do cinema e como um ponto alternativo de lazer entre várias pessoas.

4.3. Observar pessoas usando agentes

o primeiro passo antes de ir ao cinema, considerando que você sabe chegar até ele, é pesquisar qual filme você quer assistir. Nesse momento o usuário tem a opção de pesquisar na internet em geral ou olhar diretamente no site do cinema em questão. No contexto de um site de um cinema, além de trazer informações sobre o filme, é importante que este mostre também informações sobre as sessões em que este será exibido, como tipo de áudio e vídeo, horário, além de informações sobre preços, compra, pagamento, reserva, disponibilidade de ingressos e cadeiras. Na hora da compra, além de poder ser feita pelo site, o cliente pode também, como é o mais comum, comprar na portaria juntamente com os seus lanches. Nesse momento é importante que o cliente tenha opções de pagamento, pois pode acontecer, o que é comum de cinemas em pequenas cidades, de o cliente querer pagar com cartão de crédito/débito mas o cinema não possuir a máquina ou a mesma não estar funcionando. Em resumo, as necessidades de um cliente de cinema, apesar de não serem muitas, requerem atenção. Pequenos problemas podem fazer a diferença e fazer com o que cliente deixe de escolher o seu serviço.

5. DESCRIÇÃO DE TAREFAS

5.1. Escrever um cenário por caso de uso tradicional

A família de João consiste em 4 pessoas, João, Jaqueline sua esposa, Carla a filha de 10 anos e Leandro o filho mais velho de 18 anos. Eles moram em Belo Horizonte – MG, todo sábado à noite a família de João saem para o cinema. Eles gostam do cinema do Shopping Cidade, pois fica próximo a sua residência, mas nesse sábado marcaram de ir com amigos, a Cátia amiga de Carla e Denis namorado de Cátia no Pátio Savassi. Para não perder as melhores poltronas e visto que João não poderia ir ao Pátio antes comprar os ingressos adiantados, eles decidiram que a melhor maneira seria comprar os ingressos pelo site da WebSite.

Na quinta feira João entrou no site e se cadastrou para comprar os ingressos, a família escolheu o filme em alta, Hellboy e avisaram para Cátia e Denis. Quando estava procurando informações como salas, poltronas e horários percebeu que a classificação indicativa do filme era de 16 anos. Então João conversou novamente com a família e decidiram assistir ao filme Aladdin com classificação indicativa de 10 anos.

Logo após decidir que iriam assistir o filme as 20:00h, João escolheu as poltronas e finalizou a compra de 4 ingressos e os imprimiu, ligou para Cátia para avisar sobre a mudança e ela o informou que já havia comprado seu ingresso, mas que poderia alterar a comprar visto que estava dentro do prazo das 24 horas de antecedência para realizar a alteração. Já Denis quando informado sobre o filme ainda não havia comprado o ingresso então não gerou algum problema.

Na sexta feira, Leandro o filho mais velho acordou doente, então João cancelou a compra de seu ingresso visto também que estava dentro do prazo. De acordo com as normas contidas no site do cinema ele receberia o estorno do valor do ingresso no seu cartão de crédito no prazo de 2 dias úteis.

No mais tudo estava certo e a família e os amigos assistiram ao filme e não precisaram pegar fila na porta do cinema para comprar os ingressos.

5.2. Completar casos de uso tradicionais com um curso alternativo

5.3. Caso de uso essencial

1. Compra de ingressos
O usuário cadastrado irá escolher o ingresso a ser comprado em conjunto com o evento, e encaminhado a seção de pagamento.
2. Alteração de ingresso
O cliente poderá solicitar uma alteração nos ingressos caso esse evento ainda não tenha acontecido.
3. Cancelamento de ingressos
O cliente poderá solicitar o cancelamento dos ingressos caso esse evento ainda não tenha acontecido.
4. Gestão de Vendas
O sistema irá exibir aos administradores do sistema, dados relevantes ao processo de vendas.
5. Retirada de ingressos
O sistema irá imprimir o ingresso na bilheteria e o enviar ao email do cliente.
6. Pesquisar
O usuário irá realizar uma busca de eventos no sistemas com base em dados relevantes ao evento.
7. Administrar conta
Nesse campo o usuário pode gerenciar sua conta, alterando dados ou vendo seu histórico de compras.
8. Publicar eventos
Nesse campo um novo evento será criado, assim podendo começar a venda de seus ingressos.
9. Atendimento
Canais de comunicação do cliente com os administradores do sistema.

6. ANALISE DE TAREFAS

6.1. Realizar uma análise de tarefa por caso de uso.

1. Compra de ingresso
 - 1.1 Acessar o site
 - 1.2 Fazer login
 - 1.3 Definir evento no qual deseja comprar
 - 1.4 Inserir forma de pagamento
 - 1.5 Confirmar compra
 - 1.6 Acessar e-mail
 - 1.7 Pegar comprovante de pagamento
2. Alteração de ingresso
 - 2.1 Acessar o site
 - 2.2 Fazer login
 - 2.3 Acessar perfil do usuário
 - 2.4 Acessar lista de ingressos comprados
 - 2.5 Selecionar ingresso a ser editado
 - 2.6 Fazer as alterações que desejar

- 2.7 Receber novo ingresso
- 3. Cancelamento de ingressos
 - 3.1 Acessar o site
 - 3.2 Fazer login
 - 3.3 Ir para aba de ingressos
 - 3.4 Selecionar cancelamento
 - 3.5 Acessar e-mail
 - 3.6 Verificar comprovante de cancelamento
 - 3.7 Aguardar estorno no cartão de crédito
 - 3.8 No caso de boleto, mandar e-mail com dados bancários para ser feito o depósito de cancelamento.
- 4. Gestão de Vendas
 - 4.1 Acessar o site
 - 4.2 Fazer login (administrador)
 - 4.3 Acessar aba de gerenciamento
 - 4.4 Selecionar relatório de pós-vendas
- 5. Retirada de ingressos
 - 5.1 Após realizar o item 1
 - 5.2 Ir a bilheteria do evento
 - 5.3 Acessar o site
 - 5.4 Acessar lista de ingressos comprados
 - 5.5 Escolher evento
 - 5.6 Apresentar código do ingresso
 - 5.7 Apresentar documento
 - 5.8 retirar ingresso
- 6. Pesquisar
 - 6.1 Acessar o site
 - 6.2 Entrar na lupa de pesquisas
 - 6.3 Digitar o filtro desejado
 - 6.4 Região, tipo, data, horário, local do evento.
- 7. Criar conta
 - 7.1 Acessar o site
 - 7.2 Acessar página de login
 - 7.3 Selecionar criar conta
 - 7.4 Digitar dados pessoais
 - 7.5 receber confirmação por e-mail
 - 7.6 Abrir e-mail
 - 7.7 Acessar link de confirmação do e-mail
- 8. Administrar conta
 - 8.1 Acessar o site
 - 8.2 Fazer login
 - 8.3 Acessar perfil do usuário
 - 8.4 Selecionar Editar Perfil
 - 8.5 Alterar dados desejados
 - 8.6 Confirmar alteração
- 9. Publicar eventos
 - 9.1 Organizador do evento acessa e-mail

- 9.2 Manda um e-mail para o SAC do site
- 9.3 Recebe autorização no sistema para publicar
- 9.4 Entra no site
- 9.5 Faz login
- 9.6 Acessa a aba de publicar evento
- 9.7 Informa nome, data, tipo de ingresso, local, descrição do evento
- 9.8 Coloca suas informações pessoais
- 10. Atendimento
 - 10.1 Acessar o site
 - 10.2 Fazer login
 - 10.3 Acessar aba de ajuda
 - 10.4 selecionar meio de contato
 - 10.5 conversar com atendente

7. REQUISITOS

7.1. Identificar diferentes tipos de requisitos e escrever os requisitos no estilo do template Volere.

1. Requisito #: 1 Caso de uso #: 10

Descrição: O produto deve conter as cores de totalidade branco e azul. A marca da corporação deve estar visível em toda navegação pelo site. E o usuário deve se sentir calmo durante a navegação.

Razão: Assegurar que a aparência esteja de acordo com às expectativas da organização. Assegurar que o usuário consiga navegar por bastante tempo no site.

Fonte: Departamento de Marketing.

Critério de Satisfação: A aparência deve garantir que o usuário reconheça a marca no primeiro minuto de uso. E que o usuário fique confortável durante o tempo de navegação, com sensação de calma e bem-estar.

Materiais de Apoio: Especificação da Luana Silva

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

2. Requisito #: 2 Caso de uso #: 11

Descrição: O produto deve ser acessível para pessoas com deficiência visuais, auditivas e cognitivas.

Razão: Assegurar a inclusão de acesso a todos.

Fonte: Departamento de Comunicação.

Critério de Satisfação: O usuário deficiente poderá ter a liberdade de acesso a todos componentes do produto.

Materiais de Apoio: Especificação da Lucas Alves.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

3. Requisito #: 3 Caso de uso #: 12

Descrição: O produto deve conter selos de segurança. O produto deve ser devidamente criptografado para manter a segurança dos dados de transações.

Razão: Assegurar proteção dos dados pessoais dos usuários

Fonte: Departamento de Administrativo Financeiro.

Critério de Satisfação: O usuário deverá se sentir confiante ao efetuar uma compra

ao site.

Materiais de Apoio: Especificação da Alice Gonçalves.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

4. Requisito # : 4 Caso de uso #: 13

Descrição: O produto deve ser de resposta rápida as solicitações dos usuários, e de navegação fluída.

Razão: Assegurar que o usuário efetue suas compras, e consiga todas as informações necessárias de maneira rápida.

Fonte: Departamento de Marketing.

Critério de Satisfação: O usuário após a solicitação ao produto, o servidor deverá responder no tempo máximo de 2 segundos.

Materiais de Apoio: Especificação da Luana Silva.

Histórico: Levantado por GBA, 20 de maio de 2019.

5. Requisito #: 5 Caso de uso #: 1

Descrição: O sistema deverá efetuar toda cadeia de transação de compras online. Onde caso o usuário não esteja cadastrado, o sistema deverá abrir uma página de cadastro.

Fonte: Departamento de Administrativo Financeiro.

Critério de Satisfação: O sistema deverá responder a cada fase da compra. O sistema deverá perguntar ao usuário qual o tipo de ingresso ele deseja. E sistema, de acordo com a escolha do usuário, deverá realizar o pagamento a partir de cartão de crédito ou via boleto bancário. Garantir que todo processo seja finalizado sem complicações para o usuário.

Materiais de Apoio: Especificação da Alice Gonçalves.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

6. Requisito #: 6 Caso de uso #: 2

Descrição: O sistema deverá permitir que o usuário faça a alteração do ingresso e depois gerar um novo ingresso para o usuário.

Razão: Permitir que o usuário tenha satisfação completa em sua experiência de compra.

Fonte: Departamento Comercial.

Critério de Satisfação: O usuário poderá solicitar alteração nos ingressos em até 24h antes do evento.

Materiais de Apoio: Especificação do Carlos Sodré.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

7. Requisito #: 7 Caso de uso #: 3

Descrição: O sistema deverá permitir que o usuário faça o cancelamento da compra.

Razão: As leis do consumidor asseguram o direito a cancelamento de compras online.

Fonte: Departamento Comercial.

Critério de Satisfação: O usuário poderá solicitar cancelamento da compra dos ingressos em até 24h antes do evento.

Materiais de Apoio: Especificação do Carlos Sodré.
Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

8. Requisito #: 9 Caso de uso #: 4

Descrição: O sistema deverá gerar relatórios de pós-venda, emitir informações em tempo real de vendas, emitir relatórios inteligentes.

Razão: Controle de vendas do organizador.

Fonte: Departamento Comercial.

Critério de Satisfação: O organizador deverá ter acesso em tempo real de todas as vendas efetuadas pelos clientes em tempo real. O organizador deverá ser contemplado com relatórios inteligentes sobre suas vendas

Materiais de Apoio: Especificação do Carlos Sodré.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

9. Requisito #: 10 Caso de uso #: 5

Descrição: O sistema deverá emitir o ingresso e enviá-lo por e-mail para o usuário. O sistema deverá gerar um código para retirada do ingresso no local do evento.

Razão: Permitir que usuário tenha facilidade de acesso ao ingresso.

Fonte: Departamento Comercial.

Critério de Satisfação: O usuário deverá ter acesso ao ingresso em dois tipos de situação.

Materiais de Apoio: Especificação do Carlos Sodré.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

10. Requisito #: 11 Caso de uso #: 6

Descrição: O sistema deverá permitir que o usuário pesquise através de filtros.

Razão: Facilidade de o usuário encontrar o que procura mais rápido.

Fonte: Departamento de Marketing.

Critério de Satisfação: O sistema deverá retornar a pesquisa do usuário rapidamente através do filtro escolhido por ele, que pode ser por: região, tipo,data, horário, e local do evento.

Materiais de Apoio: Especificação do Luana Silva.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

11. Requisito #: 12 Caso de uso #: 7

Descrição: O sistema deverá permitir que o usuário crie e edite sua conta. Deverá gerar para cada compra, todas as informações de transações necessárias: como ingressos comprados, informações dos ingressos, e dados de pagamentos.

Razão: Transparência na experiência de compra

Fonte: Departamento Comercial.

Critério de Satisfação:

Materiais de Apoio: Especificação do Carlos Sodré.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

12. Requisito #: 13 Caso de uso #: 8

Descrição: O sistema deverá permitir que o organizador anuncie a venda de

ingressos para determinado evento.

Razão: Permitir a venda de ingressos no site.

Fonte: Departamento Comercial.

Critério de Satisfação: O usuário poderá solicitar a publicação do evento com o nome do evento, a data, tipo de ingresso (pago, gratuito), local, descrição do evento e informações sobre o organizador.

Materiais de Apoio: Especificação d Carlos Sodré.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

13. Requisito #: 14 Caso de uso #: 9

Descrição: O sistema deverá remediar o atendimento entre o usuário e a empresa.

Razão: Permitir suporte online ao usuário.

Fonte: Departamento de Comunicação.

Critério de Satisfação: O sistema deverá mostrar ao usuário as redes sociais. disponíveis para interação com a empresa. E permitir que o usuário entre em contato com empresa via chat online ou e-mail.

Materiais de Apoio: Especificação do Lucas Alves.

Histórico: Levantado por GBA, 28 de abril de 2019.

8. Projeto conceitual

8.1. Gerar cenários positivo e negativo a partir de cada cenário.

8.2. Cenário negativo

Quando João entrou no site para escolher o filme e registrou o cartão de crédito como forma de pagamento, apareceu um aviso na tela onde dizia que a bandeira do seu cartão não fazia parte da rede de convênios do site. O cartão de Jaqueline, sua esposa, também é da mesma bandeira do seu. Restou utilizar o cartão de seu filho mais velho, Leandro, que por sua vez tinha acabado de receber seu primeiro cartão de crédito sem taxas e com bandeira diferente dos demais cartões.

Nota-se que após a decisão de compra, que não foram comprados todos ingressos na mesma compra, pois o site limitava a compra de até 3 ingressos por vez. Então João teve que realizar uma nova compra para que todos pudessem assistir juntos o mesmo filme.

Ao chegar para assistir o filme, João descobre que a compra foi realizada para o cinema de outra cidade, e ao tentar alterar os ingressos para a cidade onde ele reside, tem a resposta que não é possível fazer a alteração presencial, apenas online já que ele realizou a compra online. João abre o site pelo celular e solicita a alteração para a cidade em que reside, até aparecer a mensagem “Não há poltronas disponíveis para a sessão. Por favor, escolha outra sessão”. Neste momento João desiste de assistir ao filme e comunica à todos que por diversos insucessos, decidiu por não assistir mais e solicitou o reembolso pelo site.

8.3. Cenário positivo

João ao se registrar no site para adquirir ingressos para toda a família, consegue se cadastrar tranquilamente e também escolher a sessão do filme que deseja sem nenhum tipo de complicação. Até mesmo a bandeira do seu cartão de crédito que costuma ser um gargalo na hora de finalizar certos tipos de transações, dessa vez não foi impasse, pois o site conta

com uma parceria onde é aceito quase todos os tipos de bandeira de cartão de crédito. A escolha de compra online foi devido a João morar em uma cidade grande, capital, então o seu tempo é muito escasso pois o trânsito é muito intenso e se perderia muito tempo para se deslocar até o cinema além de pagar o estacionamento fracionado para apenas adquirir os ingressos desejados.

Após perceber que sua filha não tem a idade mínima da classificação indicativa, João decidiu apenas mudar o filme e solicitou a troca pelo site, onde foi feita instantaneamente pelo site e o e-mail de confirmação de alteração chegou em segundos na caixa de e-mail pessoal de João e assim, foram ao cinema e sempre problemas maiores, conseguiram todos assistir ao filme.

9. Avaliação heurística

9.1. Visibilidade do Estado do Sistema

Em caso de falha do sistema ou período longo de espera durante uma compra de ingressos, o usuário receberia uma mensagem o informando que houve um erro no processo de compra e a mensagem o diria para “tentar de novo mais tarde”.

9.2. Correspondência entre o sistema e o mundo real

O sistema transmitirá em sua interface uma linguagem genérica de sites de venda, de forma que o usuário poderá ter uma familiaridade com o sistema ou ter seu uso facilitado.

9.3. Controle e liberdade do usuário

O sistema dará liberdade ao usuário para poder navegar em sua interface livremente, e poder voltar etapas nas páginas de compra, porém o usuário tem um acesso limitado, já que ele não pode acessar páginas de administração do sistema.

9.4. Prevenção de erro

Durante o cadastro de dados do usuário ou de dados de compra, o sistema irá fazer uma verificação se tudo foi preenchido conforme o sistema pediu, e a validação dos dados, para evitar problemas futuros e inúmeras mensagens de erro.

9.5. Consistência e padrões

Os elementos pertencentes ao projeto, tais como objeto e ações tem por padronização o mesmo significado ou efeito em situações em que se assemelham. A consistência minimiza o conhecimento prévio que o Usuário deva ter para utilizar o sistema, podendo generalizar a partir de experiência em sistemas parecidos.

9.6. Reconhecimento em lugar de lembrar

O sistema terá uma interface bastante intuitiva de forma que o usuário possa identificar facilmente o que ele precisa fazer ao invés de ter que ficar lembrando de etapas ou um passo a passo da navegação além de mecanismos para auxiliar no reconhecimento do que deve ser digitado, tal como uma lista com opções a serem escolhidas.

9.7. Projeto estético e minimalista

O foco da interface do sistema é ser simples e minimalista (tanto local quanto global) de forma em que a navegação do usuário seja a mais facilitada possível, alinhando linhas e colunas e utilizando ícones de fácil reconhecimento por qualquer tipo de usuário.

10. Conclusão

A partir das atividades do projeto de desenvolvimento do web site de venda de ingressos, percebemos que as etapas quando organizadas, podem ser usadas para definir, desenvolver, testar e manter um software com qualidade. Definindo os requisitos que o sistema deve conter, avaliando a viabilidade do projeto, características do sistema com auxílio de Diagramas de Sequência em UML, usando metodologia de desenvolvimento, e sempre verificando as funcionalidades do software de acordo com as necessidades do cliente.

11. Protótipo de alta e baixa fidelidade

Os protótipos de alta e baixa fidelidade estão em anexo em arquivos .pdf, com os protótipos de cada página do site.

12. Questionário

O questionário encontra-se em anexo no arquivo "Questionário.xlsx"

Referências

- [1] "Letsevents," lets .events. [Online]. Available: <https://lets.events/>
- [2] "Cinemark," Cinemark. [Online]. Available: <https://www.cinemark.com.br/ingressos>
- [3] "ingresso.com," ingresso.com. [Online]. Available: <https://www.ingresso.com/>
- [4] D. Adams, *The Hitchhiker's Guide to the Galaxy*. San Val, 1995.