Cocktrail

Aplicativo de coquetéis

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JÚLIO MESQUITA FILHO - UNESP
Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação e Design - Faac
Campus de Bauru

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DESIGN

Bruno da Costa Tarossi
Orientação: Profª Dra. Carolina Vaitiekunas Pizarro

Bauru- 2024

T191c

Tarossi, Bruno da Costa
Cocktrail : Aplicativo de coquetéis / Bruno da Costa Tarossi. -- Bauru, 2024
122 p. : il., tabs., fotos

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Design) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientadora: Carolina Vaitiekunas Pizarro

1. Aplicativo. 2. Coquetéis. 3. Gamificação. 4. Experiência do usuário. 5. Mixologia. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru.
Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

Agradecimentos

Agradeço aos meus pai e familiares que sempre me apoiaram e acreditaram em minha educação.

Às políticas de permanência estudantil da Unesp que me permitiram me manter na cidade.

Aos meus amigos, em especial ao Henrique e Daniel, por me acompanharem nesse processo.

E aos meus professores e minha orientadora pelo apoio em minha graduação

Sumário

SUMÁRIO

Resumo ----------p.08

Abstract ---------- p.10

Introdução ----------p.12

Objetivos ----------p.16

Justificativa ----------p.19

Revisão de literatura ----------p.21

Metodologia ----------p.33

Projeto ---------- p.37

Descobrir ---------- p.39

- Desk research ----------p.40
- Pesquisa com os usuários ----------p.52
- Analíse formulário ----------p.54

Definir ---------- p.65

- Persona ---------- p.66
- Mapa da jornada do usuário ---------- p.70

Desenvolver ----------p.74

- Fluxo de tarefas e inventário de interface ----------p.75
- Wireframes ----------p.79
  - Wireframe de baixa fidelidade ----------p.81
  - Wireframe de média fidelidade ----------p.85
  - Wireframe de alta fidelidade ----------p.89

Entregar ----------p.96

- Projeto final ---------- p.97
  - Protótipo ----------p.98
  - Identidade ----------p.101
  - Imagens de apresentação (Mockups) ----------p.108

Considerações Finais ----------p.113

Referências ----------p.115

Apêndices ----------p.120

Resumo

A mixologia é a área de conhecimento responsável pelo estudo e combinação de ingredientes voltados ao preparo de coquetéis. Embora este tipo de produto seja muito consumido em bares e restaurantes, há também uma parcela do público consumidor que opta por fazer seus próprios coquetéis. Atualmente a internet traz uma série de conteúdos voltados para este nicho de público os quais difundem ingredientes, dicas, modos de fazer, tutoriais e até mesmo aplicativos dedicados ao tema, sendo estes últimos um desafio deste projeto. Assim, o foco deste trabalho de conclusão de curso é projetar um aplicativo de mixologia que auxilie o público usuário a preparar coquetéis à base de cachaça por meio da gamificação, tornando a experiência de uso agradável e simplificada. Para tal, o método de projeto adotado será a abordagem do Duplo Diamante do Design Council que posiciona o usuário no centro do processo. Como resultado, espera-se alcançar um protótipo de produto digital adequado do ponto de vista do design e agradável do ponto de vista da pessoa usuária.

Palavras-chave: Mixologia, Aplicativo, Gamificação, Experiência do usuário

Abstract

Mixology is the area of knowledge responsible for the study and combination of ingredients used to prepare cocktails. Although this type of product is widely consumed in bars and restaurants, there is also a portion of the consumer public who chooses to make their own cocktails. Currently, the internet brings a series of content aimed at this niche audience, which disseminates ingredients, tips, ways of making, tutorials and even applications dedicated to the topic, the latter being a challenge for this project. Therefore, the focus of this course completion work is to design a mixology application that helps users prepare cachaça-based cocktails through gamification, making the user experience pleasant and simplified. To this end, the design method adopted will be the Design Council's Double Diamond approach that places the user at the center of the process. As a result, it is expected to achieve a digital product prototype that is suitable from a design point of view and pleasant from the user's point of view.

Keywords: Mixology, Application, Gamification, User experience

Introdução

A mixologia é uma área de conhecimento que tem como foco estudar a combinação de ingredientes para criação de coquetéis (Michaelis,2023).

No Brasil, o consumo e interesse em coquetéis à base de destilados aumentou nos últimos anos, tendo o consumo de gin e whisky dobrado e a cachaça, bebida símbolo nacional, representando 500 milhões de litros consumidos no ano de 2022. (Martins, 2023).

O responsável por materializar estas bebidas é o profissional mixologista, que tem como campo de trabalho bares e restaurantes. Embora estes locais sejam muito frequentados por apreciadores de bebidas, parte do público consumidor nem sempre aprecia estes ambientes, optando muitas vezes por preparar as próprias bebidas, seja para consumo próprio ou em reuniões com amigos e familiares, por exemplo.

Para fazer coquetéis por conta própria, contudo, são necessários conhecimentos diversos sobre aspectos como ingredientes, combinações, modo de preparo e etc. Hoje, com a internet, tornou-se comum encontrar na rede conteúdos voltados ao preparo de bebidas para consumo pessoal em sites, redes sociais, plataformas de vídeos e aplicativos (Sarikaya, 2023).

Especificamente falando dos aplicativos, atualmente existem diversos destes conteúdos dedicados ao preparo de bebidas, com foco na elaboração de receitas de coquetéis e gerenciamento dos ingredientes pessoais e modos de preparo. Tais aspectos, entretanto, são apresentados em interfaces com excesso de informação e não intuitivas trazendo uma complexidade desnecessária para a experiência.

Este trabalho de conclusão de curso tem em seu foco projetar um aplicativo de mixologia que auxilie o público usuário a preparar coquetéis à base de cachaça por meio da gamificação para que de maneira dinâmica o usuário seja motivado não somente a experimentar receitas recomendadas para seu perfil e gosto pessoal, mas também a criar, a experimentar e a descobrir novas receitas.

A escolha da cachaça como produto foco para o protótipo do app apresentado neste trabalho de conclusão de curso se deve pela importância sociocultural que a bebida tem no Brasil, a oportunidade de trabalhar no produto digital a difusão de receitas de coquetéis que levam a bebida como base e também contribuir como objeto de exemplo, ilustrando elementos da interface, auxiliando assim, nas etapas de projeto de design aqui apresentado.

Objetivos

Objetivo Geral

Este trabalho tem por objetivo geral projetar um aplicativo de mixologia que auxilie o público usuário a preparar coquetéis à base de cachaça por meio da gamificação, tornando a experiência de uso agradável e simplificada.

Objetivos Específicos

- Conhecer mais sobre a área da mixologia;
- Conceituar o Design para a experiência do usuário (UX Design) como um caminho para aprimorar experiências no universo da mixologia;
- Tomar conhecimento da percepção dos usuários sobre o preparo de coquetéis, sobre o consumo e o uso de apps como recurso na criação de coquetéis;
- Conhecer mais sobre o panorama de aplicativos existentes voltados a este tema;
- Desenvolver a partir da percepção dos usuários e dos dados levantados uma proposta de aplicativo voltado ao enriquecimento da experiência com coquetéis a partir da gamificação.

Justificativa

O consumo de coquetéis é parte dos hábitos alimentares de diversos públicos maiores de idade sendo a mixologia a área de conhecimento responsável pela criação de diversas receitas deste tipo.

Entendendo que parte do público consumidor se interessa em também ter suas próprias experiências no preparo destas bebidas, este projeto se justifica na medida em que busca trazer para o público interessado conteúdos específicos de maneira acessível e dinâmica por meio de um aplicativo de celular, possibilitando ao usuário usufruir, descobrir e preparar seus próprios drinques.

A escolha da cachaça como receita inicial para o protótipo do app busca valorizá-la enquanto bebida nacional.

Revisão de literatura

Design para experiência do usuário

A experiência do usuário - abordagem também conhecida pela sigla UX - corresponde a todo o caminho e experiência que um usuário tem com algum produto desde seu primeiro contato até o pós uso. Segundo Norman e Nielsen (2023), para promover uma boa experiência por meio do design, o primeiro requisito é conhecer exatamente as necessidades das pessoas que utilizarão o produto, sistema ou serviço, de modo que os projetos sejam adequados e agradáveis.

Projetar para a experiência do usuário envolve, portanto, posicionar a pessoa que utiliza ou utilizará a solução projetada no centro do processo. Uma abordagem de projeto centrada no usuário garante que os desejos e necessidades das pessoas sejam consideradas nas diferentes etapas de criação da solução. Nesse sentido, uma abordagem amplamente utilizada é a do Design Thinking.

Estas etapas do Design Thinking estão presentes no Duplo Diamante, um diagrama de 2003 resultante de uma pesquisa promovida pelo Design Council para justamente identificar como os designers projetavam (Design Council, 2023). Atualmente, o Duplo Diamante é referência quando se pretende estruturar um processo de projeto para a experiência do usuário e por esse motivo é a abordagem empregada neste trabalho de conclusão de curso.

As etapas descritas no Duplo Diamante são: descobrir, definir, desenvolver e entregar. Para cada uma delas, os designers podem empregar diversos recursos que permitam a imersão no contexto do usuário, favorecendo a geração de ideias e o desenvolvimento do projeto, de modo que a entrega seja a melhor possível, podendo - e devendo - ser melhorada continuamente em um processo iterativo.

Segundo Grilo (2019, p.24-25) na sociedade amplamente influenciada por soluções digitais, é necessário que no projeto destes produtos “[...] sejam consideradas as experiências que estes produzem para seus utilizadores, de modo a otimizar as interfaces com as quais operam as interações entre pessoas e tecnologias”.

Na busca por esta otimização da interação é que este trabalho de conclusão de curso incluirá a gamificação como estratégia para melhorar a experiência do usuário. O foco não é que o produto seja simplesmente um catálogo digital com receitas de coquetéis, mas um caminho para promover novas experiências.

A gamificação como parte do UX

Os jogos fazem parte de diferentes culturas e da história da humanidade, compondo parte da cultura e figurando como uma atividade temporária de evasão da vida real, sendo muitas vezes buscada para diversão o que faz com que muitas das produções sejam direcionadas ao entretenimento. Segundo Salen e Zimmerman (2012) o jogo pode ser considerado um ato simbólico de comunicação, tendo suas características próprias trazendo consigo um sentido e significado para alguma ação.

Ao longo do tempo, de acordo com Pizarro:

> [...] os jogos passaram a ser vistos como uma atividade com potencial não somente para o entretenimento de pessoas, mas também para colocá-las em contato com elementos que poderiam simular – sem riscos – acontecimentos do "mundo real" (Pizarro, 2019, p.71-72).

Este processo de utilizar elementos tradicionalmente encontrados nos games para aplicação em ambientes de não-jogo é denominado gamificação.
A gamificação é uma abordagem que pode ser utilizada na produção de diferentes soluções como produtos, sistemas e serviços. Nesta abordagem são utilizados elementos e mecânicas de jogos em contextos não lúdicos:

> Nesse sentido, conceitos e processos de um design de jogo (como progressão, organização em níveis, componentes da mecânica de um jogo, dentre outros) são aplicados em produtos materiais ou imateriais que não foram estruturados como jogo (Santaella; Nesteriuk; Fava, 2017).

Para Burke (2015), “[...] o desafio da gamificação é projetar/desenhar a experiência do jogador, não a tecnologia”, assim, um processo de design bem estruturado favorece a criação de soluções adequadas. Ainda segundo o autor, as soluções gamificadas precisam evoluir ao longo do tempo para que a experiência do “jogador” - usuário - seja sempre aprimorada por meio de variadas e novas interações, o que precisa ser resolvido a partir da perspectiva do design.

De acordo com Alves (2015) os elementos chave da gamificação são:

- Mecânicas: são as regras e estruturas do jogo que guiam a interação dos usuários - incluem pontuação, níveis e desafios, recompensa e quadro de líderes.
- Dinâmicas: estão ligadas às mecânicas e fazem referência aos comportamentos e ações que os jogadores devem realizar para progredir no jogo - incluem completar tarefas; completar desafios específicos; coletar e acumular itens, colaboração, competição.
- Componentes: referem-se aos elementos visuais, de design e narrativos que contribuem para a imersão e a experiência do jogador tornando a gamificação envolvente - incluem gráficos, animações, interfaces intuitivas, narrativa, feedback imediato sobre desempenho, personalização.

Neste TCC, dentro do protótipo proposto, os componentes visuais suportam o desenvolvimento das mecânicas que guiam o usuário por meio de trilhas favorecendo a dinâmica de completar os desafios referentes a elaborar o próprio drink, o que desbloqueia benefícios em forma de produtos/descontos além de novas receitas. Assim, utilizando mecânicas de jogos para envolver e motivar o usuário a atingirem seus objetivos e desenvolver uma habilidade (BURKE, 2015, p. 5 -6).

A Mixologia

Mixologia é a arte ou a habilidade de misturar ingredientes diversos para preparar coquetéis, se utilizando de técnicas gastronômicas para esta preparação. A primeira definição de cocktail aparece em 1806 no editorial The Balance and Columbian Repository sendo “um licor estimulante, composto de bebidas destiladas de qualquer espécie, açúcar, água e bitter[...]” (MILES, 2006, tradução nossa).

O consumo de álcool e bebidas que o contêm vem desde os primeiros povos e civilizações, atrelados a diferentes meios sociais e eventos, contudo a forma mais usual de consumir coquetéis atualmente é indo a bares e restaurantes, onde a bebida será preparada por um profissional, o mixologista, que tem o domínio de técnicas, ferramentas e conhecimento das receitas.

De acordo com Munce (2022) o interesse das pessoas pelo preparo de coquetéis vinha crescendo no período pré-pandemia e se acentuou durante o período de isolamento em consequência da COVID-19, aumentando assim a popularidade da mixologia amadora.

Ainda segundo a autora, com o amplo uso de redes sociais e crescente interesse nesta área, a mixologia se difundiu para leigos que ao ter contato com modos de preparos e ingredientes podem experimentar, mesmo que sem a maestria de um profissional, um pouco do mundo da coquetelaria.

A cachaça

A receita base do app apresentada neste TCC é a Caipirinha, famosa bebida símbolo nacional, e foi escolhida para valorizar a cachaça.

A origem da cachaça remonta ao Brasil colonial. Segundo SEBRAE (2013, p.10) uma vez que a chegada de Portugal ao território brasileiro trouxe a cana-de-açúcar ao país, a qual teria papel decisivo na produção do destilado nacional e também no cenário econômico com a produção açucareira.

Mesmo com este peso histórico, à bebida foram atribuídos estigmas como qualidade ruim, pobreza e desprestígio (Silva, 2009, p.94). Entretanto, com a exportação e aumento do consumo da bebida no exterior, cresce o interesse da bebida em todas as classes sociais no Brasil, suavizando os estigmas anteriores (Silva, 2009, p.106-107).

Atualmente, no contexto brasileiro de preparo de coquetéis têm-se as batidas, bebidas a base de cachaça e frutas sendo a mais conhecida delas a caipirinha (Martins, 2018, p.139), tendo até seu próprio decreto.

Além da caipirinha, outros clássicos coquetéis à base de cachaça surgiram ao longo do tempo e podem ser encontrados em bares brasileiros, como o rabo de galo, bombeirinho e macunaíma (Redação GQ, 2018)

Nos anos de 2001 e 2002 o então presidente Fernando Henrique Cardoso assinou os Decretos n.º4.062/2001 e n.°4.072/2002, que estabeleceram a denominação “cachaça” como oficial e exclusiva para a aguardente de cana produzida no Brasil. Este passo contribuiu para o processo de promoção e divulgação da cachaça também no mercado internacional (SEBRAE, 2013, p.11)

Metodologia

Tipo de pesquisa

Este TCC é do tipo qualitativo e de caráter exploratório.

Conforme os autores, a coleta dos dados qualitativos consiste em obter as perspectivas e os pontos de vista dos participantes considerando suas emoções, prioridades, experiências, significados e outros aspectos subjetivos (Sampieri, Collado, Lucio, 2013, p.34).

O desenvolvimento da pesquisa se deu inicialmente a partir de um levantamento bibliográfico que envolveu também a análise de projetos similares, visando auxiliar na construção do conhecimento.

Local da pesquisa

A pesquisa foi desenvolvida no ambiente da Universidade e a coleta de dados foi feita por meio de questionários online realizados no ambiente do Formulários do Google.

Amostra de Participantes

Os participantes da pesquisa foram voluntários e seus dados foram tratados única e exclusivamente para fins científicos sendo seu anonimato garantido.

Antes do início de cada coleta foi solicitado aos participantes a leitura e concordância com o TCLE – Termo de consentimento livre e esclarecido anexado ao final deste projet0, que foram disponibilizados antes do início preenchimento do questionário no Formulários do Google.

Critérios de Inclusão e Exclusão

Para o questionário os critérios de inclusão serão ter mais de 18 anos e completarem o questionário com respostas que sejam válidas para o estudo.

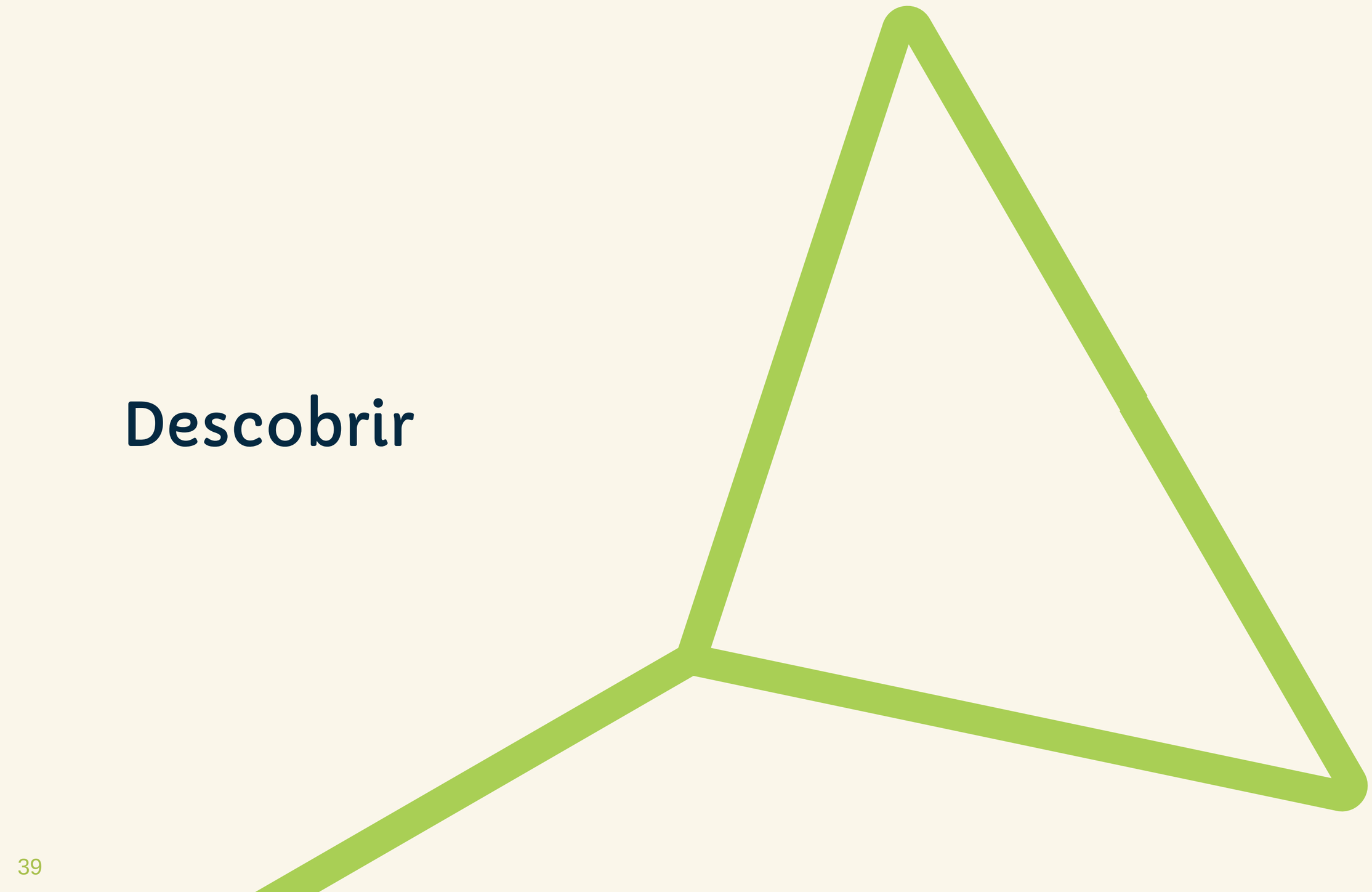
Aqueles que não atenderam a estes critérios foram então excluídos da amostra.

Projeto

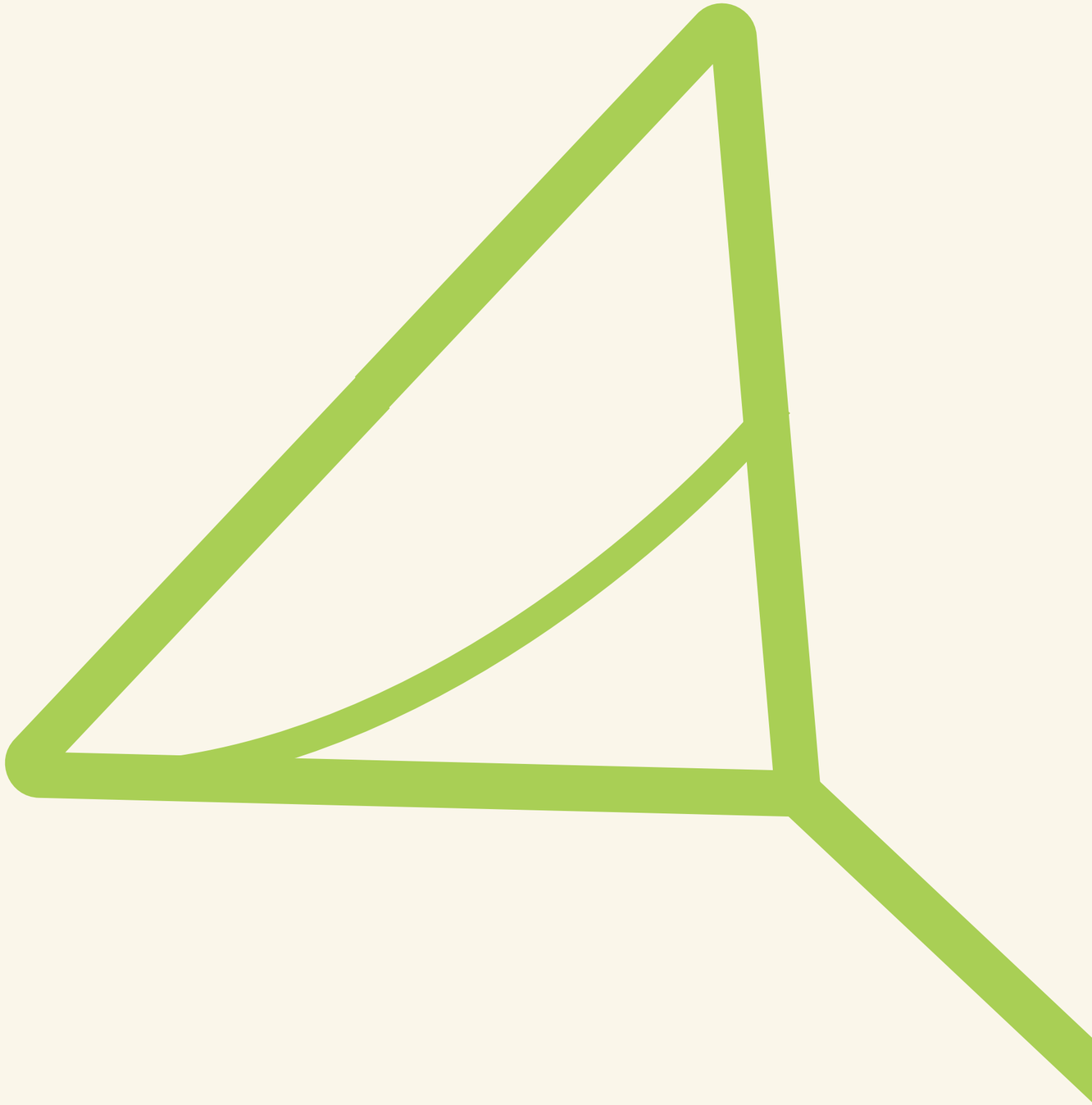
O projeto foi desenvolvido com base no método de Design Thinking a partir das etapas do Diagrama do Duplo Diamante (DESIGN COUNCIL, 2023). Elaborado pelo Design Council, o diagrama sintetiza etapas de projeto dividindo-as em: descobrir, definir, desenvolver e entregar. Neste projeto as seguintes ferramentas/técnicas foram utilizadas em cada etapa:

- **Descobrir:** Desk research, Pesquisa com os usuários (Questionário).
- **Definir:** Personas e Mapa da jornada do usuário.
- **Desenvolver:** Fluxo de tarefas/ Inventário de interface e desenvolvimento do projeto com protótipos de baixa, média e alta fidelidade.
- **Entregar:** entrega final do protótipo navegável do app com telas principais e um fluxo completo.

Descobrir



Desk Research



Desk research é a é a procura deinformações e resultados relevantes de pesquisas prévias para um novo projeto, permitindo visualizar e identificar tendências e oportunidades novas, guiando as decisões de experiência do usuário mais facilmente (Azarova, 2022).

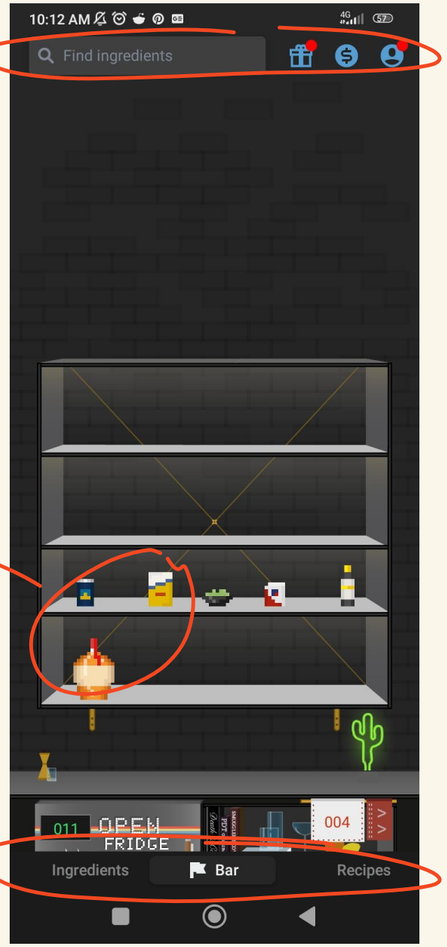
Esta pesquisa para o aplicativo de drinques ocorreu por buscas de similares, buscando por produtos que tivessem a proposta semelhante. Foram analisados os seguintes aplicativos:

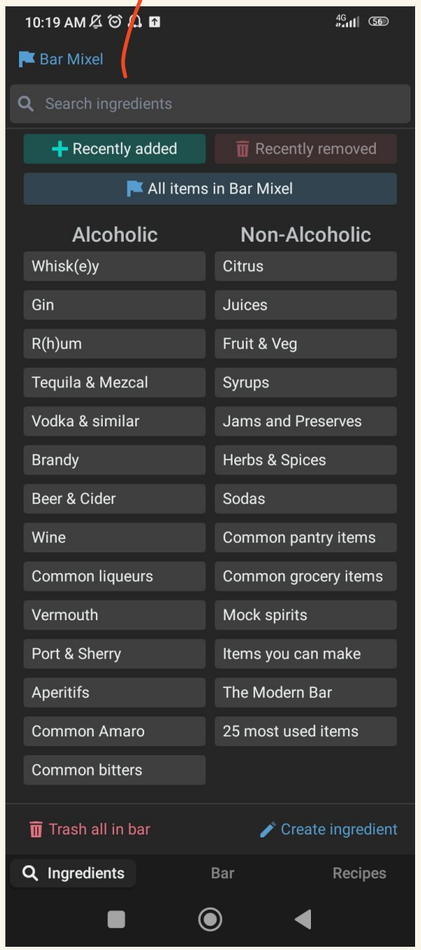
- Mixel
- Drinks
- Receitas coquetéis
- BarBack
- AZ Drinks
- My Bar

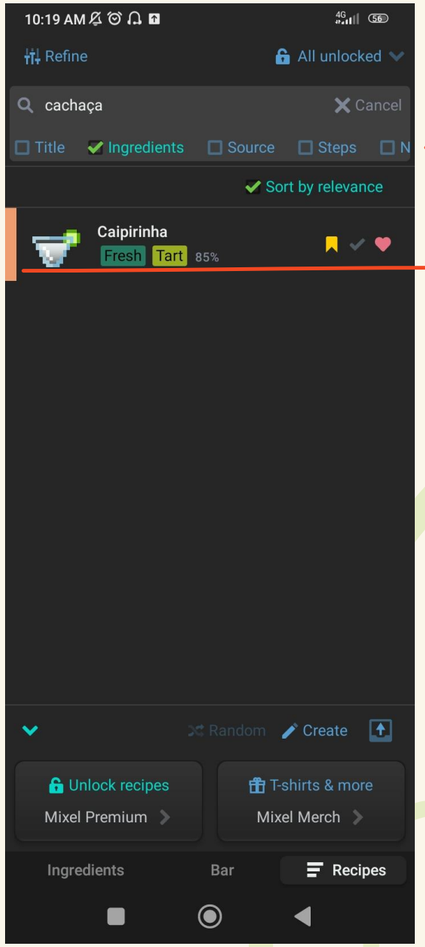
Mixel

- pesquisa de ingredientes
- comprar versão premium
- aba do usuário

busca de ingredientes para adicionar no bar







mecanismos de busca

- características de sabor da receita
- possível salvar, notificar como feito e colocar como favorito

Ingredientes que o usuário tem em seu bar

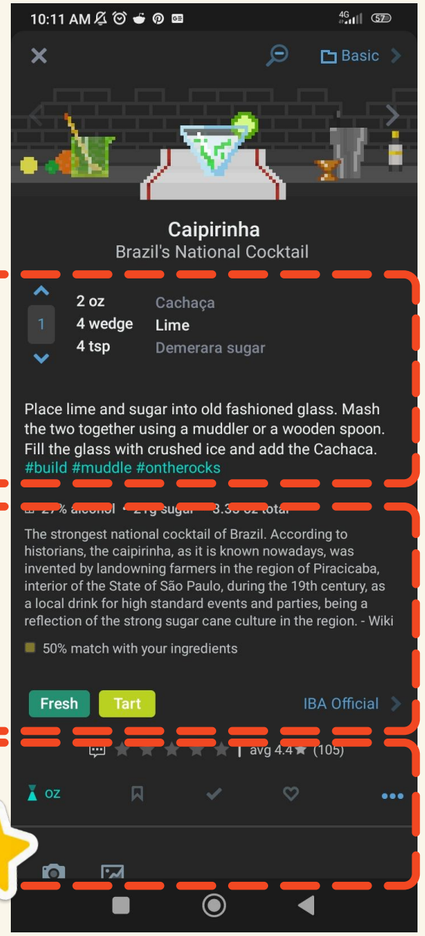
- Não reconhecível facilmente pela imagem

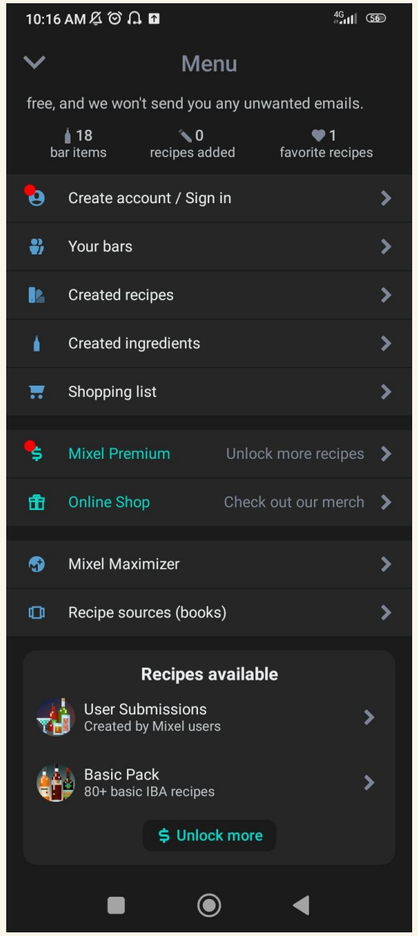
Três principais áreas do app

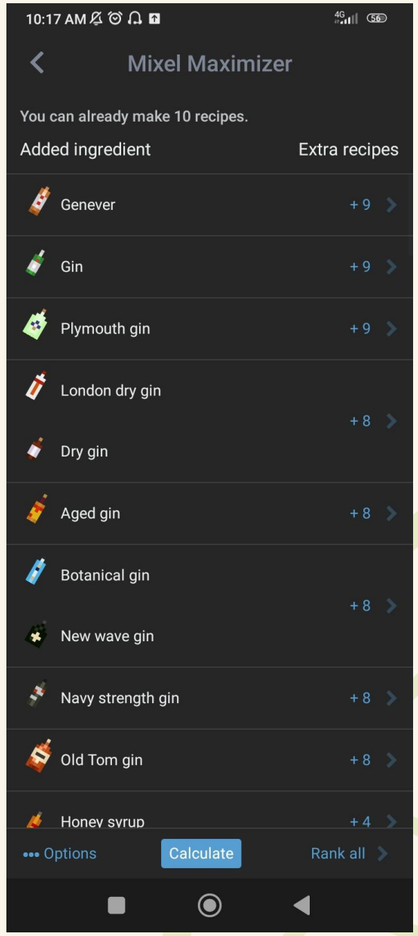
receita do drink podendo mudar a proporção

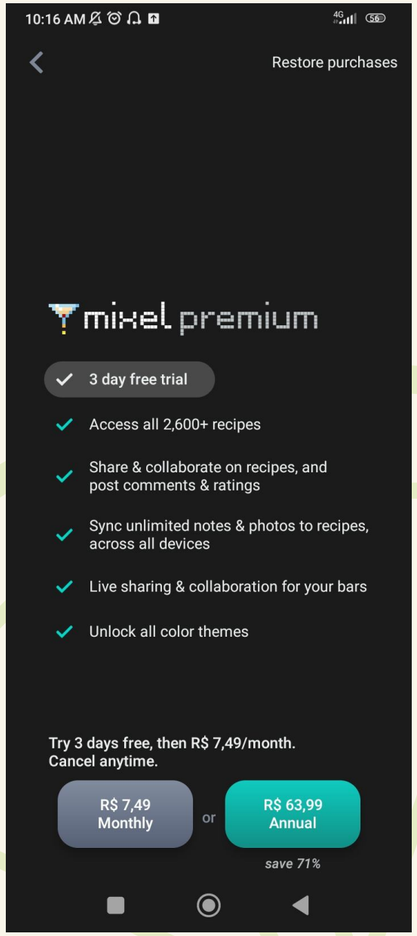
informações do drink com e a disponibilidade de faze-lo com os ingredientes do bar

possível dar nota, comentar e adicionar fotos do seu preparo





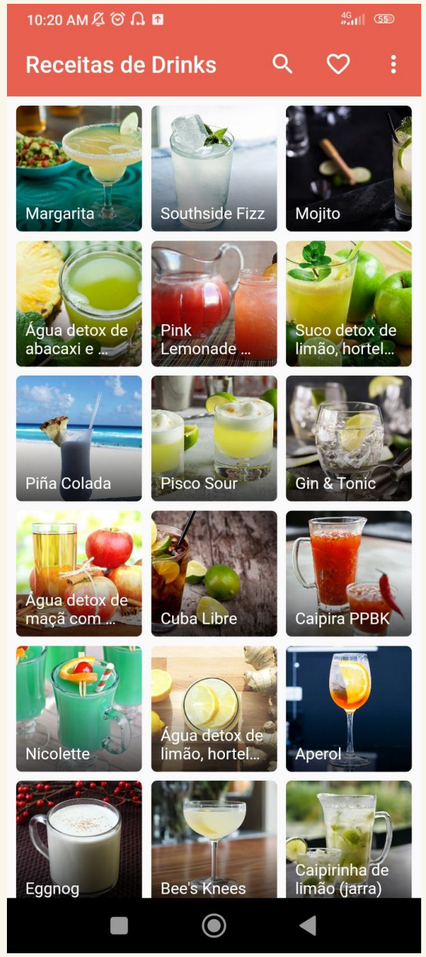




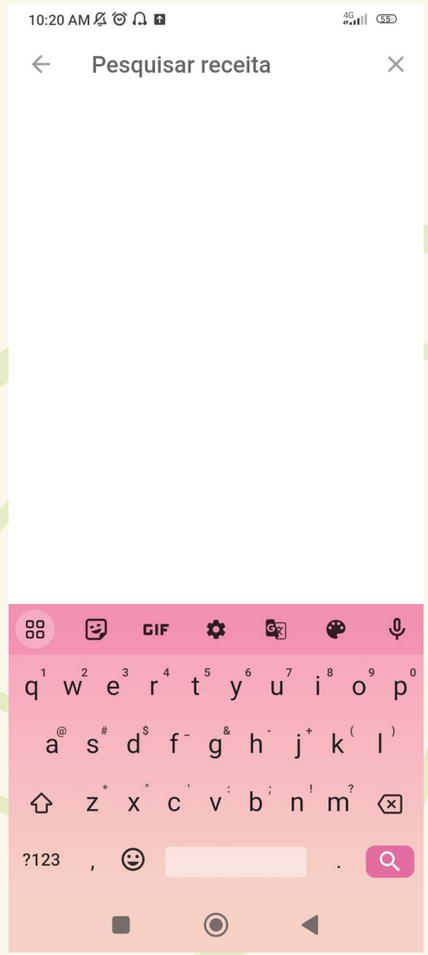
Drinks

- pesquisa
- favoritos

diveros drinks, mas
com número limitado

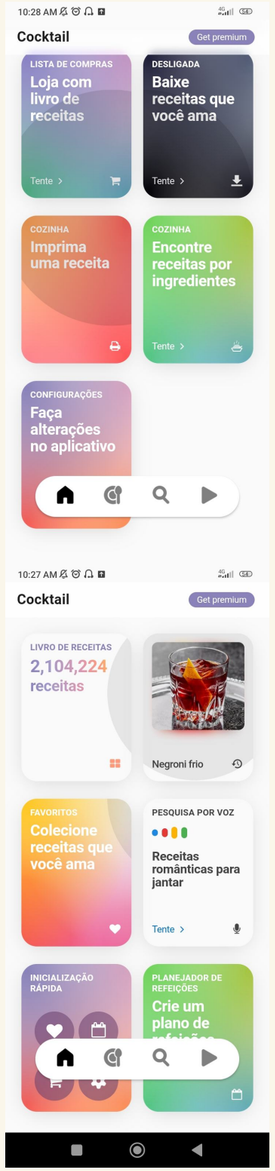


- foto
- nome e descrição
- ingredientes (opção de rasura)
- modo de preparo

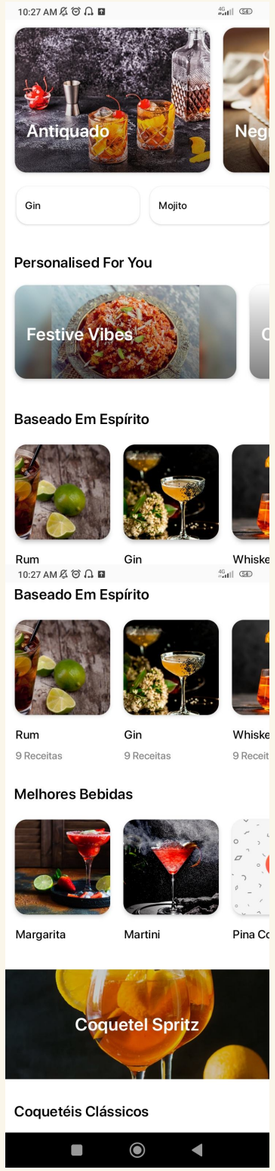


Receitas Coquetéis

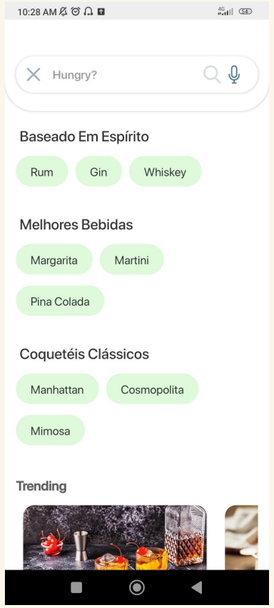
home baseada em cards

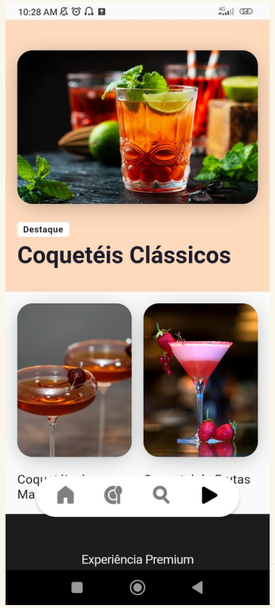


receitas

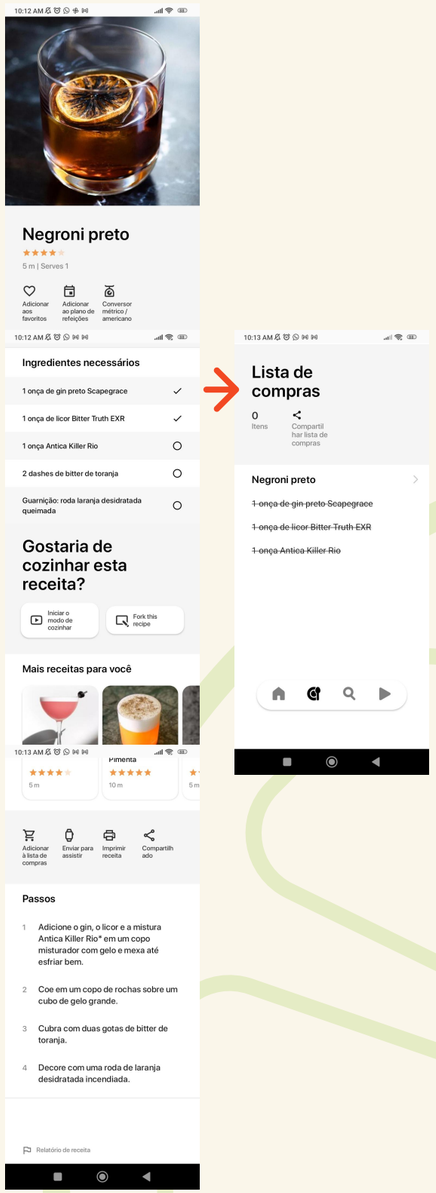


pesquisa



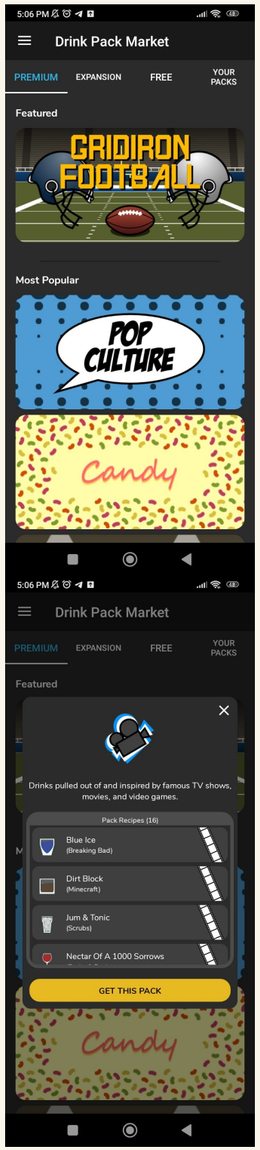


- drink
- classificação
- tempo e porções
- favoritos/agenda/conversor
- ingredientes
- modo de cozinhar e compartilhar receita
- sugestões
- opções
- passos

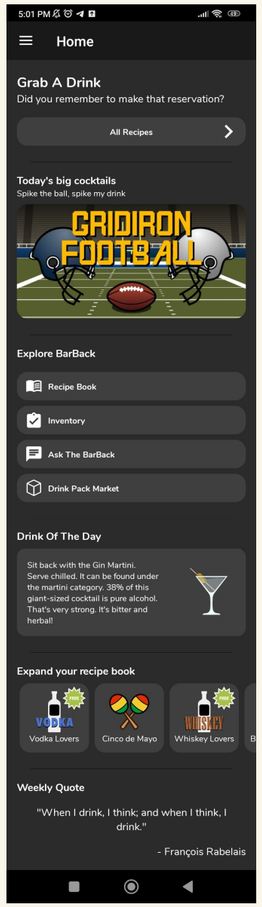


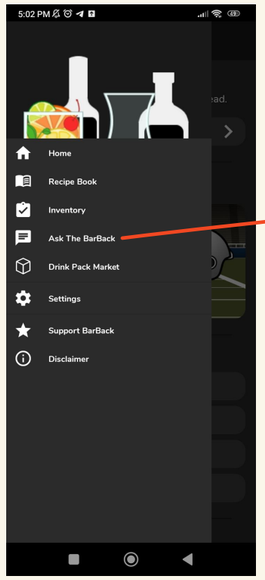
BarBack

DLCs

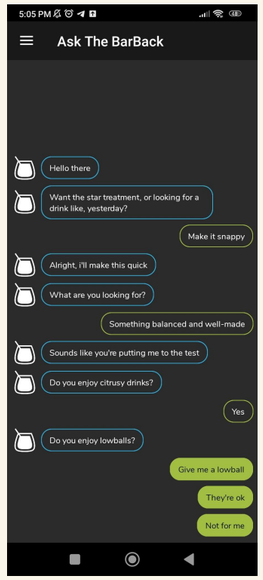


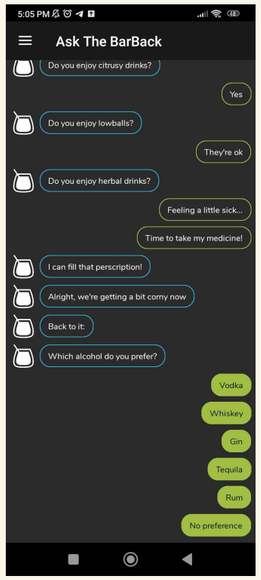
home

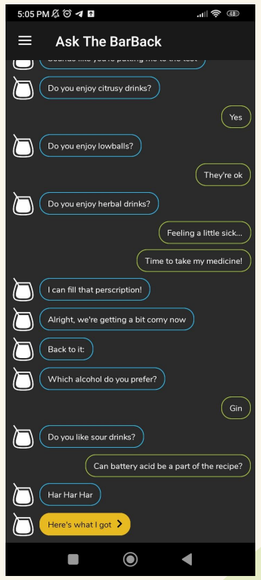


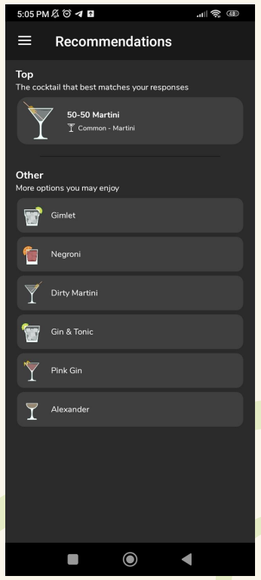


conversa

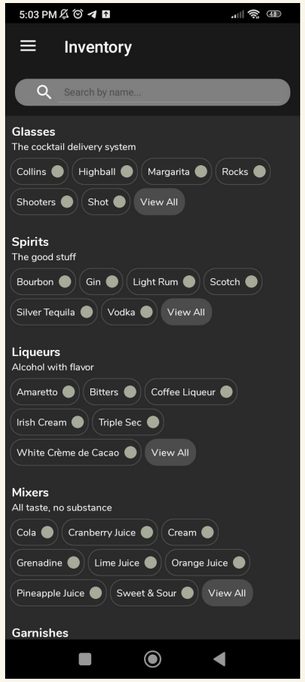




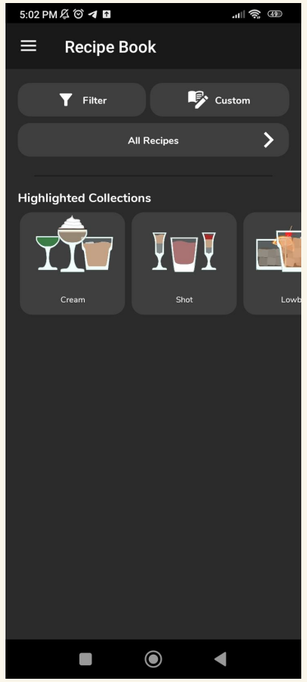




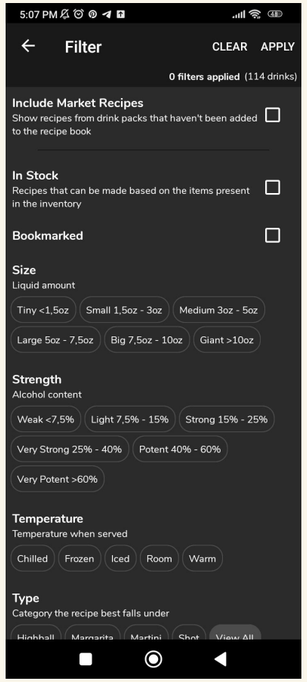
inventário

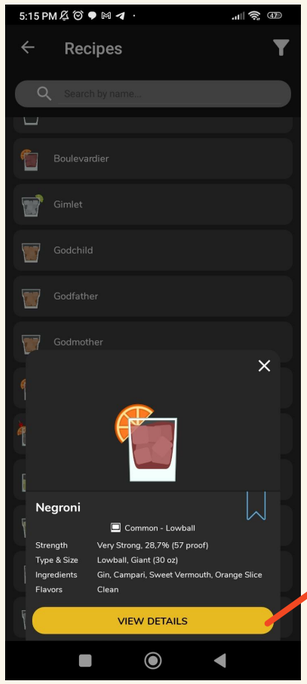


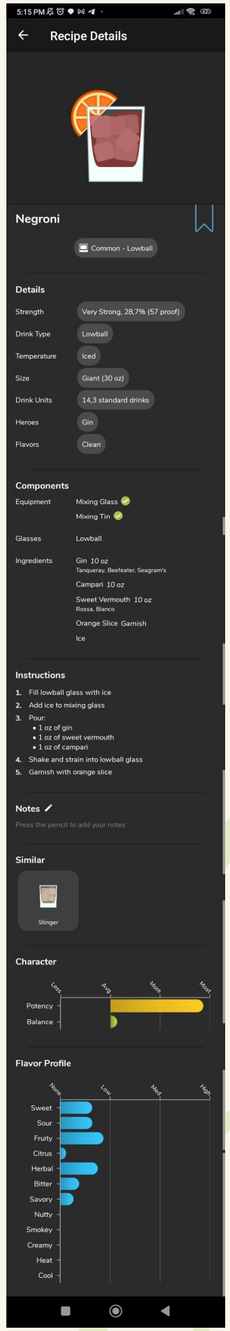
receitas



filtro receitas





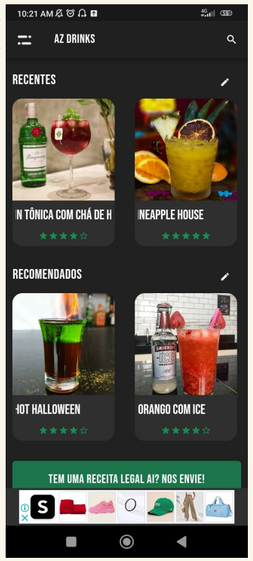


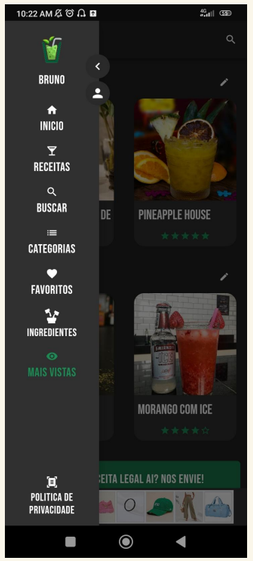
equipamentos do inventário são marcados

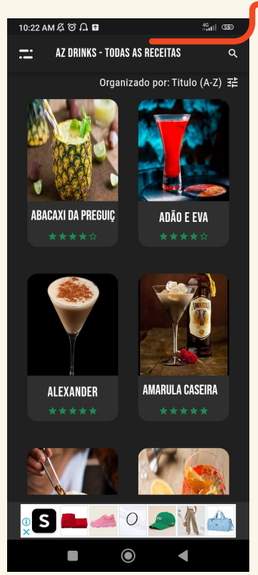
muitas características do drink

AZ Drinks

Home
Drinks com foto e classifcação separados por categorias

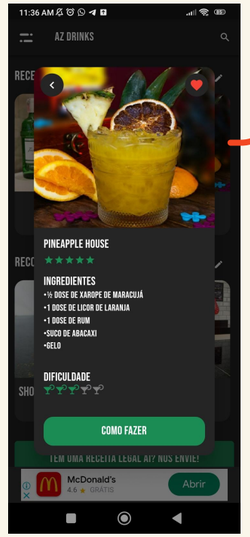






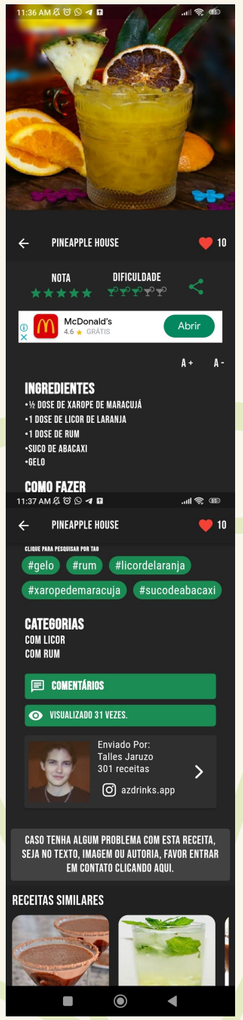
receitas ordenadas por nome ou classificação

possível adicionar as próprias receitas e avaliações



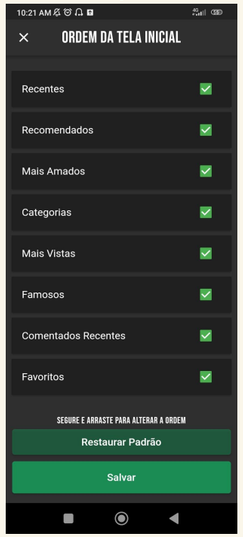
pop up com ingredientes e dificuldades ao clicar em um drink

página completa da receita

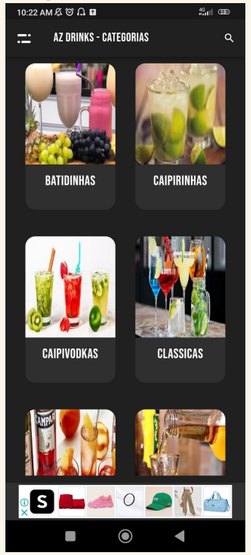


- tags
- categorias
- comentários
- info do usuário
- similares

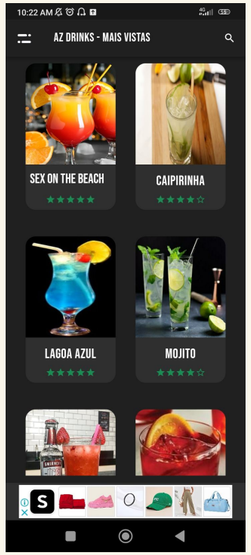
Configuração possibilidade de personlizar a tela inicial



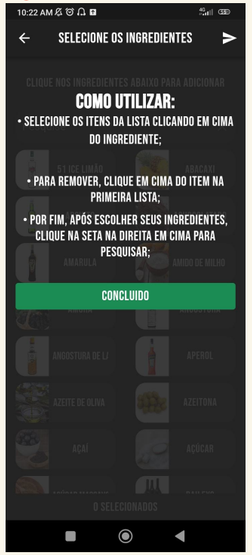
categorias



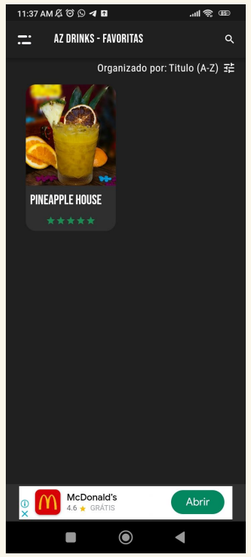
mais vistas



ingredientes

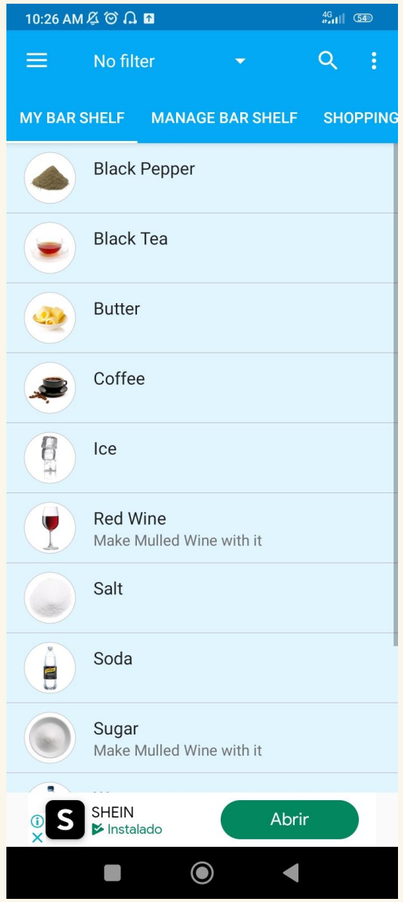


favoritos

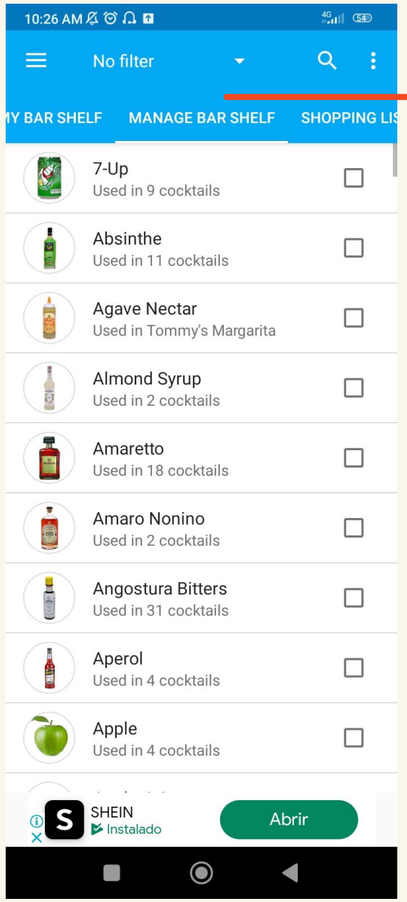


My Bar

Ingredientes que o usuário já possui

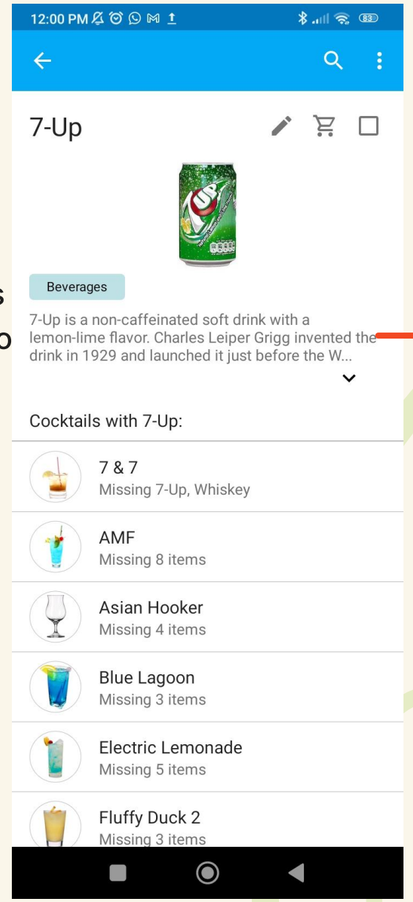


ingredientes para adicionar ao bar

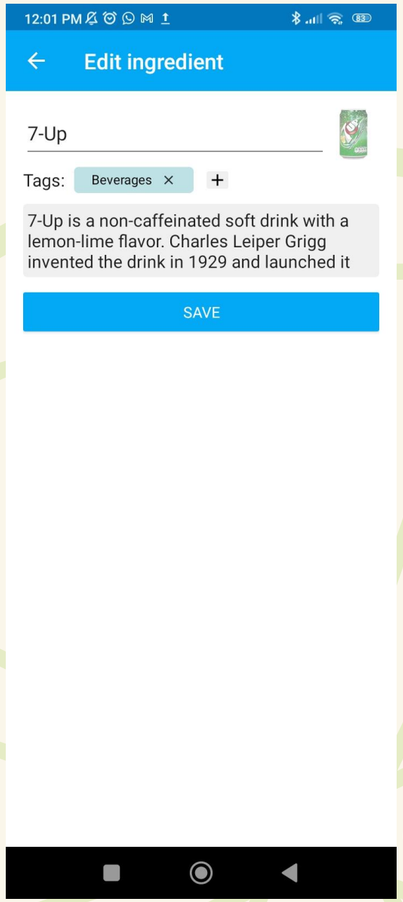


- editar
- colocar na lista de compras
- add ao bar

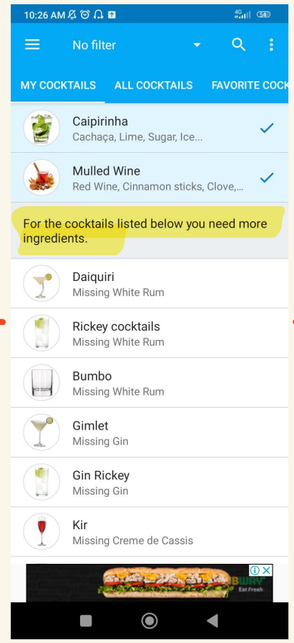
- tags
- descrição

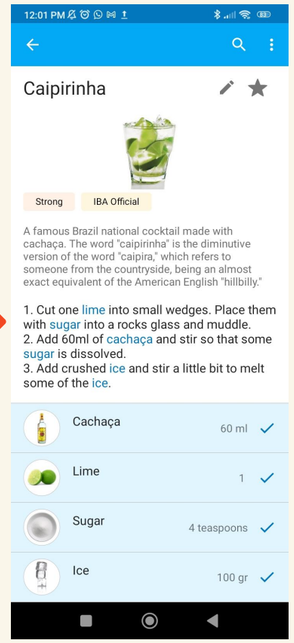


editar ingrediente

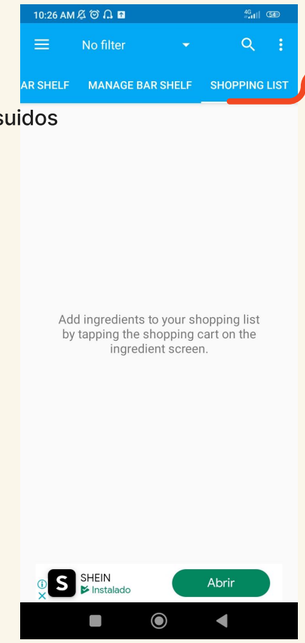


Drinks que o usuário pode preparar baseado nos ingredientes que ja possui

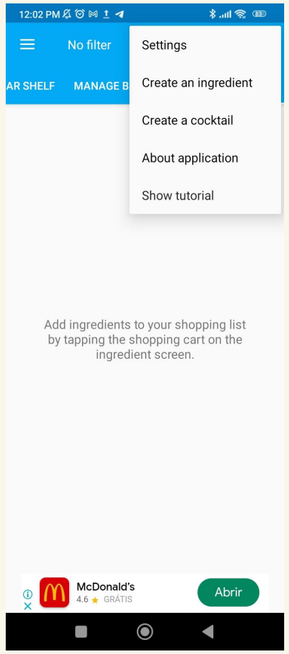




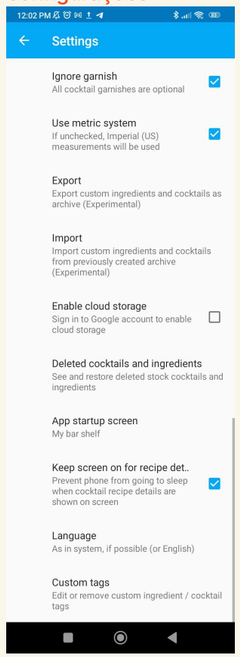
- editar e add aos favoritos
- tags e descrição
- ingredientes(possuidos sinalizados)



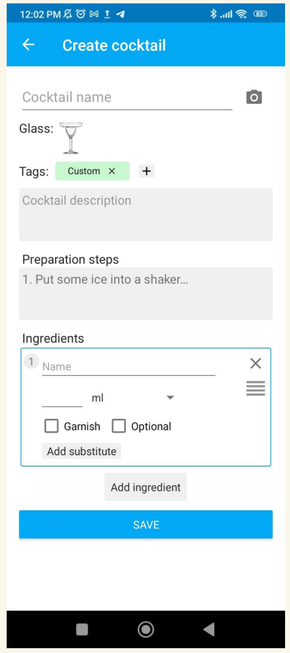
lista de compras

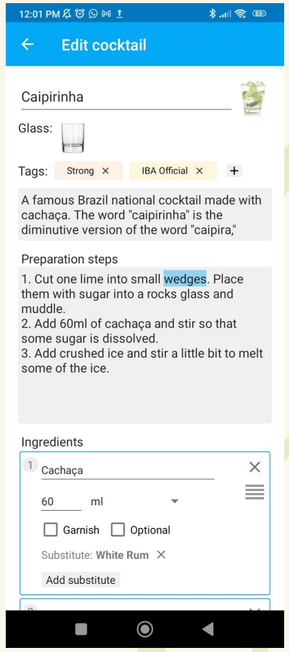


configurações



cração de drinks e ingredientes





	PRÓS	CONTRAS
MIXEL	• gamificação • interface chamativa • possibilidade de ajustar a porção • bar/receitas	• ilustrções não intuitivas • muitas opções em uma única tela
MY BAR	• boa visibilidade para receitas disponíveis • bar/receitas • lista de compras • edição detalhada	• pode ser complicado devido a muitas abas e submenus
BARBACK	• chatbot com recomendação de drinks • informações detalhadas nas receitas	• “inventário” não é a função intuitiva a primeira vista • ilustração não muito interessantes
RECEITAS COQUETEIS	• boa interface separada por cards e categorias • imagens	• opções de pratos que não condizem coma proposta de bebidas do app • plano de refeições levando a opções de pratos
DRINKS	• opção de rasura nos ingredientes	• extremamente simples • sem filtragem de bebidas • sem categorização
AZ DRINKS	• separado por categorias e com opções de configura-las • possível avaliar e mandar suas receitas	• fotos não tratadas

Pesquisa com os usuários

Questionários são uma ferramenta para avaliação quantitativa eficiente de um produto e de seus recursos, tendo vários tipos de questionário que podem ser usados dependendo da necessidade da pesquisa (Souza, 2022).

O questionário construído para este trabalho foi feito visando conhecer os hábitos de pessoas em relação ao consumo de álcool e suas experiências com drinques e coquetéis.

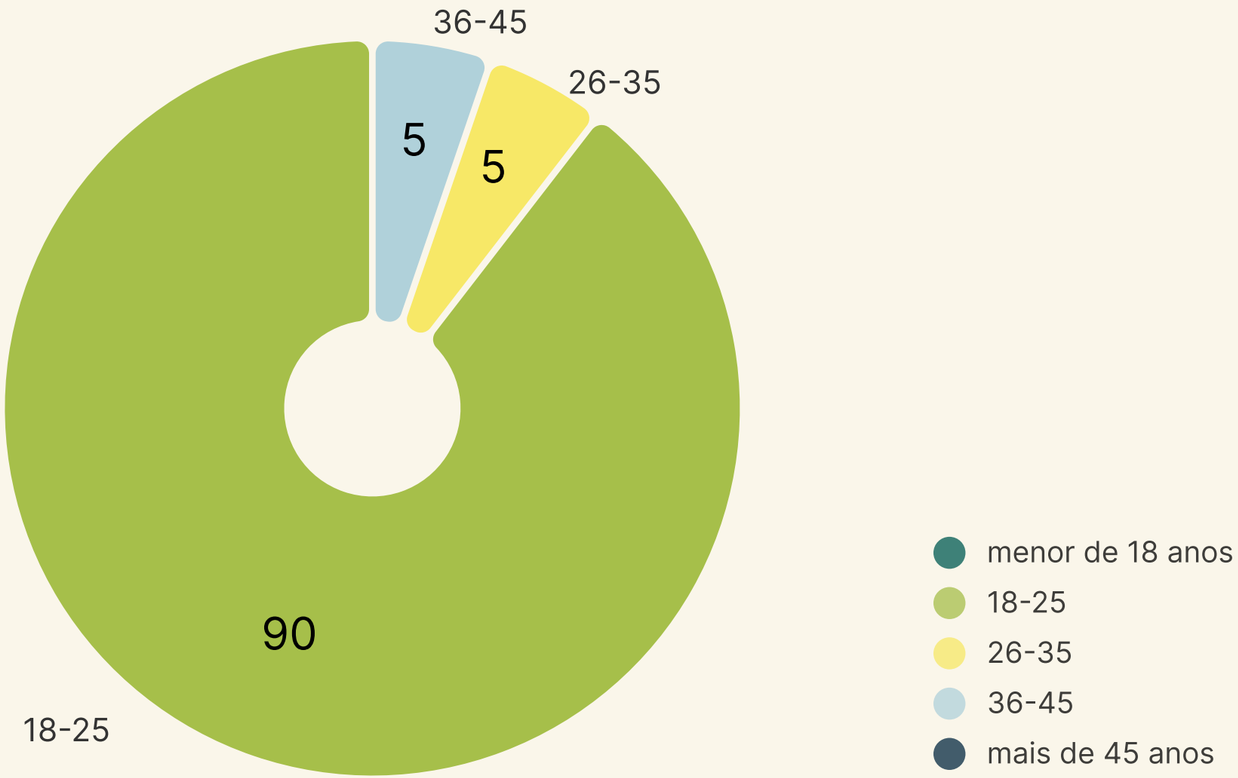
Com base nos resultados, tendo 20 respostas coletadas, foi possível identificar a pertinência do produto digital aqui apresentado e sua relevância para este público.

O questionário foi submetido a Comitê de Ética em pesquisa e está registrado sob o número CAAE 75652423.0.0000.5663

Análise Formulário

Idade

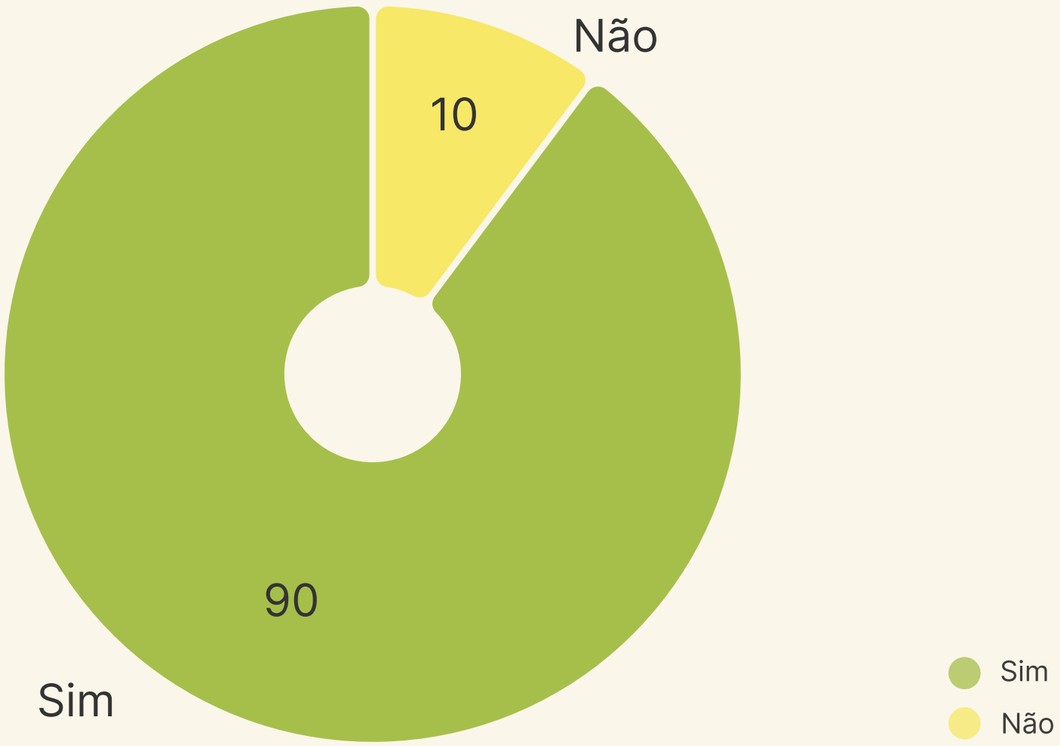
20 respostas



- A maioria das respostas vieram de jovens adultos na faixa etária e 18 a 25 anos

Consome bebidas alcoólicas?

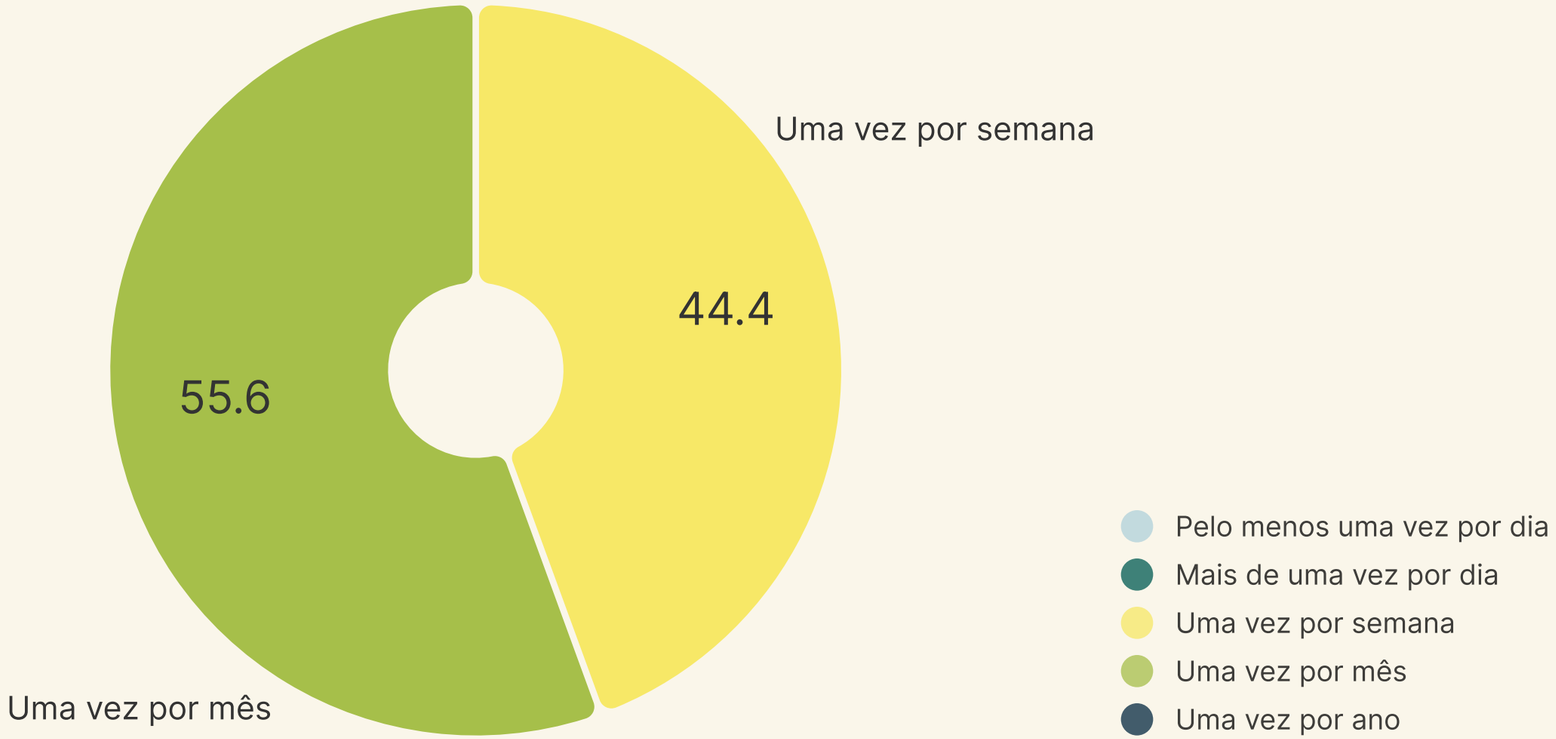
20 respostas



- Apenas 2 pessoas não consomem bebidas alcoólicas

Com que frequência consome?

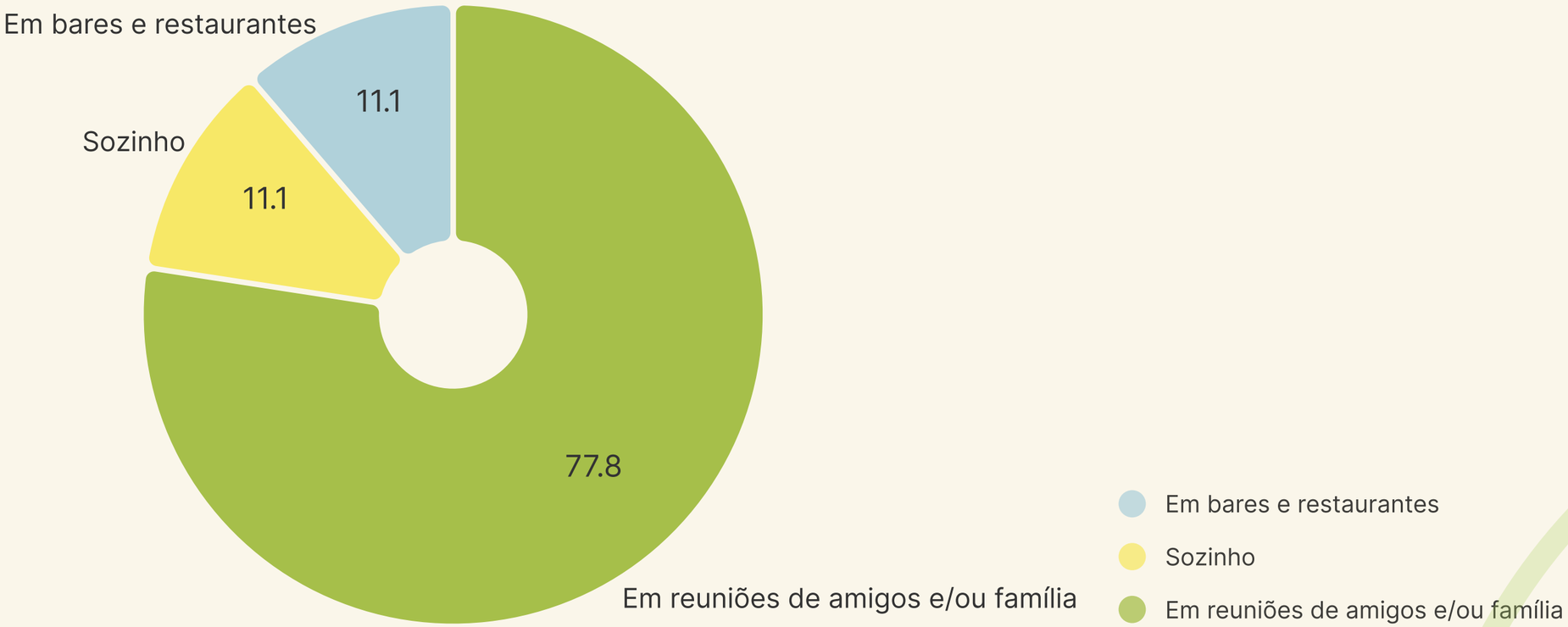
18 respostas



- Duas frequências de consumo foram apontadas
  - Mensalmente
  - Semanalmente
- O gráfico apresenta uma divisão quase igualitária entre as frequências de consumo, mas tem o consumo mensal com 11,2% a mais

Como consome?

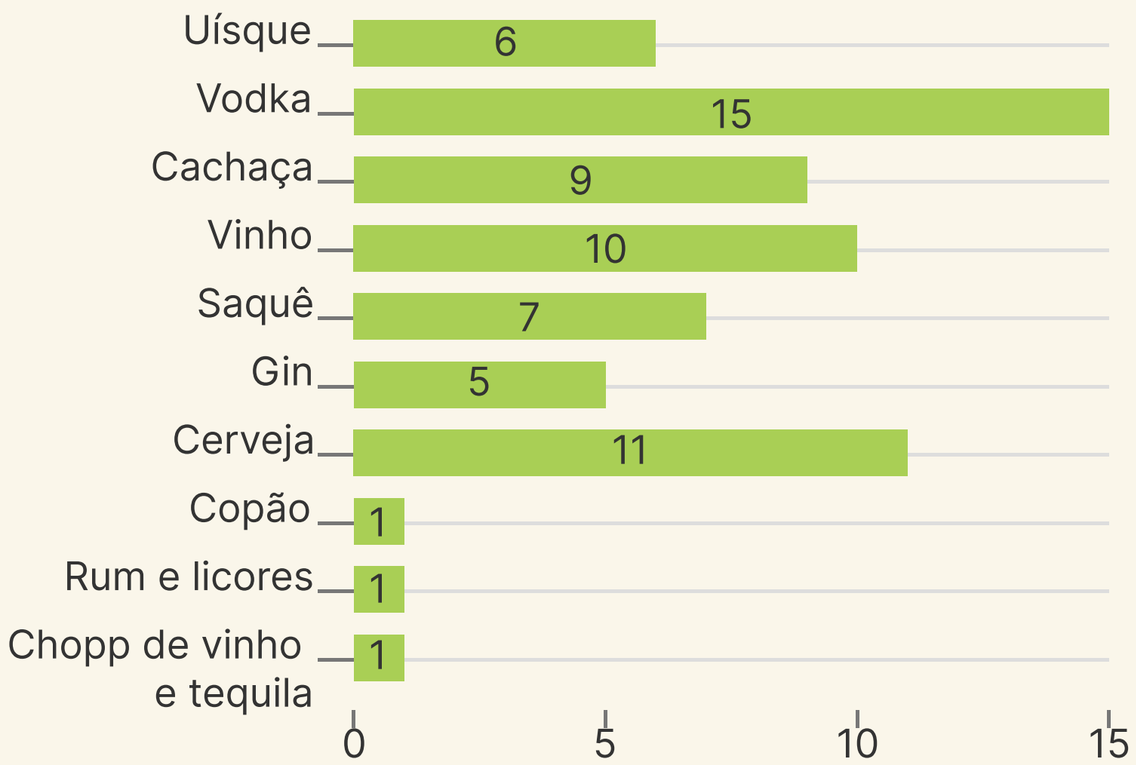
18 respostas



- A grande maioria das resposta mostrou que reuniões de amigos e familiares é onde ocorre esse consumo
- Bares, restaurantes e sozinho foram outras opções

Quais tipos de bebidas consome:

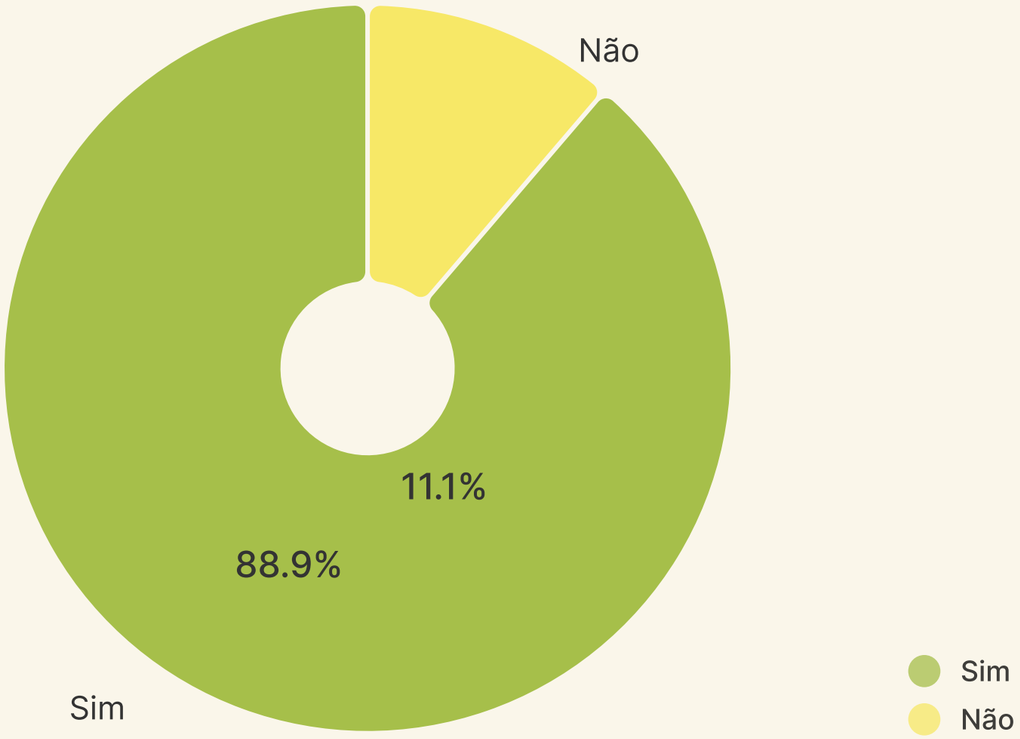
18 respostas



- Na questão de preferência de bebida podemos ver a vodka como preferida, tendo 15 respostas
- Segundo mais escolhido temos a cerveja e vinho como terceiro
- A cachaça aparece como quarta bebida mais escolhida com 9 respostas

Costuma consumir drinques/ coquetéis, sou seja, bebidas misturadas com outros ingredientes, como frutas, açúcar, etc.?

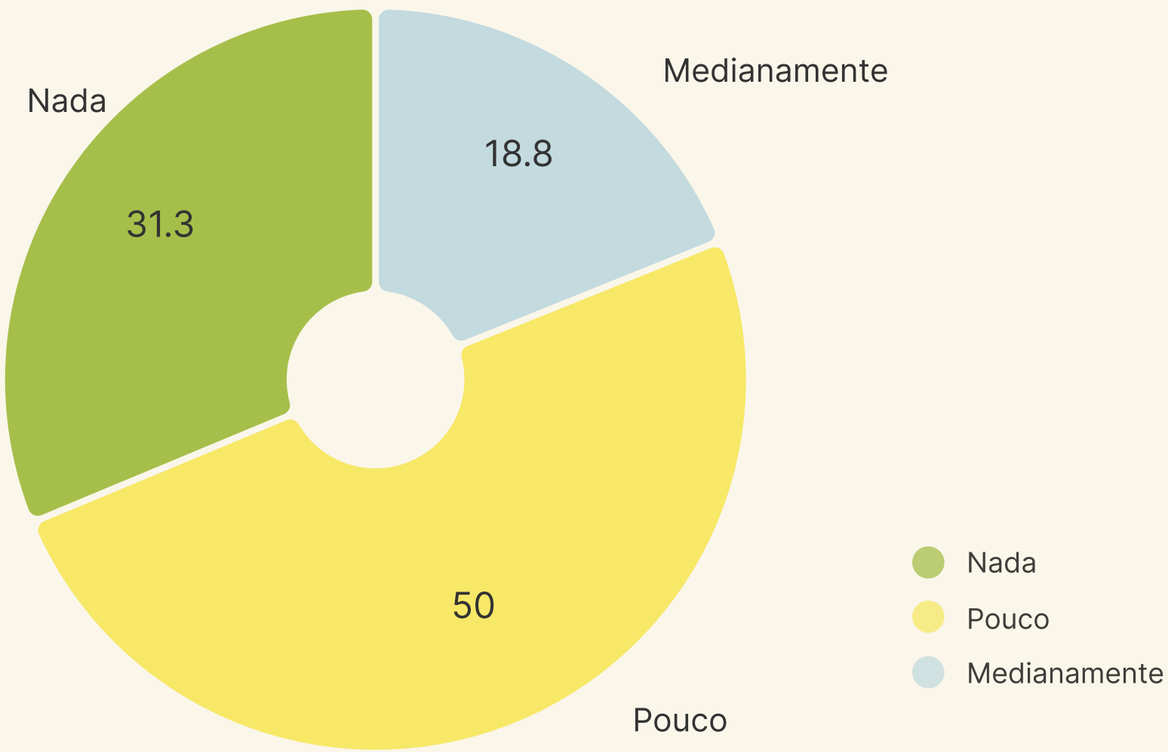
18 respostas



- Podemos ver um grande consumo de drinks tendo apenas 2 pessoas que não bebem este tipo de bebida.

O que você conhece da coquetelaria?

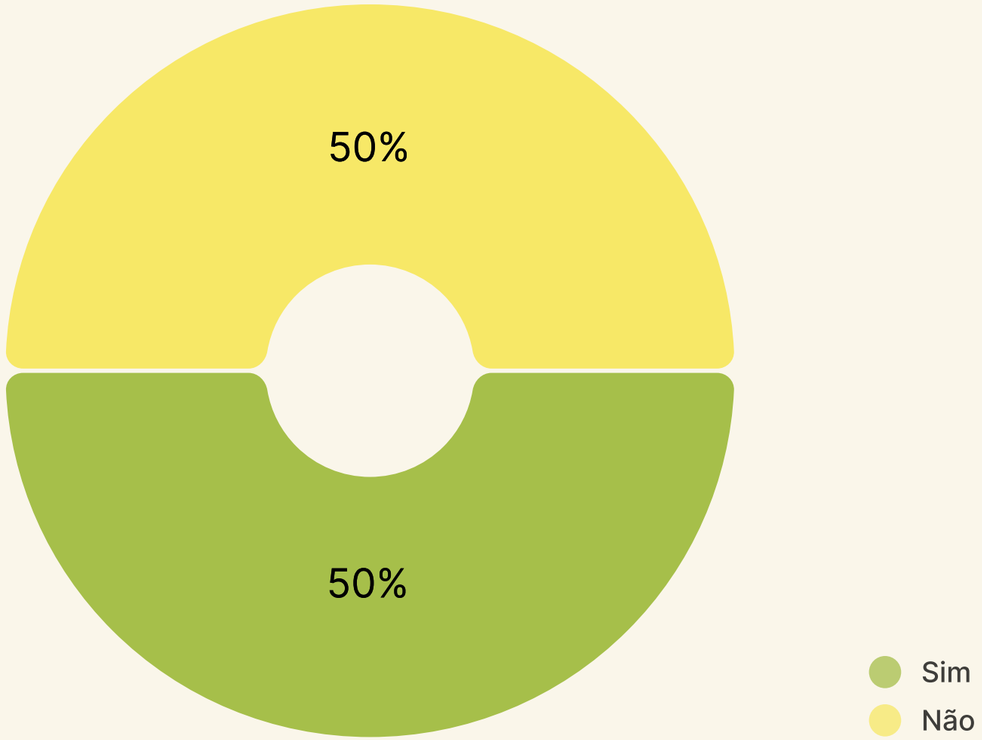
16 respostas



- Não não há um grande conhecimento sobre a coquetelaria por parte dos voluntários
- Tendo apenas 3 respostas conhecendo medianamente
- Metade conhece pouco

Costuma preparar as próprias bebidas?

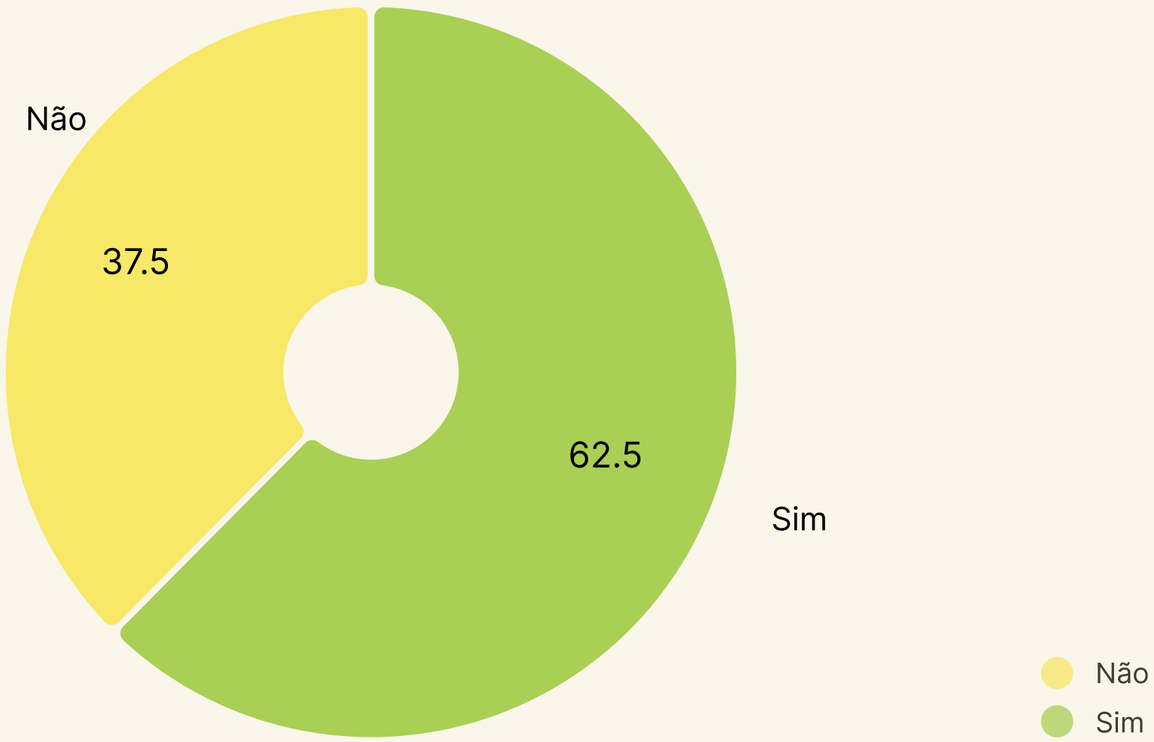
16 respostas



- Entretanto metade costuma preparar os próprios drinks, mesmo tendo pouco conhecimento

Tem interesse em aprender sobre o tema ou aprender mais caso já faça?

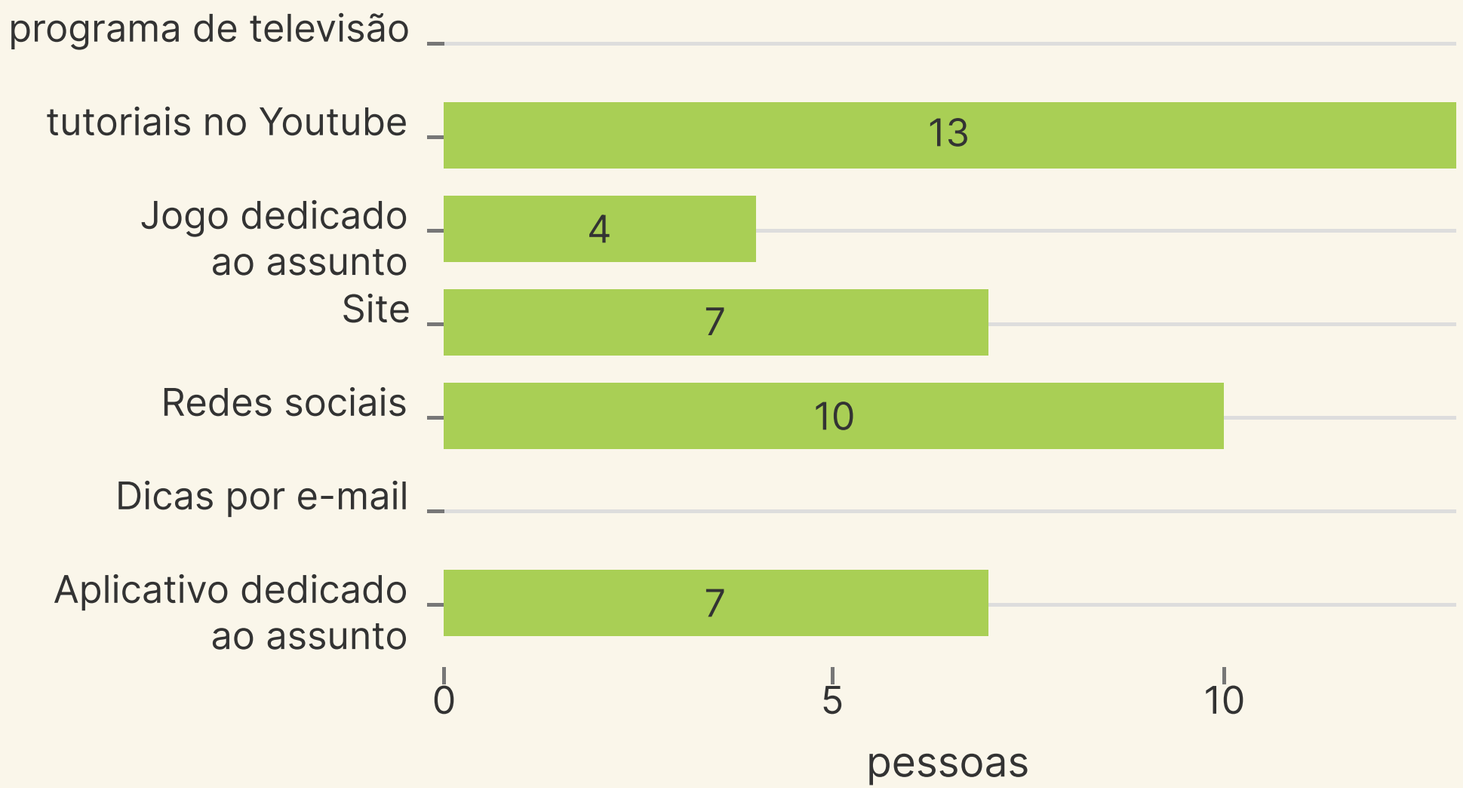
16 respostas



- A maioria se mostra interessado em aprender a produzir os próprios coquetéis.
- Validando o interesse em drinks e costume de preparo

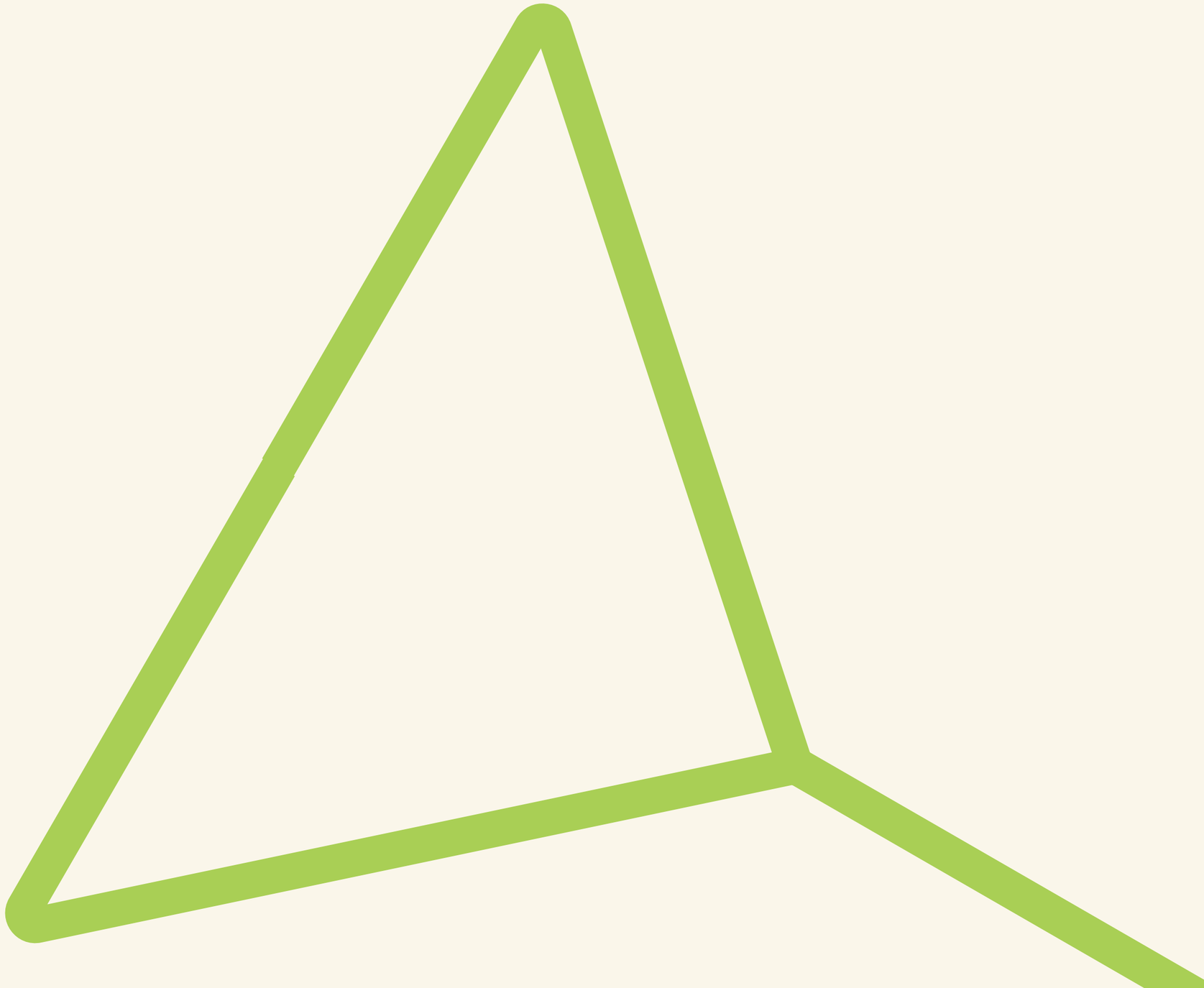
Caso quisesse aprender a preparar as próprias bebidas em qualquer lugar, qual formato te interessaria mais?

16 respostas



- A grande maioria tem a preferência de aprendizagem pelo YouTube ou outras redes socias
- Logo após apps e sites aparecem como escolhidos
- Jogos tiveram 4 votos, mas ainda despertam interesse por parte do publico

Definir



Persona

Persona é uma uma descrição ficcional, mas realista, de uma usuário típico ou alvo do produto. É usado para promover empatia e direcionar as decisões de design (Kaplan, 2022).

Neste trabalho, as persona criadas foram baseadas no formulário enviado para pesquisa de hábitos de consumo de álcool e conhecimento e experiências com drinques, buscando nas respostas encontrar e dividir em dois usuários extremos.

- O primeiro como iniciante na mixologia.
- o segundo já com experiências previas mas tentando apreender e se aprofundar mais nesta área.

Personas

Daniel

Quem é?

- universitário
- 20 anos

Interesses

- Gosta de encontrar com amigos e ir em festas universitárias
- Conhece o preparo de algumas bebidas que viu em redes sociais
- Gostaria de experimentar novas bebidas

Dores

- Bebidas em bares costumam ser mais caras
- Não sabe por onde começar e nem oque comprar para começar a aprender um pouco da mixologia.

Personas

Beatriz

Quem é?

- engenheira
- 27 anos

Interesses

- consome bebidas semanalmente, seja em reunião amigos, em bares e até mesmo sozinha
- Já tem conhecimento moderado da coquetelaria, mas gostaria de se aprimorar

Dores

- Gostaria de ter mais informações em um único lugar e de fácil acesso

Mapa da Jornada do usuário

É a visualização do processo que o usuário passa até conseguir alcançar seu objetivo. Compilando uma series de ações em uma linha do tempo, adicionando emoções ao decorrer deste caminho, criando uma narrativa (Gibbons,2018).

O mapa da jornada criado se baseou em:

- Criação de usuário
- iniciando o aplicativo e conhecendo as receitas
- Preparação da receita
- Finalização e avaliação

Cada persona teve sua própria jornada e emoções, se adequando ao seu tipo de usuário.

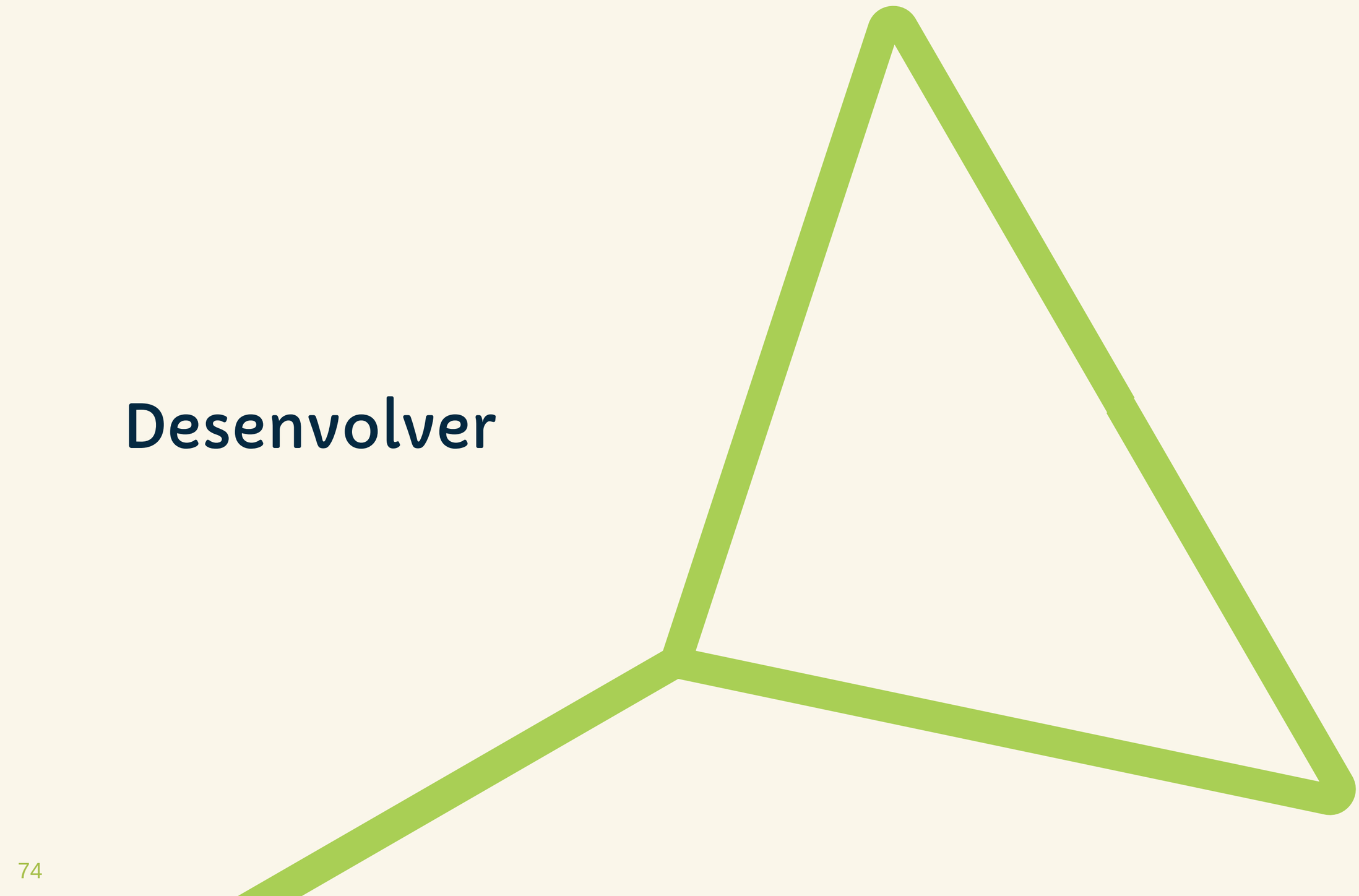
Daniel

	Descobrir	aprender	preparar	consumir
Atividade	• procurar uma maneira de aprender • busca por perfis em redes sociais • busca por sites e páginas • encontra muitas informações • baixa o app	• acessa as funcionalidades do app • procura por informações • se informa por ingredientes • busca por bebidas fáceis	• inicia a trilha de preparo de uma bebida escolhida • compra e/ou separa os ingredientes • inicia o preparo • aprende outras informações • durante o processo	• consome sua bebida • verifica seu progresso no app • se programa para outro preparo
Emoção				
Oportunidade	• Promoções ao fazer login no app	• Promoções em lojas • Desconto em bebidas • Oferecer recursos premium • Busca de bebidas por nível de dificuldade	Oferecer opções de substituições de ingredientes ou ferramentas	• Recomendações de novas receitas • Visualização de progresso • Compartilhamento por meio de redes sociais

Beatriz

	Descobrir	aprender	preparar	consumir
Atividade	• busca informações em perfis e páginas ja conhecidas • busca por novos meios • baixa o app	• acessa as funcionalidades do app • procura por informações • se informa por ingredientes • busca por novas receitas ou bebidas onde ja possui os ingredientes	• inicia a trilha de preparo de uma bebida escolhida • compra e/ou separa os ingredientes • inicia o preparo • aprende outras informações • durante o processo	• consome sua bebida • verifica seu progresso no app • se programa para outro preparo
Emoção				
Oportunidade	• Promoções ao fazer login no app	• Promoções em lojas • Desconto em bebidas • Oferecer recursos premium • Busca de bebidas por nível de dificuldade	• Oferecer opções de substituições de ingredientes ou ferramentas	• Recomendações de novas receitas • Visualização de progresso • Compartilhamento por meio de redes sociais

Desenvolver



Fluxo de tarefas e inventário de interface

O Fluxo de tarefas e o Inventário de interface foram feitos pensando nas principais ações que um usuário terá desde a abertura do aplicativo até as etapas da preparação de uma bebida.

Nesse sentido, o Fluxo de tarefas permite identificar como se dá esse caminho e o Inventário de interface permite estabelecer quais elementos da interface precisam ser projetados para dar suporte ao fluxo.

Iniciar App

- Fazer login
- Questionário usuário

Escolher receita

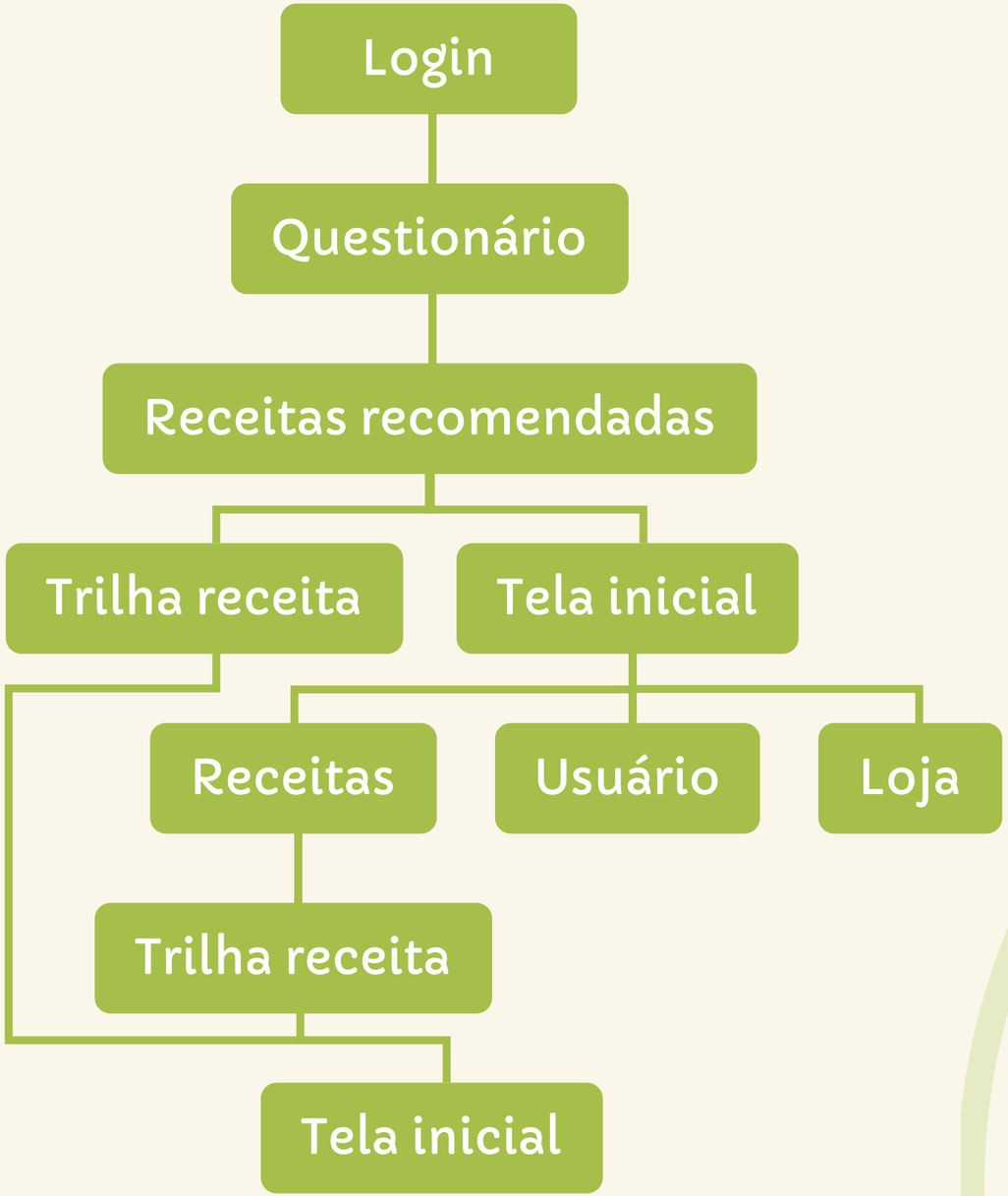
- Visualizar receitas
- Buscar receita po nome/ ingredientes/ nível de dificuldade
- Analisar receita
- Iniciar preparo

Preparar

- Percorrer trilha
- Finalizar receita
- Pontos adquiridos
- Conquistas desbloqueadas

Finalizar

- Avaliar
- Receber conquista, como medalhas e descontos em lojas
- Voltar para “Home”
- Receber recomendações


Login
Questionário
Receitas recomendadas
Trilha receita
Tela inicial
Receitas
Usuário
Loja
Trilha receita
Tela inicial

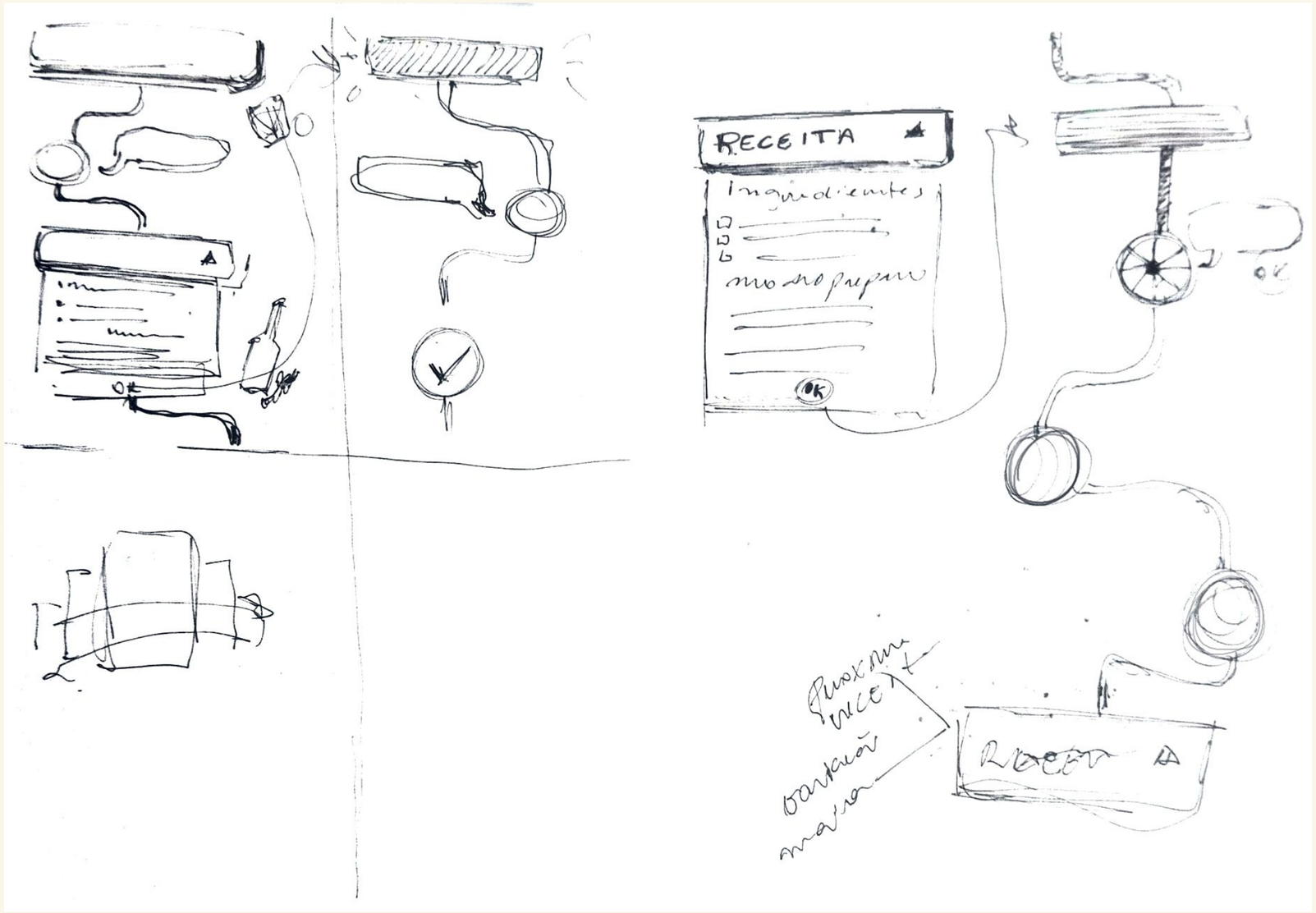
wireframes

Para construção do protótipo este projeto utilizou wireframes de baixa, média e alta fidelidade, formulando ideias e opções de telas até o processo de interação do aplicativo. Wireframe é um esboço de uma página da *web* ou de um aplicativo, dando uma visão geral clara da estrutura da página, arquitetura da informação, fluxo do usuário, funcionalidade e comportamentos pretendidos (HANNAH, 2024).

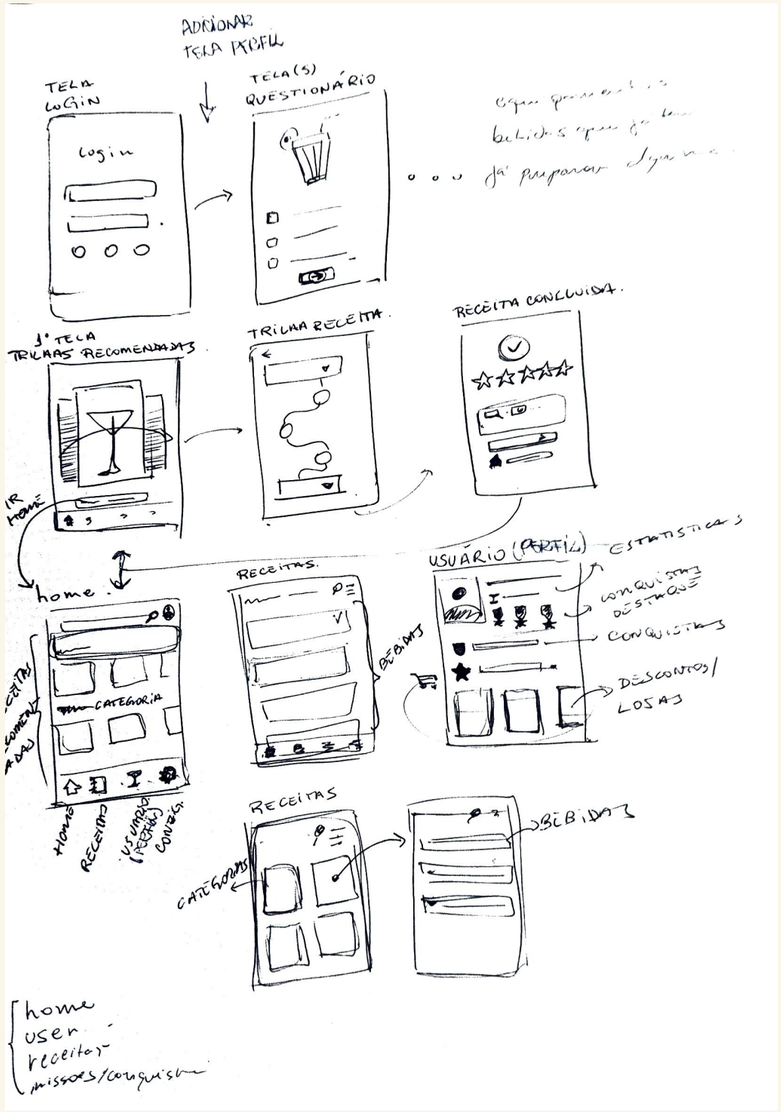
Wireframes de baixa fidelidade

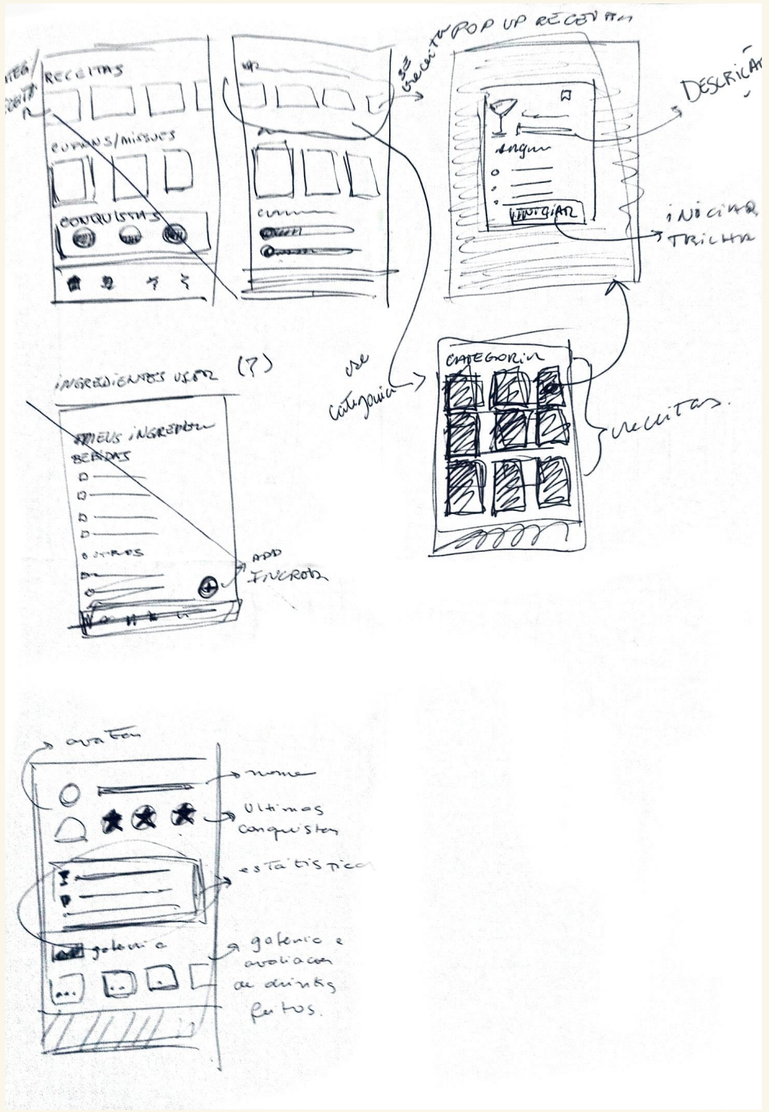
Telas pensadas para utilização e visualização de cards e carrosséis.

Protótipo da trilha da receita, se utilizando de botões para seguir a receita passo a passo.



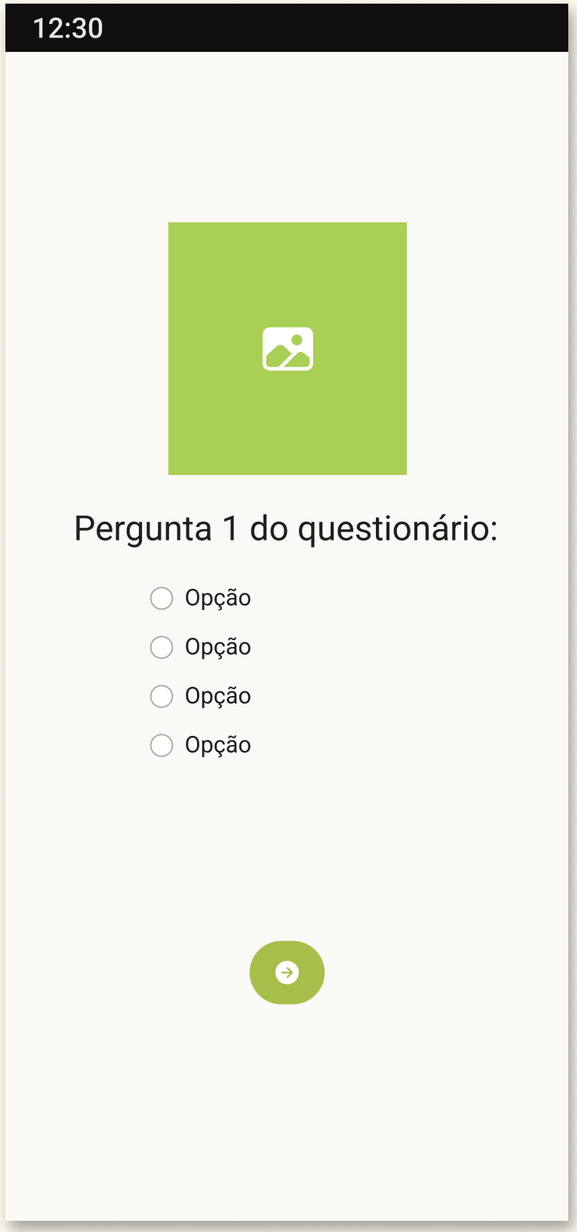
Outras telas principais e interações entre elas.





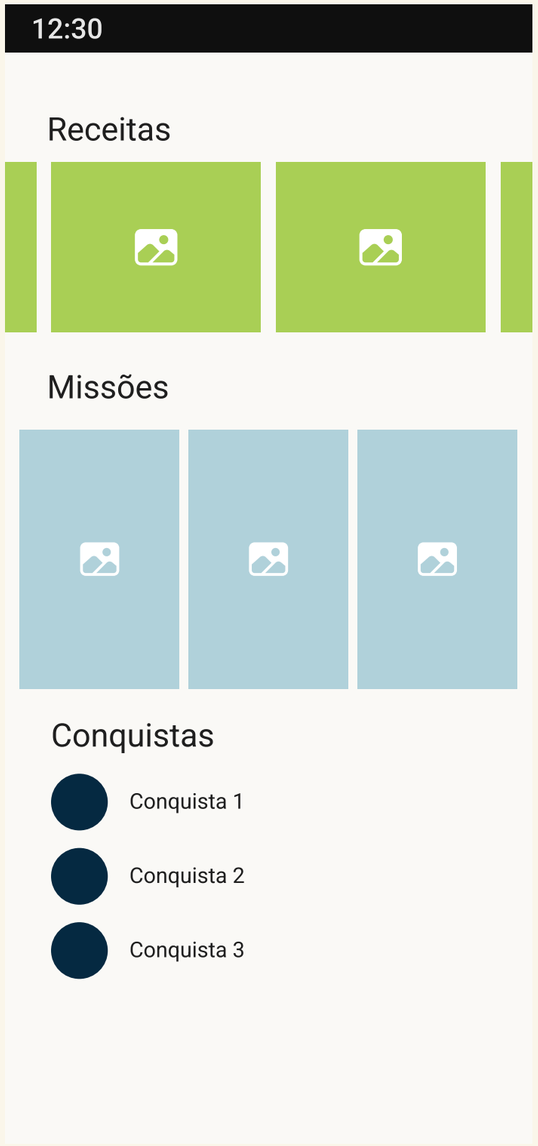
Wireframes de média fidelidade

Tela de Login e Questionário

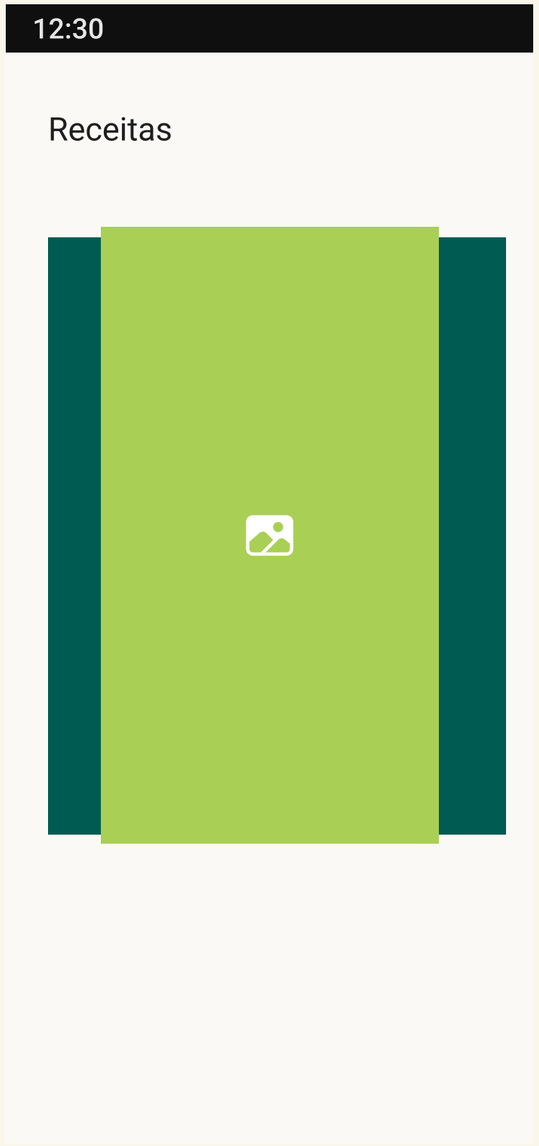


Primeiras telas, se utilizando muito de imagens de drinks para atrair o usuário.

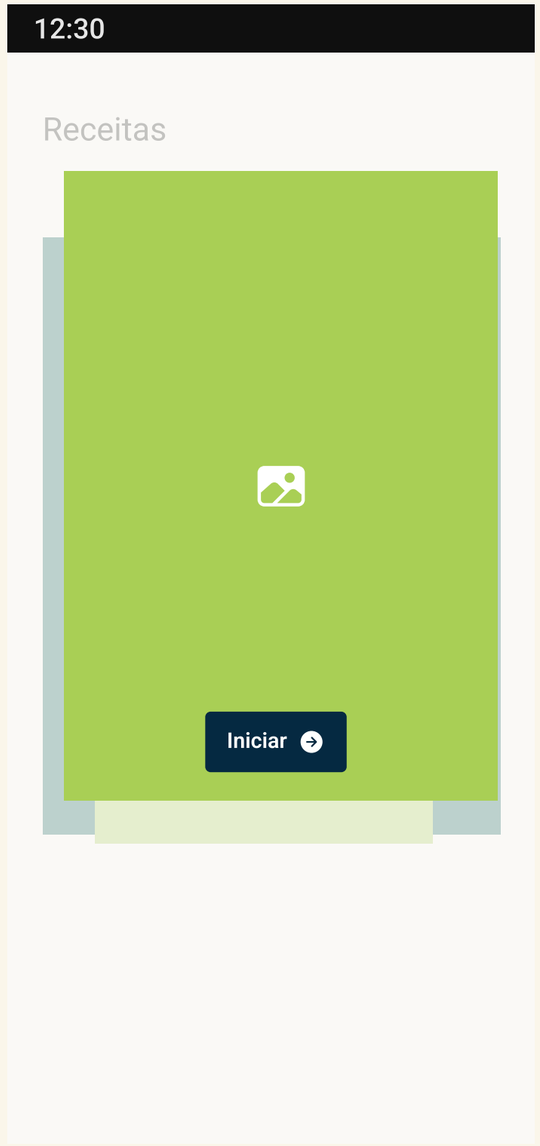
Home



Receitas recomendadas



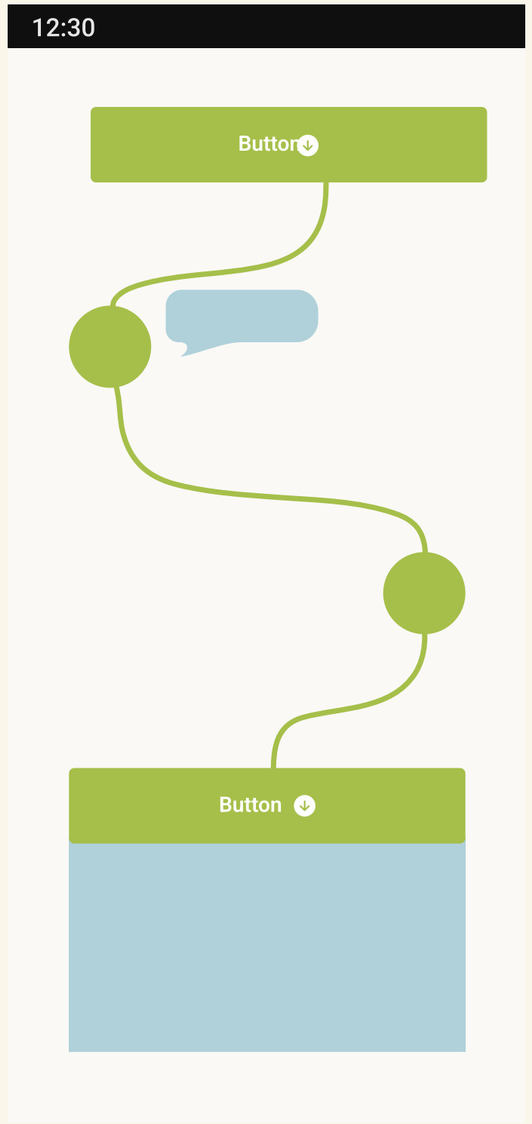
PopUp de receita



Botões maiores mostram os passos principais, como ingredientes e modo de preparo.

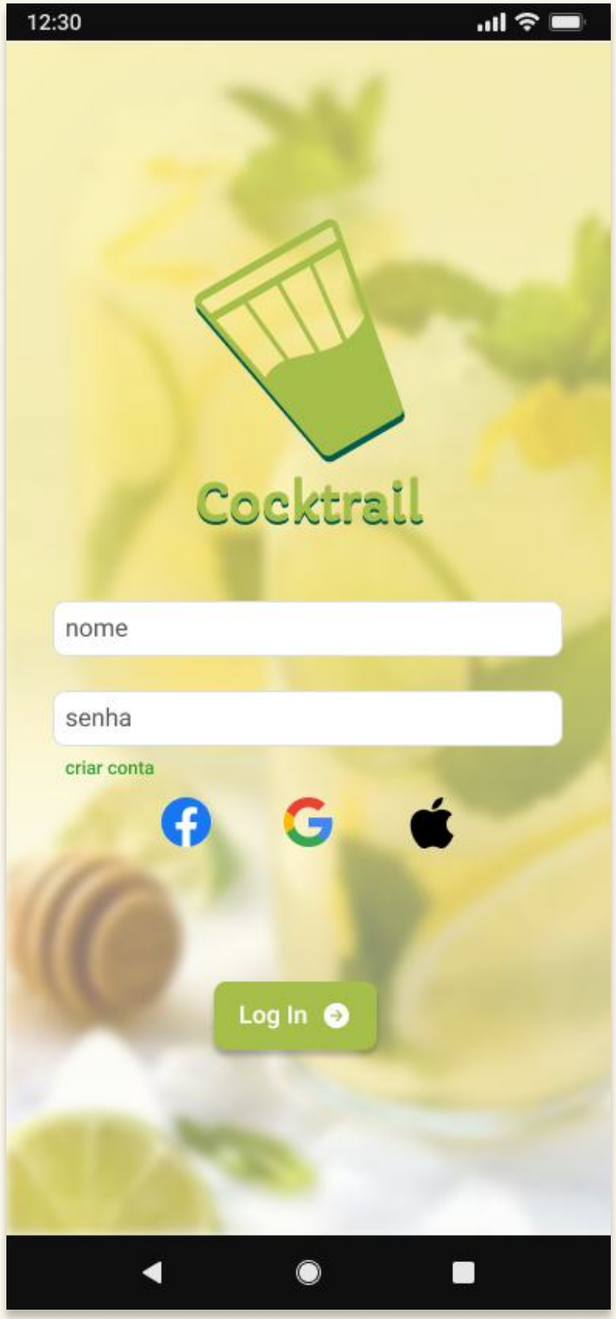
Botões menores mostram dicas de como melhorar o drinque e opções de substituições.

Tela da trilha

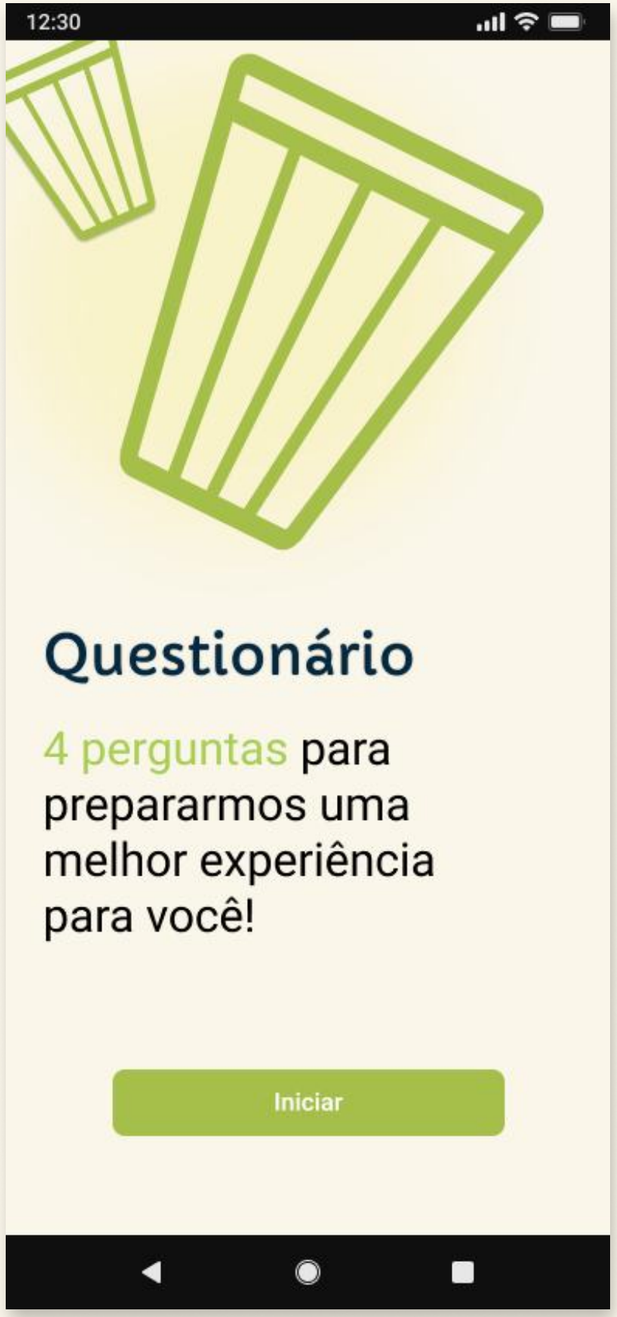


Wireframes de alta fidelidade

Tela de *login* com cadastro rápido através de redes sociais.



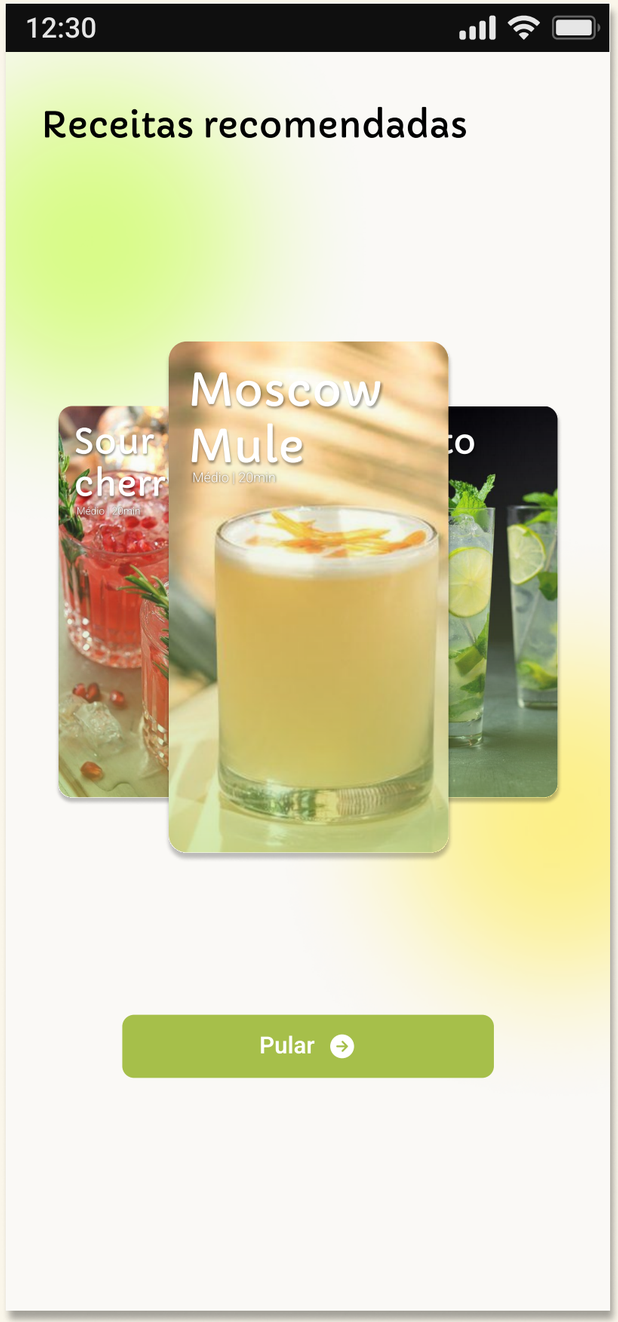
Questionário simples visando conhecer melhor o usuário, assim, adaptando o aplicativo.



Receitas recomendadas baseado nas respostas do questionário.

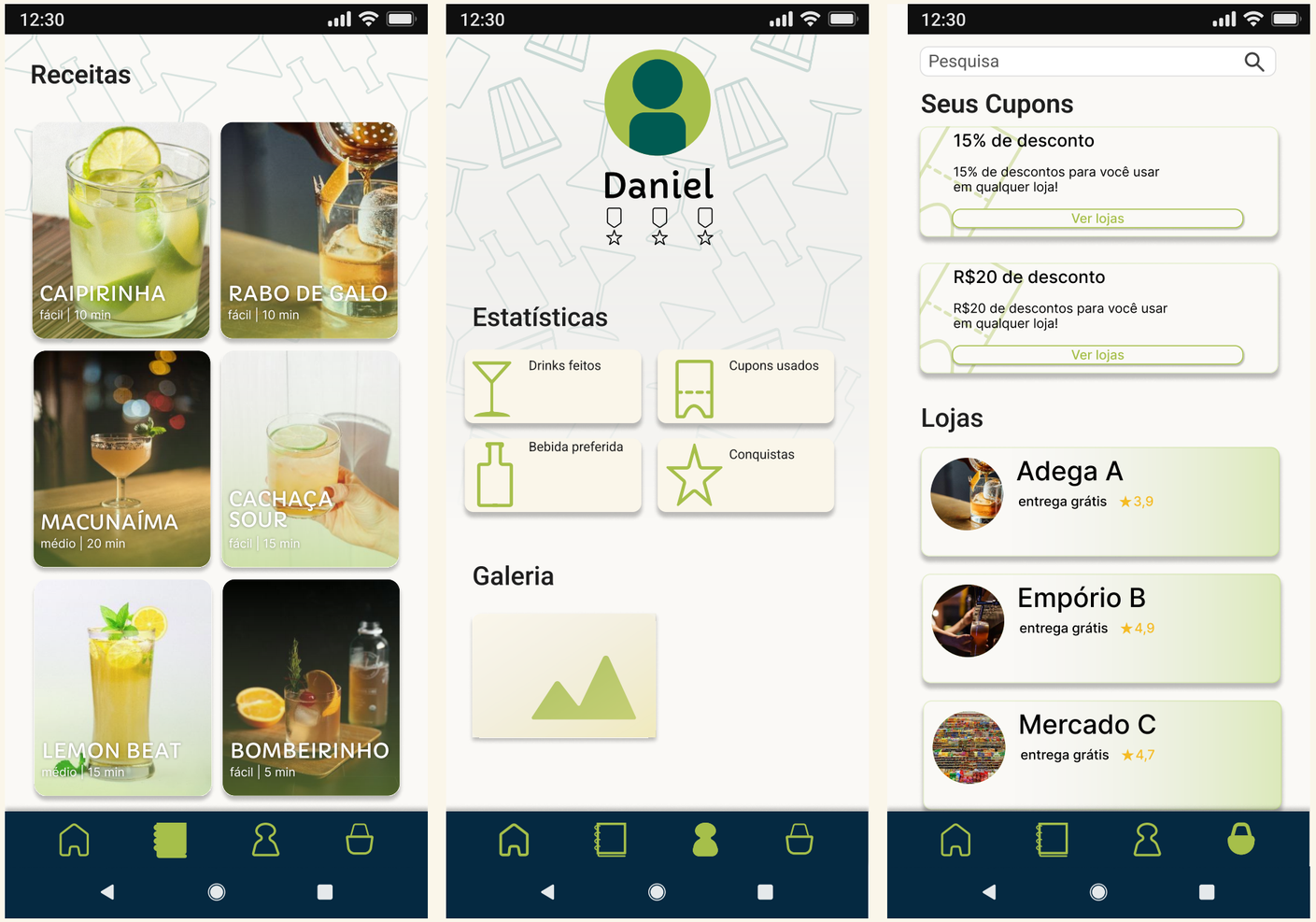
Home dando as principais funções do aplicativo:

- Categorias de receitas
- Missões
- Conquistas



Principais abas do aplicativo:

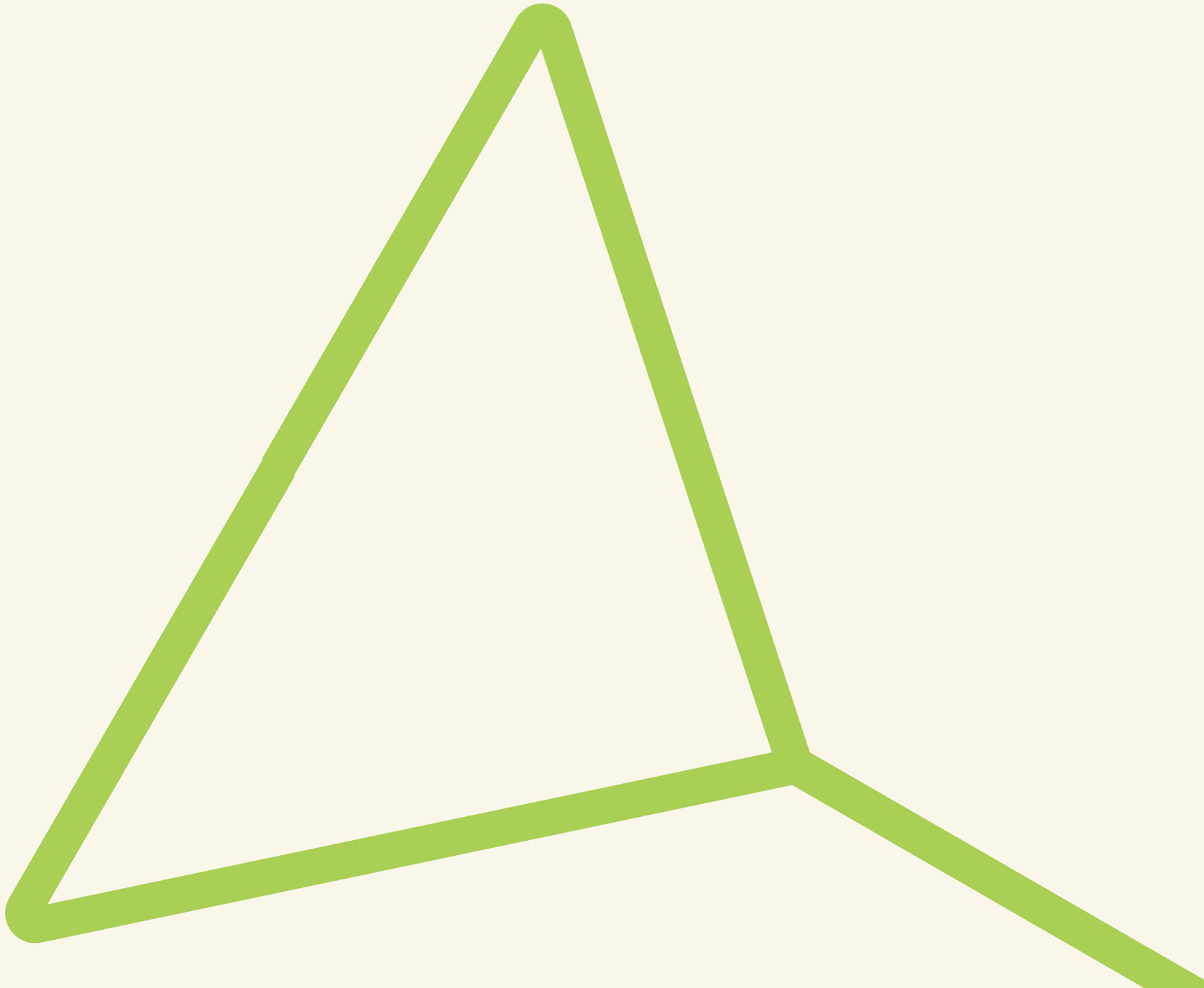
- Receitas
- Usuário
  - Mostrando estatísticas e conquistas.
  - Galeria mostrando bebidas feitas e avaliações.
- Loja
  - Cupons obtidos através de cumprimento das missões.
  - Lojas para compra de ingredientes.



Trilha que o usuário percorre durante a receita, passando por ingredientes, modo de preparo e contatando com dicas e curiosidades entre as etapas. Com uma tela de avaliação e comentário depois da conclusão.

A trilha tem continuidade, trazendo mais complexidade à receita e incluindo desafios para dar seguimento, além disso, engajando o usuário para utilizar o aplicativo com mais profundidade.

Entregar



Projeto final

Protótipo

Um protótipo de interface é uma hipótese de solução para um problema de design especifico que pode ser testada pelo usuário (Pernice, 2016)

Protótipo

Identidade

Cocktrail

Logo

O logo do aplicativo tem por base visual um copo desenhado em referência ao modelo Copo Americano, patenteado pela empresa Nadir Figueiredo, fabricante de produtos em vidro.

Esta escolha foi devido a sua fama e presença nas casas e bares brasileiros, tornando-se um ícone muito comum e conhecido.

Nome

O nome do aplicativo vem de um trocadilho das palavras:
Cocktail + Trail (trilha em inglês)

Cocktrail

Tipografia

Capriola

Títulos

Feita por Viktoriya Grabowska, foi pensada para uso em telas, tendo originalidade sem perder legibilidade (Google, 2024).
E por estes atributos citados foi escolhida para usos pontuais, especialmente nos nomes das receitas.

Inter

Subtítulos e texto

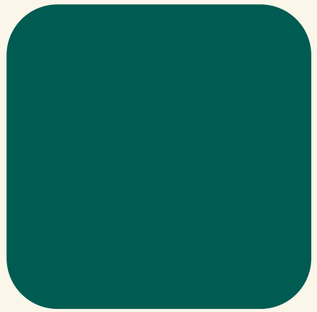
Criada por Rasmus Andersson, esta família tipográfica foi feita para telas e computadores (Gardner,2024).
Tendo uma boa legibilidade e ampla variação de pesos, foi escolhida para este projeto em subtítulos e textos no aplicativo.

Paleta de Cores

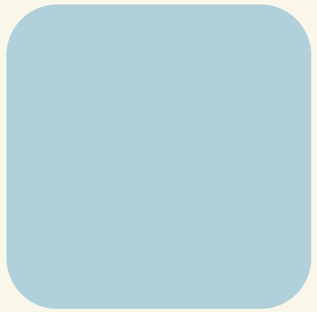
O verde foi escolhido como cor principal, trazendo as cores de ingredientes muito usado em bebidas, como o limão e a hortelã.

O azul, como cor complementar, traz contraste e é utilizado em ocasiões especificas no fundo ou em destaque para ícones e cartões.

#A6BF4A



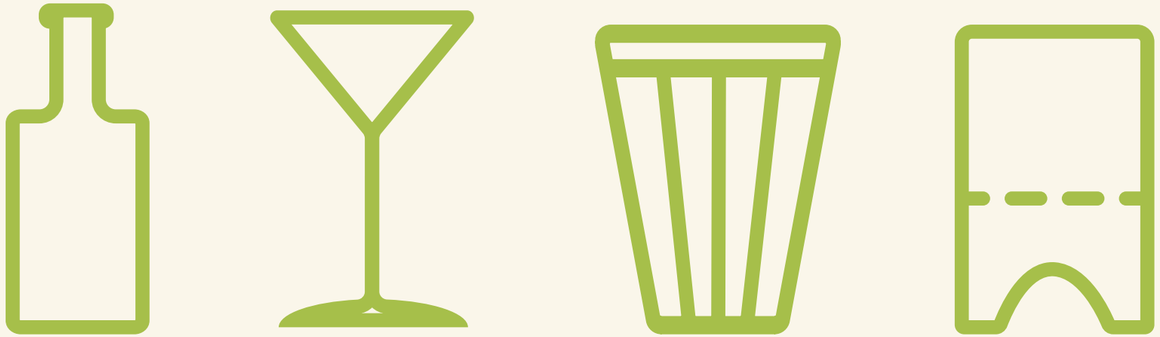
#005B52



#B0D1DA

Ícones

ícones de navegação, feitos para este projeto, utilizados para transitar entre as seções do aplicativo.



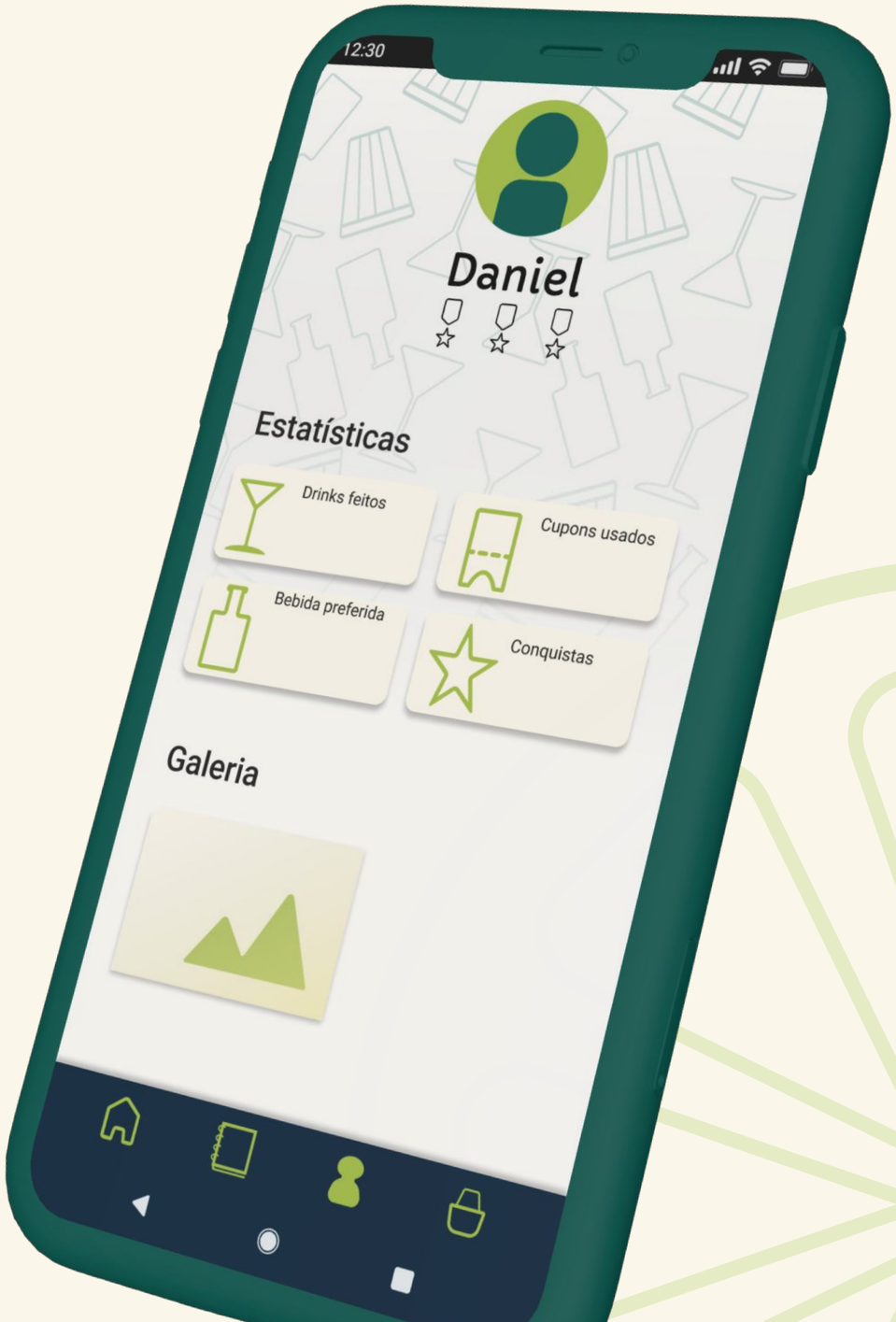
Imagens de apresentação (mockup)

12:30
Cocktrail
nome
senha
criar conta
Log In

12:30
Receitas recomendadas
Sour cherr
Moscow Mule
Pular

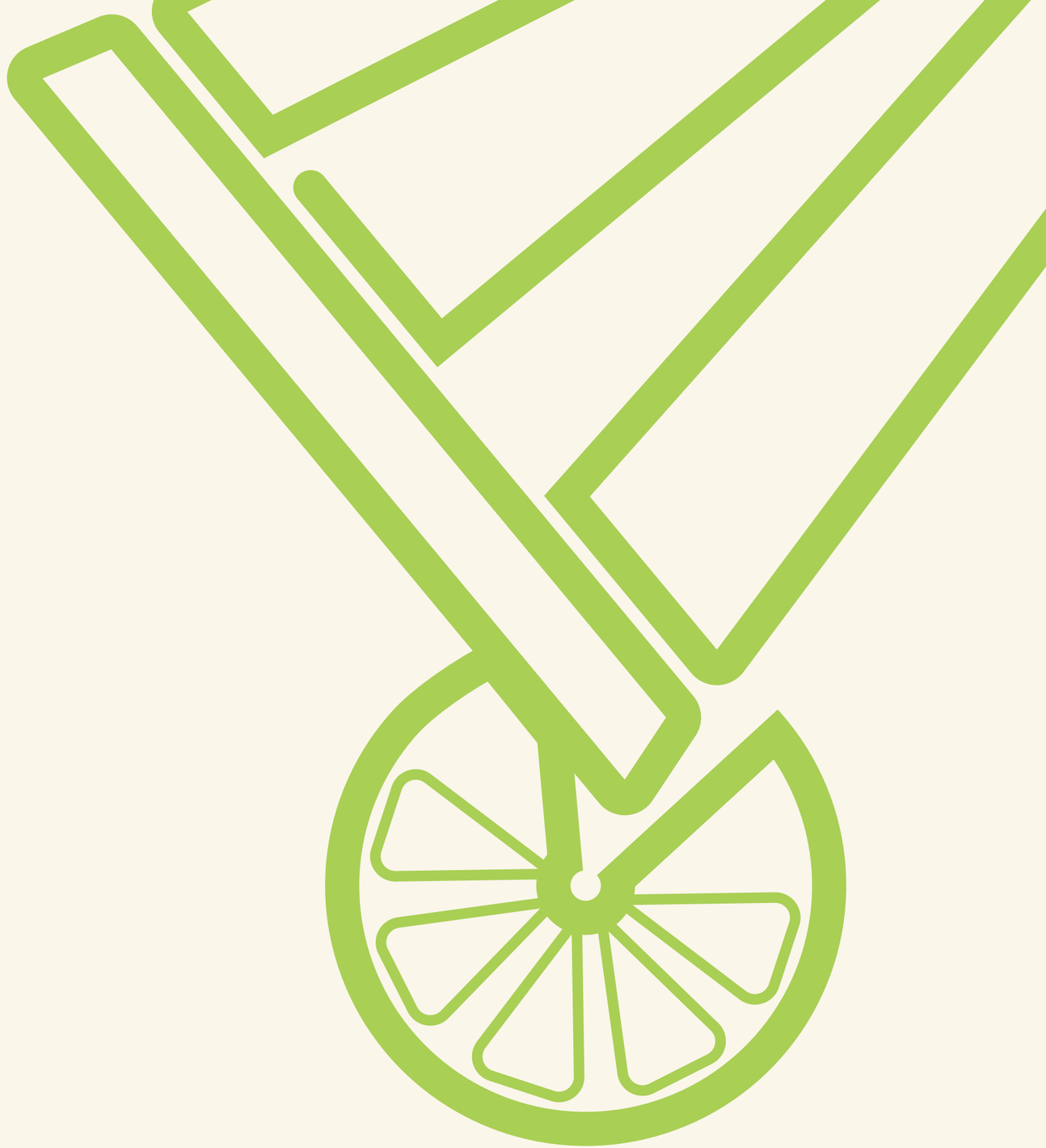
12:30
Pesquisa
Receitas
frutas
cachaça
Missões
Faça uma bebida
Faça um xarope
Faça uma caipirinha
15% de desconto
15% de desconto
15% de desconto
Conquistas
Primeiro Drink
5 drinks com cachaça
0/5
Complete 1 missão
0/1

12:30
Pesquisa
Seus Cupons
15% de desconto
15% de descontos para você usar em qualquer loja!
Ver lojas
R$20 de desconto
R$20 de descontos para você usar em qualquer loja!
Ver lojas
Lojas
Adega A
entrega grátis ★3,9
Empório B
entrega grátis ★4,9
Mercado C
entrega grátis ★4,7


12:30
Daniel
Estatísticas
Drinks feitos
Cupons usados
Bebida preferida
Conquistas
Galeria

12:30
Ingredientes
modo de preparo
Pronto!

Considerações Finais



Este trabalho de conclusão de curso foi uma ótima oportunidade para eu exercitar a área de UX/UI design, gamificação e os programas de prototipagem, reunindo esses conhecimentos em um tema de meu interesse, que é a mixologia, podendo dar o protagonismo para a cachaça.

A utilização do método duplo diamante me permitiu ter a vivencia de todas as etapas durante o desenvolvimento do produto, desde sua concepção até sua entrega. Devido a este processo consegui aproveitar e evoluir minhas habilidades em pesquisa e concepção visual de um aplicativo digital, tendo minha maior dificuldade a transformação dos dados obtidos na fase de descobrimento e definição para um produto digital para *smartphones*.

Para o futuro deste projeto , primeiramente será testar o protótipo feito com usuários seguindo uma lista de tarefas, assim seguindo o método do duplo diamante. E caso houver oportunidades futuras, expandir a variedade de bebidas e realmente fazer um aplicativo funcional e lançá-lo no mercado.

Referências

ALVES, Flora. **Gamification: Como criar experiências de aprendizagem engajadoras. Um guia completo: do conceito à pratica**. [s.l.] DVS Editora, 2015

AZAROVA, Mayya. **Secondary Research in UX**. 2022. Disponível em: https://www.nngroup.com/articles/secondary-research-in-ux/. Acesso em: 17 abr.2024.

BURKE, Brian. **Gamificar - Como a Gamificação motiva as pessoas a fazerem coisas extraordinárias**. São Paulo: DVS, 2015

DESIGN COUNCIL. **The Double Diamond**. 2023. Disponível em https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/. Acesso em: 04 out.2023.

GIBBONS, Sarah. **Journey Mapping 101.** Nielsen Norman Group, disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/>. acesso em: 17 abr. 2024.

GRILO, André. **Experiência do usuário em interfaces digitais**. Natal, RN: SEDIS-UFRN, 2019. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/27011. Acesso em: 08 out. 2023.

HANNAH, J. **What Exactly Is Wireframing? A Comprehensive Guide.** Disponível em: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-a-wireframe-guide/>. Acesso em: 25 jun. 2024.

KAPLAN, Kate. **Personas: Study Guide**.Nielsen Norman Group, disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/personas-study-guide/>. acesso em: 17 abr. 2024.

MARTINS, Jairo. **Cachaça**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018

MICHAELIS. **Mixologia**. In: MICHAELIS. Mixologia. [S. l.]: Editora Melhoramentos Ltda, 2023. Disponível em: https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/mixologia/. Acesso em: 5 out. 2023.

MILES, Jonathan. **Cocktail, the Bicentennial**. The New York Times, 14 maio 2006.

MUNCE, Megan. **Fan. Inflation and social media create boost in at home mixology. Houston Chronicle**. 2022. Disponível em: https://www.houstonchronicle.com/business/retail/article/new-years-alcohol-sales-cocktails-inflation-17684165.php. Acesso em: 25 out. 2023.

NORMAN, D.; NIELSEN, J. **The Definition of User Experience (UX)**. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/#:~:text=The%20Definition%20of%20User%20Experience%20%28UX%29%20Don%20Norman>. Acesso em: 5 out. 2024.

PERNICE, Kara. **UX Prototypes: Low Fidelity vs. High Fidelity**. Nielsen Norman Group, disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ux-prototype-hi-lo-fidelity/>. acesso em: 17 abr. 2024.

PIZARRO, Carolina. V. **Projeta – proposta de um recurso em formato de jogo voltado ao gerenciamento de conflitos em ambiente de projeto**. 2019. 224f. Tese (Doutorado em Design). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP, Bauru, 2019. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/items/ead700c5-3079-4ee0-a18b-8a48b17f1893. Acesso em: 08 out.2023.

REDAÇÃO GQ. **Cinco clássicos com cachaça em versão cocktail**. GQ. 2018. Disponível em: https://gq.globo.com/Prazeres/Bebidas/noticia/2018/09/cinco-classicos-com-cachaca-em-versao-cocktail.html. Acesso em: 25 out. 2023.

SALEN, Katie.; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do jogo**. São Paulo. Editora Blucher, 2012.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Maria Del Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa**. 5. Ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2013.

SANTAELLA, Lucia; NESTERIUK, Sérgio; FAVA, Fabrício. **Gamificação em debate**. São Paulo: Editora Blucher, 2017.

SEBRAE. **Serviço de Apoio às Pequenas Empresas. Cachaça artesanal - Série Estudos mercadológicos [Relatório completo]**. Sebrae, 2013. Disponível em: https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/444c2683e8debad2d7f38f49e848f449/$File/4248.pdf. Acesso em: 08 out. 2023.

SILVA, Daniela R.**A Mitologia na Representação cultural e no consumo: Efeito e recepção do signo da cachaça**. 2009. 124f. Dissertação (Mestrado em Administração na área de Gestão Organizacional). Universidade Federal de Pernambuco - UFP, Recife, 2009. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/462. Acesso em: 5 out. 2023.

SOUSA, Francisco William de. **Investigando o uso do questionário de experiência do usuário e análise hierárquica de tarefas para avaliação e melhoria de mobile UX: reflexões de uma startup em scale-up**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciência da Computação) - Campus de Crateús, Universidade Federal do Ceará, Crateús, 2022. Disponível em: http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/64387. Acesso em: 17 abr. 2024

Apêndices

Apêndice 01

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
CAMPUS DE BAURU

Roteiro para o questionário a ser disponibilizado online para captar as percepções dos usuários.

Identificação da pessoa usuária no início do questionário (se a resposta for abaixo de 18 anos a resposta ao questionário será desconsiderada e caso a ferramenta online permita identificar a idade, o questionário será encerrado e leva para a página de agradecimento pela participação).

Nome

Idade

e-mail

Sobre o consumo de bebidas

1. **Consome bebidas alcoólicas? (se a resposta for não, o questionário será encerrado e leva para a página de agradecimento pela participação).**

☐ Sim

☐ Não

2. **Com que frequência consome?**

☐ Pelo menos uma vez por dia

☐ Mais de uma vez por dia

☐ Uma vez por semana

☐ Uma vez por mês

☐ Uma vez por ano

3. **Como consome:**

☐ Em bares e restaurantes

☐ Sozinho

☐ Em reuniões de amigos e/ou familiares

4. **Quais tipos de bebidas consome:**

☐ Uísque

☐ Vodka

☐ Cachaça

☐ Vinho

☐ Saquê

☐ Gin

☐ Cerveja

☐ Outras (caso selecione a opção outras aparece a questão “Quais?”

Quais?

_____

5. **Costuma consumir drinques/coquetéis, ou seja, bebidas misturadas com outros ingredientes como frutas, açúcar etc.? (se a resposta for não, o questionário será encerrado e leva para a página de agradecimento pela participação).**

☐ Sim

☐ Não

<u>Sobre conhecimento e interesse em coquetelaria</u>

6. **O que você conhece da coquetelaria?**

☐ Nada

☐ Pouco

☐ Medianamente

☐ Muito

7. **Costuma preparar as próprias bebidas?**

☐ Sim

☐ Não

8. **Tem interesse em aprender sobre o tema ou aprender mais caso já faça?**

☐ Sim

☐ Não

9. **Caso quisesse aprender a preparar as próprias bebidas em qualquer lugar, qual formato te interessaria mais?**

- ☐ Site
- ☐ Programa de televisão
- ☐ Redes sociais
- ☐ Aplicativo dedicado ao assunto
- ☐ Jogo dedicado ao assunto
- ☐ Tutoriais no YouTube
- ☐ Dicas por e-mail
- ☐ Outro

  Qual?

  _____

Apêndice 02

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO
(Terminologia obrigatória em atendimento à Resolução CNS 466/2012)

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntário (a) da pesquisa em nível de Trabalho de Conclusão de Curso em Design. O motivo que nos leva a realizar esta pesquisa é conhecer melhor as percepções dos usuários sobre suas preferências em relação ao preparo e consumo de bebidas do tipo coquetéis. Nesta pesquisa pretendemos identificar pontos de melhoria para a experiência do usuário nestes contextos.
Caso você concorde em participar, pedimos que responda este breve questionário (não levará mais do que cinco minutos). Esta pesquisa tem alguns riscos, que são: o desconforto gerado por relatar experiências pessoais ou ainda a insegurança em emitir uma opinião sobre o assunto. Mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, esclarecemos que as questões são diretas e não buscam informações pessoais além do necessário para o estudo. Como benefício, a pesquisa vai auxiliar no desenvolvimento de um projeto voltado à melhoria da experiência no uso de produtos com foco no tema aqui pesquisado.
Para participar deste estudo você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira.
Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido (a). O pesquisador não vai divulgar seu nome. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Você não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar.
Esclarecemos que este projeto foi submetido e aprovado pelo comitê de ética em pesquisa e está registrado sob o número CAAE: 75652423.0.0000.5663.
Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Ao clicar no botão “Próxima” deste formulário você declara ter consentido com os termos e com a participação na pesquisa.

Declaro que concordo em participar da pesquisa e que me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.