



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Cornélio Procópio

SISTEMA DE ÓTICA ONLINE

HELOISA B. S. COSTA
MARIANA PIMENTA ROCHA
PEDRO HENRIQUE DA S. PEREIRA

CORNÉLIO PROCÓPIO
2021

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL	7
3 ANÁLISE DE REQUISITOS	8
3.1 USUÁRIOS	8
3.2 TAREFAS	8
3.3 REQUISITOS FUNCIONAIS	9
3.4 ANÁLISE DE PRODUTOS CONCORRENTES	10
4 PROJETO DE INTERAÇÃO	11
4.1 MODELO CONCEITUAL	11
4.2 CENÁRIOS DE USO	12
4.3 MAPEAMENTO REQUISITOS-CENÁRIOS	19
4.4 ANÁLISE DE TAREFAS	19
5 PROTÓTIPOS	21
6 CONCLUSÃO	39
REFERÊNCIAS	40

1 INTRODUÇÃO

2 ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL

Devido a situação em que o país se encontra alguns serviços tiveram seu acesso dificultado, assim como os serviços de venda mais especificamente o de vendas de óculos de grau, sol e lentes de contato. Pois na atual conjuntura da pandemia o acesso a esses serviços com segurança e qualidade não é garantido.

Contudo dentre a população há pessoas que precisam ter acesso a um óculos de grau, tanto para realizar tarefas simples como para dirigir, cozinhar, andar ou para desempenhar atividades que requerem um alto grau de concentração ou alto uso da visão.

Levando isso em consideração, pessoas que fazem uso de óculos tendem a querer provar o produto antes de comprarem, e com isso em mente para uma pessoa provar um produto em uma loja física seria necessário que após a saída do cliente todos os produtos fossem higienizados corretamente para que um próximo cliente não tivesse problemas.

Ademais, é de suma importância levarmos em consideração a tendência atual do mercado de compra, no qual a maioria das pessoas preferem trocar a ida a uma loja física por realizar sua compra online. Muitos clientes não buscam essa troca só pela comodidade, há aqueles também que procuram preços melhores que os praticados pelas lojas físicas.

Como já exposto anteriormente, as pessoas estão dando uma maior preferência ao comércio online, e com o objetivo de atender essa demanda foi proposto um sistema onde seria possível que o cliente pudesse provar diversas opções de armações tanto para óculos de grau, quanto para óculos de sol, de forma que conseguisse se sentir no ambiente físico da loja, com mais comodidade e que tivesse uma resposta positiva e fiel a realidade do produto, visando seu bem-estar.

Além do que foi citado, a ideia é ofertar produtos com preços menores e mais acessíveis a todos os tipos de clientes, incluindo uma enorme variedade de opções, não limitando a marcas, materiais e estilos. Inicialmente o sistema permitiria traçar um perfil completo, onde seria informado características pessoais e técnicas, como tom de pele, cor do cabelo, olhos, encaixe nasal, tamanho das lentes, posição da sobrancelha, entre outros, a fim de oferecer ajuda na escolha de armações que mais se encaixem dentro dos atributos apresentados.

3 ANÁLISE DE REQUISITOS

A ótica online permite ao usuário que realize a pesquisa sobre algum produto com mais facilidade e praticidade. O sistema apresenta a opção avaliação, que ajuda o usuário na tomada de decisão, além de um catálogo com todos os produtos. É importante ressaltar que há um atendimento personalizado, logo não haverá pressão de vendedores e essa comodidade pode ser essencial para algumas pessoas.

A interface do sistema cumprirá as heurísticas de Nielsen, ou seja o sistema apresentará um feedback quanto ao status atual do sistema, consistência e padrões, controle do usuário, e apresentará somente informações relevantes de forma clara e visível ao usuário.

3.1 USUÁRIOS

 pessoas com um distúrbio visual, procurando óculos com grau (miopia, hipermetropia, astigmatismo ou presbiopia).

 pessoas com interesse em óculos de sol.

3.2 TAREFAS

3.3 REQUISITOS FUNCIONAIS

3.4 ANÁLISE DE PRODUTOS CONCORRENTES

4 PROJETO DE INTERAÇÃO

4.1 MODELO CONCEITUAL

4.2 CENÁRIOS DE USO

4.3 MAPEAMENTO REQUISITOS CENÁRIOS

4.5 ANÁLISE DE TAREFAS

5. PROTÓTIPOS

7 CONCLUSÃO

REFERÊNCIAS

BASTIEN, C. & SCAPIN, D. Critérios ergonômicos para avaliação de interfaces homem-computador. 1993.

DIAS, Cláudia. Métodos de avaliação de usabilidade no contexto de portais corporativos: um estudo de caso no Senado Federal. Brasília: Universidade de Brasília, 2001. 229p.

NIELSEN, J.; PHILLIPS, L. V. Estimating the relative usability of two interfaces: heuristic, formal, and empirical methods compared p.214-221, 1993.

DIAS, C. Usabilidade na Web: criando portais mais acessíveis. Rio de Janeiro: Alto Books, 2003.

NIELSEN, J.; MOLICH, R. Heuristic evaluation of user interfaces. In Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems, p. 249-256, 1990.