

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**DENER RAMOS ATAIDE JÚNIOR
MARCELO SILVA CARDOSO ESTEVES**

DESIGN DE APLICATIVO PARA A LOJA LUDO QUEST

VOLTA REDONDA

2023

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

DESIGN DE APLICATIVO PARA A LOJA LUDO QUEST

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao Curso de Design do
UNIFOA como requisito para obtenção do
título de Bacharel em Design.

Alunos:

Dener Ramos Ataíde Júnior

Marcelo Silva Cardoso Esteves

Orientadora:

Prof. Aline Rodrigues Botelho

VOLTA REDONDA

2023



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado, DESIGN DE APLICATIVO PARA A LOJA LUDO QUEST. Elaborado por DENER RAMOS ATAIDE JÚNIOR e MARCELO SILVA CARDOSO apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design.

Aprovado em 29 de novembro de 2023

Banca Avaliadora

Aline Rodrigues Botelho
Professora Orientadora
Doutora UniFOA

Patricia Soares Rocha Alves
Professora Avaliadora
Mestre UniFOA

Silvio Wander machado
Professor Avaliador
Mestre - UniFOA



AGRADECIMENTOS

Marcelo Silva Cardoso Esteves

Gostaria de primeiro agradecer a minha família, principalmente a minha mãe, pelo apoio durante todo o curso. Agradeço também a minha namorada Isabella, pela ajuda em todos os momentos do desenvolvimento deste projeto. Agradeço a nossa orientadora Aline pela paciência com os arquivos e dúvidas enviadas durante a madrugada. E por fim a todos os professores do curso de design pelos ensinamentos ao longo desses quatro anos.

Dener Ramos Ataíde Júnior

Gostaria de agradecer a minha família que me apoiou em todos os momentos do curso, aos meus pais e ao meu avô, sem eles teria sido muito mais difícil. Também a todos os amigos que ficaram ao meu lado, mas principalmente a Aline, orientadora desse projeto e aos professores da UniFOA.

RESUMO

Este projeto mostra o desenvolvimento de um aplicativo para a loja de jogos Ludo Quest que se encontra no bairro Atterrado em Volta Redonda/RJ. Ela oferece jogos de tabuleiro para vender e/ou alugar, além de salgados, bebidas, itens de colecionadores, torneios e a disponibilização do espaço para o jogo, porém, seus jogos alugáveis nem sempre estão disponíveis, pois já podem ter sido alugados por outros usuários. Portanto, o objetivo desse projeto é desenvolver um aplicativo para a loja, com diagramação de conteúdo e design do layout de telas, onde o usuário pode encontrar os jogos que deseja comprar, os que deseja alugar, ver se estão disponíveis e outros oferecimentos de loja, como ingressos de torneios, datas, eventos, dias de funcionamento, contatos, além de também divulgar a loja.

Palavras-chave: Board games, Interface, Aplicativo, Ux design.

ABSTRACT

This project shows the development of an application for the Ludo Quest game store located in the Aterrado neighborhood in Volta Redonda/RJ. It offers board games for sale and/or rent, as well as snacks, drinks, collector items, tournaments and the provision of space for the game, however, its rentable games are not always available, as they may have already been rented by others users. Therefore, the objective of this project is to develop an app for the store, with content layout and screen layout design, where the user can find the games they would like to buy, the ones they want to rent, see if they are available and other store offerings , such as tournament tickets, dates, events, opening days, contacts, as well as promoting the store.

Key words: Board games, Interface, App, Ux design.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 Problema	14
1.2 Objetivos	14
1.2.1 Objetivo geral	14
1.2.2 Objetivos Específicos	14
1.3 Justificativa.....	15
1.4 Metodologia	16
2 IMERSÃO PRELIMINAR	19
2.1 Pesquisa Desk	19
2.1.1 Cores	19
2.1.2 Tipografia	28
2.1.3 Jogos de tabuleiro	33
2.1.4 Luderias - Lojas físicas.....	36
2.1.4.1 Ludo Quest	37
2.1.5 Aplicativos	43
2.1.5.1 UX & UI	46
3. IMERSÃO EM PROFUNDIDADE	51
3.1 Entrevistas	51
3.2 Um dia na vida	59
4. ANÁLISE E SÍNTESE	63
4.1 Análise de similares	63
4.2 Personas	99
4.3 Cartões de insight	103
4.4 Critérios norteadores	104
5. IDEAÇÃO	106
5.1 Tipografia	106
5.2 Cores	108
5.3 Brainstorming dos ícones	109
5.4 Matriz morfológica	112
5.5 Brainstorming do aplicativo	113
5.6 Wireframes.....	117
5.7 Matriz decisória	119
5.8 Mapa de navegação	119

6. PROTOTIPAÇÃO	121
7. CONCLUSÃO	129
Referências Bibliográficas	130

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Sala Branca.....	20
Figura 2: Objetos pretos	21
Figura 3: Ambiente cinza	21
Figura 4: Maçã vermelha.....	22
Figura 5: quadro com folhagens verdes	22
Figura 6: Paleta com tons de azul.....	23
Figura 7: Planta na cor magenta	23
Figura 8: Girassóis.....	24
Figura 9: Cores cmyk e rgb	25
Figura 10: Matiz	26
Figura 11: Valor	26
Figura 12: Saturação.....	27
Figura 13: Círculo cromático.....	27
Figura 14: Combinações do círculo cromático.....	28
Figura 15: Fonte romana.....	29
Figura 16: Fonte Itálica	29
Figura 17: Fonte light.....	29
Figura 18: Fonte negrito	30
Figura 19: Fonte condensada.....	30
Figura 20: Fonte romana estendida.....	30
Figura 21: Fonte book.....	31
Figura 22: Fonte gótica.....	31
Figura 23: Fonte romana.....	32
Figura 24: Fonte grotesca.....	32
Figura 25: Fonte escritural	33
Figura 26: Jogos de tabuleiro clássicos	34
Figura 27: Jogo de tabuleiro moderno	34
Figura 28: Jogo de tabuleiro dixit	35
Figura 29: Interior loja ludo quest.....	37
Figura 30: Fachada loja ludo quest.	38
Figura 31: Página inicial site Ludo Quest	39
Figura 32: Informações técnicas site	39
Figura 33: Tela do produto	40
Figura 34: Tela do carrinho de compras	40
Figura 35: Tela de cadastro	41
Figura 36: Instagram Ludo Quest	42
Figura 37: Pagina Facebook Ludo Quest.....	43
Figura 38: Recomendações para dispositivos móveis	45
Figura 39: Desenvolvimento de interface.....	47
Figura 40: Representação gráfica UX&UI.....	49
Figura 41: Representação de acesso do polegar na tela do celular	49
Figura 42: Representação de acesso do polegar na tela do celular	50
Figura 43: Cabeçalho site Ludo Quest	59
Figura 44: Produtos loja Ludo Quest	60

Figura 45: Informações site Ludo Quest	60
Figura 46: Instagram Ludo Quest	61
Figura 47: Interior loja Ludo Quest	62
Figura 48: Ícone do aplicativo ClickBus	63
Figura 49: Tela de apresentação ClickBus.....	65
Figura 50: Tela de login ClickBus	66
Figura 51: Tela de início ClickBus	67
Figura 52: Tela de seleção de assento ClickBus	68
Figura 53: Tela de informações de compra ClickBus	69
Figura 54: Tela de pedidos ClickBus	70
Figura 55: Tela de passageiros ClickBus.....	70
Figura 56: Tela de conta ClickBus	71
Figura 57: Ícone do aplicativo Airbnb	72
Figura 58: Tela de login Airbnb.....	73
Figura 59: Tela inicial Airbnb	74
Figura 60: Tela de pesquisa Airbnb.....	75
Figura 61: Filtros de pesquisa Airbnb	75
Figura 62: Tela de pesquisa por mapa Airbnb.....	76
Figura 63: Tela de favoritos Airbnb	77
Figura 64: Tela de viagens Airbnb	77
Figura 65: Tela de mensagens Airbnb.....	78
Figura 66: Tela de perfil Airbnb.....	79
Figura 67: Informações pessoais Airbnb	79
Figura 68: Ícone do aplicativo Decolar	80
Figura 69: Tela de abertura do Decolar	81
Figura 70: Tela de criar conta.....	82
Figura 71: Tela de entrada	83
Figura 72: Telas de definições da viagem.....	84
Figura 73: Telas de opções de detalhes de viagens	86
Figura 74: Telas de promoções de viagens	87
Figura 75: Tela de ofertas Decolar	87
Figura 76: Tela Minhas viagens	88
Figura 77: Tela Favoritos	89
Figura 78: Telas Minha conta	90
Figura 79: Telas Meu Perfil	91
Figura 80: Ícone do aplicativo Trivago	91
Figura 81: Tela de abertura Trivago.....	92
Figura 82: Tela de boas-vindas	93
Figura 83: Tela inicial Trivago	93
Figura 84: Tela login	94
Figura 85: Telas de definição de viagem.....	95
Figura 86: Telas de sugestões	96
Figura 87: Tela de favoritos.....	96
Figura 88: Tela de configurações	97
Figura 89: Tela editar perfil.....	98
Figura 90: Tela de escolha de idioma.....	98
Figura 91: Tela gerenciar alertas de preço.....	99

Figura 92: Persona I	100
Figura 93: Persona II	101
Figura 94: Persona III	102
Figura 95: Cartão de insight	103
Figura 96: Modelo Site	107
Figura 97: Modelo Instagram.....	108
Figura 98: Cores Ludo Quest	108
Figura 99: Brainstorming home	109
Figura 100: Brainstorming perfil	109
Figura 101: Brainstorming notificação	110
Figura 102: Brainstorming reserva jogos.....	110
Figura 103: Brainstorming reserva mesas	110
Figura 104: Brainstorming configuração	111
Figura 105: Brainstorming pagamento.....	111
Figura 106: Brainstorming pesquisa	112
Figura 107: Matriz morfológica ícones	113
Figura 108: Brainstorming 1	114
Figura 109: Brainstorming 2.....	114
Figura 110: Brainstorming 3.....	115
Figura 111: Brainstorming 4.....	115
Figura 112: Brainstorming 5.....	116
Figura 113: Brainstorming 6.....	116
Figura 114: Wireframe 1	117
Figura 115: Wireframe 2.....	118
Figura 116: Wireframe 3.....	118
Figura 117: Mapa de navegação	120
Figura 118: Telas de login	122
Figura 119: Menu principal	122
Figura 120: Reserva de mesas	123
Figura 121: Notificações	124
Figura 122: Perfil	125
Figura 123: Configurações	126
Figura 124: Telas de confirmação.....	127
Figura 125: Tela do carrinho	128

Gráfico 1: Pesquisa de preferências do público-alvo	51
Gráfico 2: Pesquisa de preferências do público-alvo	52
Gráfico 3: Pesquisa de preferências do público-alvo	52
Gráfico 4: Pesquisa de preferências do público-alvo	53
Gráfico 5: Pesquisa de preferências do público-alvo	53
Gráfico 6: Pesquisa de preferências do público-alvo	54
Gráfico 7: Pesquisa de preferências do público-alvo	54
Gráfico 8: Pesquisa de preferências do público-alvo	55
Gráfico 9: Pesquisa de preferências do público-alvo	55
Gráfico 10: Pesquisa de preferências do público-alvo	56
Gráfico 11: Pesquisa de preferências do público-alvo	56
Gráfico 12: Pesquisa de preferências do público-alvo	57
Gráfico 13: Pesquisa de preferências do público-alvo	57
Gráfico 14: Pesquisa de preferências do público-alvo	58
Gráfico 15: Pesquisa de preferências do público-alvo	58
Gráfico 16: Pesquisa de preferências do público-alvo	59

1. INTRODUÇÃO

A indústria de jogos de tabuleiro vem crescendo ano após ano, segundo Forbes (2019) o setor representou 9,7% das vendas do setor de brinquedos no ano de 2019. Os números mostram a ascensão dos jogos de tabuleiro no mercado. Visto isso a loja Ludo Quest, cliente do projeto apresenta uma proposta inovadora e única na região, oferecendo uma vasta biblioteca contendo mais de cem jogos de tabuleiro para aluguel. Contando tanto com uma modalidade na qual o cliente paga uma entrada e tem direito a mesas do espaço físico da loja podendo jogar os jogos que desejar por todo o dia, quanto como o aluguel de jogos específicos para levar para casa.

Visando uma maior aproximação com seus clientes e proporcioná-los maior comodidade além de expandir a marca, surgiu a demanda do desenvolvimento do projeto.

Este trabalho tem como objetivo a criação de um aplicativo para a loja Ludo Quest, localizada no bairro Aterrado na cidade de Volta Redonda/RJ, que permita aos usuários a reserva de jogos de tabuleiro assim como de mesas nos espaços físicos da loja, de forma a garantir a satisfação dos clientes, prevenindo clientes de descobrirem já no estabelecimento a indisponibilidade de jogos de seu interesse ou mesas.

A metodologia usada para o desenvolvimento do projeto foi o Design Thinking, tendo este método sendo estudado para compreensão a fundo e assim possibilitar sua melhor aplicação. Foi realizada uma etapa preliminar para melhor compreensão do tema e de elementos do design importantes para o desenvolvimento do projeto. Após essa etapa foi com o objetivo de melhor conhecer o público-alvo do projeto foram feitas entrevistas com perguntas relevantes ao tema, e realizada a etapa proposta pela metodologia chamada “um dia na vida”, na qual os autores acompanharam um dia da rotina da loja na perspectiva do cliente. A partir dessa etapa foram desenvolvidas personas, cartões de insight e os critérios norteadores, com as necessidades e objetivos do projeto já bem definidos. A etapa seguinte foi a de Ideação, onde foram estudadas as cores, tipografia, ícones e possíveis layouts para o projeto, esse estudo é feito de acordo com as informações conseguidas nas etapas anteriores, e a partir da escolha das melhores ideias da ideação, se inicia a prototipação, onde se pode ver como ficará o resultado final do produto.

1.1 Problema

- Como aprimorar os serviços oferecidos por lojas físicas através de aplicativo?
- Como atrair novos clientes para o universo dos jogos?
- Como criar um aplicativo de fácil utilização e com boa ergonomia?
- Como facilitar o acesso aos produtos e serviços de uma loja através do aplicativo?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Desenvolver um aplicativo para a loja Ludo Quest.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Desenvolver um aplicativo que mostre os produtos disponíveis na loja
- Tornar a loja Ludo Quest mais próxima dos clientes
- Facilitar o acesso aos produtos da loja Ludo Quest
- Traçar o perfil específico do público da loja
- Buscar um diferencial para a loja através do aplicativo
- Ser intuitivo para os usuários

1.3 Justificativa

Segundo dados da Pesquisa Game Brasil 2019 (apud Forbes), 28% da população do país se diverte com jogos de tabuleiro. De acordo com levantamentos da Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq), o segmento representou 9,7% das vendas do setor de brinquedos, de um total de R\$ 6,871 bilhões, em 2018. Diante da crescente do mercado de jogos de tabuleiro no mercado nacional é de interesse das lojas do ramo buscarem novas formas de se destacarem e atraírem o interesse do público cada vez mais interessado no hobby.

Muitas lojas que contam com espaço físico oferecem o serviço de aluguel de jogos de tabuleiro, tanto para utilização no local como para empréstimo, onde o cliente pode levar os jogos para casa. Assim através do aplicativo será possível oferecer a loja um diferencial em relação a concorrência e maior facilidade aos clientes, tanto no contato com a loja como no empréstimo dos jogos.

De acordo com o site MacMagazine (2022) “Entre os países que mais instalaram aplicativos, o Brasil aparece na quarta posição com 10,6 bilhões de downloads”, ainda segundo o site “O mercado brasileiro de apps móveis conseguiu movimentar US\$1,3 bilhão em 2022, o que representa um aumento de 15% em comparação ao ano anterior”. Sendo assim, possuir um aplicativo surge como uma forma de facilitar o contato com os clientes e uma maneira de se mostrar presente no mercado, através dessa tecnologia que já é de ampla utilização do público geral.

Dito isso a opção de recorrer ao design para o desenvolvimento da interface e experiência do usuário de um aplicativo se torna de grande valia, uma vez que o método auxilia a gerir a interação humana com o software da forma mais natural e intuitiva possível. Segundo o site EESCJR “esse design busca planejar a usabilidade, navegação e transição entre telas, tendo o objetivo de melhorar as interações visuais dos usuários”. Assim um bom design é capaz de entregar soluções intuitivas ao usuário final. Ainda segundo o site “Uma interface bem planejada é um importante fator na manutenção e fidelização de um usuário de seus serviços.”, por isso a boa implementação de um design de interface no desenvolvimento do aplicativo é um fator diretamente relacionado ao sucesso do produto entre o seu público-alvo.

1.4 Metodologia

A ferramenta metodológica a ser utilizada neste projeto será Design Thinking: Inovação em Negócios, escrito por Viana et al. (2011), que tem como objetivo central a inovação através de métodos que buscam compreender o universo do cliente para solucionar seus problemas.

A metodologia é dividida em quatro etapas com o objetivo de melhor posicionar as fases de desenvolvimento do projeto.

Imersão

Primeira fase do design thinking, que tem por finalidade se aproximar do contexto do problema, observando-se o ponto de vista do cliente e do usuário final do produto. Esta fase pode se dividir em duas etapas, a imersão preliminar e a imersão em profundidade.

- Imersão preliminar: Etapa que tem o objetivo de reenquadramento e o entendimento inicial do problema. Fazem parte dessa etapa: o reenquadramento, onde é examinado o problema por diferentes óticas, a fim de se criar uma visão do contexto; A pesquisa exploratória, sendo realizada uma pesquisa de campo preliminar para traçar perfis e comportamentos dos usuários; E por último a pesquisa desk, que por meio de pesquisas em diversas fontes é possível entender tendências e alternativas similares já implementadas na área.
- Imersão em profundidade: É nesse momento que se busca ir a fundo no contexto dos envolvidos no tema do projeto, buscando identificar necessidades e oportunidades para o projeto. Nessa etapa são identificados comportamentos extremos e seus padrões e necessidades são mapeados. Vai-se de encontro

ao usuário do produto para entender seus pontos de vista, o que fazem e como se sentem. Para atingir tal resultado são utilizadas diversas técnicas, como a entrevista, o um dia na vida, o registro fotográfico, a observação participante, a observação indireta, os cadernos de sensibilização etc. Neste projeto foram utilizadas as técnicas de entrevista, na qual foram feitas perguntas através de um formulário buscando obter informações sobre os entrevistados e sobre temas relevantes ao projeto, e um dia na vida, onde os autores assumiram o papel de clientes da loja por um dia, vivenciando seu ponto de vista.

Análise e síntese

Após as etapas de levantamento de dados da fase de Imersão, os próximos passos são análise e síntese das informações coletadas. Para tal, os insights são organizados de maneira a obter-se padrões e a criar desafios que auxiliem na compreensão do problema (VIANNA et al, 2011). Nessa fase serão utilizadas as etapas propostas na metodologia que melhor se adequem ao projeto.

- **Cartões de insight:** Consiste na criação de cartões baseados nas informações reunidas nas pesquisas da etapa anterior, servindo como fonte de rápida consulta. Normalmente contendo título que resume o achado e o texto original coletado na pesquisa juntamente com a fonte.
- **Crítérios norteadores:** Servem como um fator delimitador dos limites do projeto, evidenciando aspectos importantes que não devem ser esquecidos no decorrer do projeto, mantendo em vista seu real propósito.
- **Personas:** são arquétipos, personagens ficticiais, concebidos a partir da síntese de comportamentos observados entre consumidores com perfis extremos. Representam as motivações, desejos, expectativas e necessidades, reunindo características significativas de um grupo mais abrangente. (VIANNA, 2011)

Ideação

Essa fase tem como intuito gerar ideias inovadoras para o tema do projeto e, para isso, utilizam-se as ferramentas de síntese criadas na fase de análise para estimular a criatividade e gerar soluções que estejam de acordo com o contexto do assunto trabalhado. (VIANNA et al, 2011). As seguintes etapas irão compor a fase de ideação:

- **Brainstorming:** Etapa normalmente realizada através de uma reunião em grupo, com o objetivo de gerar o maior número possível de ideias, sem julgamentos. Busca-se a qualidade através da quantidade. Podem ser usados dados das pesquisas e das etapas da análise e síntese para se direcionar o foco do grupo.
- **Matriz de posicionamento:** Uma ferramenta de análise estratégica voltada para a decisão das ideias a serem selecionadas para a fase de prototipação. Para isso as ideias são validadas em relação aos critérios norteadores e personas criados na fase anterior do projeto.

Prototipação

Etapa em que o objetivo é a materialização das ideias selecionadas a fim de verificar sua viabilidade no contexto do projeto. A prototipação serve como forma de reduzir incertezas sobre o projeto e auxilia na escolha da melhor solução a ser implementada.

2 IMERSÃO PRELIMINAR

2.1 Pesquisa Desk

2.1.1 Cores

O uso das cores é de suma importância no desenvolvimento de um projeto de interface gráfica, segundo Heller (2014, p.3) “usar as cores de maneira bem direcionada significa poupar tempo e esforço”. Diferentes cores são capazes de despertar os mais diversos sentimentos em quem as observa, sendo dessa forma fatores determinantes no sucesso do projeto, influenciando diretamente na forma que o produto é percebido pelo usuário.

Quem trabalha com cores, como os artistas, os cromoterapeutas, os designers gráficos ou de produtos industriais, os arquitetos de interiores, os conselheiros de moda, precisam saber de que forma as cores afetam as pessoas. Embora cada um trabalhe com suas cores individualmente, os efeitos devem ser universais. Heller (2014) realizou uma pesquisa com duas mil pessoas de diferentes áreas de atuação profissional na Alemanha entre homens e mulheres com idades entre 14 e 97 anos para determinar os efeitos que as cores produzem nas pessoas.

Os resultados das pesquisas demonstram que cores e sentimentos não se combinam ao acaso nem são uma questão de gosto individual – são vivências comuns que, desde a infância, foram ficando profundamente enraizadas em nossa linguagem e em nosso pensamento. Com o auxílio do simbolismo psicológico e da tradição histórica, esclareceremos por que isso é assim. (HELLER, 2014, p.30)

Neste estudo de Heller (2014) conseguiu para determinar o efeito que as cores podem expressar. Essas cores e seu significados são descritos abaixo.

Branco

- Associação material: neve, casamento, lírio, batismo, areia clara.
- Associação afetiva: limpeza, paz, pureza, alma, divindade, ordem, infância.



Figura 1: Sala Branca

Fonte: <https://www.decorfacil.com/cor-branca/>

Preto

- Associação material: enterro, morto, sujeira, coisas escondidas e luxo.
- Associação afetiva: tristeza, melancolia, angústia, dor, intriga, poder e elegância.



Figura 2: Objetos pretos

Fonte: [.freepik.com/fotos-premium/objetos-pretos-do-escritorio-em-um-fundo-cinza-escuro-funcionam-e_18205446.htm](https://www.freepik.com/fotos-premium/objetos-pretos-do-escritorio-em-um-fundo-cinza-escuro-funcionam-e_18205446.htm)

Cinza

- Associação material: ratos, pó, neblina, máquinas
- Associação afetiva: velhice, sabedoria, passado, tristeza, aborrecimento.



Figura 3: Ambiente cinza

Fonte: <https://ideabrasil.com.br/salas-com-a-decoracao-totalmente-cinza/>

Vermelho

- Associação material: guerra, sangue, sol, mulher, feridas, perigo, fogo, rubi.
- Associação afetiva: força, energia, paixão, vulgaridade, coragem, furor, violência, calor, ação, sensualidade.



Figura 4: Maçã vermelha

Fonte: <https://www.personare.com.br/conteudo/significado-da-cor-vermelho-m5107>

Verde

- Associação material: frescor, primavera, bosques, águas claras, folhagem.
- Associação afetiva: bem-estar, saúde, paz, juventude, crença, coragem, firmeza, serenidade, natureza.



Figura 5: quadro com folhagens verdes

Fonte: <https://www.lazzari.art.br/quadros-decorativos/florais-e-natureza>

Azul

- Associação material: frio, mar, céu, gelo, águas, feminilidade.
- Associação afetiva: verdade, afeto, paz, advertência, serenidade, espaço, infinito, fidelidade, sentimento profundo.

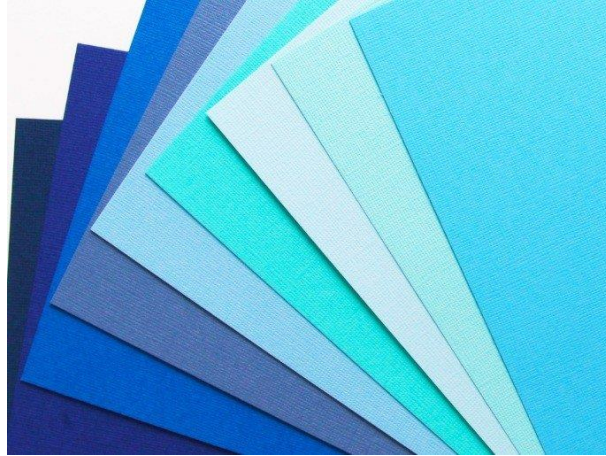


Figura 6: Paleta com tons de azul

Fonte: <https://www.significados.com.br/cor-azul/>

Magenta

- Associação material: menina, feminino, flores, primavera, doce
- Associação afetiva: calma, afeto, amor, delicadeza, suavidade, ternura



Figura 7: Planta na cor magenta

Fonte: <https://www.istockphoto.com/br/foto/objetos-magenta->

Amarelo

- Associação material: palha, luz, verão, calor de luz solar, flores grandes.
- Associação afetiva: alerta, ciúme, orgulho, egoísmo, euforia, iluminação, idealismo.



Figura 8: Girassóis

Fonte: <https://sonhoastral.com/articles/2469>

Ambrose e Harris (2009, p.16) definem os tipos básicos de cores, sendo elas:

Cores primárias: Existem dois tipos de cores primárias, aditivas e subtrativas. As primárias aditivas são aquelas obtidas pela luz o que é emitida: vermelho, verde e azul. A combinação das três produz o branco. As primárias subtrativas são aquelas associadas a subtração de luz: ciano, magenta e o amarelo, as cores de escalas usadas na impressão, denominando-se CMYK, em quadricromia a combinação das três produz o preto.

Cores secundárias: É possível produzir um conjunto de cores secundárias a partir de cada conjunto de cores primárias. As cores secundárias são criadas por meio da combinação de qualquer das duas cores primárias na mesma proporção. No espaço de cores subtrativas, as cores secundárias são vermelho, verde e azul. No espaço aditivo as cores secundárias são ciano, magenta e amarelo.

Cores terciárias: São produzidas com a combinação de uma cor secundária com a cor primária que não estava presente na secundária, o equivalente a misturar cores primárias subtrativas na proporção de 2:1 ou 1:2. As cores terciárias não são produzidas dessa maneira no processo de impressão em quadricromia, pois a adição de diferentes quantidades de cor acumula e produz o preto.

Para se comunicar com cores de modo eficiente requer a compreensão da terminologia das cores. Existem parâmetros que nos auxiliam a descrever e qualificar

a aparência de cores. De acordo com Ambrose e Harris (2009) esses parâmetros são matiz brilho e saturação.

Para projetos impressos ou digitais é necessário o uso de esquemas de cores diferentes, podendo ser eles o CMYK ou o RGB segundo o site People (2022) eles podem ser definidos da seguinte forma:

RGB: R, G e B são as iniciais de *red*, *green* e *blue* (vermelho, verde e azul). Esse sistema mostra tais cores por meio da luz de dispositivos digitais, como TVs, monitores e projetores. Uma combinação de três números, de 0 a 255, representa cada cor, sendo que o 0 é a ausência da cor e o 255 é a presença absoluta dela.

CMYK: Já esse esquema é bem comum em impressoras digitais *offset* convencionais e na indústria da imprensa, pois as cores aparecem em papel e não em telas ou monitores. O CMYK registra cores a partir das tintas: *cyan*, *magenta*, *yellow* e *black* (ciano, magenta, amarelo e preto). Aqui, várias combinações de tinta fazem as cores, mas, ao invés de números, são usadas porcentagens: quanto maior a porcentagem de tal tinta, maior será a quantidade dela na impressão.

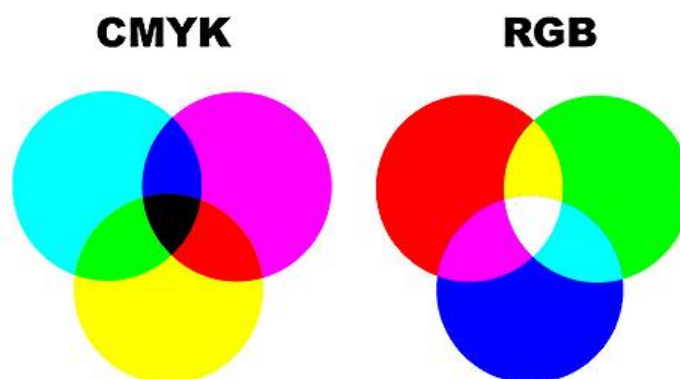


Figura 9: Cores cmyk e rgb

Fonte: <https://imprensa.ufc.br/pt/duvidas-frequentes/padrao-de-cor-rgb-e-cmyk/>

O matiz é a cor verdadeira de uma imagem ou objeto. Verde, vermelho, vinho e prata são todos matizes. Alterar o matiz muda a cor de um elemento do design, mas mantém a saturação e o brilho em seus níveis originais. (Ambrose e Harris, 2012)



Figura 10: Matiz

Fonte: Gavin Ambrose; Paul Harris

O valor (ou brilho) se refere à intensidade ou ao brilho de um matiz. O valor pode ser alterado pela mistura do matiz com diferentes quantidades de preto e de branco originais (Ambrose e Harris, 2012).

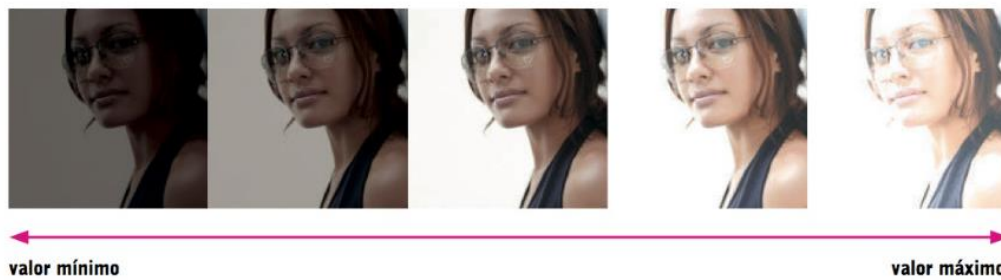


Figura 11: Valor

Fonte: Gavin Ambrose; Paul Harris

A saturação se refere à pureza cromática de uma cor e à quantidade de cinza que ela contém. Com croma máximo (ou saturação máxima) a cor não contém cinza. Tais cores são descritas como intensas, brilhantes, ricas e completas. Com baixos níveis de saturação, as cores contêm quantidades aumentadas de cinza, o que resulta em cores suaves, pálidas e sem brilho (Ambrose e Harris, 2012).



Figura 12: Saturação

Fonte: Gavin Ambrose; Paul Harris

O círculo cromático é outro conceito de grande importância para o uso das cores por designers. O círculo é o espectro de cores organizadas em uma roda que explica visualmente a teoria das cores onde as cores podem ser descritas como frias ou quentes

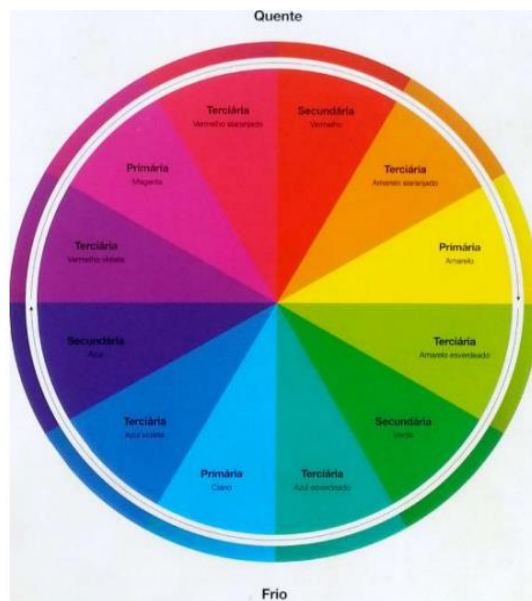


Figura 13: Círculo cromático

Fonte: Gavin Ambrose; Paul Harris

A partir das cores do círculo cromático podem ser escolhidas combinações de cores que funcionem de forma harmoniosas quando juntas, abaixo estão descritas estas possíveis combinações:

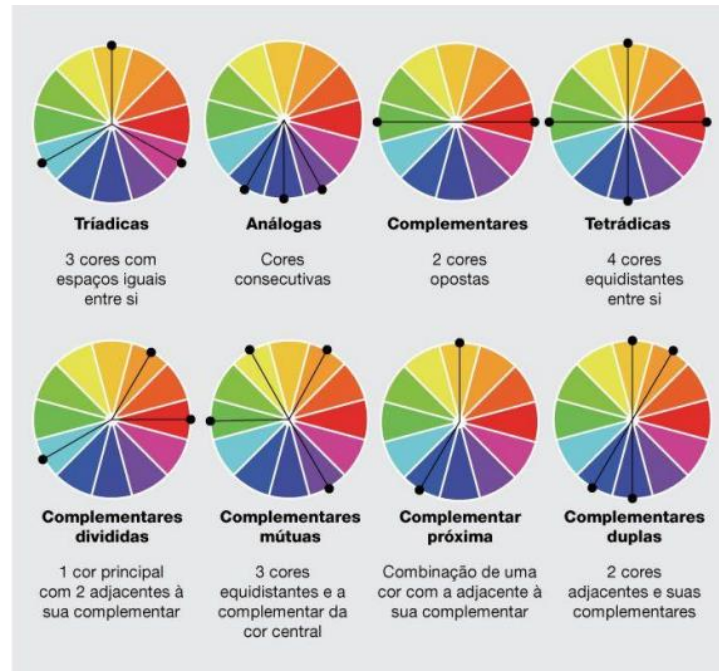


Figura 14: Combinações do círculo cromático

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/91972017376749174/>

2.1.2 Tipografia

De acordo com Ambrose e Harris (2012, p.55) “A tipografia é o meio pelo qual uma ideia escrita recebe uma forma visual”. A seleção da fonte afeta significativamente a legibilidade da mensagem, assim como a impressão de que essa mensagem passa para o leitor.

A tipografia pode produzir um efeito neutro ou despertar paixões, simbolizar movimentos artísticos, políticos ou filosóficos ou exprimir a personalidade de uma pessoa ou organização. Desenhos de tipos variam desde formas claras e distinguíveis de fácil leitura, adequadas para grandes quantidades de texto, até tipos visualmente mais fortes e atraentes usados em manchetes e anúncios publicitários. (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.55)

Tipos e famílias de tipos podem ser classificados de acordo com suas características intrínsecas, também conhecida como anatomia dos tipos, sendo elas:

- Romano: A forma básica da letra. Assim chamada porque suas origens remontam as inscrições encontradas nos monumentos romanos.

ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 nopqrstuvwxyz
 1234567890

Figura 15: Fonte romana

Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/802485227322254928/>

- Itálico: Itálico é a forma romana que tem um eixo inclinado

*ABCDEFGHIJKLMNO
 abcdefghijklmnopqrstu
 1234567890 (!@#\$%?*

Figura 16: Fonte Itálica

Fonte: <http://legionfonts.com/fonts/times-new-roman-italic>

- Fino: ou light versão mais leve da forma romana.

LOREM IPSUM DOLO
 UTINAM HABEMUS ASSUEVERIT ET EST. ELIT P
 EX EAM NUSQUAM COMMUNE. VIS EU PERPE
 LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, TE QUAESTIC
 UTINAM HABEMUS ASSUEVERIT ET EST. ELIT PERTINACIA MEA NO. AT ELI
 EX EAM NUSQUAM COMMUNE. VIS EU PERPETUA INTERESSET. UTROQUI
 LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, TE QUAESTIO DIGNISSIM REPUDIANDAI
 SED UT PERSPICIATIS UNDE OMNIS ISTE NATUS ERROR SIT VOLUPTATEM

Figura 17: Fonte light

Fonte: <https://fontsgeek.com/fonts/Classic-Roman-Light-AT-Regular>

- Negrito: versão mais leve da forma romana.

**ABCDEFGHIJKLMN
 abcdefghijklmnopqrs
 1234567890 (!@#\$%&?)**

Figura 18: Fonte negrito

Fonte: <http://legionfonts.com/fonts/times-new-roman-bold>

- Condensado: versão mais estreita da forma romana

**Lorem ipsum dolor sit
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pertin
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dign
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no. At eleifend ac
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. Utroque nomin
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudiandae eos, pri
 Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusanti**

Figura 19: Fonte condensada

Fonte: <https://fontsgreek.com/fonts/Bid-Roman-Condensed-Normal>

- Estendido: versão mais larga da forma romana

**Lorem ipsum
 Utinam habemus assueve
 Ex eam nusquam commur
 Lorem ipsum dolor sit am
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pe
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpet
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio c
 Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus**

Figura 20: Fonte romana estendida

Fonte: <https://fontsgreek.com/fonts/eurostile2-extended-roman>

- Book: Um tipo vertical que é adequado para textos longos, como livros.

Lorem ipsum dolor

Utinam habemus assueverit et est. Elit p
Ex eam nusquam commune. Vis eu perpe
Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio

Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no. At elei
Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. Utroque
Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudiandae
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem ac

Figura 21: Fonte book

Fonte: <https://fontsgreek.com/fonts/Meta-Book-Roman>

Devido a grande quantidade de tipos disponíveis se torna necessário um sistema de classificação de tipos para facilitar as especificações de um projeto. A classificação baseia-se em características anatômicas. Podemos dividir os tipos em quatro categorias básicas: góticos, romanos, grotescos e escriturais (SANDER e MCCORMICK, 1993, apud AMBROSE e HARRIS, 2011, p.35)

De acordo com Ambrose e Harris (2011, p.36) categoria “góticos” (ou blackletter) abrange faces baseadas na escrita de mão praticada na Alemanha; “romanos” abriga todos os tipos serifados; “grotescos” contém os tipos sem serifa; e, finalmente, “escriturais” engloba faces que imitam a escrita de mão.

Fontes góticas se baseiam no estilo de escrita ornamentada predominante no período da idade média. Passam a impressão de serem pesadas e antiquadas, em grandes blocos a legibilidade é prejudicada. Geralmente têm função semelhante à de escriturais decorativas ou capitulares devido à complexidade das formas das letras.



Figura 22: Fonte gótica

Fonte: Gavin Ambrose; Paul Harris

O tipo romano tem letras e serifas proporcionalmente espaçadas, e foi originalmente derivado de inscrições romanas. É o tipo mais legível, comumente

usados para textos longos. As serifas decorativas das faces romanas ajudam o olho a seguir a trilha entre as letras, e este é o motivo pelo qual elas são normalmente utilizadas em textos longos.



Romana

Figura 23: Fonte romana

Fonte: Gavin Ambrose; Paul Harris

Tipos grotescos, também conhecidos como sem serifa, lineais ou bastão, não têm os detalhes decorativos que caracterizam os tipos romanos. Seu design limpo e simples sem a presença das serifas os torna ideais para trechos de texto curto ou títulos, mas pode dificultar a leitura em textos longos.



Grotesca

Figura 24: Fonte grotesca

Fonte: Gavin Ambrose; Paul Harris

Faces escriturais são projetadas para imitar a letra de mão, de modo que, quando impressos, os caracteres pareçam estar unidos. Assim como na escrita manual humana.



Figura 25: Fonte escritural
Fonte: Gavin Ambrose; Paul Harris

Tipos escriturais são projetados para imitar a letra de mão, de modo que, quando impressos, os caracteres pareçam estar unidos. Assim como na escrita manual humana. Não são classificados nem como romanos nem como grotescos, porém podem compartilhar características com ambos. Seu uso costuma ser limitado à inserção de detalhes decorativos, como marcas ou legendas.

2.1.3 Jogos de tabuleiro

De acordo com o blog Copag (2022) as primeiras formas de jogos de tabuleiro foram encontradas em tumbas egípcias. Depois, surgiram os jogos de xadrez (inventado no século VI d.C.) e damas, que têm suas raízes na Índia e na China, respectivamente. Inicialmente seu uso era voltado para aprendizagem e rituais religiosos. Com o tempo se tornaram uma popular forma de entretenimento entre familiares e amigos pela sua característica social.

Com o passar dos anos, os jogos de tabuleiro evoluíram para atender às necessidades da sociedade. No século XIX, por exemplo, Monopoly e Jogo da Vida estavam em alta. Já na década de 1970, *Dungeons & Dragons* (RPG de mesa) eram jogos populares de entretenimento entre jovens e adultos.



Figura 26: Jogos de tabuleiro clássicos

Fonte: shopee.com.br/Jogos-De-Tabuleiro-6x1-em-Madeira-Xadrez

Atualmente, a diversidade de jogos de tabuleiro é grande. Jogos clássicos como xadrez, damas, dominó e gamão ainda são amplamente jogados; mas os mais modernos também ganharam espaço, como aqueles focados em estratégia, construção e exploração.

É possível definir os jogos de tabuleiro como sendo formas tradicionais de jogos que contam com um tabuleiro, outros adereços como dados ou cartas e que, por meio de regras e instruções, indicam como funciona cada jogo (Copag, 2022).

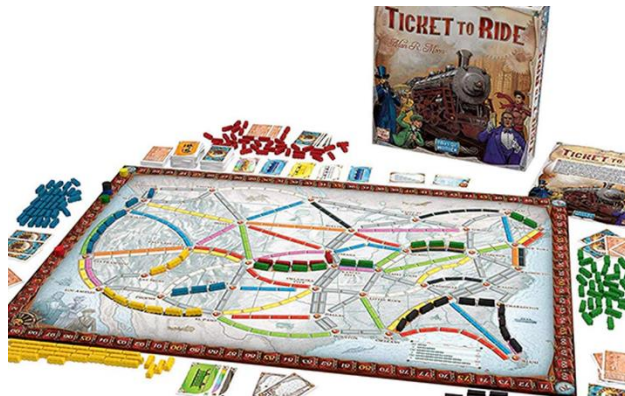


Figura 27: Jogo de tabuleiro moderno

Fonte: <https://www.flyingjack.com.br/quais-os-melhores-jogos-de-tabuleiro-para-iniciantes/>

Segundo o site mktesports é possível definir os jogos de tabuleiro como sendo formas tradicionais de jogos que contam com um tabuleiro, outros adereços como dados ou cartas e que, por meio de regras e instruções, indicam como funciona cada jogo.

Devido a grande variedade de jogos atualmente e suas diferentes regras se mostra difícil a definição de como funcionam os jogos de tabuleiro, porém, de forma

geral costumam contar com a presença de um tabuleiro, sobre o qual o jogo se desenvolve, e peças que são usadas para auxiliar na partida, como dados, cartas ou peças desenvolvidas exclusivamente para o jogo.

Em 2018 foram lançados mais de cinco mil jogos de tabuleiro originais em todo o mundo, sendo que trezentos e treze deles também tiveram versões brasileiras, de acordo com dados do site *boardgame Geek*. Uma das táticas para atrair novos públicos é o licenciamento de grandes franquias para a adaptação de jogos, mas vai além de escolher uma série de sucesso e lançar uma versão temática; ao longo dos últimos anos, grandes títulos do mundo *geek* ou até da cultura pop vem ganhando jogos com mecânicas mais próximas de seus enredos.

Os jogos de tabuleiros são naturalmente relacionados com ambientes familiares e atividades entre pais e filhos. Mas pela maior complexidade dos títulos modernos, estes, têm se estabelecido entre o público mais adulto, segundo o site (entretenimento.uol, 2022).



Figura 28: Jogo de tabuleiro dixit

Fonte: mundogalapagos.com.br/jogo-de-tabuleiro-criativo-dixit/produto/DIX301

Em razão da atual grande variedade de jogos disponíveis no mercado os mesmos acabaram sendo divididos em gêneros ou tipos, que possuem características similares entre si. Segundo publicação do blog *Deveserisso* (2016) eles podem ser categorizados da seguinte forma:

Jogos modernos de tabuleiro: são aqueles que não passaram por séculos de evolução em suas regras como o Xadrez ou Damas. Esses jogos são assinados

por um autor ou por um fabricante. Os primeiros jogos modernos foram inventados no século 18, mas foi somente no século 20 que passaram a ser lançados em grande número. Dentre os jogos modernos é possível dividi-los ainda em dois subgêneros:

- Jogos de tabuleiro estilo alemão (ou europeu): É um estilo de jogo que surgiu com o jogo alemão de Klaus Tueber, chamado *Colonizadores de Catan* em 1995. É o jogo que deu origem a nova popularidade dos jogos de tabuleiro. Esse gênero de jogos tem regras simples, tempo de jogo curto ou médio (entre 30 e 60 minutos), alto nível de interação entre os jogadores, e elementos gráficos atrativos. Não dando tanto valor a sorte e ao conflito direto entre jogadores, dando prioridade à estratégia. Utilizam pouco os temas militares, e normalmente mantém todos os jogadores na mesa até o final de cada partida.

- Jogos de tabuleiro estilo americano: Diferentemente dos jogos do estilo alemão, os jogos desse estilo são mais antigos e costumam contar com regras mais complexas, podem ter o tempo de uma partida indo de 3 horas até dias de duração, os jogadores podem ser eliminados durante o jogo, o dado tem muita influência sobre os resultados e os conflitos direto entre jogadores costumam ser comuns. A maioria dos jogos de guerra se enquadra nesse estilo.

- Jogos do tipo abstrato: são aqueles que não podem ter elementos aleatórios ou informações ocultas. Esse tipo de jogo, apesar de em muitos casos serem simples em seu funcionamento, são por vezes bastante estratégicos. O jogo de Xadrez, Damas e Gamão são exemplos desse estilo.

2.1.4 Luderias - Lojas físicas

A palavra “ludus” vem do latim e significa “jogar e brincar” segundo o blog Ludoramateste. Luderia foi o termo criado para classificar esse novo tipo de empreendimento, que mistura produtos e serviços tradicionais de bares com o ambiente lúdico de jogos tradicionais do mundo inteiro. A proposta das luderias é resgatar uma forma de diversão antiga de reunir os amigos e família presencialmente para jogar, oferecendo a venda e aluguel de jogos de tabuleiros, juntamente ao espaço físico do estabelecimento para jogá-los.

Estes estabelecimentos comumente cobram um valor de entrada, onde o cliente tem acesso a biblioteca de jogos disponíveis na loja pelo tempo de sua permanência. Muitas lojas também oferecem a opção de alugar um jogo desejado e levá-lo para casa, com data de retorno previamente determinada. Além de também ser comum a venda de comidas e bebidas, devido ao maior tempo de permanência dos clientes no local.

De acordo com o site da Ludus Luderia, a primeira ludeira do Brasil, tendo sido inaugurada em 2007, uma ludeira se intitula como “bar/café/restaurante especializado em jogos de tabuleiro” contando com uma biblioteca vasta e monitores para ensinar as regras dos jogos.

2.1.4.1 Ludo Quest

A loja Ludo Quest localizada em Volta Redonda/RJ, cliente do projeto, se define em seu site como sendo uma “Loja voltada para o mundo *Nerd* e *Geek*, dedicada a locação de espaço e de jogos”. Contam com mais de cem jogos de tabuleiro, para jogadores mais casuais, competitivos e famílias. Possuindo instrutores para auxiliar e ensinar a jogar os jogos do acervo. A loja conta com jogos de tabuleiro, RPG e jogos de cartas.



Figura 29: Interior loja ludo quest.

Fonte: <https://restaurantguru.com.br/Ludo-Quest-Volta-Redonda>

Possuem opções de lanches e bebidas servindo também como um bar ou café. A loja também conta com a venda dos jogos de tabuleiro e de cartas além de acessórios para eles.

Para o aluguel de jogos na loja é cobrado um valor fixo diário por pessoa, que lhe permite ter acesso a todos os jogos da biblioteca da loja. O espaço conta ainda com a possibilidade de alugar jogos e levá-los para casa, onde é cobrado o valor de acordo com a quantidade de jogos alugados e o tempo de permanência até a devolução.



Figura 30: Fachada loja ludo quest.

Fonte: <https://restaurantguru.com.br/Ludo-Quest-Volta-Redonda>

A loja também pode ser encontrada na internet por meio do site e das redes sociais, sendo eles, o site, em que na sua tela inicial apresenta a barra de pesquisa, a possibilidade de criar uma conta, o carrinho de compras, diversas abas de organização de produtos que a loja oferece e embaixo, uma série de produtos organizados em fila por tipo como boardgame, cartas do jogo Magic, etc.

Boardgame

Boardgame

Black Stories: Jônior: Gree...
R\$ 49,90

KeyForge: O Chamado De...
R\$ 79,90

STAR WARS PALÁCIO DO...
R\$ 119,99

Harry Potter: Desafio das...
R\$ 29,90

Munchkin 3: Erros Cléricos...
R\$ 79,99

Clássicos: COPMG
R\$ 99,90

Munchkin 5 - Centauros e...
R\$ 79,90

Produtos Selados Magic the Gathering

Booster Avulso - Marcha d...
R\$ 49,90

Commander Collection...
R\$ 79,90

Secret Lair - Wizards of the...
R\$ 119,99

Secret Lair - More Boonies...
R\$ 79,90

Deck Inicial de Commander...
R\$ 79,90

Playmat - Grand Prix Mexi...
R\$ 99,90

Deck de Commander...
R\$ 79,90

Colecionáveis

Pop! Dr. Ian Malcolm #547
R\$ 99,91

Masters of the Universe ...
R\$ 199,90

Masters of the Universe ...
R\$ 249,90

Harry Potter: Nano Metall...
R\$ 69,90

Funko Pop Beetlejuice ...
R\$ 399,99

Funko Pop Krombolopus...
R\$ 199,60

Masters of the Universe ...
R\$ 299,90

Figura 31: Página inicial site Ludo Quest

Fonte: <https://www.ludoquest.com.br>

Mais abaixo, ainda na mesma página inicial, o site apresenta informações mais técnicas sobre a loja, como endereço, horário de funcionamento e contatos.

ATENDIMENTO AO CLIENTE

- Fale Conosco
- Perguntas Frequentes
- Busca Avançada
- Navegue pelo Site

CONTATO

Avenida Dezessete de Julho, 381 -
Atterado
Volta Redonda/RJ

(24) 98138-0010

ludoquestcontato@gmail.com

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

- Segunda:** 14:00 - 22:00
- Terça:** 14:00 - 22:00
- Quarta:** 14:00 - 22:00
- Quinta:** 14:00 - 22:00
- Sexta:** 14:00 - 22:00
- Sábado:** 14:00 - 22:00
- Domingo:** FECHADO

Figura 32: Informações técnicas site

Fonte: <https://www.ludoquest.com.br>

Ao selecionar um produto, a tela que aparece é a que mostra informações sobre ele, o preço e a opção de comprar, que por sua vez, adiciona o produto ao carrinho do usuário.

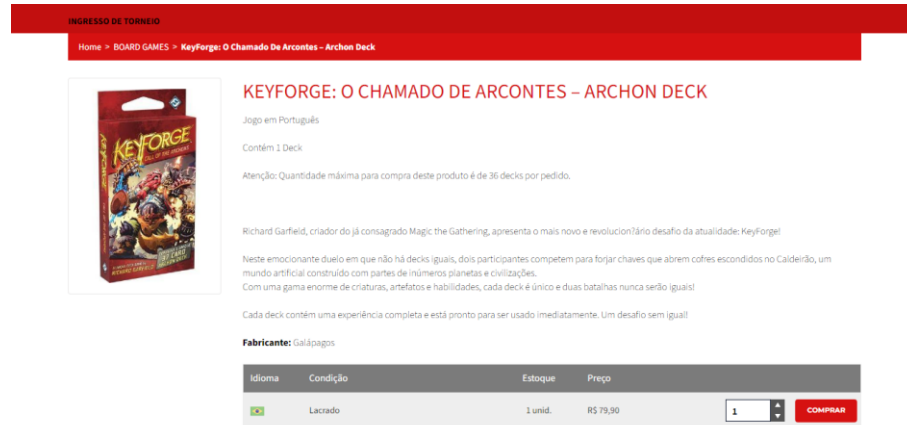


Figura 33: Tela do produto

Fonte: <https://www.ludoquest.com.br>

A tela do carrinho de compras se apresenta dessa forma, com os produtos do carrinho posicionados do lado esquerdo, e a direita, as informações do usuário são solicitadas para efetuar a compra.

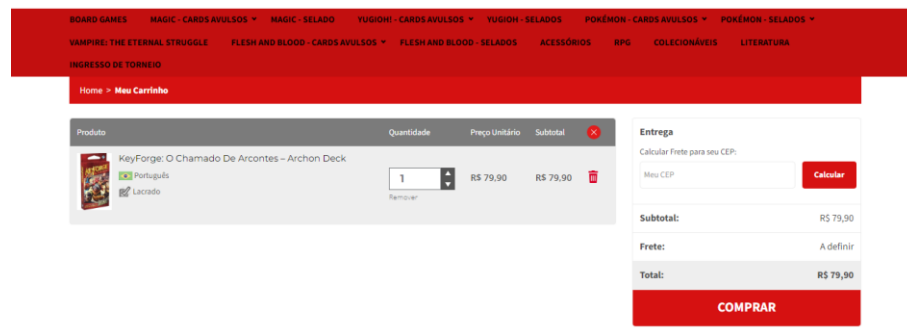


Figura 34: Tela do carrinho de compras

Fonte: <https://www.ludoquest.com.br>

A tela de cadastro do site pode se apresentar de duas formas, a primeira é na própria tela inicial do aplicativo, se o usuário posicionar o mouse em cima da opção de cadastro, aparece um balão onde ele pode colocar as informações e entrar de forma rápida. Já a segunda forma é acessada se o usuário clicar na opção de

cadastro, e a tela aparente se torna a que dá a opção de entrar com uma conta ou de criar uma conta.

The image shows a web page for Ludo Quest with a login and registration overlay. The overlay is a white box with a red header that says "Bem-vindo à Ludo Quest". It contains two input fields: "E-mail ou Login" and "Senha". Below these are two red buttons: "Login" and "Cadastre-se". At the bottom of the overlay is a dark grey button that says "Recuperar senha". The background of the page is red with white text. At the top, there is a search bar, a user icon with the text "Faça seu login ou Cadastre-se", and a shopping cart icon with a red notification bubble. The page also features a navigation menu with categories like "BOARD GAMES", "MAGIC - CARDS AVULSOS", "MAGIC - SELADO", "YUGIOH - CARDS AVULSOS", "YUGIOH - SELADOS", "POKÉMON - CARDS AVULSOS", "POKÉMON - SELADOS", "VAMPIRE: THE ETERNAL STRUGGLE", "FLESH AND BLOOD - CARDS AVULSOS", "FLESH AND BLOOD - SELADOS", "ACESSÓRIOS", "RPG", "COLECIONÁVEIS", and "LITERATURA". A breadcrumb trail at the bottom of the overlay reads "Home > Identificação".

Figura 35: Tela de cadastro

Fonte: <https://www.ludoquest.com.br>

A loja pode ser encontrada no instagram também, onde eles postam publicações sobre o movimento na loja, torneios, eventos e até brincadeiras dos vendedores com os clientes e datas comemorativas. Na bio da página se encontra informações da loja, como endereço e até o link para o site, mas ela também apresenta informações sobre eles e os produtos nos destaques que são encontrados logo abaixo a bio da página.

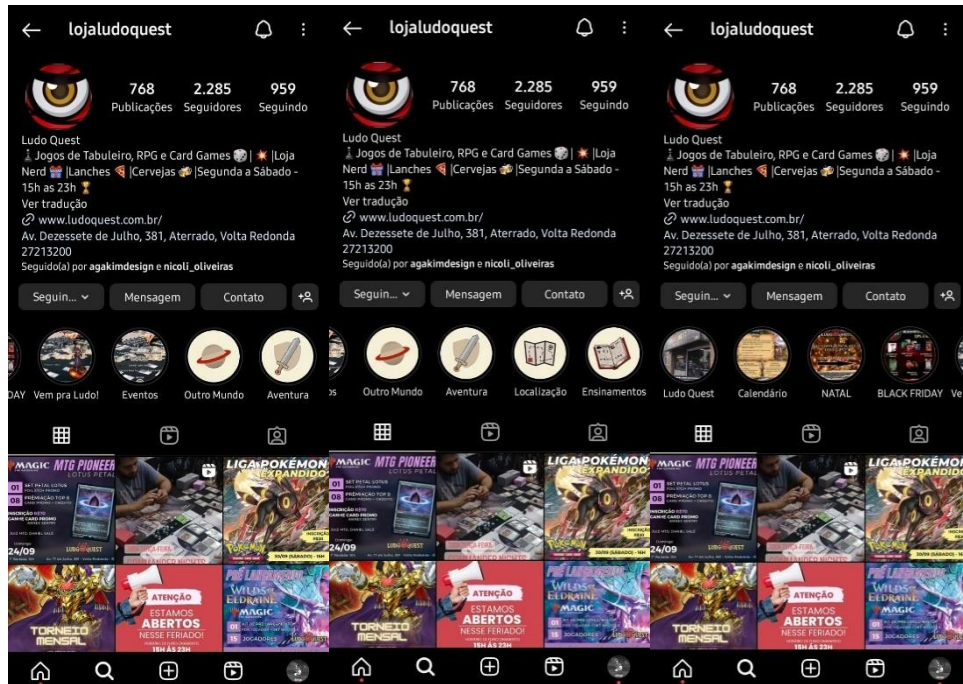


Figura 36: Instagram Ludo Quest

Fonte: <https://www.instagram.com/lojaludoquest/>

É possível encontra a loja no facebook, e, assim como o instagram, sua página apresenta informações sobre a loja física e virtual, como localização e o endereço do site, além de posts sobre produtos, torneios e promoções.



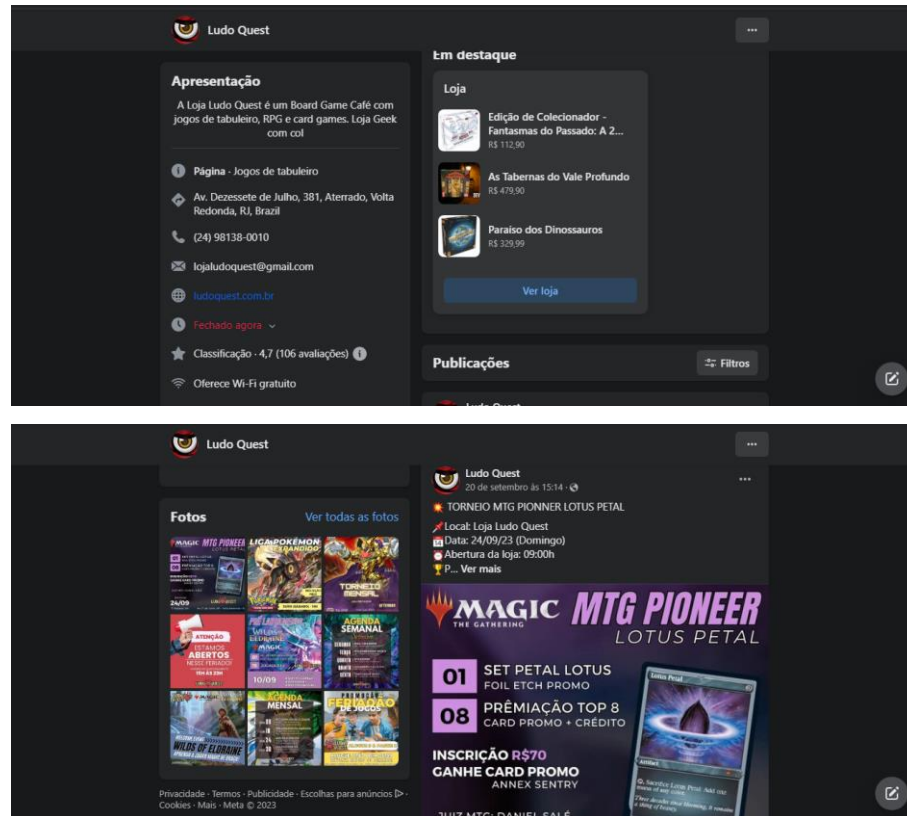


Figura 37: Pagina Facebook Ludo Quest

Fonte: <https://www.facebook.com/lojaludoquest>

2.1.5 Aplicativos

O uso de aplicativos como forma de simplificar a vida das pessoas na sociedade já é uma realidade, há cada vez mais soluções para atividades do dia a dia através do uso de aplicativos, como solicitar transporte, pedir refeições, agendamento de serviços, controle de finanças, entretenimento e entre outras. Segundo publicação do blog IPM (2021), de acordo com o relatório móvel global, o *Mobile Globe Report*, os usuários têm passado mais tempo conectados à internet a partir dos seus celulares, do que através de outros dispositivos. Além disso os países que apresentam maiores médias no tempo das suas conexões, são aqueles que contam com uma experiência positiva no uso de aplicativos móveis.

No cenário brasileiro a situação não é diferente, de acordo com pesquisa realizada pelo Grupo Globo e publicada no site Gente.Globo (2021).

O período da pandemia tem sido um catalisador para o processo de migração para o ambiente digital pelos brasileiros. Com um crescimento vertiginoso em 2020, o smartphone assumiu o papel de principal dispositivo eletrônico, chegando a 87% da população com quatro anos ou mais - um salto de 21 pontos percentuais em relação ao ano anterior

O desenvolvimento de aplicativos pode ser definido, de acordo com publicação do site IBM como: “processo de criação de software para *smartphones*, *tablets* e assistentes digitais.” O programa pode já vir instalado no aplicativo ou ser baixado através da loja de aplicativos do dispositivo. As linguagens de programação mais comuns para esse tipo de desenvolvimento incluem Java, Swift, C# e HTML5. Esse processo de desenvolvimento costuma envolver profissionais de diferentes disciplinas, entre elas negócios, marketing, design e engenharia.

Como descrito por Guimarães e Sousa (2016, p.278): Os projetos de Arquitetura de Informação para dispositivos móveis devem seguir o princípio da melhoria contínua conforme descritos por Firtman (2013) que incluem:

Promover conteúdo básico e acessível a todos os tipos de aparelhos; proporcionar funcionalidade básica e acessível a todos os navegadores; contemplar a semântica em todo conteúdo; oferecer layout aprimorado através do CSS (guia de estilos) vinculado externamente; utilizar o JavaScript para aprimoramento do comportamento dos usuários; e respeitar as preferências de navegador adotadas por eles.

Os autores também listam as recomendações de Firtman quanto a navegação conforme descrita abaixo:

- A. Definir e ordenar as tarefas mais utilizadas pelos usuários através das
- B. Informações coletadas ou de testes de usabilidade;
- C. Manter a consistência visual com o site convencional;
- D. Permitir aos usuários a realização de uma atividade em no máximo três toques;
- E. Limitar, em cinco, o número de seções abaixo da página inicial;
- F. Oferecer mecanismos de navegação, como o botão “voltar”.

N	Recomendações
1	Evitar a rolagem horizontal
2	Utilizar a <i>Web Responsive Design</i> para promover o melhor projeto possível em diferentes cenários, como as mudanças de orientação ou tamanho da tela
3	Reduzir a quantidade de textos
4	Utilizar fontes legíveis em todo tipo de tela e aparelho
5	Utilizar cores para separar as seções
6	Manter o número total de <i>links</i> em no máximo 15 por página
7	Fornecer o <i>link</i> “ir para o topo” no rodapé
8	Utilizar todo o espaço da tela para o conteúdo
9	Fornecer os recursos mais utilizados pelos usuários no topo da tela
10	Minimizar a quantidade de entrada de textos necessária por parte dos usuários
11	Preservar o histórico e configurações dos usuários com a finalidade de prever suas ações
12	Utilizar cores que favoreçam a navegação do usuário em qualquer ambiente que esteja, seja um lugar com má iluminação, nos transportes públicos ou na praia à luz do sol
13	Fornecer diferentes estilos para dispositivos sensíveis ao toque
14	Utilizar listas em vez de tabelas
15	Oferecer itens de acessibilidade
16	Proporcionar a melhor experiência possível, independentemente do aparelho que o usuário estiver utilizando
17	Utilizar imagens coloridas em alta definição
18	Ocultar a barra de URL para que se tenha mais espaço no <i>app</i>
19	Seguir padrões de navegação que são convencionais aos usuários em telas sensíveis ao toque
20	Fornecer <i>feedback</i> rápido quando o toque é aceito

Figura 38: Recomendações para dispositivos móveis

Fonte: Guimarães e Souza (2016, p.279)

Gabriel Moma (apud Jakob Nielsen) afirma que as 10 heurísticas servem como guia para a criação de um aplicativo funcional para o usuário, essas heurísticas são diretrizes para avaliar a usabilidade de interfaces de usuário e identificar problemas de design, sendo elas:

Visibilidade do status do sistema: O sistema deve manter os usuários informados sobre o que está acontecendo, fornecendo feedback adequado em tempo razoável. Isso ajuda os usuários a entenderem o que está acontecendo nos bastidores enquanto interagem com a interface.

Correspondência entre o sistema e o mundo real: A linguagem, os conceitos e as convenções utilizados na interface devem refletir o mundo real do usuário, tornando a aprendizagem e a utilização mais intuitivas. Isso evita que os usuários tenham que aprender terminologias e conceitos complexos.

Controle e liberdade do usuário: Os usuários devem ter a capacidade de desfazer ações indesejadas e explorar o sistema sem enfrentar consequências irreversíveis. Isso dá aos usuários a confiança para experimentar sem medo de cometer erros.

Consistência e padrões: Elementos e ações similares devem ser consistentes em todo o sistema. Isso reduz a curva de aprendizado, pois os usuários podem aplicar conhecimentos adquiridos em uma parte do sistema para outras partes.

Prevenção de erros: O sistema deve ser projetado de forma a minimizar a ocorrência de erros e, quando ocorrerem, fornecer meios de identificação, prevenção e recuperação eficazes.

Reconhecimento em vez de memorização: As ações e opções devem ser visíveis e reconhecíveis, em vez de dependerem da memorização. Isso permite que os usuários tomem decisões informadas sem ter que lembrar informações complexas.

Flexibilidade e eficiência de uso: O sistema deve atender tanto a usuários novatos quanto a usuários experientes, permitindo que os últimos realizem tarefas com maior rapidez através de atalhos ou funcionalidades avançadas.

Estética e design minimalista: Os diálogos e informações exibidos na interface devem ser relevantes e não sobrecarregarem os usuários com excesso de informações ou opções desnecessárias.

Ajuda os usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar-se de erros: Em caso de erro, o sistema deve fornecer mensagens claras e orientações sobre como corrigi-los. Isso ajuda os usuários a entenderem o problema e a encontrar uma solução.

Ajuda e documentação: O sistema deve fornecer informações claras e relevantes para ajudar os usuários a entenderem o funcionamento do sistema e a realizarem suas tarefas. No entanto, a interface deve ser projetada de forma que a ajuda seja necessária apenas em situações complexas.

2.1.5.1 UX & UI

UI se trata da abreviação de *user interface*, em português interface do usuário é a área abordada no design de interfaces. UI “trata-se de uma área voltada a criar interfaces mais fáceis e amigáveis [...] é um mecanismo que guia o usuário pelas interfaces visuais, ou seja, sua aplicação durante o tempo em que ele a utiliza” (DIGITALHOUSE, 2022). É a interface e a forma como o usuário irá interagir. “Os

elementos principais de uma interface podem ser resumidos a partir de quatro pilares: botões, tipografia, ícones e cores”. (DIGITALHOUSE, 2022)

O design de interface é o recurso que conduz a interação do ser humano com um produto. O trabalho do designer de interface vai além do entendimento do problema do usuário e suas necessidades. Este tipo de design envolve o conhecimento técnico e estético para a construção de ferramentas funcionais.

Na prática, o design de interface diz respeito à parte visual, à usabilidade, arquitetura da informação, navegação, transição de telas. Ou seja, todos os recursos que incrementam e melhoram a forma como o usuário lida com o produto. (AGENCIADUO, 2022)

Já UX é a abreviação de *user experience*, em português, experiência do usuário. Consiste na experiência gerada com as interações de um usuário com determinada solução ou produto de uma marca. Considerando a transformação digital pela qual as empresas estão passando nos últimos tempos, o conceito de Experiência do Usuário passou a ser bastante aplicado nas soluções digitais, como uso de sites e aplicativos móveis. A ideia é, por exemplo, garantir que o uso de sites, aplicativos, softwares, entre outras soluções, aconteça de maneira fluida, sem obstáculos ou dificuldades. (ZENDESK, 2022)

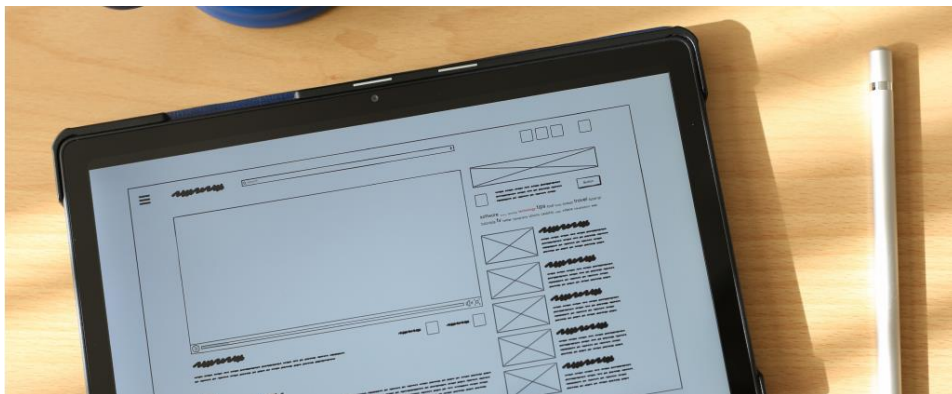


Figura 39: Desenvolvimento de interface.

Fonte: <https://awari.com.br/ux-ui-vs-product-design>

Em publicação no site Agenciaduo (2022) “A avaliação da experiência do usuário não é subjetiva ou simplesmente uma questão de gosto. A norma ISO 9241 descreve a prática de forma objetiva e clara.” De acordo com a norma, para verificar o nível de usabilidade de uma interface, deve-se avaliar os seguintes elementos: eficácia, eficiência e satisfação.

Por eficácia entende-se que a tarefa que se pretende executar deve ser realizada de forma correta e completa. Em outras palavras, se o aplicativo ou site desempenha a função a que se propõe quando o usuário a solicita.

A eficiência diz respeito aos recursos utilizados para que a tarefa seja desempenhada. Ou seja, desde o dinheiro e tempo utilizados para desenvolver a funcionalidade, até a quantidade de memória que ela gasta para ser executada. Assim, para um design eficiente, determinadas funcionalidades devem reduzir ao mínimo os recursos empregados.

Satisfação diz respeito ao conforto e facilidade que o usuário tem ao usar a ferramenta. É a diretriz em que se analisa se a navegação é intuitiva, as funcionalidades estão bem exibidas e cada comando é bem explicado.

Segundo o site Awari (2022), para se construir um bom design de interface é preciso considerar ainda outros pontos:

- O público que utiliza aquela interface.
- O principal objetivo da tela.
- Clareza e objetividade da tela.
- Construção do fluxo de acesso.
- Acessibilidade de telas.
- Definição de cores.
- Definição dos botões.
- Definição dos textos.

Ainda segundo o site, uma vez bem construído, o design da interface deve ser capaz de:

- Melhorar o fluxo de telas.
- Facilitar a usabilidade.
- Tornar os processos mais rápidos.
- Evitar dúvidas por parte dos clientes/consumidores.
- Melhorar a experiência do usuário como um todo.



Figura 40: Representação gráfica UX&UI.

Fonte: medium.com/@maryjane.9777/ux-vs-ui-design-an-easy-to-digest-primer

Ingran (apud Medium.com) mostra que, quando se desenvolve um aplicativo, é necessário conhecer e entender os limites do polegar do usuário na tela em que o aplicativo se encontra, no caso, o celular. Pode-se ver a seguir respectivamente a área de facilidade de acesso do dedo na tela do celular usando a mão esquerda, usando as duas mãos e usando apenas a mão direita.

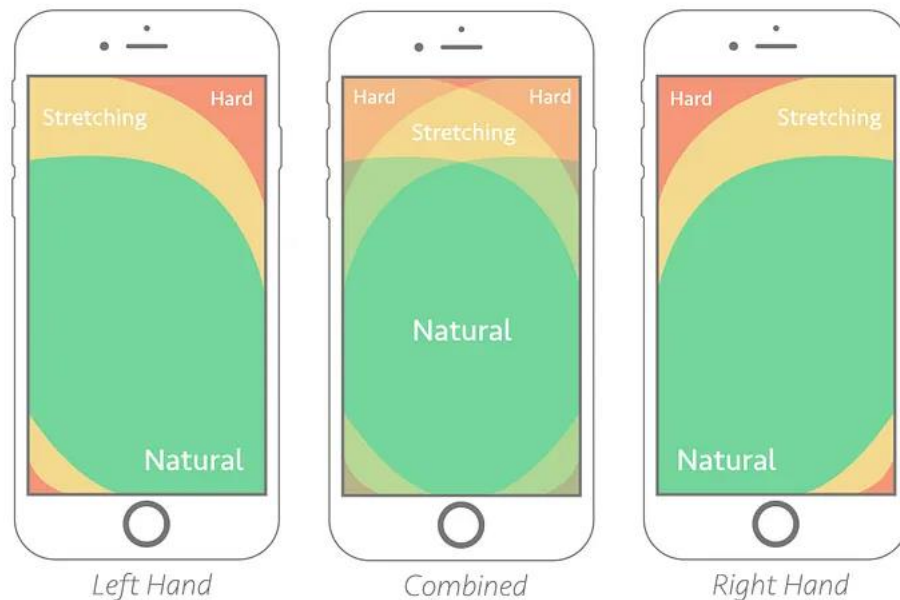


Figura 41: Representação de acesso do polegar na tela do celular

Fonte: medium.com/ux-everywhere/zona-polegar-desenhando-para-usuários-de-smartphones-97098792ab20

Segundo ele, também, cada elemento existente no aplicativo deve ser pensado de acordo com o acesso, por exemplo, uma caixa de funções do aplicativo

precisa se encontrar dentro dos limites, tendo suas funções mais importantes localizadas nos espaços mais acessíveis, e é recomendável que nenhuma função, mesmo que menos importante, se encontre em alguma área de difícil acesso para os dedos, como o exemplo da imagem a seguir, onde a opção de cancelar se encontra fora da zona de acesso, assim como o “X” que fecha a caixa de opções, para acessar essas funções, o usuário necessitaria esticar o dedão, o que pode causar um desconforto desnecessário em um aplicativo planejado.

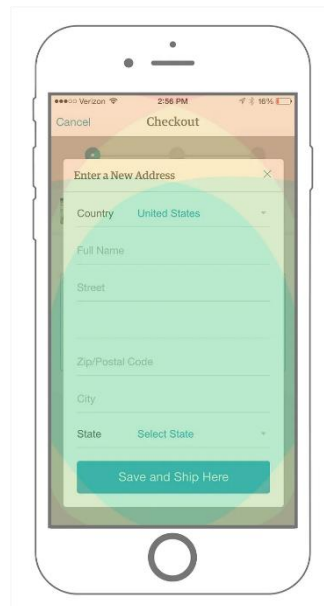


Figura 42: Representação de acesso do polegar na tela do celular

Fonte: medium.com/ux-everywhere/zona-polegar-desenhando-para-usuários-de-smartphones-97098792ab20

3. IMERSÃO EM PROFUNDIDADE

3.1 Entrevistas

Com o objetivo de conhecer o público-alvo do aplicativo e chegar a uma melhor solução para o projeto foi realizado um questionário constituído de perguntas de interesses dos possíveis usuários do produto.

A entrevista foi realizada através do *Google Formulários*, ficando disponível do dia 27 de agosto de 2023 até o dia 13 de setembro de 2023, contando com 30 participantes. Foram obtidos os seguintes resultados:

Dos entrevistados, 70% jogam jogos de tabuleiro, 26,7% já jogaram. O restante dos entrevistados que nunca haviam jogado e não faziam parte do público-alvo tiveram a pesquisa encerrada e não responderam o restante das perguntas.

Gráfico 1: Pesquisa de preferências do público-alvo

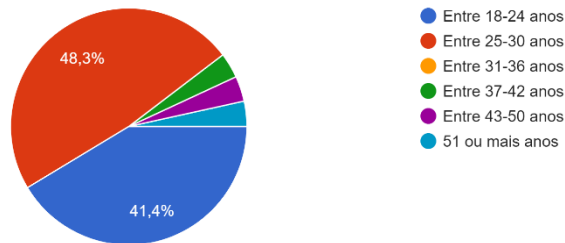


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

Referente a idade dos entrevistados, 48,3% têm entre 25 e 30 anos, enquanto 41,4% têm entre 18 e 24 anos. Estas serão as faixas etárias trabalhadas como público-alvo do projeto.

Gráfico 2: Pesquisa de preferências do público-alvo

Qual sua idade?
29 respostas

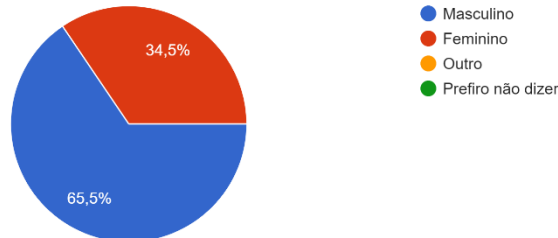


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

65,5% dos entrevistados se identificam como pertencentes ao sexo masculino, enquanto 34,5% se identificam com o sexo feminino.

Gráfico 3: Pesquisa de preferências do público-alvo

Qual gênero você se identifica?
29 respostas

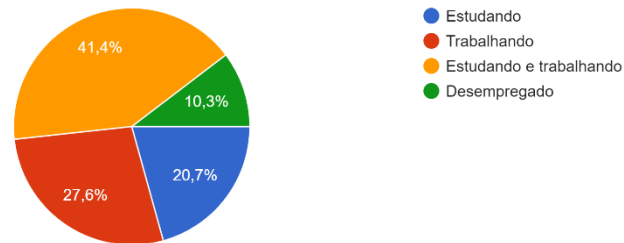


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

Dentre os participantes 41,4% estudam e trabalham, 27,6% somente trabalham, 20,7% apenas estudam e 10,3% estão desempregados.

Gráfico 4: Pesquisa de preferências do público-alvo

Qual sua atual ocupação?
29 respostas

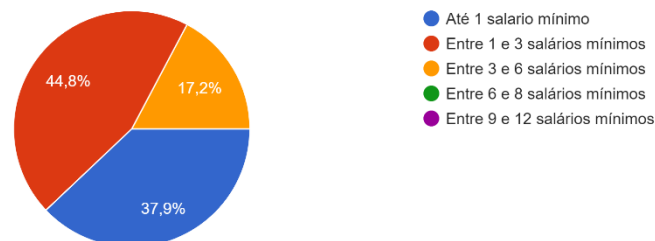


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

44,8% dos participantes possuem renda mensal entre 1 e 3 salários-mínimos, 37,9% de até 1 salário mínimo, e 17,2% entre 3 e 6 salários mínimos.

Gráfico 5: Pesquisa de preferências do público-alvo

Qual sua renda mensal atualmente?
29 respostas

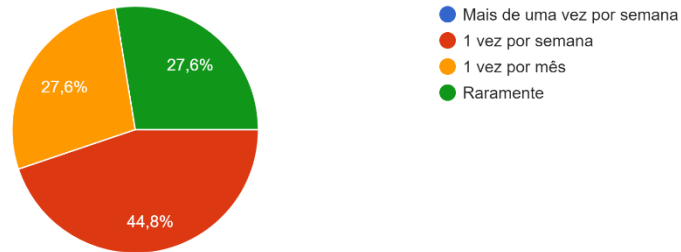


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

Dos participantes 44,8% jogam 1 vez por semana, 27,6% 1 vez por mês e 27,6% jogam raramente.

Gráfico 6: Pesquisa de preferências do público-alvo

Com que frequência você costuma jogar jogos de tabuleiro?
29 respostas

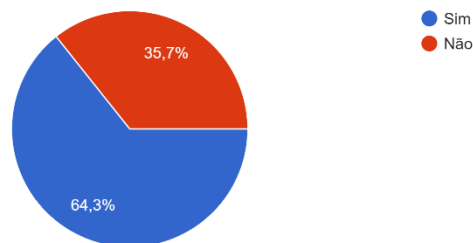


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

64,3% conhecem lojas físicas destinadas a venda ou aluguel de jogos de tabuleiro. 35,7% não conhecem.

Gráfico 7: Pesquisa de preferências do público-alvo

Você conhece lojas físicas que vendam ou aluguem jogos de tabuleiro?
28 respostas

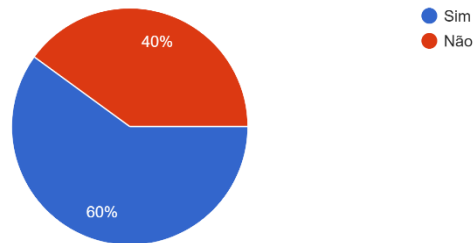


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

Dos participantes que conheciam lojas físicas de aluguel ou venda de jogos de tabuleiro, 50% disseram frequentar essas lojas, enquanto 40% não as frequentam.

Gráfico 8: Pesquisa de preferências do público-alvo

Caso tenha respondido sim à pergunta anterior, você costuma frequentar essa(s) loja(s)?
25 respostas

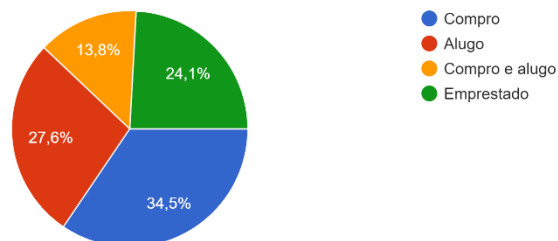


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

34,5% dos entrevistados compram os jogos de tabuleiro, enquanto 27,6% os alugam e 24,1% pegam emprestado.

Gráfico 9: Pesquisa de preferências do público-alvo

Quando você joga jogos de tabuleiro como tem acesso aos jogos?
29 respostas

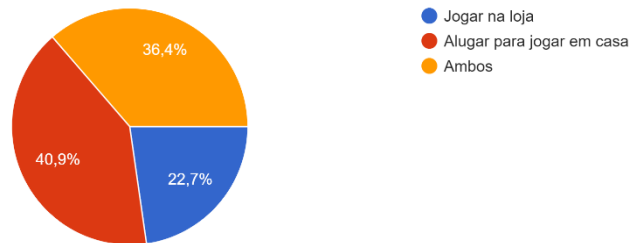


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

Entre os entrevistados que alugam os jogos 40,9% alugam para jogar em casa, 36,4% levam para casa e jogam na loja enquanto 22,7% preferem jogá-los na loja.

Gráfico 10: Pesquisa de preferências do público-alvo

Caso alugue os jogos, costuma jogá-los no espaço da loja ou leva-os para casa?
22 respostas

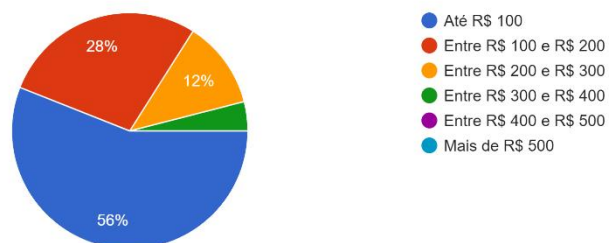


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

56% gastam até R\$100,00 por mês em jogos de tabuleiro, 28% entre R\$100,00 e R\$200,00 e 12% entre R\$ 200,00 e R\$300,00.

Gráfico 11: Pesquisa de preferências do público-alvo

Quanto você costuma gastar mensalmente com jogos de tabuleiro?
25 respostas

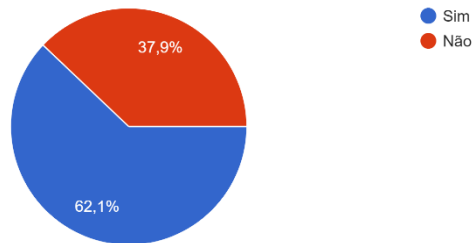


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

62,1% dos participantes se interessam pelo lançamento de novos jogos de tabuleiro, enquanto 37,9% não.

Gráfico 12: Pesquisa de preferências do público-alvo

Você se interessa pelo lançamento de novos jogos de tabuleiro?
29 respostas

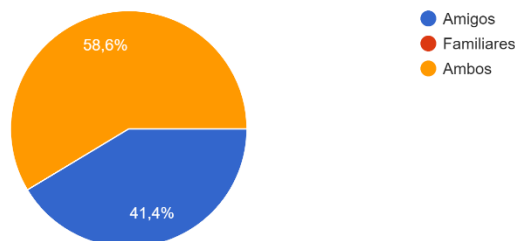


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

Dos participantes 58,6% jogam com amigos e familiares, e 41,4% costumam jogar apenas com amigos.

Gráfico 13: Pesquisa de preferências do público-alvo

Você costuma jogar jogos de tabuleiros com:
29 respostas

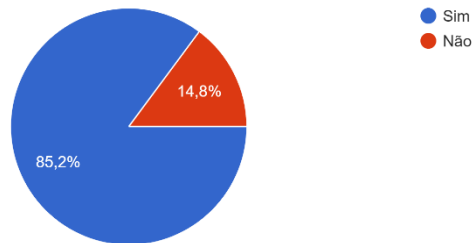


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

Nas perguntas referentes ao uso de aplicativos para reservas, 85,2% dos entrevistados dizem usá-los, e 14,8% não.

Gráfico 14: Pesquisa de preferências do público-alvo

Você usa aplicativos para pedir ou reservar produtos e serviços? (ex. Airbnb, Ifood, click bus)
27 respostas

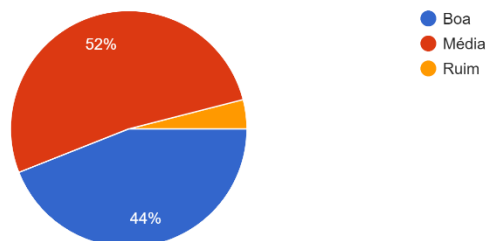


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

Dos entrevistados que usam aplicativos de reserva, 52% dizem ter uma experiência mediana com seu uso, já 44% relatam uma boa experiência.

Gráfico 15: Pesquisa de preferências do público-alvo

Caso tenha respondido sim à pergunta anterior, como avalia sua satisfação com esses aplicativos?
25 respostas

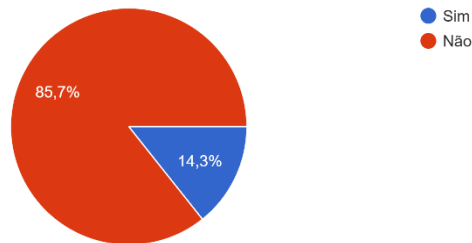


Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

85,7% responderam não conhecer nenhum aplicativo que seja destinado a jogos de tabuleiro. 14,3% dizem conhecer algum.

Gráfico 16: Pesquisa de preferências do público-alvo

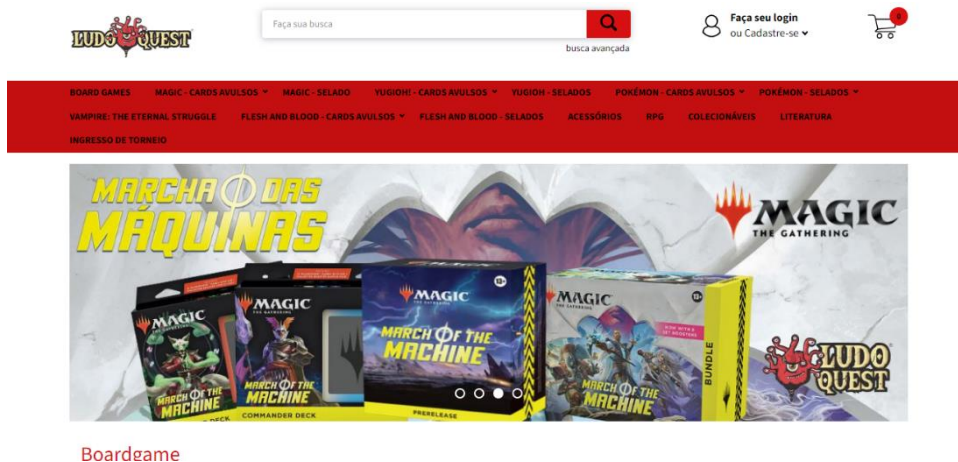
Você conhece algum aplicativo destinado a jogos de tabuleiro?
28 respostas



Fonte: Enquete realizada pelos autores no Google Formulários. (2023)

3.2 Um dia na vida

Inicialmente ao pesquisar “Ludo Quest” na internet na tentativa de encontrar um site ou apenas a localização no mapa, é possível encontrar o site com facilidade e, nele há informações de contato, localização e o horário de funcionamento do estabelecimento, que no site diz ser de segunda a sábado, das 14 às 22 horas. O site também mostra os jogos que estão à venda e os produtos que a loja oferece, como livros, ingressos de torneios, acessórios e tudo mais, mas não há a opção de jogos para alugar.



Boardgame

Figura 43: Cabeçalho site Ludo Quest

Fonte: <https://www.ludoquest.com.br/?view=ecom/home>

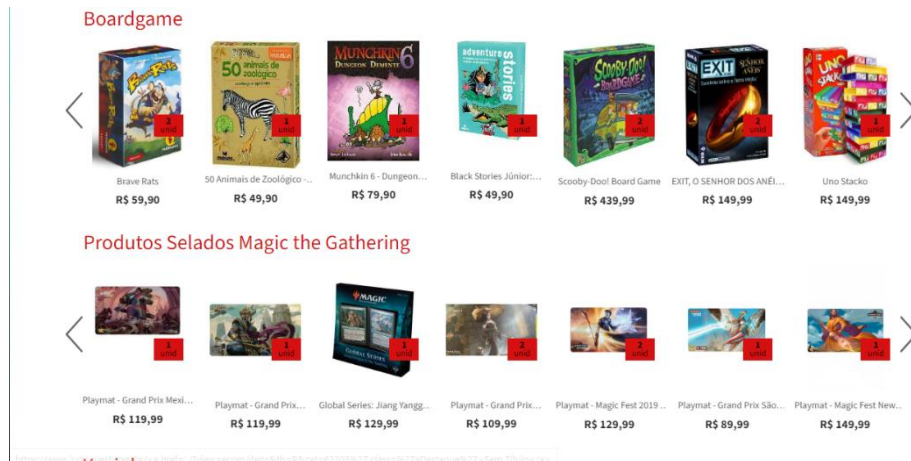


Figura 44: Produtos loja Ludo Quest

Fonte: <https://www.ludoquest.com.br/?view=ecom/home>

	<p>ATENDIMENTO AO CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fale Conosco • Perguntas Frequentes • Busca Avançada • Navegue pelo Site 	<p>CONTATO</p> <p>📍 Avenida Dezesete de Julho, 381 - Aterrado Volta Redonda/RJ</p> <p>☎ (24) 98138-0010</p> <p>✉ ludoquestcontato@gmail.com</p>	<p>HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segunda: 14:00 - 22:00 • Terça: 14:00 - 22:00 • Quarta: 14:00 - 22:00 • Quinta: 14:00 - 22:00 • Sexta: 14:00 - 22:00 • Sábado: 14:00 - 22:00 • Domingo: FECHADO
---	--	--	---

Figura 45: Informações site Ludo Quest

Fonte: <https://www.ludoquest.com.br/?view=ecom/home>

Ao pesquisar também o instagram deles, foi igualmente fácil de encontrar. A primeira coisa que reparei foi o horário de funcionamento, que está diferente, diz que fica aberto de segunda à sábado, de 15 às 23 horas, mas fora isso a conta é bastante atrativa, mostra informações importantes sobre a loja, como posts que dizem que a loja vai ou não funcionar no feriado, mostra os dias que terão torneios e os clientes jogando. Além disso, na *bio* da página está o link para o site e os produtos que são vendidos, como lanches e cervejas.

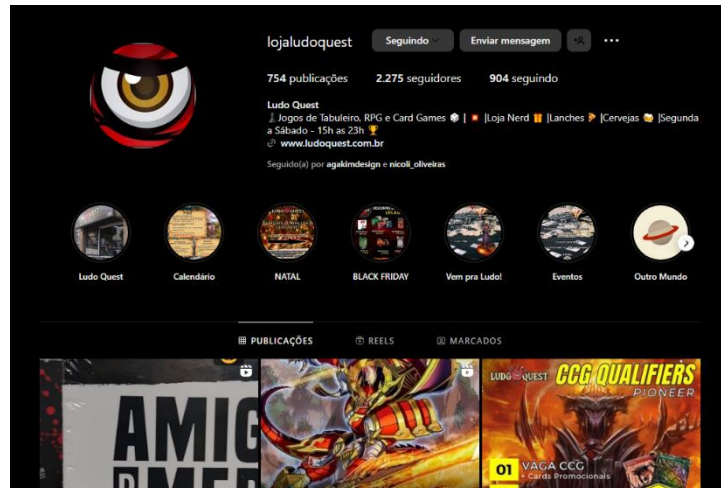


Figura 46: Instagram Ludo Quest

Fonte: <https://www.instagram.com/lojaludoquest/>

A loja física é bem bonita e atrativa, tem muitas decorações na parede e a vitrine possui vários jogos e *action figures* que estão à venda. No dia a loja estava vazia, havia apenas um grupo de aproximadamente 5 pessoas jogando. A atendente, que se apresentou como “Sá”, foi bastante atenciosa e explicou como funcionava a loja, segundo ela, abre de segunda à sábado, de 15 às 23 horas, como estava no instagram, e que pra jogar algum jogo é necessário fazer um cadastro e pagar 15 reais por pessoa, mas que poderia jogar qualquer jogo até as 23 horas, podendo trocar de jogo quando quisesse sem que precisasse mudar o valor. Apresentou alguns jogos de acordo com o estilo que eu disse que gostava e falou que poderia explicar qualquer jogo que eu não soubesse jogar ali, mas que se ela não soubesse, poderia se oferecer pra jogar também e aprender junto, muito acolhedora. Para alugar algum daqueles jogos e levar para casa, é preciso pagar o valor dele, que varia de jogo para jogo, mas nenhum mais caro do que 50 reais, e você pode ficar até uma semana com o jogo, segundo a atendente. Ao lado das prateleiras de jogos para alugar, havia as prateleiras de jogos e produtos para comprar.



Figura 47: Interior loja Ludo Quest

Fonte: <https://restaurantguru.com.br/Ludo-Quest-Volta-Redonda#gallery>

No dia a loja oferecia salgados, refrigerante e energético, mas estava sem cerveja, porém, costuma estar no cardápio de opções da loja e, segundo a atendente, em breve vão começar a vender lanches, como a informação encontrada no instagram da loja. Ela disse, também, que essa é a única loja do estilo na região Sul-Fluminense.

Durante todo o tempo em que eu estive jogando na loja, ela esteve a disposição para tirar dúvidas, participar e até conversar sobre variados assuntos, perguntei como era o movimento na loja e ela disse que quarta-feira, o dia em que eu fui, costuma ser tranquilo, com poucas pessoas aparecendo, assim como estava ali, mas que sexta costuma lotar o local desde o momento em que abre até o momento em que fecha, e sábado é incerto, alguns ficam lotados, mas outros ficam mais vazios.

Os clientes da loja também foram bastante atenciosos, participaram e conversaram sobre os assuntos que estávamos conversando, dando opiniões e dicas sobre os jogos. Percebi também que eles estão familiarizados com o local e os atendentes. Em determinado momento, perguntamos se tem abridor de garrafa na loja e um dos jogadores disse para a atendente onde estava. Ficamos até a loja fechar conversando com as pessoas que estavam ali, sejam elas funcionárias ou clientes. Foi uma experiência divertida e que convida para mais vezes.

4. ANÁLISE E SÍNTESE

Nesta fase o objetivo é organizar os dados obtidos pelas etapas de imersão anteriores, com a ideia de traçar padrões que serão utilizados tanto para o melhor entendimento do problema como para elaboração da solução final do projeto.

4.1 Análise de similares

Devido à ausência de aplicativos com a mesma finalidade do desenvolvido no projeto, nessa etapa foram analisados aplicativos para celular que possuíssem funções de reserva de produtos e serviços, sendo esses os que mais se assemelhavam a função desejada do aplicativo desenvolvido para a loja Ludo Quest.

Pelo fato de a loja já possuir elementos da marca desenvolvido estes não serão analisados nos similares, uma vez que serão utilizados elementos já existentes da marca institucional para desenvolvimento do aplicativo.

Percebe-se também que três dos quatro similares analisados usam os símbolos de suas marcas no ícone do aplicativo, o que será explorado no desenvolvimento do projeto.

ClickBus



Figura 48: Ícone do aplicativo ClickBus

Fonte: Play Store

Informações na área de descrição do aplicativo:

ClickBus é um aplicativo de comparação de preços e reservas online para rotas de ônibus de longa distância. A empresa foi fundada em 2013 pelos cofundadores Eduardo Madeiros e Marcos Sterenkrantz. ClickBus é uma rede global de revendedores de passagens de ônibus. (CLICKBUS)

Inventário de funções do aplicativo:

- Opção de criação de conta
- Opção de entrar sem conta
- Reserva de passagem de ônibus de ida
- Reserva de passagem de ônibus de volta
- Opção de pagamento pelo aplicativo
- Visualização de busca de passagens recentes
- Visualização das passagens reservadas
- Visualização dos passageiros cadastrados no aplicativo
- Ajuste das permissões do aplicativo
- Acesso a sessão de ajuda, com perguntas frequentes
- Redirecionamento do aplicativo para o site, para acesso a opções de termo de uso, política de privacidade, central de transparência, central de atendimento e governança corporativa.

Análise de Telas:

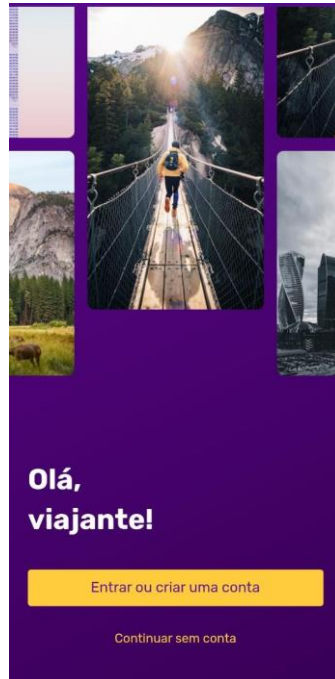


Figura 49: Tela de apresentação ClickBus

Fonte: Aplicativo ClickBus

Ao abrir o aplicativo é apresentada uma tela de boas-vindas com a opção de entrar com sua conta ou se cadastrar, ou entrar no aplicativo sem conta. A tela é predominantemente roxa com elementos amarelos, e há fotos dispostas na parte superior

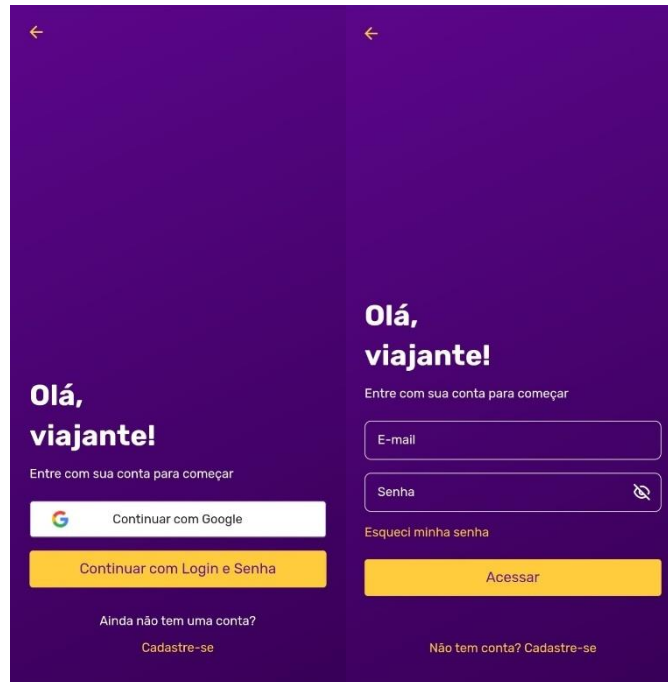


Figura 50: Tela de login ClickBus

Fonte: Aplicativo ClickBus

Ao escolher entrar com uma conta são apresentadas as opções de entrar com conta do google ou com a conta própria do aplicativo. Nessa tela é mantida a cor roxa com elementos amarelos.

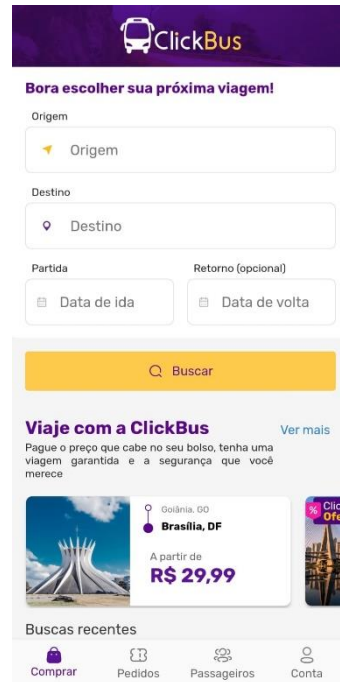


Figura 51: Tela de início ClickBus

Fonte: Aplicativo ClickBus

Após a tela de login o usuário é redirecionado para a tela inicial, onde é apresentada na parte superior a opção de busca de origem e destino da viagem, data de ida e volta, e o botão de buscar. Abaixo são apresentadas publicidades de passagens de ônibus. Após isso há a opção de visualizar as buscas recentes de passagens. Nessa tela é apresentado um fundo branco simplista, com elementos roxos e amarelos, característicos do aplicativo.

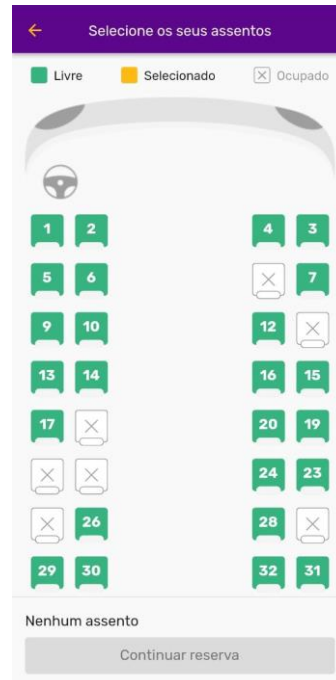


Figura 52: Tela de seleção de assento ClickBus

Fonte: Aplicativo ClickBus

Quando o usuário seleciona a passagem desejada é enviado para a tela de seleção do assento, onde é apresentada uma simulação da disposição dos assentos no ônibus. Os lugares disponíveis são apresentados com a numeração e na cor verde, os indisponíveis ficam em branco com um X. Os assentos selecionados aparecem na cor amarela. Na parte inferior é disposto o botão clicável de continuar com a reserva, que direciona o cliente para a próxima tela.

< Informações da compra 09:26

Etapa 1 de 2
Adicionar viajantes
Próximo Passo: Pagamento

Informações pessoais
Para quem vamos enviar os dados da viagem?

Nome Completo

Email

Telefone

Documento
CPF N° de documento

Informações de passageiro
Quem vai viajar?

Copiar as informações de contato para passageiro

Passageiro 1 [adicionar](#)

Ir para pagamento

Figura 53: Tela de informações de compra ClickBus

Fonte: Aplicativo ClickBus

Depois de selecionado o assento é apresentado a tela de informações de compra, onde o passageiro deve preencher os campos com seus dados pessoais, na parte inferior há um botão clicável para prosseguir para a tela de pagamento. A tela tem fundo branco simples com elementos em cinza.

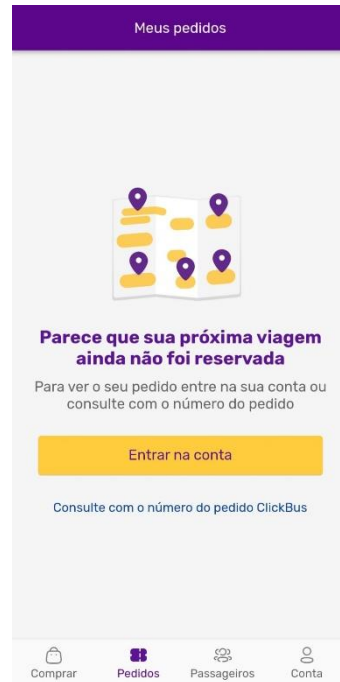


Figura 54: Tela de pedidos ClickBus

Fonte: Aplicativo ClickBus

Através da barra de opções na parte inferior da tela é possível acessar a tela de pedidos, onde são apresentados os pedidos realizados pelo usuário.



Figura 55: Tela de passageiros ClickBus

Fonte: Aplicativo ClickBus

Na tela de passageiros são apresentadas as informações sobre os passageiros cadastrados através da conta do usuário no aplicativo. Há um botão clicável redondo e amarelo com o símbolo de “mais” na parte inferior direita da tela, através do qual é possível cadastrar novos passageiros.

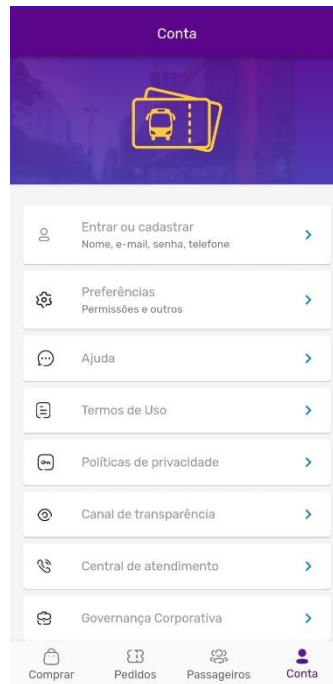


Figura 56: Tela de conta ClickBus

Fonte: Aplicativo ClickBus

A tela de conta apresenta opções de acesso a conta do usuário, preferências do aplicativo, ajuda e de redirecionamento para o site para as demais funções, os botões clicáveis são apresentados em formato de lista, a tela possui fundo cinza, os ícones clicáveis são na cor branca e na parte superior é mostrado um símbolo do aplicativo em amarelo com fundo roxo.

Airbnb



Figura 57: Ícone do aplicativo Airbnb

Fonte: Play Store

Informações na área de descrição do aplicativo:

Airbnb, Inc. é uma empresa americana com sede em São Francisco que opera um mercado online para estadias e experiências em casas de família de curto e longo prazo. A empresa atua como corretora e cobra uma comissão por cada reserva. ([wikipedia.org/wiki/Airbnb](https://pt.wikipedia.org/wiki/Airbnb))

Inventário de funções do aplicativo:

- Tela de login.
- Area “explorar”, com recomendações de acomodações por tipos (em frente a praia, chales, pousadas, etc.).
- Barra de buscar acomodações por destinos.
- Area de buscar acomodações pelo mapa.
- Menu de favoritos.
- Menu de viagens programadas.
- Area de mensagens.
- Acesso ao perfil do usuário.
- Acesso as informações pessoais.
- Area de login e segurança.
- Menu de formas de pagamento.
- Opções de acessibilidade.
- Informações sobre impostos.
- Menu de notificações do aplicativo.

- Área para anunciar o seu imóvel.
- Opções de atendimento (central de ajuda, informações do aplicativo e feedback).
- Opção de sair da conta.

Análise de Telas:

Ao abrir o aplicativo é apresentada a tela de login, com opções de entrar na conta ou se cadastrar, através de um número de celular, e-mail, conta do Facebook, conta do Google ou conta da Apple.



Figura 58: Tela de login Airbnb

Fonte: Aplicativo Airbnb

Após o login é apresentada a tela inicial do aplicativo, que é denominada “explorar”, nessa área são apresentadas recomendações de acomodações ao usuário divididas por tipo de localização, como em frente à praia, novidades, entre outras. Essas informações ficam dispostas na parte central da tela

Na parte superior da tela há uma barra de pesquisas por acomodações com a opção de adicionar filtros de pesquisa por um ícone a direita da barra. Já na parte inferior da tela é possível acessar um mapa para pesquisa de locais e

acomodações, e é onde se encontra a barra para acesso aos outros menus do aplicativo.

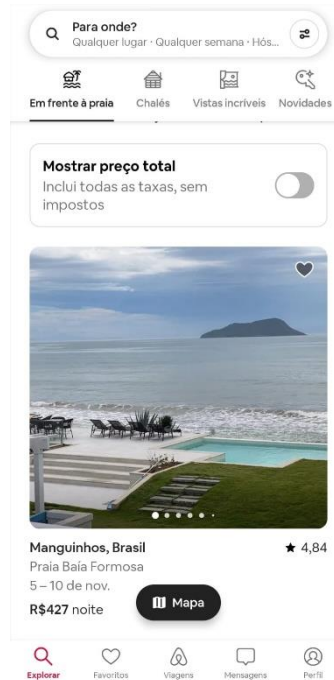


Figura 59: Tela inicial Airbnb

Fonte: Aplicativo Airbnb

Ao clicar na barra de pesquisa o usuário é direcionado para a seguinte tela. Nela deve-se escolher entre as opções “acomodações” e “experiência”, porém ambas oferecem as mesmas opções de busca. Logo abaixo é apresentada a opção de digitar o destino que se deseja buscar, sendo também apresentada a possibilidade de buscar por regiões específicas como Europa, Argentina, entre outras. Abaixo deve-se selecionar a data que se deseja fazer a reserva e quem serão os hóspedes. Na parte inferior é possível limpar os dados da pesquisa e também, confirmar a busca.

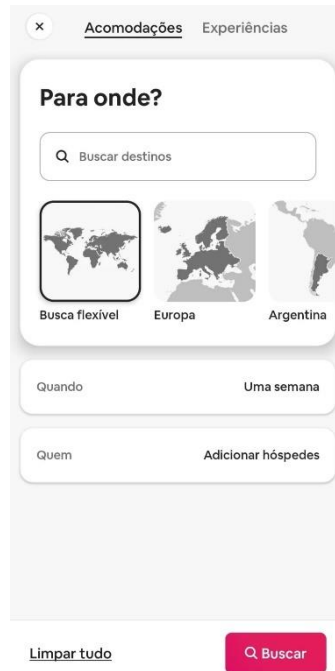


Figura 60: Tela de pesquisa Airbnb

Fonte: Aplicativo Airbnb

Ao selecionar os filtros na barra de pesquisa é possível selecionar de forma mais precisa o tipo de acomodação desejada, com opções como quantidade de quartos, de camas, banheiros e tipo de propriedade.



Figura 61: Filtros de pesquisa Airbnb

Fonte: Aplicativo Airbnb

O aplicativo oferece também uma opção de busca através de um mapa onde são apresentadas as opções de acomodações disponíveis para aluguel. Na parte superior há a mesma barra de pesquisa descrita anteriormente e logo abaixo estão presentes as mesmas opções de acomodações também já descritas. Na parte inferior da tela há o número de opções de acomodações disponíveis na área pesquisada.



Figura 62: Tela de pesquisa por mapa Airbnb
Fonte: Aplicativo Airbnb

Na tela “favoritos” são vistas as listas de acomodações e experiências selecionadas como favoritas pelo usuário. Na parte superior esquerda há a opção de editar as listas de favoritos.



Figura 63: Tela de favoritos Airbnb

Fonte: Aplicativo Airbnb

Na sessão “viagens” são apresentadas as reservas programadas do usuário. Abaixo há um botão de redirecionamento para a central de ajuda em caso de problemas para encontrar as reservas agendadas.

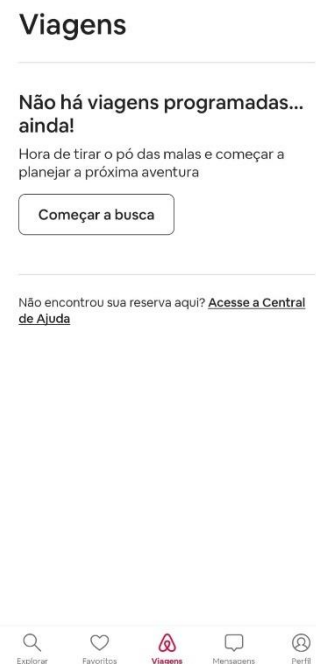


Figura 64: Tela de viagens Airbnb

Fonte: Aplicativo Airbnb

Em mensagens é onde o usuário tem acesso as mensagens com o proprietário das acomodações reservadas.

Mensagens



Figura 65: Tela de mensagens Airbnb

Fonte: Aplicativo Airbnb

Na tela de perfil são exibidas informações como o perfil do usuário, opção de anunciar seu próprio imóvel, opções de configurações (informações pessoais, login e segurança, pagamentos, acessibilidade, impostos e tradução). Ao acessar o perfil do usuário são exibidas informações de instituição de ensino, de trabalho, foto do usuário, caso possua, cidade de residência e tipo de perfil (hospede ou anfitrião); na parte superior direita há um ícone para editar as informações pessoais do perfil.

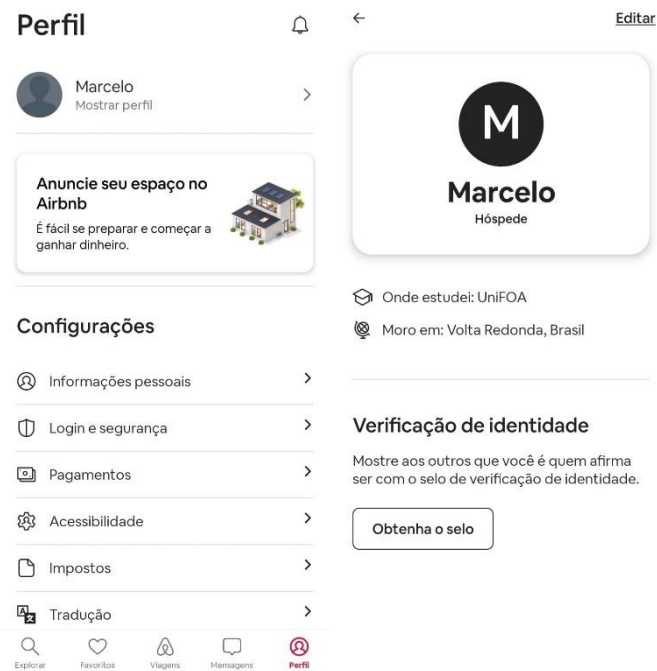


Figura 66: Tela de perfil Airbnb

Fonte: Aplicativo Airbnb

Em Informações pessoais são exibidas as informações do usuário, sendo elas nome civil, telefone, Email, endereço, contato de emergência e documento de identificação.



Figura 67: Informações pessoais Airbnb

Fonte: Aplicativo Airbnb

Decolar



Figura 68: Ícone do aplicativo Decolar

Fonte: Play Store

Informações na área de descrição do aplicativo:

A Decolar.com é a filial brasileira da empresa argentina Despegar, maior Agência de Viagens da América Latina. O nome "Decolar" é a tradução literal da palavra "despegar", que é o movimento de uma aeronave alçar voo. (DECOLAR)

Inventário de funções do aplicativo:

- Opção de criação de conta
- Definir detalhes das viagens (Transfers, passagens aéreas, hospedagens, pacotes de viagens, passeios, alugueis por temporada, aluguel de carros, seguros de viagens)
- Barra de buscar acomodações por destinos.
- Area de buscar acomodações pelo mapa.
- Menu de favoritos.
- Menu de alertas
- Menu de notificações
- Menu de opiniões
- Menu Minhas viagens
- Promoções
- Opção de editar perfil
- Opção de comprar cartão Decolar
- Menu de cartões de crédito

- Menu de faturamento
- Menu de passageiros

Análise de telas:



Figura 69: Tela de abertura do Decolar

Fonte: Aplicativo Decolar

Ao abrir o aplicativo, a primeira tela aparente é a do logo, logo em seguida é mostrada a tela de criar contas.

Inicie sessão para obter descontos e ganhar pontos Passaporte para seguir viajando

E-MAIL
 meu_nome@exemplo.com

SENHA
 Senha

- 8 caracteres
- Uma minúscula
- Uma maiúscula
- Um número

Ingressar com seu e-mail

Entre com Facebook

Entre com Google

Ao criar conta, aceite as [Políticas de privacidade](#)

Criar uma conta

Criar conta

Figura 70: Tela de criar conta

Fonte: Aplicativo Decolar

A tela de entrada é a de criar conta ou entrar sem conta, pelo “x” encontrado no canto superior direito. Quando se escolhe a opção “criar uma conta”, o usuário é encaminhado para a tela “criar conta”, onde se coloca um e-mail e senha para realizar o processo.

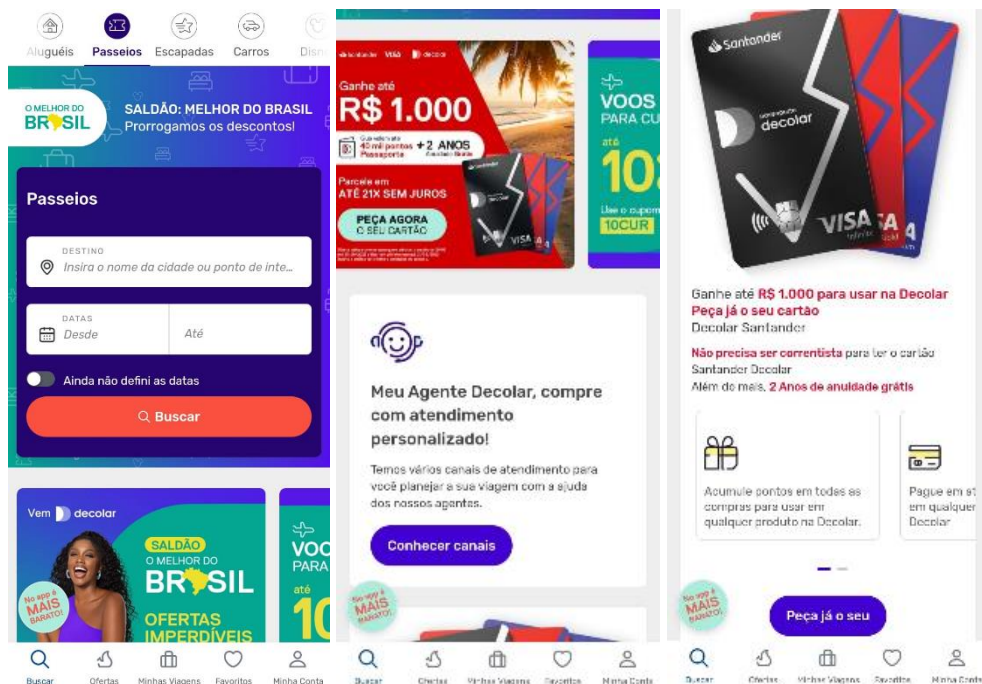
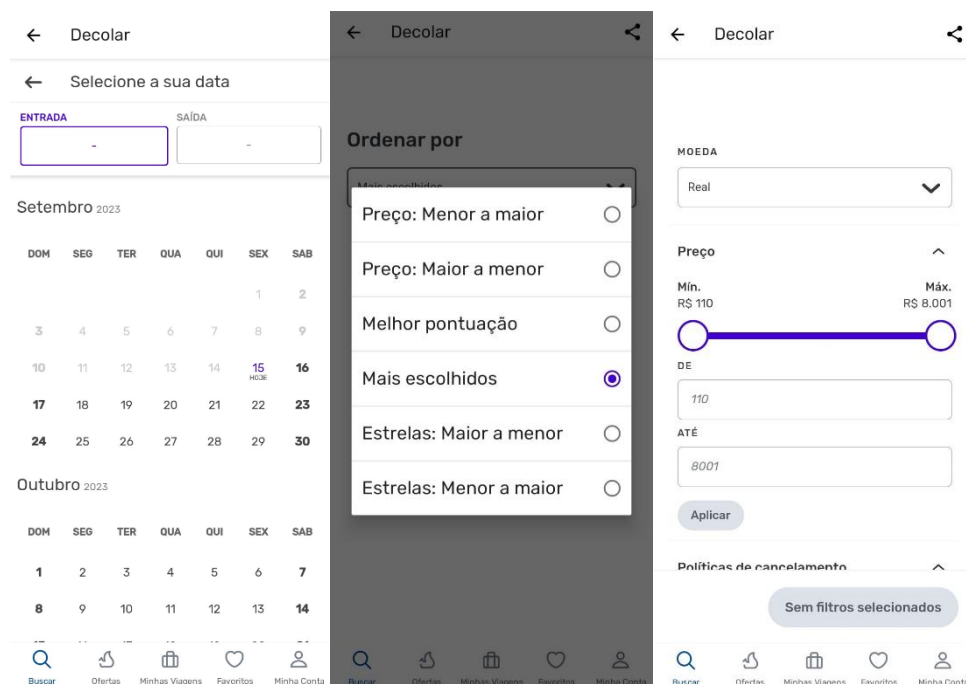




Figura 71: Tela de entrada

Fonte: Aplicativo Decolar

A página inicial é uma grande página onde você pode ir descendo e acessando mais funções dela, começando pela tela de passeios, com a opção de escolher o destino e a data. Logo embaixo se encontra os canais de atendimento do aplicativo, em seguida as propostas de cartões decolar, depois um mini tutorial de como usar o aplicativo e algumas especificações sobre ele.



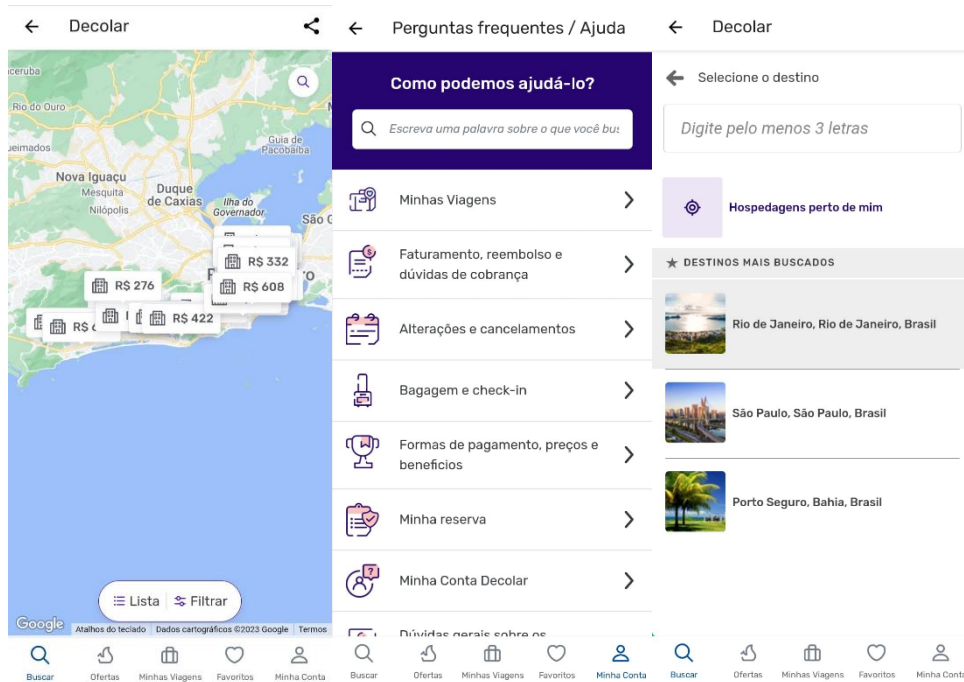
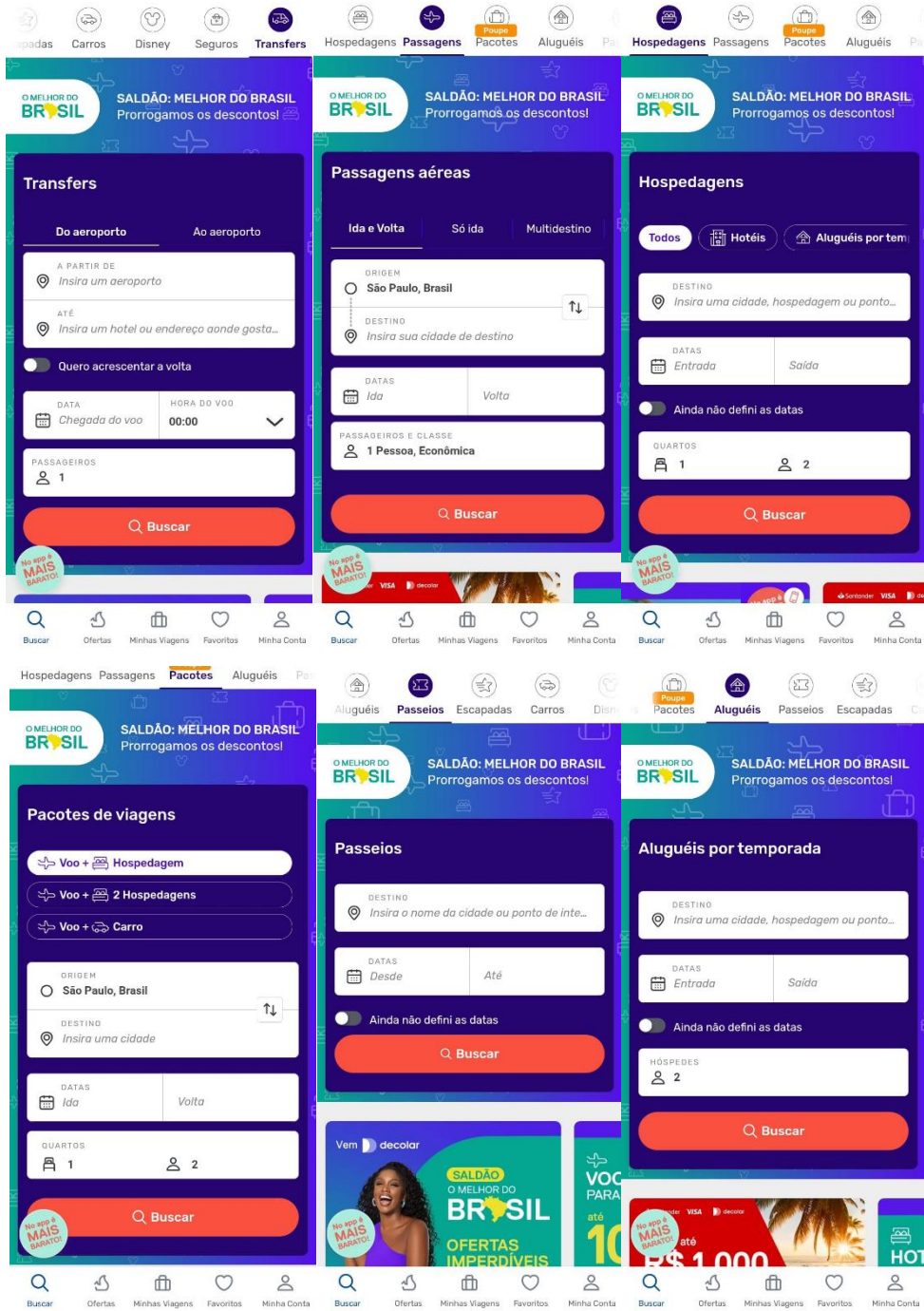


Figura 72: Telas de definições da viagem

Fonte: Aplicativo Decolar

Nas opções de escolha de viagem, se encontra essas telas, a do mapa, a do local, a do preço, entre outras, elas são para a melhor escolha de preço e localização de hospedagem de acordo com a viagem que o usuário deseja realizar.



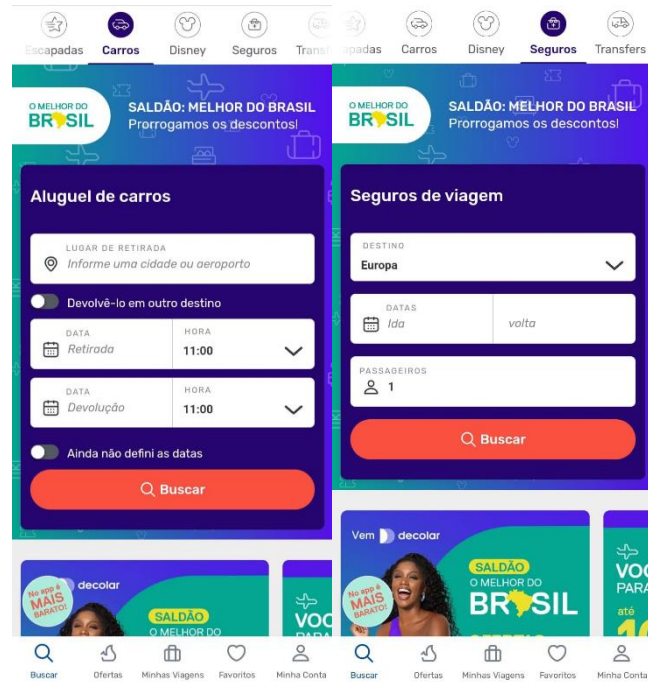
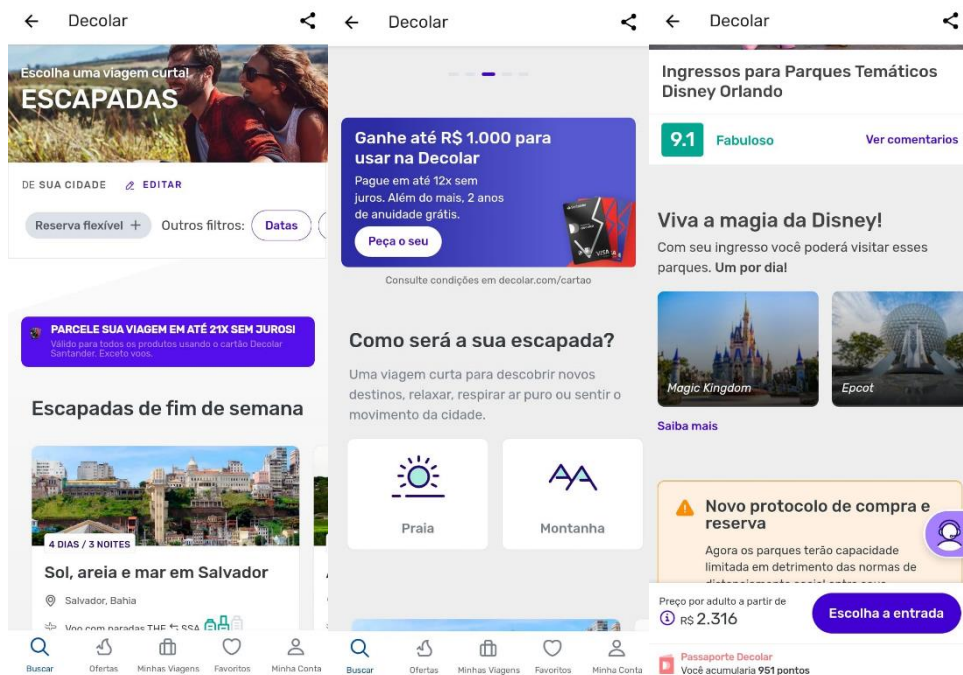


Figura 73: Telas de opções de detalhes de viagens

Fonte: Aplicativo Decolar

Essas são todas as telas que o aplicativo oferece para definição de detalhes de viagem, cada um para cada tipo de viagem.



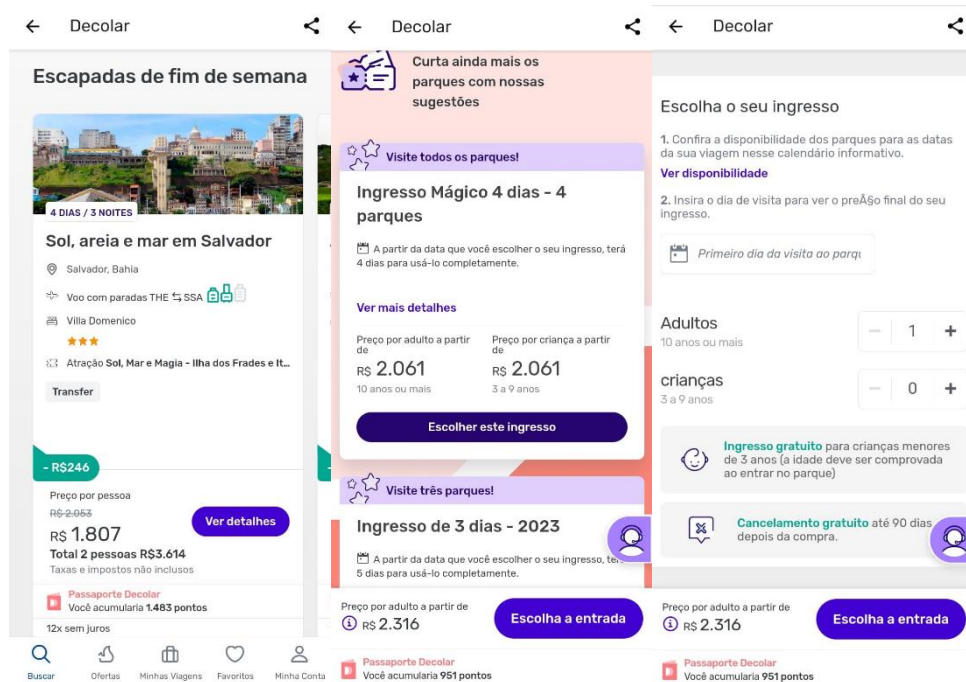


Figura 74: Telas de promoções de viagens

Fonte: Aplicativo Decolar

Essas são as telas de promoção do aplicativo, são como as de detalhes de viagem apresentadas anteriormente, porém, em formato de promoção, com os detalhes já certos.

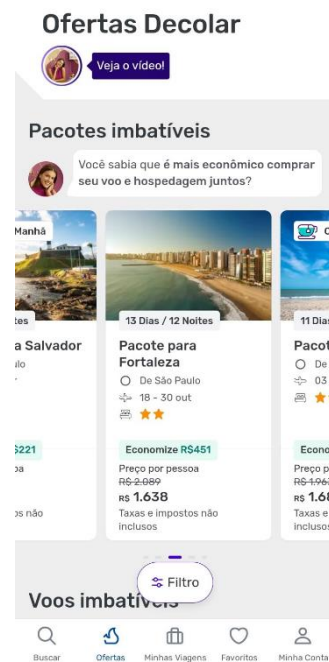


Figura 75: Tela de ofertas Decolar

Fonte: Aplicativo Decolar

Essa é a tela de ofertas de viagens que o aplicativo pré-disponibiliza para o usuário.

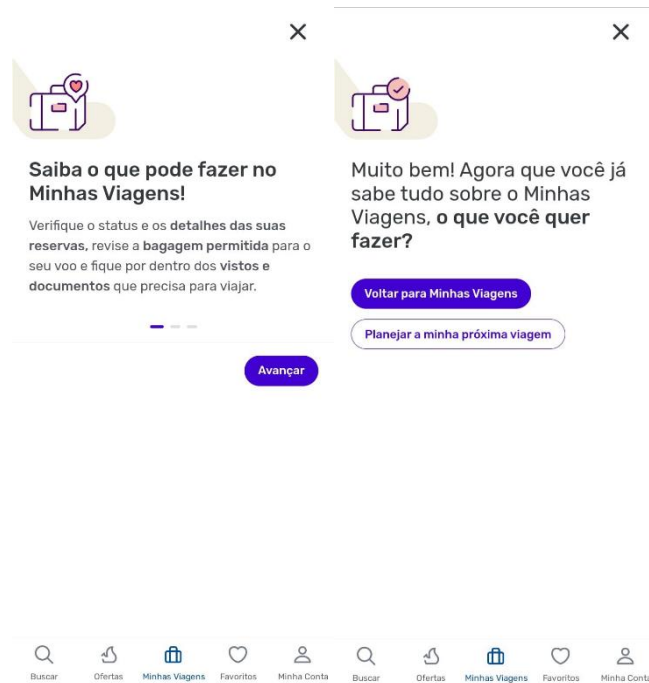


Figura 76: Tela Minhas viagens

Fonte: Aplicativo Decolar

A tela de viagens do usuário, sejam elas já realizadas ou agendadas, a primeira mostra um pequeno tutorial de como funciona, a segunda já é ela em si.

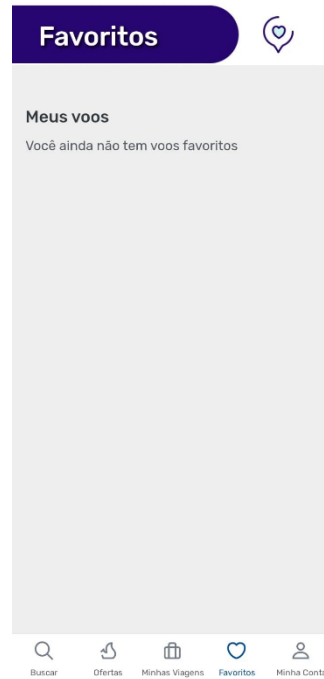
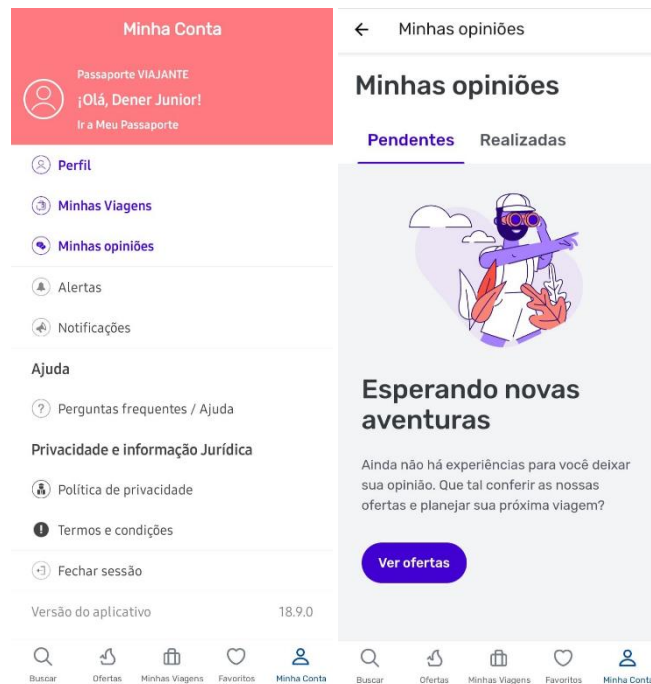


Figura 77: Tela Favoritos

Fonte: Aplicativo Decolar

A tela de favoritos segue a mesma linha e estética da tela “minhas viagens”, mas nela é onde se encontra as viagens favoritadas pelo usuário.



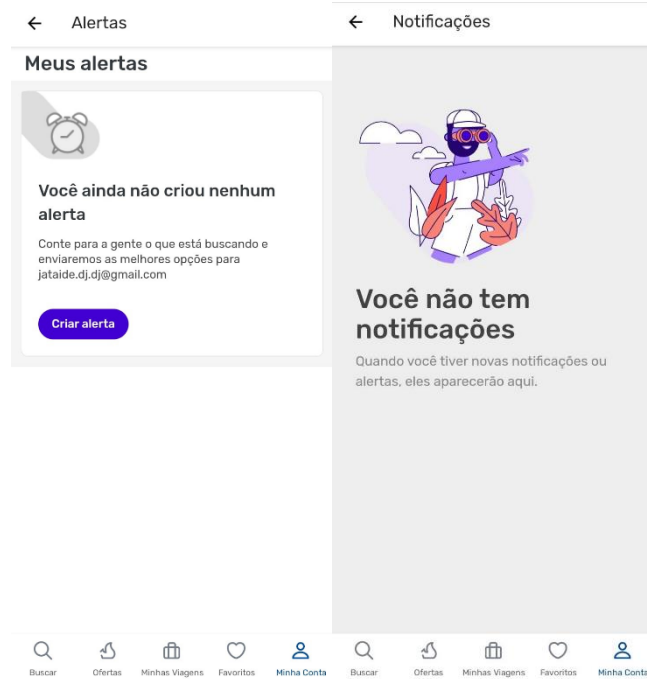


Figura 78: Telas Minha conta

Fonte: Aplicativo Decolar

A tela “minha conta” mostra o nome do usuário e apresenta uma série de outras telas, como “minhas opiniões”, que por sua vez guarda as opiniões registradas pelo usuário sobre viagens no aplicativo, a “meus alertas”, que mostra os alertas de propostas de viagens que combinam com o que o usuário procura, e a de notificações, onde ficam registradas as notificações do aplicativo para o usuário.

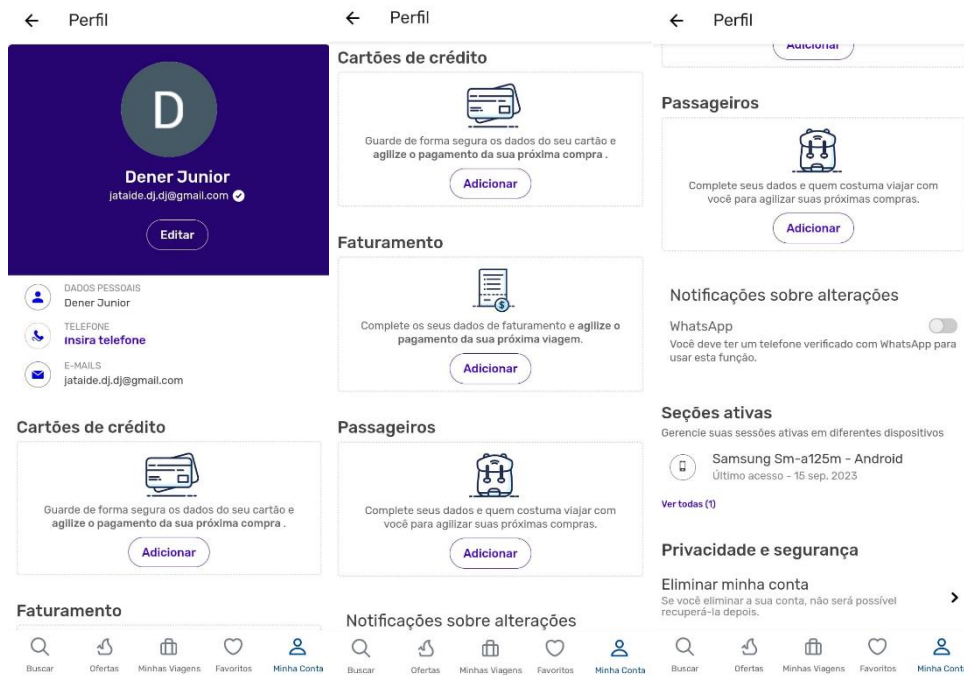


Figura 79: Telas Meu Perfil

Fonte: Aplicativo Decolar

A tela de perfil é bem completa, onde o usuário pode editar sua imagem no aplicativo e a melhor aparência pra ele, pode definir seus contatos e é onde se encontram informações pessoais sobre ele, como cartões, faturamento, entre outros.

Trivago



Figura 80: Ícone do aplicativo Trivago

Fonte: Play Store

Informações na área de descrição do aplicativo:

O Trivago é um motor de busca e comparador de preço de hotéis e periféricos em geral, atualmente o maior do mundo. O site compara preços de mais de 700 000 hotéis e periféricos em mais de 200 sites de reserva e compra, como o Expedia, Booking.com, kabum.com ou Hoteis.com. (TRIVAGO)

Inventário de funções do aplicativo:

- Opção de criação de conta
- Definir detalhes das viagens
- Barra de buscar acomodações por destinos.
- Area de buscar acomodações pelo mapa.
- Menu de favoritos.
- Menu de alertas de preços
- Opção de editar perfil
- Opção de definir localização atual
- Menu de preferencias no aplicativo

Análise de Telas:



Figura 81: Tela de abertura Trivago

Fonte: Aplicativo Trivago

A primeira tela a aparecer no aplicativo é a de carregamento, onde aparece a logo.



Figura 82: Tela de boas-vindas

Fonte: Aplicativo Trivago

Logo em seguida tem a tela de boas-vindas do aplicativo, em que fala sobre o uso de cookies e pede a permissão do usuário para a melhor usabilidade.

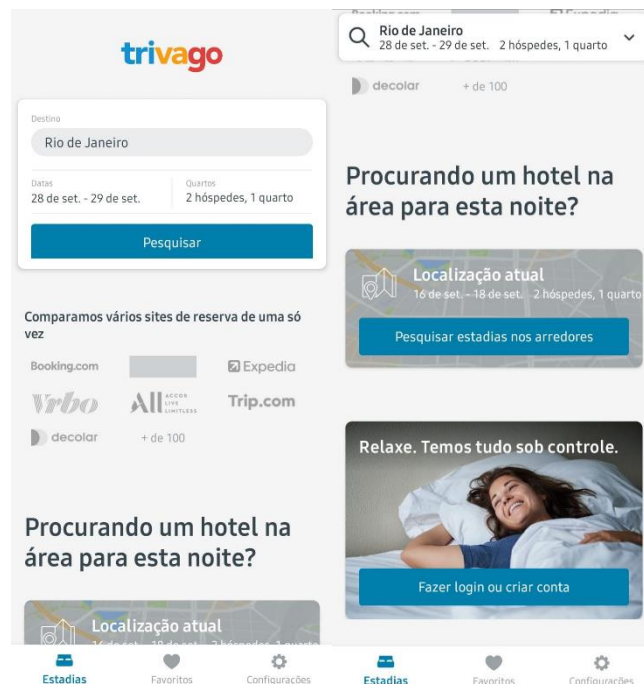


Figura 83: Tela inicial Trivago

Fonte: Aplicativo Trivago

A tela inicial do aplicativo mostra o campo de busca e de opções de viagem, além de dar a opção de colocar a localização atual para que o aplicativo sugira hotéis na região caso o usuário precise. Logo abaixo ele mostra um quadro para que o usuário crie uma conta e entre no aplicativo com acesso da conta.

Figura 84: Tela login

Fonte: Aplicativo Trivago

A tela de criar conta ou entrar com conta é muito simples e objetiva, permitindo que o usuário crie uma conta com e-mail e senha ou entre com algum e-mail já existente.

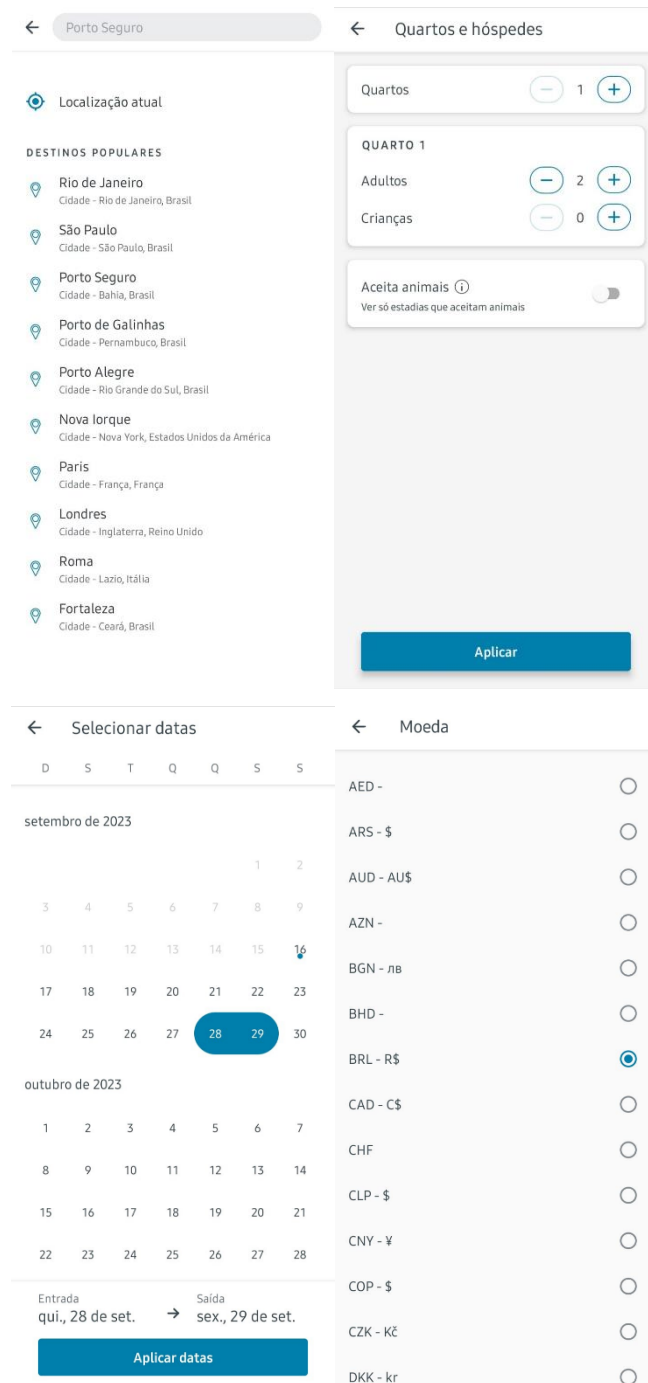


Figura 85: Telas de definição de viagem

Fonte: Aplicativo Trivago

No quadro de pesquisa de local para viagem, existem as funções de definição de dia, local e moeda, para a melhor opção para o usuário, sendo assim, apresentadas essas telas.

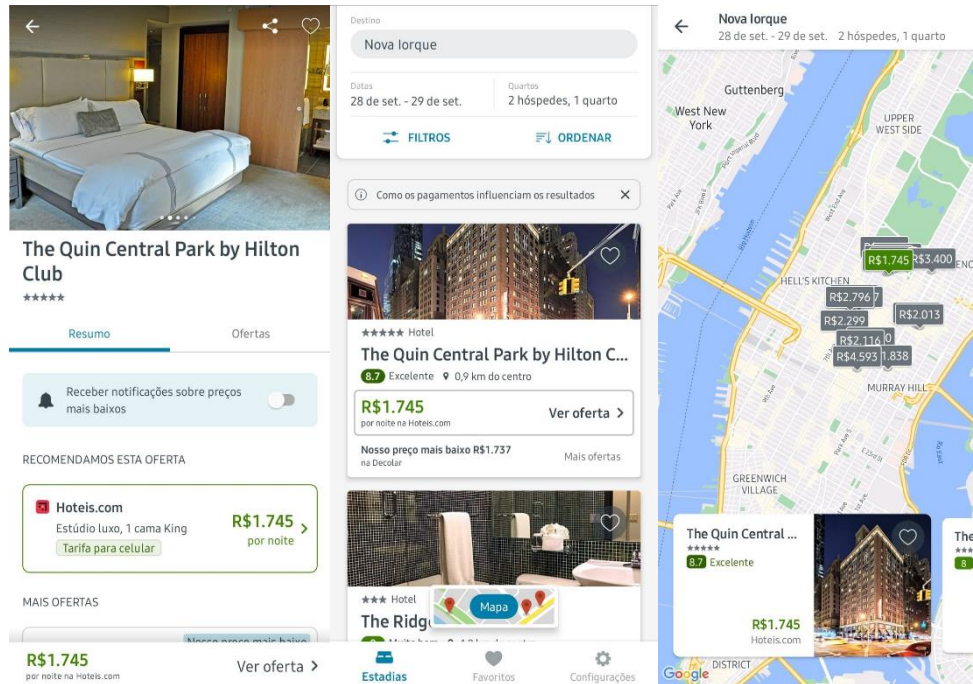


Figura 86: Telas de sugestões

Fonte: Aplicativo Trivago

Em seguida as telas encontradas são essas, que mostram em lista ou no mapa as ofertas de acordo com as definições escolhidas, e quando escolhida alguma dessas ofertas, pode-se ver a tela que mostra com mais informações o hotel.



Figura 87: Tela de favoritos

Fonte: Aplicativo Trivago

Voltando as telas iniciais, o aplicativo oferece a opção de selecionar suas viagens favoritas que ficam guardadas na tela de favoritos.



Figura 88: Tela de configurações

Fonte: Aplicativo Trivago

Na tela de configurações se encontram algumas funções como “editar perfil”, “gerenciar alertas de preço” e “preferências”, além de mostrar sobre o aplicativo.



Figura 89: Tela editar perfil

Fonte: Aplicativo Trivago

A tela “editar perfil” é muito simples, dando apenas a opção de mudar o nome de usuário.



Figura 90: Tela de escolha de idioma

Fonte: Aplicativo Trivago

A tela de selecionar idioma pode ser encontrada nas opções apresentadas na tela de configurações e é bem direta, mostrando diversos idiomas para que o usuário escolha o melhor para ele.



Figura 91: Tela gerenciar alertas de preço

Fonte: Aplicativo Trivago

A última função que o aplicativo disponibiliza é a de gerenciar alertas de preço, onde o usuário pode planejar suas viagens e esperar até que o aplicativo recomende o melhor preço com custo-benefício de acordo com a viagem que o usuário deseja realizar.

4.2 Personas

Através da análise dos dados coletados nas etapas de imersão e principalmente baseado nas entrevistas conduzidas, foram desenvolvidas personas para uma melhor visualização do público-alvo do aplicativo, sendo dessa maneira possível traçar de forma mais eficaz seus desejos, expectativas e necessidades.



Figura 92: Persona I

Fonte: freepik.com

Lucas, 21 anos estudante de engenharia de software no terceiro ano do curso. Mora na cidade de Volta Redonda com seus pais, atualmente Lucas não trabalha e vive com o dinheiro que recebe de seus pais, inferior a um salário-mínimo, desde criança se interessa por jogos de todos os tipos. Tem como hobbies organizar noites de jogos de tabuleiro com seus amigos e jogar RPG no computador com seus amigos quando não conseguem se encontrar. É uma pessoa sociável e busca sempre conhecer pessoas que compartilhem de seu interesse por jogos além de tentar introduzir seus amigos ao mundo de jogos de tabuleiro. Costuma alugar os jogos para suas noites de jogos com seus amigos, uma vez que não possui renda fixa e gosta de sempre experimentar novos jogos.



Figura 93: Persona II

Fonte: freepik.com

Isabela 26 anos, mora sozinha em um apartamento em Barra Mansa, trabalha com marketing digital durante o dia e atualmente cursa o último ano do curso de administração. Possui uma renda em torno de dois salários-mínimos.

Desde jovem concilia estudos com trabalho. Em um desses trabalhos foi apresentada aos jogos de tabuleiro por colegas que se reuniam para jogar, se tornando interessada pelo hobby. Em seu tempo livre aos fins de semana frequenta uma ludeira de sua cidade com seus amigos, onde costuma passar as tardes jogando. Tem personalidade determinada, está sempre tentando se aprimorar tanto em suas atividades profissionais quanto em seus hobbies. Busca conciliar sua rotina agitada de estudos e trabalho com seus momentos de lazer.



Figura 94: Persona III

Fonte: freepik.com

Rafael, 30 anos, Arquiteto, é casado e mora com sua esposa em um apartamento em Volta Redonda. Atualmente trabalha na área de sua formação, possui renda mensal em torno de 5 salários-mínimos.

Durante seus anos de graduação conheceu os jogos de tabuleiro por meio de seus amigos. Agora casado e trabalhando tem condição de dedicar parte de sua renda aos jogos de tabuleiro. Coleciona edições raras e quando consegue conciliar seus horários com o de seus amigos frequenta a luderia da cidade ou organiza noites de jogos em sua casa. Quando possível visita feiras e convenções dedicadas aos jogos e gosta de estudar a arte e o design por trás da criação dos jogos, busca sempre se atualizar sobre tendências e novos lançamentos do Hobbie.

4.3 Cartões de insight

Os cartões de insight têm a função de trazer, de forma visual, informações importantes adquiridas no processo de pesquisa, ele serve para facilitar o acesso da equipe do projeto na busca por informações importantes para o desenvolvimento.

Foram feitos 10 cartões de insight que podem ser visualizados abaixo.

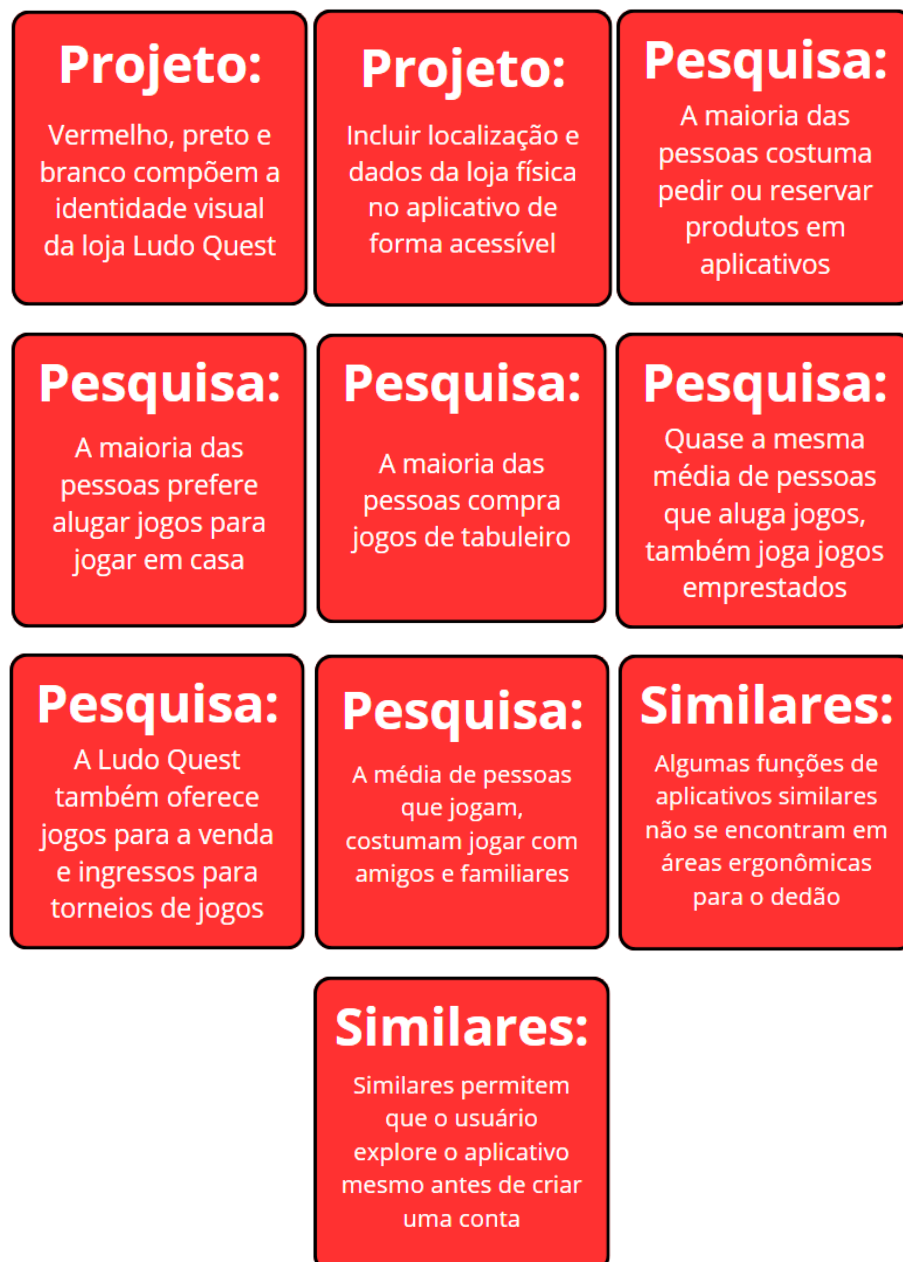


Figura 95: Cartão de insight

Fonte: Os Autores (2023)

4.4 Critérios norteadores

Considerando o objetivo do projeto de desenvolver um aplicativo para a loja Ludo Quest com o objetivo de permitir a reserva de jogos de tabuleiro do acervo da loja tanto para serem jogados no espaço físico da loja como para serem levados para casa, e considerando também todo levantamento de dados provenientes da fase de imersão, da análise de similares, das personas e cartões de insight, serão necessários os seguintes critérios para nortear o desenvolvimento do projeto.

Requisitos

- *Layout* prático
- Objetividade
- Simplicidade
- Legibilidade
- Mínimo de texto necessário
- Mapa das mesas da loja
- Biblioteca de títulos disponíveis para aluguel
- Uso de cores adequadas
- Usar a identidade visual da marca na criação do aplicativo
- Usar o símbolo da loja

Restrições

- Excesso de telas
- Falta de objetividade
- Falha na transmissão de informações
- Falta de opções necessárias ao aplicativo
- Não criar identidade visual
- Não criar símbolo da marca
- Não fugir das cores institucionais da marca

Inventario de funções

- Tela de abertura
- Tela de login
- Tela de cadastro
- Tela inicial (descoberta de novos jogos, barra de pesquisa)
- Barra de acesso aos menus
- Perfil do usuário
- Informações pessoais do usuário
- Tela pesquisar
- Mapa das mesas da loja com visualização de mesas já reservadas
- Tela de seleção de jogos para reserva com indicação visual de jogos já reservados
- Tela de notificações do aplicativo
- Configurações do aplicativo
- Área de contato com a loja
- Tela de pagamentos
- Opção de registrar formas de pagamento
- Opção de sair da conta

5. IDEAÇÃO

5.1 Tipografia

Para a escolha da tipografia do aplicativo foram analisadas as fontes já utilizadas pela marca em seu site e mídias gráficas em suas redes sociais. Através dessa análise foi notada uma predominância do uso de fontes sem serifa e com traços arredondados, Como a fonte Room Black em posts do instagram e a família tipográfica Arial no site da loja.

Com esses dados em mãos foram selecionadas fontes sem serifa e arredondadas que fossem de uso comum em mídias digitais. Dentre elas a fonte Roboto, desenvolvida pelo Google para suas aplicações em dispositivos móveis, como no seu sistema operacional Android; Foi selecionada também a fonte Montserrat. Esta família de fontes usa um tipo geométrico otimizado para aplicações digitais, sendo por esse motivo comumente utilizada para aplicativos de celular.

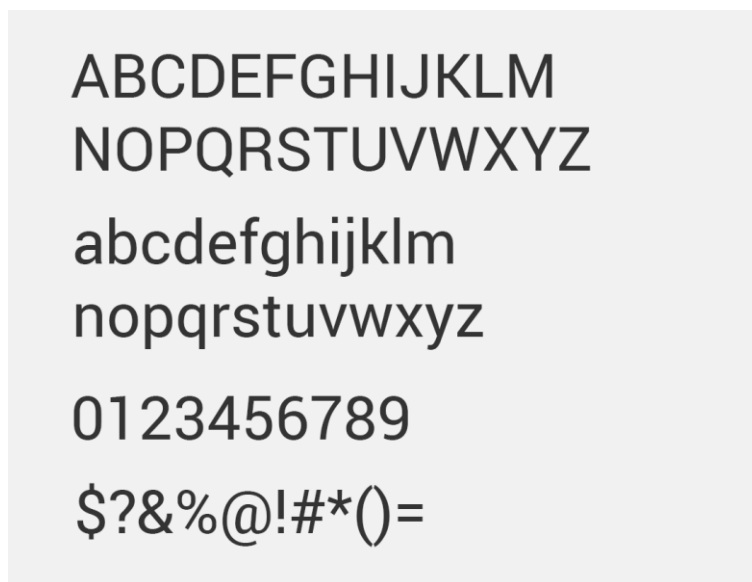


Figura 96: Fonte Roboto

Fonte: <https://www.dafontfree.io/roboto-font-free/>



Figura 97: Fonte Montserrat

Fonte: <https://www.dafontfree.io/montserrat-font-family/>

A tipografia escolhida para o aplicativo foi a Montserrat devido a sua boa legibilidade e por se tratar de uma fonte sem serifa, que condiz mais com o ambiente mais informal de um aplicativo voltado a jogos de tabuleiro.

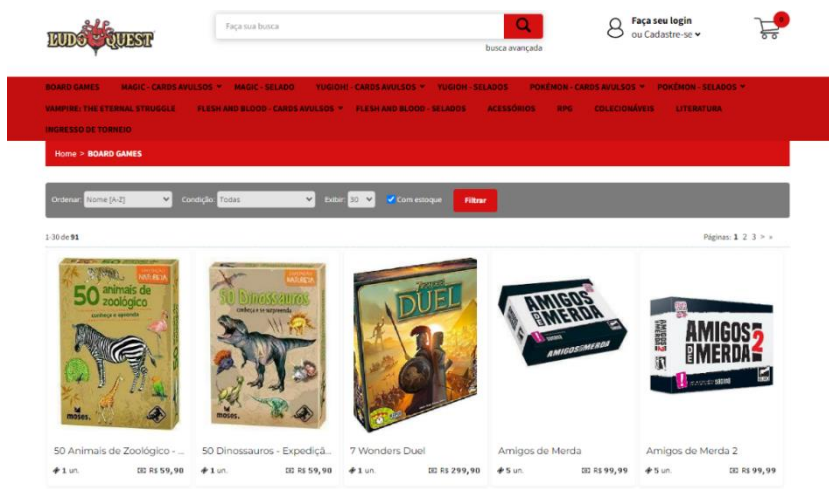


Figura 98: Modelo Site

Fonte: <https://www.ludoquest.com.br>



Figura 99: Modelo Instagram

Fonte: <https://www.instagram.com/lojaludoquest/>

5.2 Cores

As cores utilizadas no layout do aplicativo serão as já utilizadas nos materiais gráficos, símbolo e logotipo do cliente, para não fugir da identidade visual já estabelecida da marca.



Figura 100: Cores Ludo Quest

Fonte: <https://www.facebook.com/lojaludoquest>

5.3 Brainstorming dos ícones

Brainstorming é uma técnica para estimular a geração de um grande número de ideias em um curto espaço de tempo. Geralmente realizado em grupo.

Foi realizada uma sessão de brainstorming pelos autores com o objetivo de gerar ideias para a criação dos ícones do aplicativo.

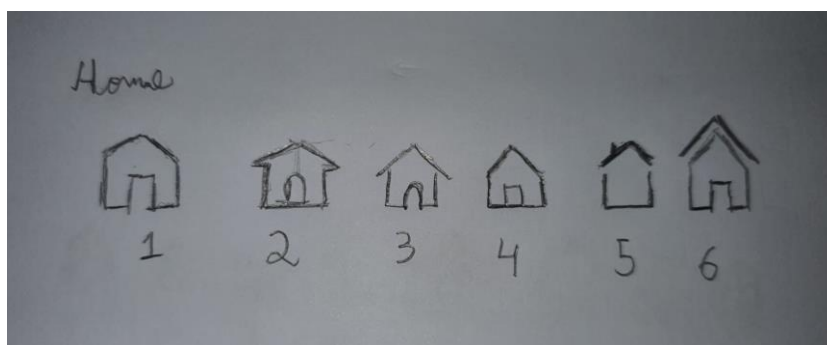


Figura 101: Brainstorming home

Fonte: Os Autores (2023)

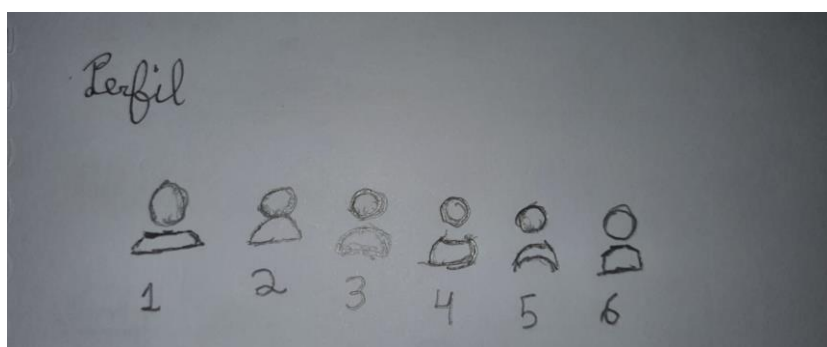


Figura 102: Brainstorming perfil

Fonte: Os Autores (2023)

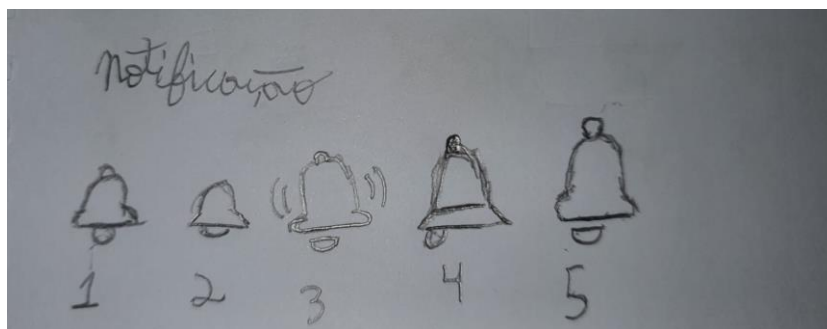


Figura 103: Brainstorming notificação

Fonte: Os Autores (2023)

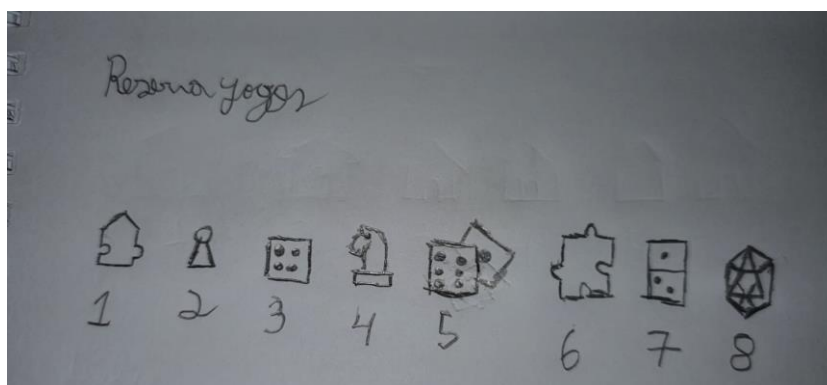


Figura 104: Brainstorming reserva jogos

Fonte: Os Autores (2023)

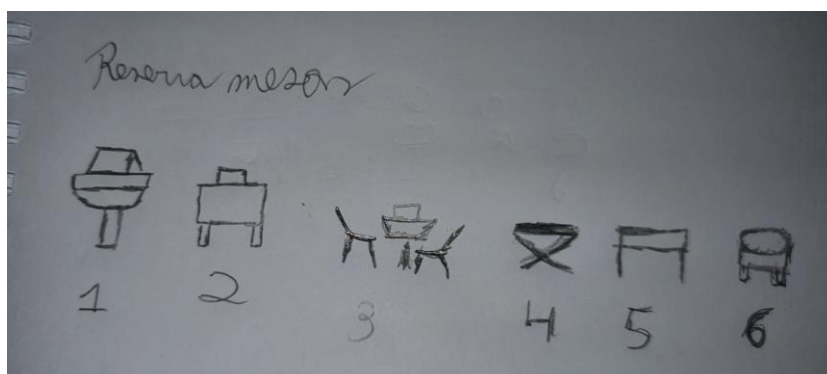


Figura 105: Brainstorming reserva mesas

Fonte: Os Autores (2023)

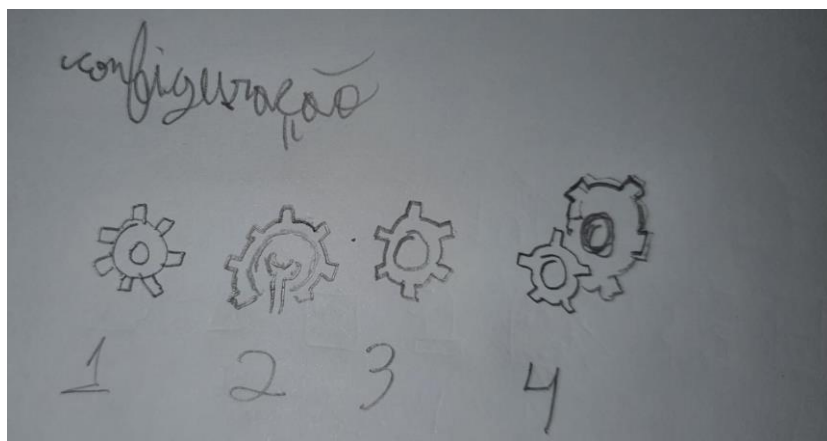


Figura 106: Brainstorming configuração

Fonte: Os Autores (2023)

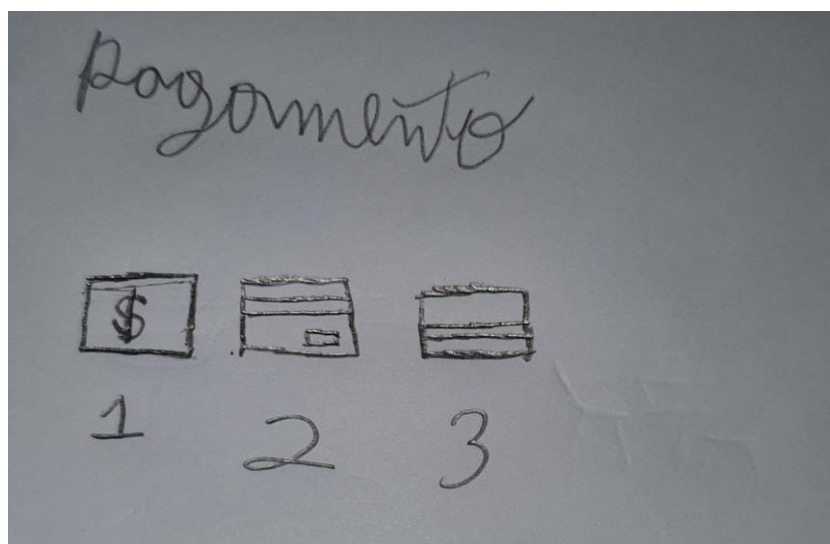


Figura 107: Brainstorming pagamento

Fonte: Os Autores (2023)

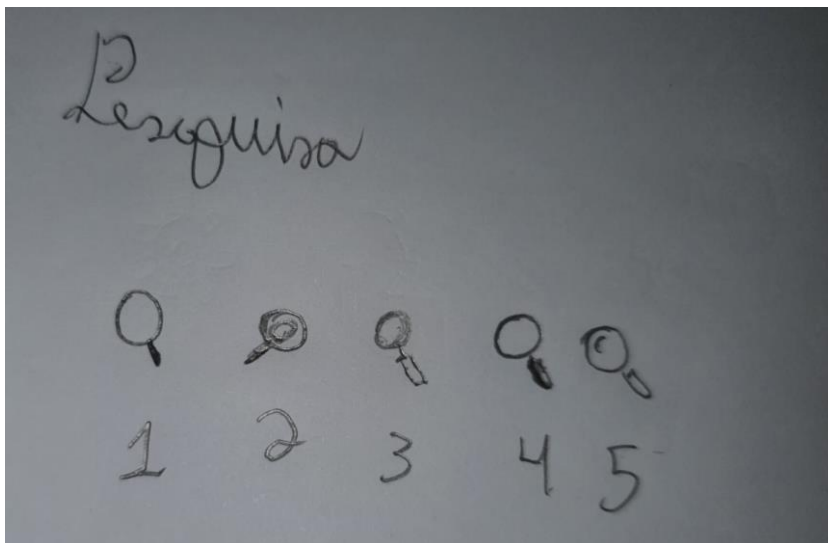


Figura 108: Brainstorming pesquisa

Fonte: Os Autores (2023)

5.4 Matriz morfológica

A matriz morfológica tem como objetivo organizar, em forma de tabela, algumas ideias do processo criativo, para que se possa visualizar com seus respectivos objetivos.

Foi feita uma matriz com ideias de ícones das funções do aplicativo.







Barra de acesso aos menús			
Perfil do usuário			
Informações pessoais do usuário			
Pesquisar			
Visualização de mesas			
Tela de seleção de jogos para reserva			
Notificações			
Configurações			
Pagamentos			
Sair da conta			

Figura 109: Matriz morfológica ícones

Fonte: Os Autores (2023)

5.5 Brainstorming do aplicativo

Nessa etapa foi realizada uma sessão de brainstorming pelos autores com o objetivo de gerar ideias para o layout do aplicativo.

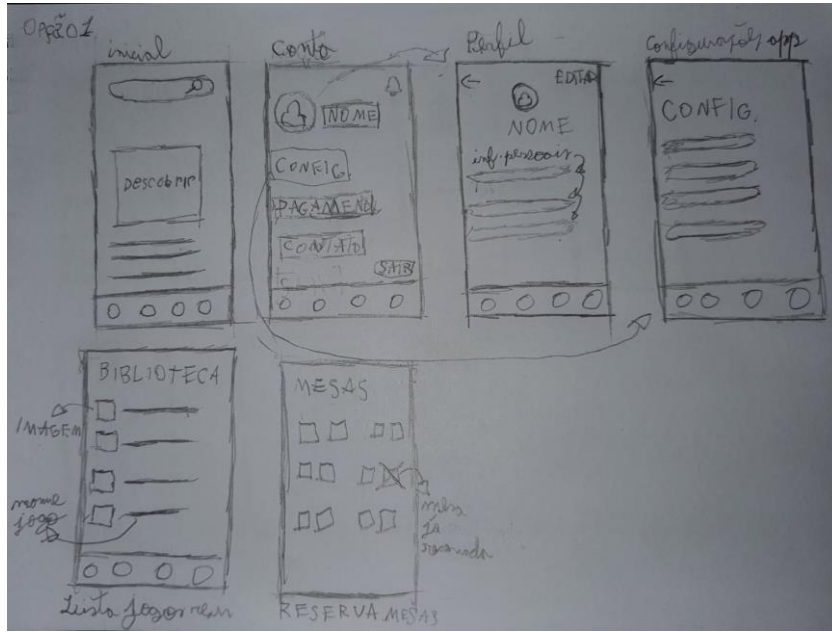


Figura 110: Brainstorming 1

Fonte: Os Autores (2023)

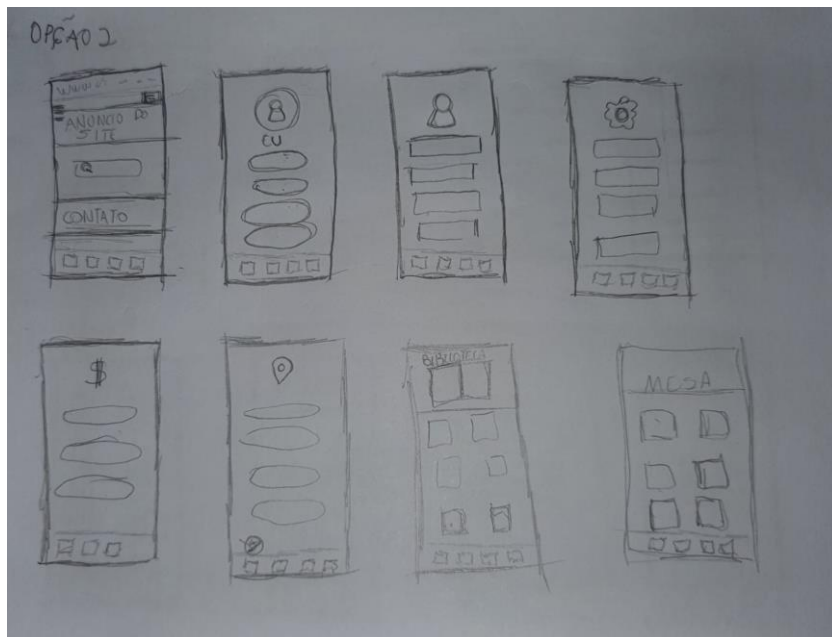


Figura 111: Brainstorming 2

Fonte: Os Autores (2023)



Figura 112: Brainstorming 3

Fonte: Os Autores (2023)

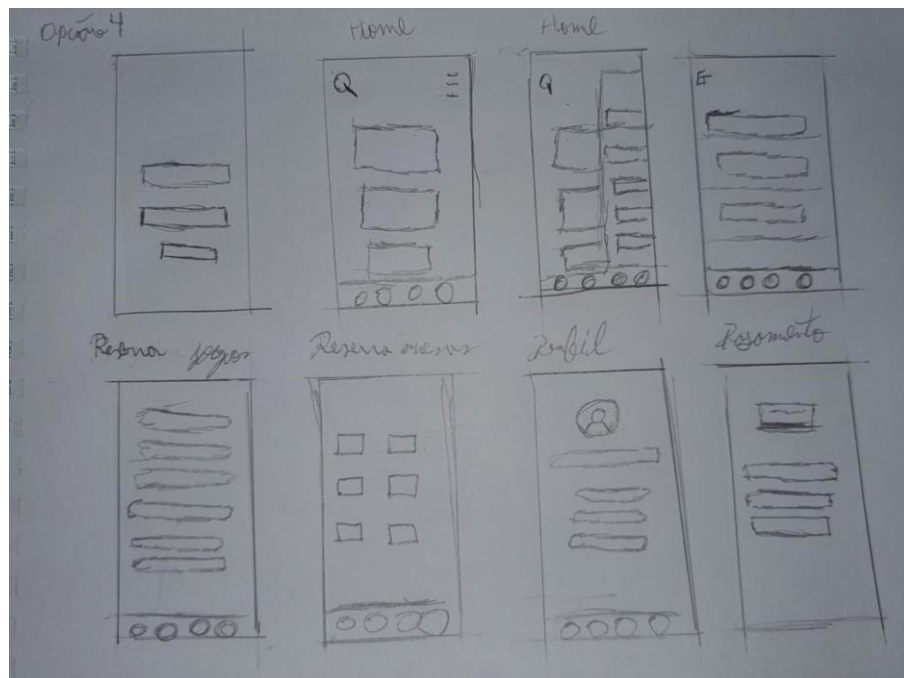


Figura 113: Brainstorming 4

Fonte: Os Autores (2023)

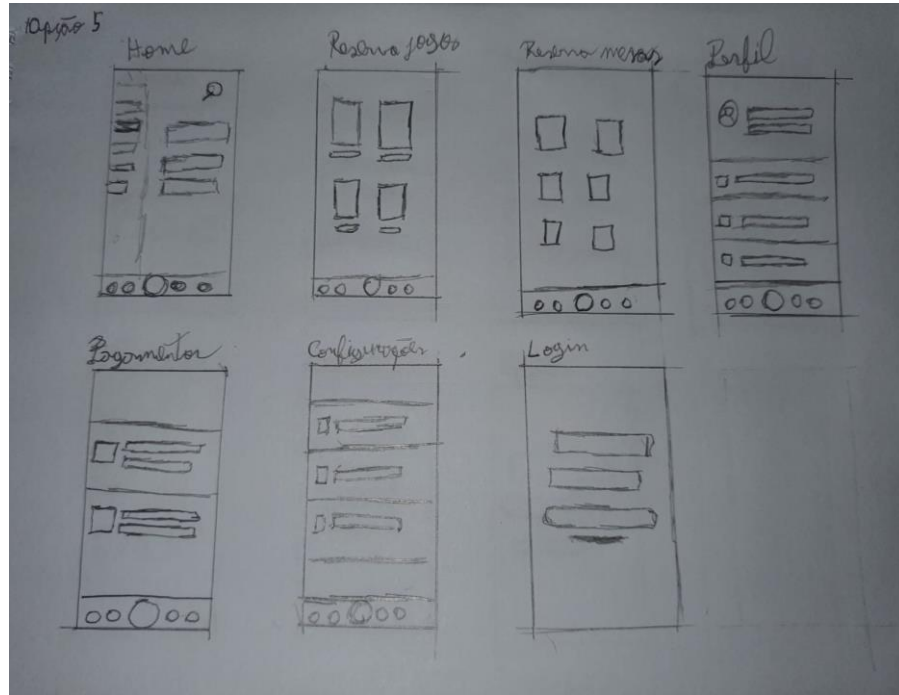


Figura 114: Brainstorming 5

Fonte: Os Autores (2023)

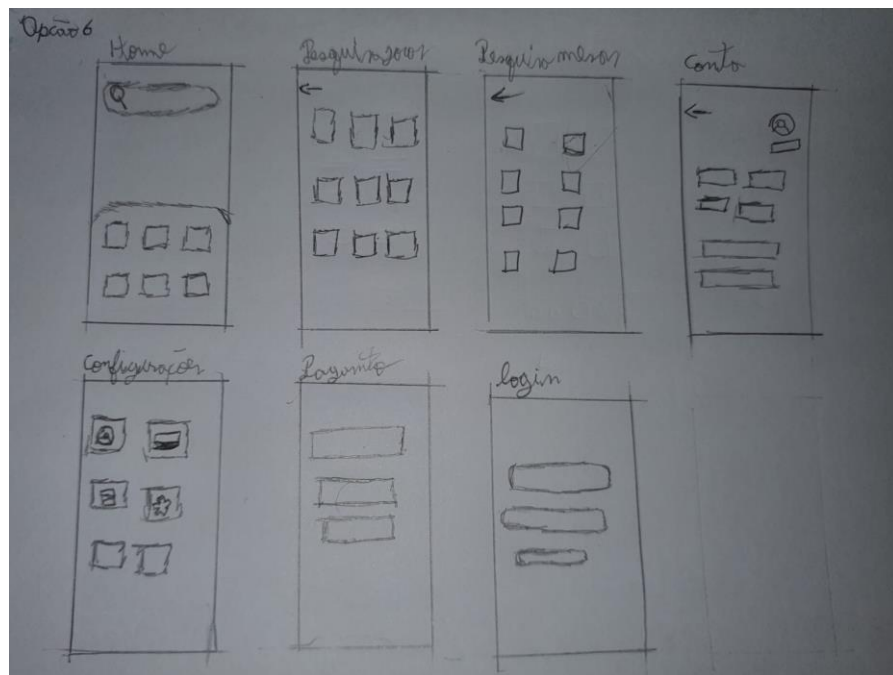


Figura 115: Brainstorming 6

Fonte: Os Autores (2023)

5.6 Wireframes

Os layouts selecionados como os melhores na etapa do brainstorming foram prototipados em média fidelidade no Figma para melhor visualização das ideias.



Figura 116: Wireframe 1

Fonte: Os Autores (2023)

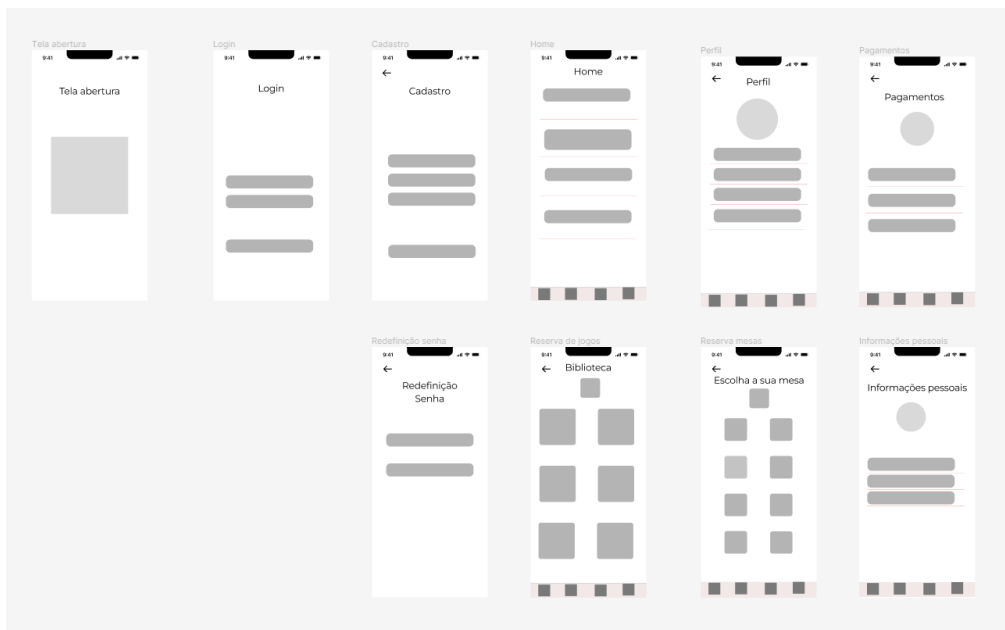


Figura 117: Wireframe 2
Fonte: Os Autores (2023)



Figura 118: Wireframe 3
Fonte: Os Autores (2023)

5.7 Matriz decisória

Após a etapa da geração das alternativas para o layout foi realizada a matriz decisória para seleção da melhor opção para prototipação, baseada nos critérios estabelecidos nos critérios norteadores. Serão geradas opções com pesos de 1 a 5, sendo que cada alternativa contará com sua pontuação.

Requisitos	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3
Layout prático	4	3	3
Ergonomia	4	3	3
Objetividade	3	4	3
Fácil compreensão	4	3	3
Resultado final	15	13	12

A opção de layout com maior pontuação foi a alternativa 1.

5.8 Mapa de navegação

De forma a melhor visualizar a navegação do aplicativo foi criado um mapa de navegação para representar os possíveis caminhos ao utilizar o aplicativo. O mapa de navegação foi criado a partir de um protótipo de media fidelidade do layout escolhido para o aplicativo.

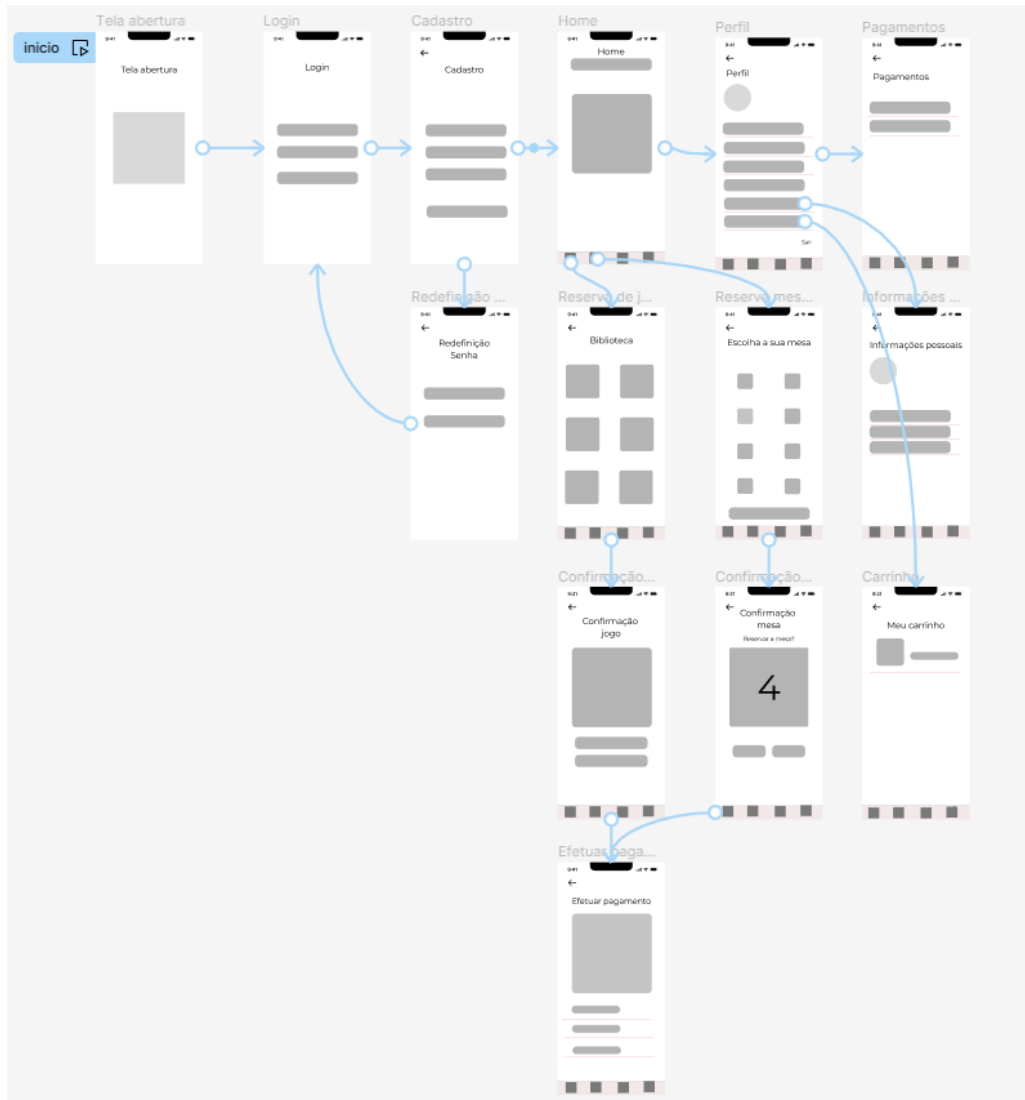


Figura 119: Mapa de navegação

Fonte: Os Autores (2023)

6. PROTOTIPAÇÃO

O protótipo do layout do aplicativo foi desenvolvido utilizando o programa Figma se valendo das informações e técnicas reunidas até esta etapa do projeto

Nas telas de login e cadastro é dado ao usuário a opção de se cadastrar ou entrar com sua conta já existente, além da possibilidade de recuperação de senha. Foi mantido um layout limpo, mas descontraído com o uso dos tons de vermelho e amarelo da marca.

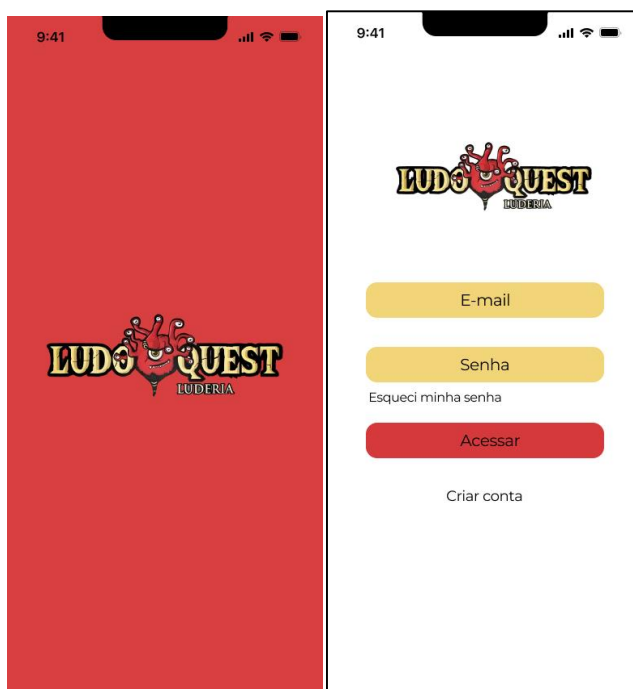


Figura 120: Telas de login

Fonte: Os Autores (2023)

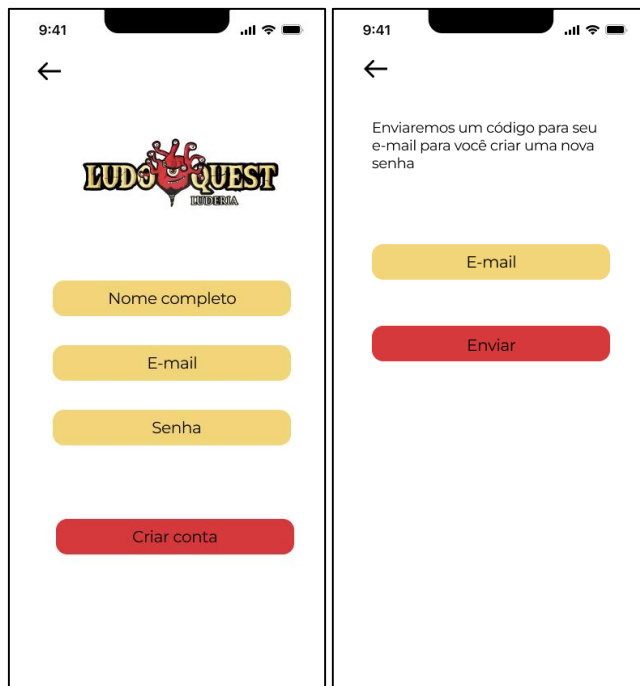


Figura 121: Telas de login

Fonte: Os Autores (2023)

Na tela do menu principal há uma barra de pesquisa na parte superior, na parte central da tela são exibidos jogos da loja em destaque, enquanto na parte inferior foi posicionada a barra de acesso as outras telas do aplicativo.

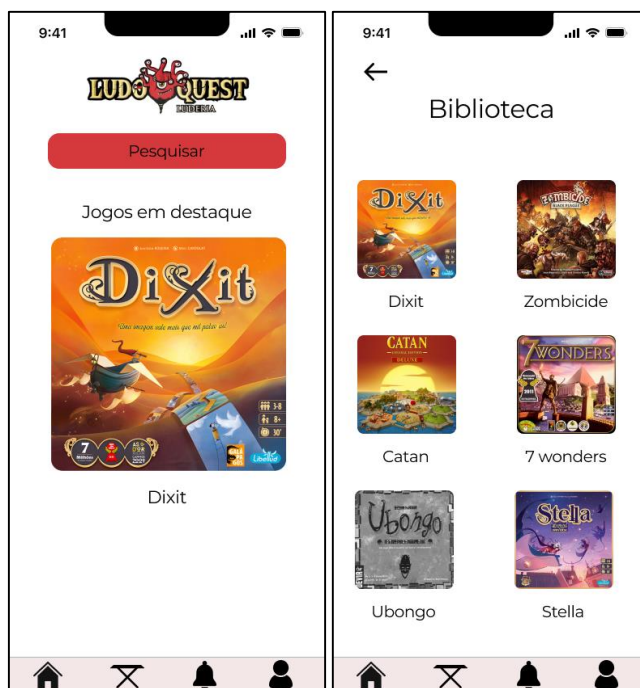


Figura 122: Menu principal

Fonte: Os Autores (2023)

Na tela de mesas ao lado da biblioteca na barra inferior, pode-se acessar as mesas do estabelecimento e ver, em tempo real, se estão ocupadas ou livres pra reservar na loja.

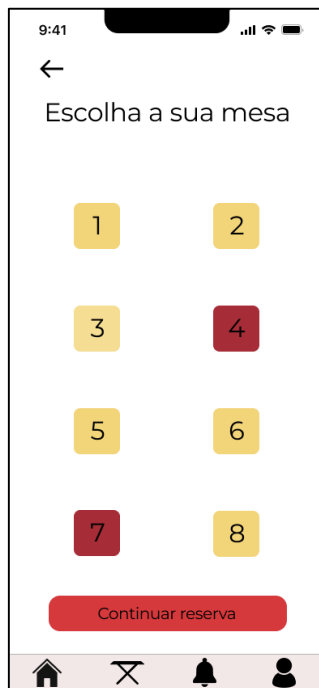


Figura 123: Reserva de mesas

Fonte: Os Autores (2023)

Ao lado, na barra inferior, pode-se acessar a tela de notificações do aplicativo, que mostra os jogos que estão disponíveis na loja e as ações que voce executou no aplicativo.

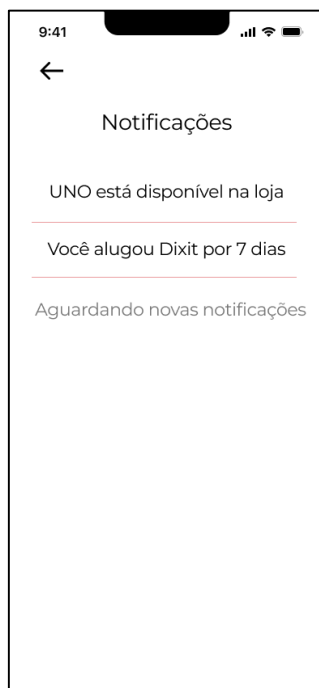


Figura 124: Notificações

Fonte: Os Autores (2023)

E a última função que se pode encontrar na barra inferior do aplicativo é a tela de perfil do usuário, que por sua vez, contém opção de editar o perfil e funções de configuração.

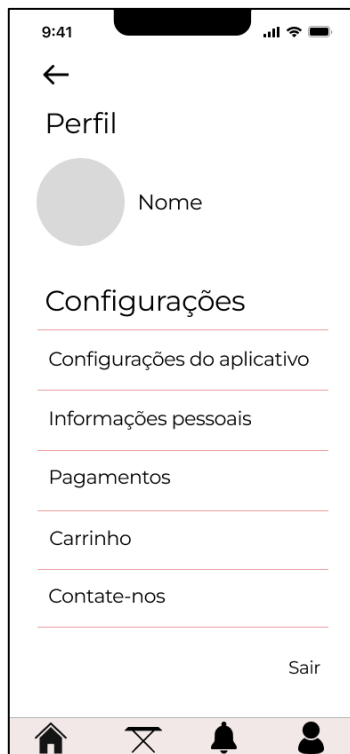
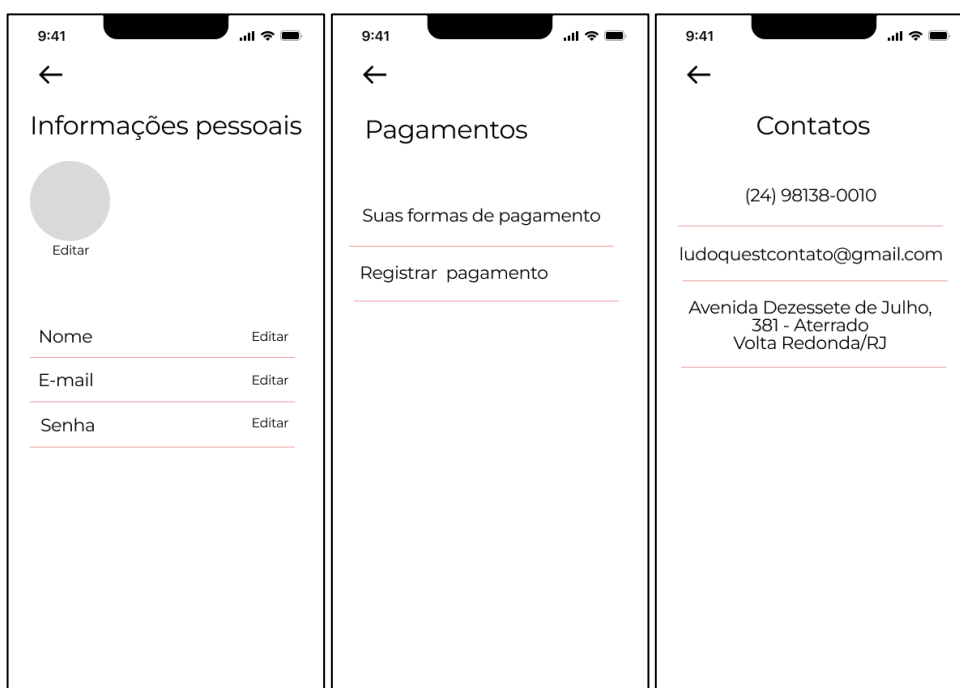


Figura 125: Perfil

Fonte: Os Autores (2023)

Nas opções de configuração se encontra as telas de configurações do aplicativo, informações pessoais, pagamentos, carrinho, contatos e, por fim, a opção de sair, todas seguindo mesmo layout, com exceção da tela do carrinho de compras.



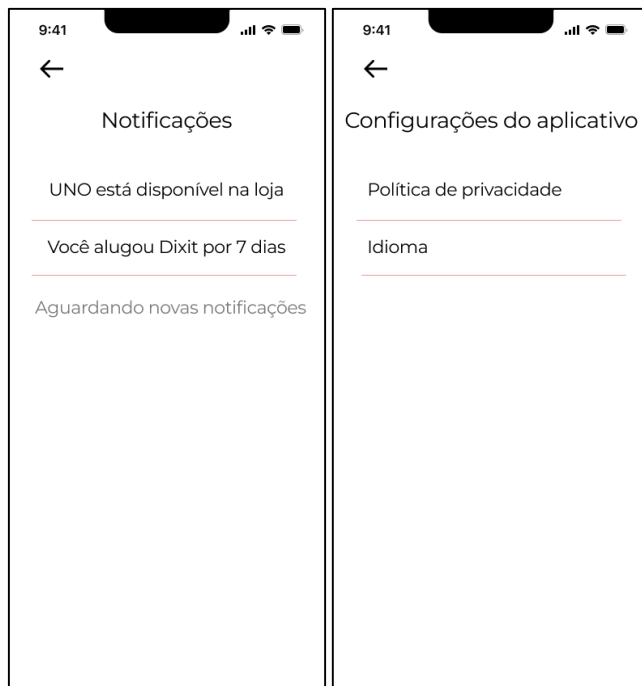
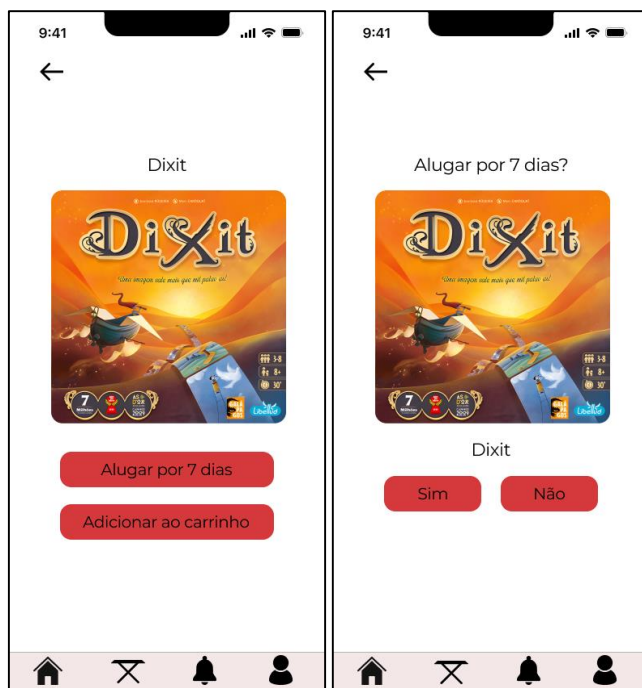


Figura 126: Configurações

Fonte: Os Autores (2023)

Voltando a tela inicial do aplicativo, quando um jogo ou uma mesa é escolhida, é acessada uma tela de confirmação de aluguel, reserva ou compra daquele produto.



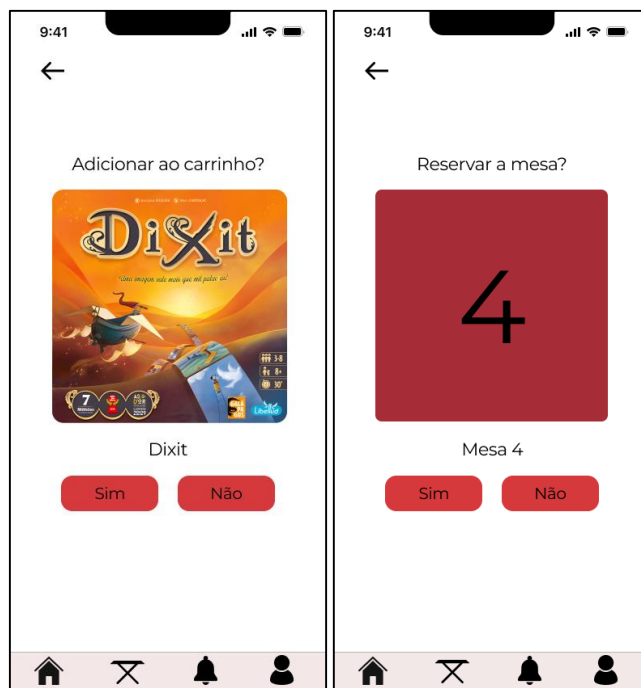


Figura 127: Telas de confirmação

Fonte: Os Autores (2023)

Quando acessada a tela do carrinho de compras, pode-se encontrar os produtos escolhidos listados com os seus respectivos nomes e preços, e quando confirmado, é acessada a tela de efetuação da compra, mostrando as opções que o usuário pode escolher para a compra do produto.

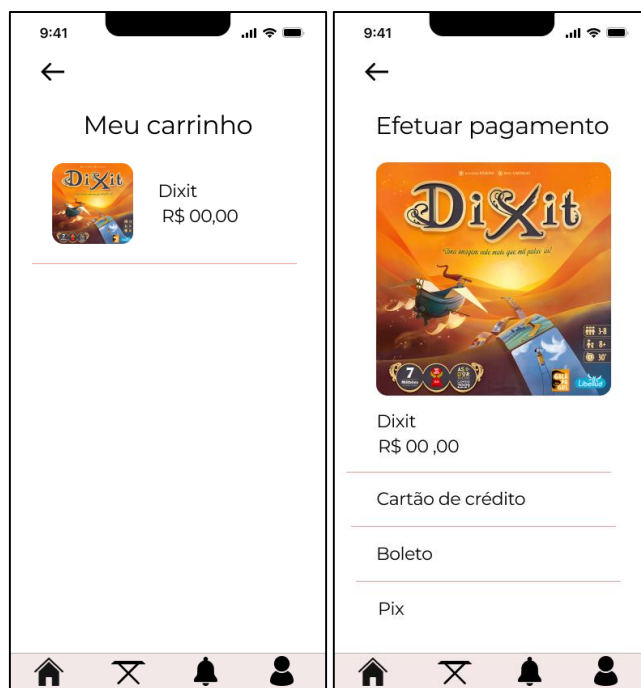


Figura 128: Tela do carrinho

Fonte: Os Autores (2023)

7. CONCLUSÃO

O projeto teve o objetivo de desenvolver o layout de um aplicativo de reserva de jogos de tabuleiros e mesas para a loja Ludo Quest, para isso foram coletados diversos dados e seguidas várias etapas da metodologia escolhida. Diante de todas essas informações ficou evidente a relevância do projeto no ponto de vista do cliente do projeto se destacar no mercado e proporcionar uma maior facilidade aos seus clientes, que cada vez mais recorrem a aplicativos para a solução das mais variadas atividades do seu dia.

O uso do design e suas técnicas possibilitou uma melhor clareza nas informações e melhor usabilidade para o usuário final através de estudos de ergonomia do layout, evidenciando a relevância do design enquanto ferramenta para a solução de projetos da área.

A ferramenta metodologica escolhida, o Design Thinking, mais precisamente o livro Design Thinking – Inovação em Negócios, dos autores Maurício Vianna, Ysmar Vianna, Isabel K. Adler, Brenda F. Lucena e Beatriz Russo teve grande papel na progressão do projeto, estimulando a criatividade e imersão dos desenvolvedores do projeto no problema a ser solucionado, tendo sido dessa forma possível chegar a uma solução que melhor se adequasse ao usuário do produto.

Conclui-se, portanto, que se tenha chegado a uma solução satisfatória, respeitando requisitos e restrições e cumprindo os objetivos previamente estipulados para o projeto, que numa fase seguinte, posterior a este trabalho, deverá ser testada e se necessário ajustada a necessidade do cliente e do público consumidor.

Referências Bibliográficas

AMBROSE, Gavin e Harris, Paul. **Cor**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

AMBROSE, Gavin e Harris, Paul. **Fundamentos do Design Criativo**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012

AMBROSE, Gavin e Harris, Paul. **Tipografia**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

AWARI. **UI/UX Design vs product design: entenda as diferenças**. 2022. Disponível em: <[https://awari.com.br/ux-ui-vs-product-design/?utm_source=blog&utm_campaign=projeto+blog&utm_medium=UI/UX%20Design%20vs%20Product%20Design:%20entenda%20as%20diferen%C3%A7as#:~:text=User%20Interface%20\(UI\)%2C%20em,experi%C3%A7%C3%A9%20o%20UX%20designer](https://awari.com.br/ux-ui-vs-product-design/?utm_source=blog&utm_campaign=projeto+blog&utm_medium=UI/UX%20Design%20vs%20Product%20Design:%20entenda%20as%20diferen%C3%A7as#:~:text=User%20Interface%20(UI)%2C%20em,experi%C3%A7%C3%A9%20o%20UX%20designer)>. Acesso em 21/09/2023.

CARDOSO, Bruno. **Mercado de apps recuou 2% em 2022**. 2023. Disponível em: <<https://macmagazine.com.br/post/2023/01/12/mercado-de-apps-recuou-2-em-2022-gasto-com-jogos-caiu-5/#:~:text=O%20mercado%20brasileiro%20de%20apps,US%241%2C1%20bilh%C3%A3o>>. Acesso em 21/09/2023.

COPAG. **Jogos de tabuleiro: história e evolução**. 2021. Disponível em: <<https://copag.com.br/blog/detalhes/jogos-de-tabuleiro-historia-e-evolucao>>. Acesso em 21/09/2023.

CRUZ, Leo. **Quais são os tipos de jogos de tabuleiro?**. 2016. Disponível em: <https://deveserisso.com.br/blog/quais-sao-os-tipos-de-jogos-de-tabuleiro/>. Acesso em 21/09/2023.

DA SILVA, Douglas. **O que é UX, user experience?**. 2021. Disponível em: <<https://www.zendesk.com.br/blog/o-que-e-ux/>>. Acesso em 21/09/2023.

DIGITAL HOUSE. **UX x UI: Qual a diferença e como as áreas se completam**. 2021. Disponível em: < <https://www.digitalhouse.com/br/blog/diferenca-entre-ux-e-ui>>. Acesso em 21/09/2023.

GENTE GLOBO. **A presença digital dos brasileiros por meio de aplicativos**. 2021. Disponível em: <<https://gente.globo.com/a-presenca-digital-dos-brasileiro-por-meio-de-aplicativos/>>. Acesso em 21/09/2023.

HELLER, Eva. **Psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. 1. ed. São Paulo: Editorial Gustavo Gili, 2013.

GUIMARÃES, Ítalo José e De Sousa, Marckson Roberto. **Reflexões sobre arquitetura da informação para dispositivos moveis**, Em Questão, Porto Alegre, v. 22, n. 1. 2016. Disponível em: <

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6141942> >. Acesso em 21/09/2023.

IMB. **O que é desenvolvimento de aplicativos móveis?**. 2022. Disponível em: <<https://www.ibm.com/br-pt/topics/mobile-application-development>> Acesso em 21/09/2023.

IPM. **Uso de aplicativos mobile cresce entre brasileiros com popularização dos smartphones**. 2021. Disponível em: <<https://www.ipm.com.br/blog/administracao-geral/uso-de-aplicativos-mobile-cresce-entre-brasileiros-com-popularizacao-dos-smartphones/>>. Acesso em 21/09/2023.

KANEHIRA, Caroline. **Aprenda tudo sobre o design de interface para utilizar em seu aplicativo e encantar seus usuários**. 2021. Disponível em: <<https://eescjr.com.br/blog/design-de-interface/>>. Acesso em 21/09/2023.

KAROLINE, Priscila. **Você sabe o que é uma "Luderia"?**. 2018. Disponível em: <<http://ludoramateste.blogspot.com/2018/02/voce-sabe-o-que-e-uma-luderia.html>>. Acesso em 21/09/2023.

MAIA, Larissa. 2016. **Design de interface: você sabe o que é e qual a importância?**. Disponível em: <<https://agenciaduo.me/design-de-interface-voce-sabe-o-que-e-e-qual-a-importancia/>>. Acesso em 21/09/2023

MONTOVANI, Igor. **O que são jogos de tabuleiro? Qual a origem? Como funciona?**. 2021. Disponível em: <<https://mktesports.com.br/blog/jogos-tabuleiro/o-que-sao-jogos-tabuleiros/#:~:text=O%20surgimento%20dos%20jogos%20de,com%20os%20povos%20daquele%20per%C3%ADodo>>. Acesso em 21/09/2023.

PAPPERGAMES. **Board games, um mercado em expansão**. 2021. Disponível em: <<https://papergames.com.br/boardgames-um-mercado-em-expansao/>>. Acesso em 21/09/2023.

Sommadossi, Guilherme. **Mercado de jogos de tabuleiro ganha espaço no Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://forbes.com.br/colunas/2019/07/mercado-de-jogos-de-tabuleiro-ganha-espaco-no-brasil>>. Acesso em 21/09/2023

VIANNA, Maurício; Vianna, Ysmar; Adler, Isabel; Lucena, Brenda; Russo, Beatriz. **Design thinking inovação em negócios**. 1. ed. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.