



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

Estágio na empresa Assec Sim
Projeto de design de um sistema de gestão para hotéis

David Matias

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em
Design Multimédia
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Júlio Londrim

Covilhã, outubro de 2016

Dedicatória

Aos meus pais, por todo o sacrifício e pela confiança em mim,
Muito obrigado!

Agradecimentos

Começo por agradecer a toda a minha Família, principalmente aos meus Pais, Avós e Tios, por toda a motivação que me deram ao longo do meu percurso académico e por todo o sacrifício, para conseguir chegar onde cheguei.

Agradeço a todos os meus professores que me acompanharam ao longo do meu percurso académico, sem eles não seria possível ser o profissional que sou.

Agradeço a todas as pessoas da empresa Assec Sim, pelos conhecimentos transmitidos ao longo do estágio, que foram uma mais valia para o meu crescimento profissional.

Não posso também deixar de referir a dedicação e confiança do Prof. Júlio Londrim, meu Orientador.

Um Obrigado a todos!

Resumo

Neste relatório de estágio constata-se, através da implementação de um projeto, a importância que o Design de Interfaces tem na relação com o utilizador e qual o seu impacto no comportamento do mesmo.

Para que o estudo fosse o mais profundo possível, através de uma investigação intervencionista ativa, foi realizado um estágio na empresa Assec Sim - Sistemas de Informação e Multimédia (empresa sediada na Covilhã) por um período de quatro meses. Projetou-se um sistema de reservas online onde foi aplicado o Design de Interação e o Design de Interfaces aplicado no desenvolvimento de um produto na área logística da hotelaria.

A oportunidade de um estágio na área de Design de Interfaces foi uma mais-valia na relação profissional do mestrando, dando assim a possibilidade de desenhar interfaces e conceber um produto para ser comercializado, passando por todas as fases de desenvolvimento.

Palavras-chave

Sistema; Hotel; Design; Interface; Experiencia do utilizador; Web.

Abstract

At this stage the report notes is through the implementation of a project, the importance of the Interface Design has the relationship with the user and its impact in the same behavior.

For the study was the deepest possible through an active interventionist research, there was a stage in the company Assec Sim - Sistemas de Informação e Multimédia (company based in Covilhã) for a period of four months. Protruded an online reservation system which was applied Interaction Design and Interface Design applied in developing a product in the logistics area hotel.

The opportunity of an internship at Interface Design was an asset in professional graduate student relationship, thus giving the possibility of designing interfaces and design a product to be marketed, through all stages of development.

Keywords

System; Hotel; Design; Interface; User Experience; Web.

Índice

Introdução	1
Capítulo I - Enquadramento Teórico	3
1. Design de Interação Digital	3
1.1. Projetar as Interações Visando a Experiência do Utilizador	6
1.2. O Utilizador e o Formato Digital	7
1.2.1. Objetivos do Utilizador	8
1.3. Processos de Desenvolvimento (Web e Aplicações Digitais)	9
1.4. Elementos e Princípios do Grafismo no Design de Interfaces	10
1.4.1. Cor	10
1.4.2. Botões	12
1.4.3. Tipografia	12
1.4.4. Alinhamento e Grelhas	13
1.4.5. Legibilidade	13
1.4.6. Acessibilidade	14
1.5. Tecnologia	15
Capítulo II - Enquadramento do estágio	17
1. Assec Sim	17
1.1. Serviços e Produtos	19
1.2. Organização e Trabalho	20
1.3. Duração do Estágio	21
1.4. Proposta de Projeto	21
2. Trabalho Desenvolvido Além do Projeto	22
2.1. Empresa Master Vantagem	22
2.2. Empresa Beiratools	26
2.3. Empresa Assec Consultores	26
Capítulo III - Projeto “Sistema de gestão para Hotel”	27
1. Cronologia	27
2. Investigação/Benchmarking	27
3. Planificação de Ideias	28
4. Processo de Design	30
4.1. Wireframes	30
4.2. Front-End Design	31
4.3. Back-End Design	33

4.4. Processo de Programação	37
5. Resultados	37
Conclusão	39
Bibliografia	41
Anexos	45

Lista de Figuras

Figura 1: Doug Engelbart a utilizar dos primeiros ratos	3
Figura 2: Interface Xerox (1981)	4
Figura 3: Interface do browser Mosaic	5
Figura 4: HCI anos 80, Apple Lisa 2	7
Figura 5: Entrada da empresa Grupo Assec	17
Figura 6: Fluxograma da distribuição de trabalho por equipas	20
Figura 7: Sala de reuniões, onde se faz a distribuição de trabalho.....	20
Figura 8: Zona onde se encontra a equipa de multimédia.....	21
Figura 9: Papel de carta personalizado	22
Figura 10: Rollup para soluções tecnológicas.....	23
Figura 11: Catálogo de produtos e serviços	24
Figura 12: Vales de desconto	24
Figura 13: Publicidade tipo.....	25
Figura 14: Merchandising	25
Figura 15: Layout do site Beiratools.....	26
Figura 16: Brochura institucional	26
Figura 17: Cronograma de etapas do projeto	27
Figura 18: Benchmarking de sistemas de reserva	28
Figura 19: Estrutura de requisitos planificados.....	29
Figura 20: Wireframes front-end	30
Figura 21: Filtro simples do sistema	31
Figura 22: Filtro avançado e apresentação de quartos	31
Figura 23: Seleção de extras, para quarto específico	32
Figura 24: Resumo da reserva e possibilidade de passar ao pagamento	32
Figura 25: Quadro de introdução de dados do cliente e forma de pagamento	33
Figura 26: Painel principal da administração do sistema.....	34
Figura 27: Painel de estatísticas detalhadas e mapa de calor de reservas ao longo do ano	34
Figura 28: Painel de gestão de disponibilidade de quartos nos vários hotéis.....	35
Figura 29: Quadro onde mostra o estado das reservas feitas no sistema.....	36
Figura 30: Área de parametrização de um determinado quarto	36
Figura 31: B2B Booking Newhotel	43
Figura 32: Interface Flexibook.....	43
Figura 33: Guestcentric.....	44
Figura 34: Booking HR.....	44
Figura 35: Sistema Travdirect.....	45
Figura 36: Sistema da Alkioni Inn	45
Figura 37: Planificação dos requisitos	46

Figura 38: Wireframe da estrutura da landing page	47
Figura 39: Wireframe da página de apresentação de packs.....	48
Figura 40: Wireframe do filtro simples.....	49
Figura 41: Wireframe do filtro avançado e escolha de quartos	50
Figura 42: Wireframe do painel de introdução de dados e forma de pagamento	51
Figura 43: Wireframe do painel principal de estatísticas (back-end).....	52
Figura 44: Wireframe do painel de gestão de disponibilidades (back-end)	53
Figura 45: Apontamentos de possíveis formas de atrair clientes	54
Figura 46: Apontamentos de verificações a fazer	55
Figura 47: Apontamentos para criar um possível sorteio	56
Figura 48: Estudos de formas para apresentar os quartos	57
Figura 49: Apontamentos da segmentação dos quartos	58
Figura 50: Pagina com filtro simples	59
Figura 51: Página com filtro avançado e disponibilidade dos quartos	60
Figura 52: Escolha de extras do quarto	61
Figura 53: Resumo da reserva, aguardar confirmação do cliente.....	62
Figura 54: Introdução de dados e forma de pagamento	63
Figura 55: Confirmação da reserva, com possibilidade de fazer download do recibo	64
Figura 56: Painel principal de estatísticas	65
Figura 57: Painel de estatísticas avançadas da plataforma	66
Figura 58: Painel de gestão de disponibilidades da plataforma.....	67
Figura 59: Painel de gestão de disponibilidades, zona de reservas feitas e seu estado	68
Figura 60: Zona de parametrização.....	69

Lista de Acrónimos

GUI	Graphical User Interface
HCI	Human-Computer Interaction
HIG	Human Interface Guideline
UBI	Universidade da Beira Interior
UI	User Interface
UX	User Experience

Lista de Anexos

Anexo A - Investigação/Benchmarking

Anexo B - Planificação

Anexo C - Processo

Anexo D - Design da Interface Final (Front-End)

Anexo E - Design da Interface Final (Back-End)

Introdução

Este relatório de estágio foca-se no Design de Interfaces aplicado na logística de um hotel, nomeadamente na gestão de reservas.

No âmbito deste estágio foi criado um sistema que permite fazer reservas online de quartos na indústria da hotelaria, este sistema designado de “Sim.Bookingengine” possibilita a gestão das reservas por parte do administrador dos hotéis, tendo acesso a todos os hotéis da cadeia e estatísticas de reservas e ganhos.

O estágio decorreu no primeiro semestre do Segundo ano do Mestrado de Design Multimédia da Universidade da Beira Interior entre o dia 1 de setembro de 2013 e o dia 2 de janeiro de 2014 na empresa Assec Sim - Sistemas de Informação e Multimédia.

O projeto foi direcionado para um cliente do ramo hoteleiro, no desenvolvimento de uma solução que desse resposta às suas necessidades logísticas.

Neste estágio pretendeu-se adquirir conhecimentos na área de Interfaces, usabilidade, acessibilidade, arquitetura de informação, estratégia de marca, entre outras áreas. Para além de conhecimento na área, visou-se também, adquirir um conhecimento adicional em programação, desde logo, bem como algumas técnicas de marketing.

Este mestrado permitiu, através da realização de um estágio numa empresa, a oportunidade e o desafio de no mercado trabalho aplicar métodos e técnicas, aprendidas durante o percurso académico, aos casos reais da empresa.

Capítulo I. Enquadramento Teórico

O presente capítulo aborda a metodologia empírica utilizada para a realização do projeto.

1. Design de Interação Digital

Muitas vezes a designação Design, é usada de forma distante, quanto ao seu verdadeiro significado e por consequência, distante do significado da profissão. “A palavra ‘Design’ é usada para se referir ao processo de programação, planeamento, coordenação, seleção e organização de uma série de fatores e elementos com o propósito de realizar objetos destinados a produzir comunicações visuais” (Frascara, 2000, p. 19). Em suma, a palavra design, designa-se pelo planeamento de objetos visuais destinados a comunicar.



Figura 1: Doug Engelbart a utilizar dos primeiros ratos

À medida que os computadores evoluíam foram desenvolvidas formas de interagir com a máquina, foi na década de 1960, que os engenheiros se começaram a focar nas pessoas e na sua interação com os computadores. Os engenheiros estavam focados na adição de painéis de controlo, para que o utilizador pudesse interagir com a máquina. Foi também em 1960, segundo Dan Saffer (2010, p. 12), que Ted Nelson começou o seu projeto, Xanadu, com o objetivo de criar redes de computadores com interfaces gráficas simples. Esta foi a primeira tentativa de um sistema de hipertexto. O termo “hypertext”, ou hipertexto em português, ficou conhecido em 1963 através de Ted Nelson (Saffer, 2010, p. 12).

Foi depois da invenção do e-mail e dos seus standards, como ainda hoje o conhecemos, por Ray Tomlinson que em 1968, Doug Engelbart fez uma das primeiras aparições em público do rato ara computador. Nesta mesma apresentação de 90 minutos, Engelbart demonstrou vários paradigmas do Design de interação como apontar e clicar, hyperlinks, cortar e colar e a colaboração compartilhada. Muitos destes paradigmas foram depois parar à Xerox PARC (Palo Alto Research Center), fundada em 1970 Como refere Dan Saffer (Saffer, 2010, p. 12), “o chefe de Xerox PARC, Bob Taylor, levou os funcionários a pensar no computador, não apenas como uma maquina de processamento, mas como aparelho de comunicação”.

No centro de investigação, foram criados os produtos, Xerox Alto e o Xerox Star. São dois produtos bastante completos, 33 desde os ícones e janelas a edição de texto ao estilo WYSIWYG. Apesar do termo interação digital, ter aparecido anos 80, dez anos antes Bill Moggridge e Bill Verplank, dois designers de produto que trabalhavam no desenvolvimento do primeiro computador portátil (GRiD Compass), foram os primeiros a referir-se ao termo Design de interação como sendo o resultado do que estavam a desenvolver (Saffer, 2010, p. 13).

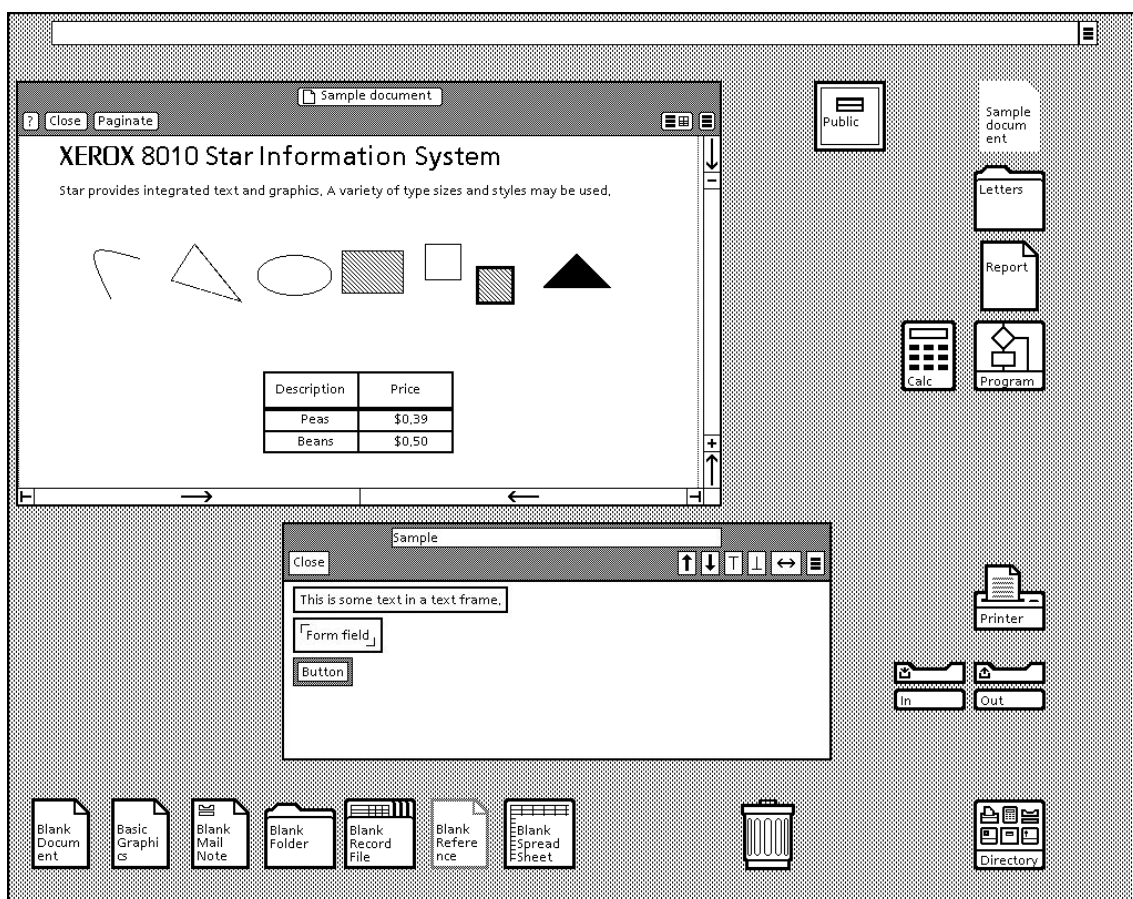


Figura 2: Interface Xerox (1981)

Esta nova fase direcionada para os utilizadores veio ao de cima com a explosão do grafismo de interfaces para utilizadores ou GUI (graphical user interface), difundida pela Apple, num

primeiro momento com o computador Lisa e depois com o Macintosh para uma audiência de massas. A década de 1980 foi a época dos computadores pessoais. Pela primeira vez, a maior parte das pessoas a trabalhar com um computador estavam a trabalhar no seu próprio computador (Saffer, 2010, p. 15).

No entanto, foi em 1990 que se deu o começo do Design de interação como disciplina formal. Segundo (Saffer, 2010, p. 16), “o World Wide Web, que permitiu que qualquer pessoa publicasse documentos de hipertexto, facilmente acessíveis através de um modem de todo o mundo e a adoção em massa do e-mail, trouxeram a necessidade de melhor interação para a ribalta. O browser de Marc Andreessen’s, A Mosaic, empresa de software, em 1993 criou uma importante ferramenta de Design de interação, introduzindo paradigmas como o botão de regresso”.

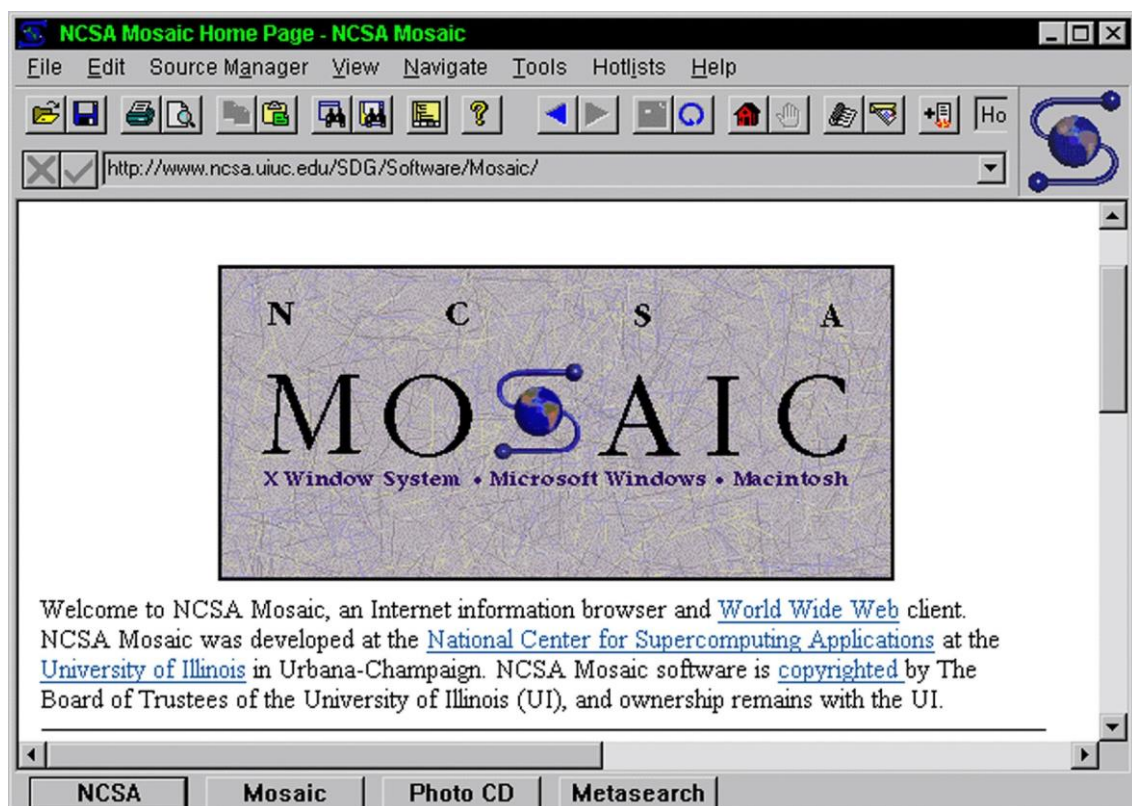


Figura 3: Interface do browser Mosaic

Com este crescimento exponencial e com a sua importância no Design de produtos digitais, começaram a surgir designers e arquitetos de informação, estratégias na experiência com o utilizador e designers de interação focados na criação de produtos e serviços centrados no utilizador. Como (Cooper, 2007), a usabilidade começa a ser reconhecida como sendo importante na conceção de produtos.

O reconhecimento do Design de interação foi crescendo ao longo do início do séc. XXI. Com esta necessidade, a comunidade de designers de interação começou a dar os primeiros passos.

“Em agosto de 2003 (...) Bruce “Tog” Tognazzini fez um apelo apaixonado para a comunidade nascente no sentido de criar uma organização profissional sem fins lucrativos (...). Em setembro de 2005, IxDA, o Interaction Design Association (www.ixda.org) foi oficialmente incorporado” (Cooper, 2007, p. xxix).

Com o grande crescimento no início do séc. XXI, percebe-se que a interação, nos produtos digitais, está finalmente a começar a amadurecer como disciplina e principalmente como profissão, sendo hoje uma peça indispensável para o utilizador.

1.1. Projetar a interação visando a experiência do utilizador

Relacionando interação, experiência e utilizador, Cooper (2007, p. xxxi) refere que o designer gráfico ao criar um cartaz recorre a um arranjo de tipografia, imagens e ilustrações, para criar uma experiência; por outro lado, um designer de móveis ao criar uma mesa utiliza materiais e técnicas de construção para ajudar a criar uma experiência, assim como o, designer de interiores utiliza o ambiente, iluminação, materiais e até mesmo som para ajudar a criar uma experiência.

Estendendo esse pensamento para o mundo dos produtos digitais, é útil pensar que os designers influenciam as experiências das pessoas, projetando os mecanismos necessários para o utilizador interagir com um produto” (Cooper, 2007, p. xxxi).

A citação acima está diretamente relacionada com a consistência de três conceitos base que estão sobrepostos: forma, comportamento e conteúdo. O “Design de interação está focado no comportamento, mas também está preocupado com o modo como esse comportamento se relaciona com a forma e com o conteúdo” (Cooper, 2007, p. xxxi).

Na visão de Dan Saffer (2010), também os fatores humanos na interação com produtos digitais são um fator muito importante. Estes garantem que os produtos digitais estão em conformidade com as limitações do corpo humano, tanto física como psicologicamente.

Em suma, e através das análises de Dan Saffer e de Alan Cooper, percebe-se que a generalidade das áreas do Design de interação está, acima de tudo, relacionada com a experiência do utilizador. Estas, devem ter preocupações de comportamento, forma e conteúdo e o Design de interação deve focar-se principalmente no comportamento, transmitindo sempre uma experiência para o utilizador, seja esta emocional ou funcional.

“O Design de interação não é apenas uma questão de escolha estética; é baseado na compreensão dos utilizadores e nos princípios cognitivos” (Cooper, 2007, p. 13)

1.2. O utilizador e o formato digital

“O tema dominante da nossa época não se tornou nem no leitor nem no escritor, mas no utilizador, uma figura concebida como um conjunto de necessidades e deficiências – cognitivas, físicas, emocionais. Como um paciente ou uma criança, o utilizador é uma figura para ser protegida e cuidada, mas também deve ser analisado e controlado, sendo submetido a investigações e testes”. (Bierut, 2006, p. 23)

O formato digital evoluiu nos últimos anos a ponto de tornar o utilizador bastante exigente e cheio de especulações quanto ao que procura versus o que encontra. No entanto, Heller pergunta: “Porque são os leitores da Web menos pacientes do que os leitores de impressão? É uma suposição comum de que os ecrãs digitais são mais difíceis de ler do que a tinta em papel. No entanto, a HCI (human-computer interaction), no final dos anos 80 mostrou que o texto preto nítido em fundo branco pode ser lido eficientemente tanto a partir de um ecrã, como a partir de uma página impressa”. (Bierut, 2006, p. 24)

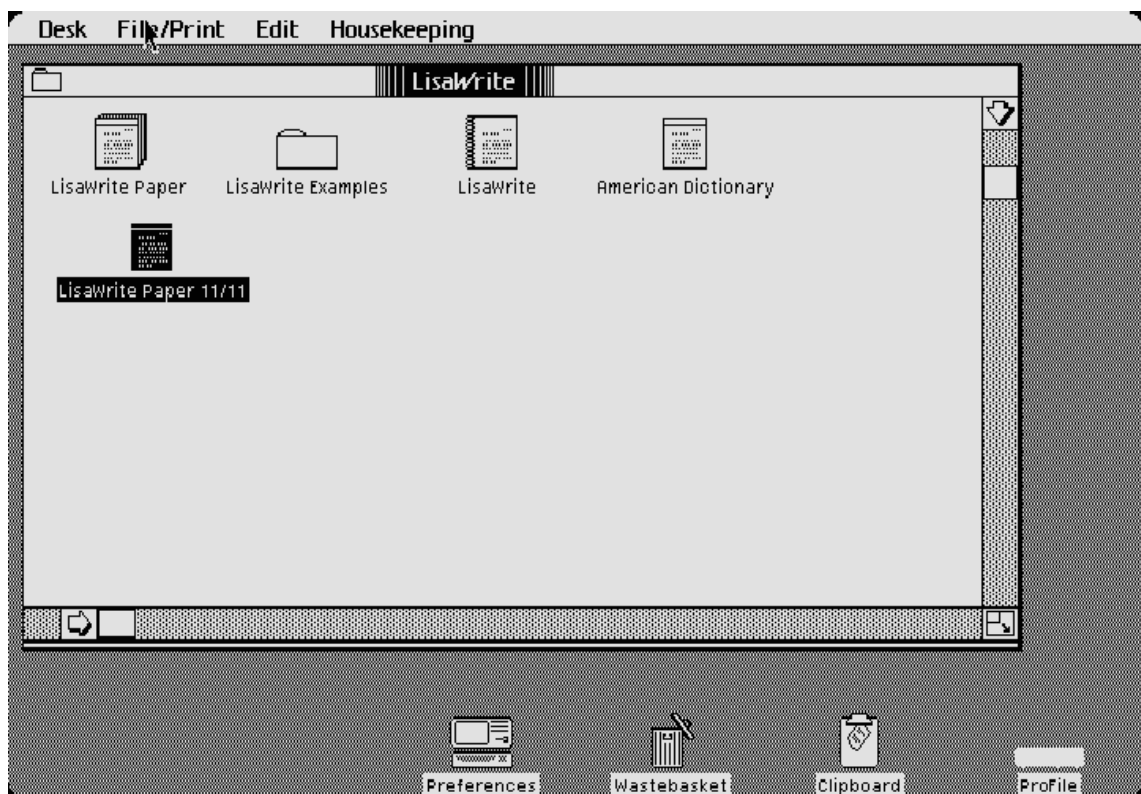


Figura 4: HCI anos 80, Apple Lisa 2

Através desta conclusão e com a grande evolução da tecnologia, formatos tradicionais, que eram bastante frequentes e importantes na sociedade, são agora substituídos por livros digitais, jornais digitais, entre outros. Esta evolução torna o utilizador mais seletivo e impaciente devido à quantidade de informação que lhe é transmitida.

1.2.1. Objetivos do utilizador

Cooper (2007, p. 15) observa que os objetivos motivam as pessoas a realizar atividades: compreender os objetivos permite compreender as expectativas e aspirações dos utilizadores, que por sua vez, podem ajudar a decidir que atividades são realmente importantes para o Design. Não basta que um produto digital seja tecnologicamente perfeito. “We can’t ignore technology or tasks, but they play only a part in a larger schema that includes designing to meet user goals.” (Cooper, 2007, p. 16)

Cooper (2007, p. 15) observa que os objetivos motivam as pessoas a realizar atividades: compreender os objetivos permite compreender as expectativas e aspirações dos utilizadores, que por sua vez, podem ajudar a decidir que atividades são realmente importantes para o Design. Não basta que um produto digital seja tecnologicamente perfeito. “We can’t ignore technology or tasks, but they play only a part in a larger schema that includes designing to meet user goals.” (Cooper, 2007, p. 16)

Nesse sentido, se examinarmos os produtos digitais e websites disponíveis no mercado, percebemos que muitas das interfaces destes produtos têm falhas graves que complicam a comunicação com o utilizador. Para que percebamos melhor quais os erros que não se devem cometer (Cooper, 2007) enumera assim uma lista de falhas mais comuns:

1. Fazer com que os utilizadores pareçam burros;
2. Deixar que os utilizadores cometam erros de gravidade alta;
3. Necessidade de um grande esforço por parte do utilizador para realizar operações eficientes;
4. Não fornecem uma experiência agradável e envolvente.

Estes erros são comuns, na generalidade. Muitas vezes os objetivos e as expectativas do utilizador são ultrapassadas por razões comerciais, o que torna a experiência do produto digital desagradável.

Cada vez mais, empresas que desenvolvem este tipo de produtos, dão atenção ao utilizador e tentam alterar a estrutura da sua aplicação de forma a tornar-se mais amigável na sua utilização. Apesar deste esforço, as mudanças são inúteis visto que, no processo de criação e desenvolvimento tradicional de uma aplicação, a fase do Design de interfaces começa após a programação da mesma.

Para percebermos melhor a importância do planeamento de um produto digital, e indo ao encontro dos objetivos do utilizador, Cooper (2007) refere o exemplo da construção de um prédio, que, depois da sua construção iniciada, o Design não pode ser alterado. O mesmo deve acontecer no desenvolvimento de produtos digitais.

1.3. Processos de desenvolvimento (Web e Aplicações digitais)

O Design de interfaces requer qualificações específicas dependendo do produto em questão. Segundo Cooper (2007, p. 288), para se criar uma interface gráfica efetiva e envolvente, o designer deve ter uma noção básica das propriedades visuais – cor, tipografia, forma e composição – e saber tirar partido destas, transmitindo o comportamento e as informações, de modo a criar um estado de espírito ou uma resposta essencial.

Os Designers de Interfaces precisam de um conhecimento fundamental dos princípios da linguagem de interação e da linguagem de interfaces visuais, que moldam o comportamento do produto. Na conceção de websites ou produtos digitais são necessárias fases de desenvolvimento tanto no design como na implementação dos mesmos. A implementação de um website exige uma prototipagem minuciosa onde este é criado e testado para a usabilidade.

Landa (2011, p. 372), descreve 10 fases importantes que são essenciais no processo de desenvolvimento de um website ou de produto digital:

1) Planeamento do projeto

Onde é estabelecida a orientação e análise para criar e direcionar os objetivos e para criar uma equipa de profissionais;

2) Briefing criativo

Utilizado para delinear a estratégia criativa que se relaciona com toda a Marca ou com a identidade visual da marca, posicionamento e a sua audiência segmentada, e a todos os outros objetivos de um briefing;

3) Estrutura do website ou produto digital

Tendo como objetivo planear, mapear e preparar conteúdo e arquitetura de informação (especificações funcionais) e adicionar desafios tecnológicos; uma das formas de mapeamento passa pelos wireframes. Estes são guias visuais para mostrar a estrutura da página. Sem qualquer informação gráfica apenas identificam os vários elementos estruturais, incluindo os caminhos que as páginas podem ter (como é exemplo o fluxo de usabilidade, que junta os wireframes com as várias possibilidades de caminhos para o utilizador percorrer)

“A chave para fazer bons wireframes é deixar de fora todos os elementos visuais. Devem ser usadas caixas e linhas para representar imagens e texto.

O que deve conter um wireframe:

- Caixas para elementos gráficos primários;
- Colocação de títulos e subtítulos;
- Estrutura de layout simples;

- Botões de call to action ou de ação;
- Blocos de texto.”

4) Delinear conteúdo

Definir o conteúdo que se pretende colocar e trabalhar;

5) Design conceptual

Gerar Design conceptual baseado na identidade da marca, estratégia e briefing;

6) Desenvolvimento de Design visual

Criação de grelhas base e posicionamento de elementos, determinação de métodos de visualização, definição da paleta de cores, estilos tipográficos da Web, estilo de navegação das interfaces (botões), estilo das fotos, ilustrações, e outros elementos gráficos, determinar como integrar ficheiros de multimédia, entre outros;

7) Resultados tecnológicos

Fazer a escolha da solução tecnológica que responda melhor as características do projeto;

8) Protótipo

Um produto funcional, que dê a ideia do que se pretende;

9) Tecnologia

Soluções técnicas; alpha; beta I e II;

10) Implementação

Lançamento, promoção, atualizações, testes de usabilidade.

1.4. Elementos e princípios do grafismo no Design de Interfaces

1.4.1. Cor

A sensibilidade perante as cores pode ser um dos elementos responsáveis pela criação de sentimentos, experiências e, principalmente, por novos valores e significados. Quando o designer define a cor a utilizar num projeto, tem de ter em consideração que irá influenciar a comunicação ou até a mensagem transmitida. Como é expressado por (Wheeler, 2009, p. 118), “A escolha da cor para uma nova identidade requer uma compreensão essencial da teoria das cores, uma visão clara de como a marca precisa ser percebida e diferenciada, bem como uma

habilidade em comandar a consistência e o significado na amplitude da multimídia. A cor é usada para evocar emoção, expressar personalidade e estimular associações.”

A cor é um aspeto importante na maioria das interfaces visuais. Para Cooper (2012, 311) a cor é uma ferramenta poderosa de informação e de grafismo e faz parte da linguagem visual de uma interface, onde os utilizadores irão dar significado ao seu uso.

Existem vários sistemas de identificação da cor com precisão no ecrã. Entre estes temos o Hexadecimal, o RGB e o RGBA como é referido por Ellen (Lupton, 2014, p. 148).

É então importante, que o designer, no desenvolvimento de produtos digitais tenha em consideração que “(...) a cor deve ser usada com moderação e integrar-se bem nos outros elementos da linguagem visual: símbolos e ícones, texto e as relações espaciais que mantêm na interface (...) a cor pode chamar a atenção para elementos importantes, indicam relacionamentos e comunicam o status ou outras informações”. (Cooper, 2012: 311)

Sem um aprofundamento excessivo do tema da cor no design de interfaces, são apresentadas algumas das formas incorretas de aplicação, em forma de conselho, segundo Cooper (2012: 311).

Excesso de cores

A adição de uma cor para distinguir elementos importantes reduz o tempo de pesquisa do utilizador direcionando-o para o que realmente importa. No entanto, quando o número de cores é excessivo, o utilizador perde tempo a tentar descodificar os significados o que o torna muito mais lento e disperso.

Uso de cores saturadas

As cores complementares são o inverso umas das outras nos ecrãs. Essas cores, quando altamente saturadas e posicionadas ao lado uma da outra, podem criar situações de difícil perceção ou de concentração.

Contrastes impróprios

Quando as cores dos objetos diferem das cores do fundo apenas na tonalidade, mas não na saturação ou brilho, tornam-se difíceis de perceber. Os objetos e o fundo devem variar em brilho ou saturação. O autor refere ainda que, o texto de cor em fundos com cor também deve ser evitado, sempre que possível.

Falta de atenção ao Daltonismo

É necessário ter algum cuidado ao usar tons de vermelho e verde (em particular), para comunicar informações importantes. As outras cores usadas devem ser consideradas em

saturação ou o brilho para que este tipo de utilizadores as possam distinguir umas das outras. Se a conversão para tons de cinza da paleta de cores utilizada for facilmente distinguível, os utilizadores daltónicos devem ser capazes de distinguir a versão das cores.

1.4.2. Botões

“Um botão é usado para selecionar algo, no entanto, os botões não precisam de parecer pequenos discos redondos para serem botões. Estes, podem ser objetos gráficos com qualquer forma ou podem ser imagens que criam uma metáfora visual”. (Landa, 2011, p. 374)

Durante interações entre o utilizador e um botão digital, e para que o utilizador possa saber que ação executou, os botões dão geralmente um feedback. Esta interação, em tablets ou smartphones poderá ocorrer através de uma mudança de cor ou através de um som quando o botão é ativado como refere (Pannaino, 2012, p. 15)

É também importante haver uma distinção entre dispositivos. Durante o desenvolvimento das interfaces, os designers devem ter em conta o espaço necessário para a interação ocorrer em diferentes dispositivos. A seta do rato (computador) pode interagir com precisão em objetos tão pequenos quanto um pixel, enquanto um dedo (tablets ou smartphones) precisa de pelo menos cinquenta pixéis em altura para realizar a mesma interação quando clica num aparelho touchscreen segundo (Lupton, 2014, p. 102)

Para além dos botões de navegação também existem botões específicos para encorajar o utilizador a subscrever um produto ou fazer o download de uma informação específica ou mesmo encorajar a comprar um produto. Segundo (Pannafino, 2012, p. 16), os botões de “call to action”, têm na sua generalidade uma linguagem de carácter urgente de forma a criar atenção por parte do utilizador e usam expressões como “registe-se agora” ou mesmo “experimente grátis”.

1.4.3. Tipografia

À medida que a tecnologia e o desenvolvimento de websites evoluem, a tipografia digital ficou mais acessível para os designers. Com o aparecimento de serviços de alojamento de tipografia on-line, como Typekit, Fontdeck e Google Fonts, contribuído positivamente nas questões de pirataria e de direitos de autor dos tipos de letra.

A escolha da tipografia de ecrã certa, pode ser uma tarefa complicada no trabalho do designer devido à panóplia de fonts existentes no mercado neste segmento. (Lupton, 2014, p. 20), analisou uma pequena seleção de fonts, reconhecidas em todo o mundo, que provaram ser escolhas entre Web designers. As fonts foram analisadas segundo critérios que foram referidos pelo autor, de forma a ajudar na escolha do tipo de letra no desenvolvimento de um projeto, em web.

Legibilidade

Quão distintos são os caracteres uns dos outros? Tipos de letra que são altamente modulares ou geométricos têm tendência a ser menos legíveis do que aqueles com formas orgânicas e individuais.

Leitura

Quão confortável é o tipo de letra para ler no corpo de texto? Convida o utilizador a uma leitura ou escrita longa?

Flexibilidade

Quão bem funciona o tipo de letra em diferentes pesos e tamanhos? Funcionará bem para títulos e texto? Um tipo de letra flexível resolverá muitos problemas.

Carisma

Quão memorável é a font? Os seus detalhes são únicos? Tem uma letra ‘Q’ que sobressai ou uma numeração espetacular? Parece perfeita quando vista num tamanho grande?

Classe

Para além de ter em conta os critérios acima descritos, o designer deverá sempre testar e perceber qual será o tipo de letra que melhor se adequa ao seu projeto.

No sentido de evoluir a tipografia na Web e de melhorar a renderização das fonts entre diferentes dispositivos, browsers ou sistemas operativos, será também importante referir que o Google Fonts veio disponibilizar uma família de fonts grátis que, segundo Lupton (2014, p. 36) estão “razoavelmente bem desenhadas”.

1.4.4. Alinhamento e grelhas

O alinhamento é um dos elementos chave para uma boa comunicação visual. Este, ajuda o designer a perceber a experiência do utilizador de uma forma organizada e sistemática. Segundo (Cooper, 2007) todos os elementos no ecrã devem estar alinhados com o maior número de elementos possível e, aqueles que não estiverem alinhados, devem ter uma razão para a sua diferenciação.

1.4.5. Legibilidade

Lidwell (2010, p. 148) considera que a clarificação visual do texto deve corresponder a alguns elementos como tamanho do texto, tipos de letra, contraste, entre outros, como poderemos entender abaixo.

O tamanho do texto

A leitura de texto varia entre dois tipos, a impressa e a de ecrã. O tamanho da tipografia impressa poderá ser considerado muito pequeno quando aplicado à tipografia de ecrã. Segundo Ellen Lupton (2014, p. 59), o tamanho standard para ecrã é por volta dos 12px, no entanto, para ecrãs mais pequenos, poderá ser ainda mais reduzido. “A Tipografia em dispositivos móveis pode ser menor do que no computador, porque os utilizadores podem ajustar a distância entre o ecrã e a sua cara para alcançar o melhor tamanho”. (Lupton, 2014, p. 59)

Ainda segundo Lupton, muitos Designers estão a utilizar tamanhos ainda maiores no Design de páginas Web. Os tamanhos variam entre 14px, 18px ou até 21px para o corpo do texto. Este tipo de tamanhos, geralmente usado em blogs, tornam a leitura mais agradável e mais fácil.

Tipos de letra

Quando um designer escolhe um tipo de letra que encaixa no contexto e conteúdo de um projeto encontra-se pronto a enfrentar os princípios da composição tipográfica. Para (Lupton, 2014, p. 49), os designers manipulam o tamanho, contraste, pesos, cor, ritmo, textura e hierarquia de forma a criar experiências agradáveis e atraentes na sua leitura. Geralmente, a boa tipografia passa despercebida, fundindo-se com o fundo, enquanto a má escolha dos tipos de letra salta à vista “como um palhaço assustador”, fazendo parecer o projeto amador, ingénuo e confuso.

Contraste

O uso de texto preto em ecrãs com fundo branco e vice-versa é considerado como uma boa prática. Para (Lidwell, 2010) o desempenho é melhor quando os níveis de contraste entre o texto e o fundo são superiores a 70 por cento. O nível mínimo de contraste deve ser respeitado quando as cores de fundo e as cores de primeiro plano diferem. O uso de fundos texturados reduz drasticamente a legibilidade e devem ser evitados.

Espaçamento entre linhas

O espaçamento entre linhas personaliza o aspeto dos parágrafos individualmente e o estilo e estrutura geral da página.

Segundo (Lupton, 2014, p. 64), “uma página Web bem projetada deve mostrar um equilíbrio entre o espaço em branco e os campos mais densos de conteúdo”.

1.4.6. Acessibilidade

Segundo (Lidwell, 2010, p. 16) o princípio da acessibilidade afirma que o Design deve ser usável por todas as pessoas sem necessidade de adaptação. Com a evolução da disciplina e do conhecimento, a acessibilidade deixou de resolver apenas problemas focados em pessoas com deficiência passando a abranger todas as pessoas. Existem quatro características essenciais no

Design que é considerado como acessível: a perceptibilidade, a operacionalidade, a simplicidade e o perdão.

1.5. Tecnologia

O planeamento de um projeto digital passa, geralmente, por várias decisões que serão importantes no desenvolvimento e funcionamento do mesmo. O Designer é um profissional preparado para resolver problemas de comunicação, mas também os deve prever, de forma a evitar erros que possam colocar em causa a eficácia da comunicação. Para Frascara (1990), o Designer deve seleccionar a melhor tecnologia e a que melhor se adapta às suas necessidades, de acordo com a qualidade e o alcance (quantidade de público vs tempo) requeridos.

Capítulo II. Enquadramento do estágio

É importante iniciar a reflexão teórica do relatório de projeto introduzindo a definição de Branding, sendo esta a principal área em que o projeto da aplicação mais se foca. Neste capítulo são também abordados os conceitos de Logótipo e App, passando pela compreensão da caracterização da Geração Y (público-alvo da App) e da sua relação com as Aplicações Móveis.

1. Assec Sim

Fundada em 1989, a ASSEC é uma empresa focada em criar valor aos seus clientes. Ao longo da sua existência tem apostado num relacionamento personalizado, o que lhe tem permitido capitalizar a fidelidade de um número significativo de clientes e alargar progressivamente as áreas de intervenção. Nos domínios de atividade onde atuam, procuram assegurar aos clientes um Serviço de Qualidade apoiado nos requisitos, normas e metodologias internacionais. A capacidade reconhecida nas áreas de consultoria em engenharia e gestão, formação profissional, assessoria contabilística e fiscal, consultoria em comunicação e sistemas informáticos, tem merecido a melhor aceitação do mercado, traduzida na consolidação e sustentabilidade da empresa.



Figura 5: Entrada da empresa Grupo Assec

A Assec possui atualmente mais de 30 colaboradores técnicos altamente qualificados, dos quais 14 fazem parte dos quadros permanentes da empresa, distribuídos por diversas áreas de especialidade, nomeadamente economistas, gestores, engenheiros, psicólogos, designers e peritos contabilistas entre outros.

A experiência e formação à escala internacional de que dispõem os Consultores e Formadores da Assec permitem responder com eficácia, às necessidades manifestadas pelos clientes.

Criada em 1999, a Assec SIM - Sistemas de Informação e Multimédia pertencente ao Grupo Assec, constituído também pela Assec Consultores e Assec Ambiente.

A Assec Sim, existe para proporcionar aos seus clientes uma entrada com sucesso na era da economia digital, oferece aos seus clientes soluções em design, comunicação e tecnologias de informação.

Missão

Cada cliente constitui para a Assec um parceiro com o qual é estabelecida uma relação orientada para a criação de valor. Melhorar o desempenho dos nossos clientes mediante a valorização dos recursos que estes afetam ao negócio, a otimização dos seus processos e estimulando as capacidades dos seus colaboradores é a missão, na qual empenham as suas competências.

Visão

Oferecem ao mercado uma gama alargada de serviços de elevada qualidade, criando desse modo valor acrescentado, fidelizando o cliente e garantindo um crescimento consolidado da empresa no mercado nacional e internacional.

Valores

A Assec partilha um conjunto de valores que modelam todas as suas intervenções. Os seus colaboradores comprometem-se em adotar esta matriz de valores que alicerçam a cultura da empresa: honestidade, espírito de equipa, sinergia, confidencialidade, empenho, dedicação e respeito mútuo.

Política de qualidade

A política de qualidade da Assec, assenta nos seguintes compromissos:

- Satisfação plena das necessidades dos clientes internos e externos, indo ao encontro dos seus requisitos e expectativas;
- Otimização e melhoria contínua dos processos;
- Criação/realização de serviços de maior valor acrescentado;
- Cumprimento de prazos;
- Cumprimento dos requisitos estatutários, normativos, regulamentares e legais aplicáveis;
- Criação de competências e valorização dos recursos humanos;
- Inovação permanente.

1.1. Serviços e Produtos

Os produtos desenvolvidos pela Assec Sim! Integram-se em duas linhas de negócio (LOB - Line of Business) e incluem:

Design e Comunicação

- Design gráfico
- Imagem corporativa
- Design multimédia
- Web design
- Publicidade estática
- Publicidade objeto
- Packaging
- Trade marketing

Soluções web

- Web sites
- Soluções de e-commerce
- Soluções de e-government
- Soluções de e-learning
- Soluções media
- Soluções de intranet / extranet
- Aplicações web
- Web marketing

Software

- Solução Integradas de Gestão (ERP/CRM)
- SIM!pan - Software de Gestão Integrada para a Indústria de Panificação e Pastelaria
- SIM!lact - Software de Gestão Integrada para a Indústria de produtos lácteos
- SIM!rest - Software de Gestão Integrada para a restauração e cafetaria
- SIM!trad - Software de Gestão Integrada de Serviços de Tradução
- SIM!tex - Software de Gestão Integrada para a Indústria Têxtil
- SIM!man - Software de Gestão da Manutenção
- SIM!fact - Software de Gestão da Faturação
- SIM!seg - Software de Gestão para as empresas de segurança
- Assistência Técnica
- Consultadoria

1.2. Organização de Trabalho

As equipas trabalham em conjunto, a organização do trabalho é dirigida por Pedro Rodrigues, o gestor de projeto e gerente da empresa, que distribui e fiscaliza o trabalho desenvolvido pela equipa do Assec Sim. O trabalho quando entregue, é orientado pelo team leader, Pedro Pereira, que toma decisões de organização e prioridades dentro de cada projeto.



Figura 6: Fluxograma da distribuição de trabalho por equipas

As equipas trabalham em conjunto, a organização do trabalho é dirigida por Pedro Rodrigues, o gestor de projeto e gerente da empresa, que distribui e fiscaliza o trabalho desenvolvido pela equipa do Assec Sim. O trabalho quando entregue, é orientado pelo team leader, Pedro Pereira, que toma decisões de organização e prioridades dentro de cada projeto.



Figura 7: Sala de reuniões, onde se faz a distribuição de trabalho

O Design é considerado uma área de tamanha importância e transversal a toda a empresa. Cada projeto é um projeto e todos têm em comum um grande objetivo: tornar eficaz a comunicação entre a empresa e o cliente.

A secção Multimédia é composta por Pedro Pereira, Sara Damásio e David Matias, aqui é desenvolvido todo o design e estrutura de cada projeto. Nesta zona é desenvolvido todo o trabalho gráfico e conceptual da empresa, partindo daqui para as outras equipas.



Figura 8: Zona onde se encontra a equipa de multimédia

A secção Web, é composta por Rui Cunha, Pedro Pires, Bruno Simões e Domingos Caramona, aqui é desenvolvida toda a programação front-end e back-end. Esta é uma das zonas mais importantes da empresa, porque é daqui que sai o produto final na área tecnológica.

A empresa também tem soluções de software, para responder a varias áreas. Um dos softwares com mais relevo no mercado, é o Sim!Pan, uma solução de gestão para panificadoras. Esta zona é composta por Henrique Costa, Filipe e Ivo, aqui é desenvolvido todo o processo de integrações e apoio ao cliente dos softwares da empresa.

1.3. Duração do Estágio

O estágio teve uma duração de quatro meses, com inicio no dia 1 de setembro de 2013, tendo cumprido um horário das 9h00m às 18h30m.

1.4. Proposta de projeto

Proposta da Aplicação Prática, foi o desenvolvimento de um sistema de gestão para hotéis, que desse resposta as necessidades de uma determinada cadeia de hotéis.

O briefing do sistema, propôs desenvolver de toda a estrutura front-end e back-end, assim como antecipar e resolver todos os problemas proveniente das variáveis existentes.

2. Trabalhos desenvolvidos alem do projeto

Durante o estágio, para alem do projeto desenvolvido para a empresa, ainda foi possível desenvolver trabalhos para clientes.

2.1. Empresa Master Vantagem

A Master Vantagem é uma empresa de outsourcing de serviços e produtos, na área da energia, tecnologia e comunicações.

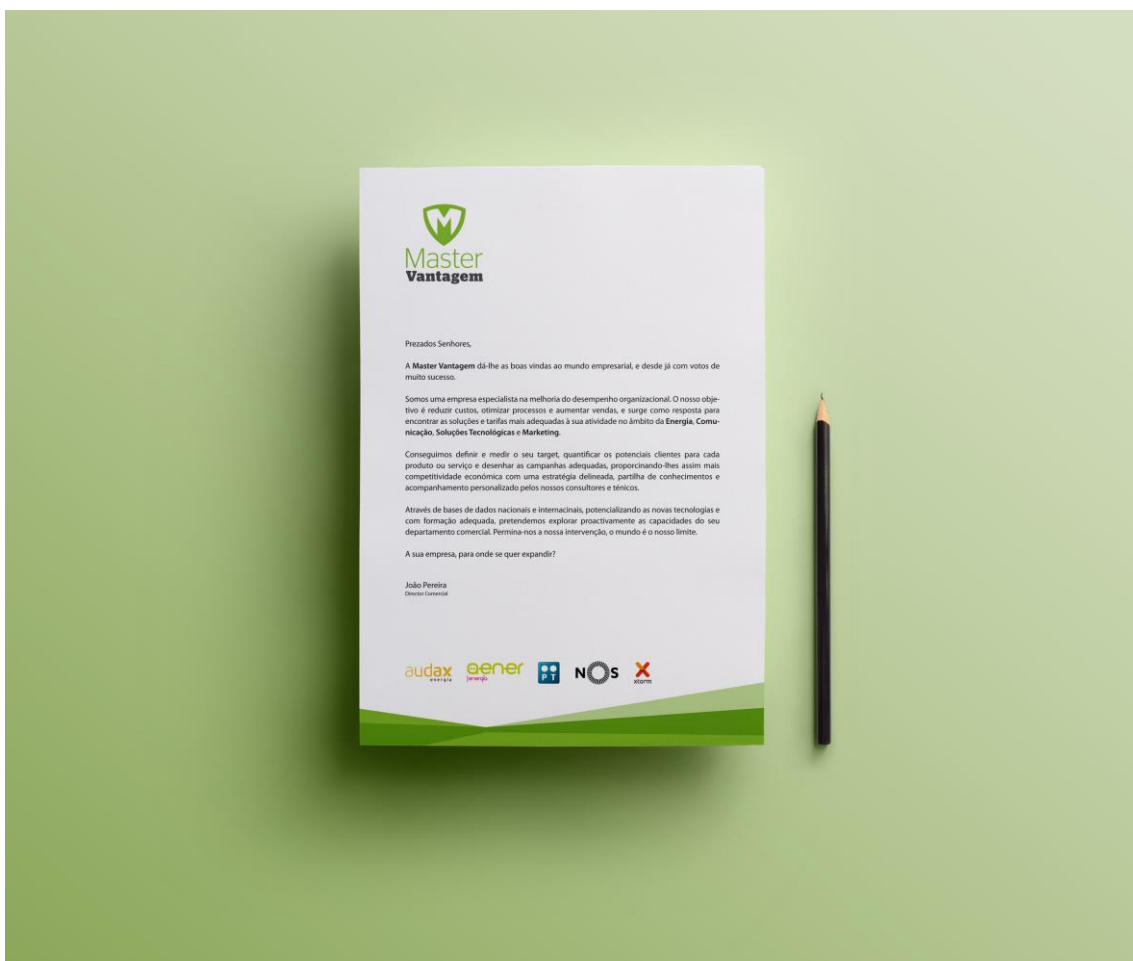


Figura 9: Papel de carta personalizado



Figura 10: Rollup para soluções tecnológicas



Figura 11: Catálogo de produtos e serviços



Figura 12: Vales de desconto



Figura 13: Publicidade tipo



Figura 14: Merchandising

2.2. Empresa Beiratools

A Beiratools é uma empresa especializada em materiais para mecânica. Comercializa ferramentas, equipamento e peças. Foi pedido o desenvolvimento do site da empresa.



Figura 15: Layout do site Beiratools

2.3. Empresa Assec Consultores

A Assec Consultores é uma empresa de consultoria, que presta serviços em varias áreas. Foi pedido o desenvolvimento de uma brochura institucional.



Figura 16: Brochura institucional

Capítulo III. Projeto “Sistema de gestão para Hotel”

O Hotel Portugal é um hotel tinha a necessidade de implementar um sistema, que possibilitasse a gestão da sua cadeia de hotéis. O sistema que tinham, apenas conseguiam colocar quarto com preço único, em que o utilizador poderia reservar o quarto e posteriormente o hotel entraria em contacto com a pessoa para finalizar a reserva.

Foi necessário pensar numa solução que corresponderia a todas as necessidades da sua cadeia de hotéis, disponibilidade, promoções, preços por época, atribuição de códigos promocionais, segmentação de clientes, de uma forma totalmente automática, no processo de reserva online no seu site.

1. Cronologia

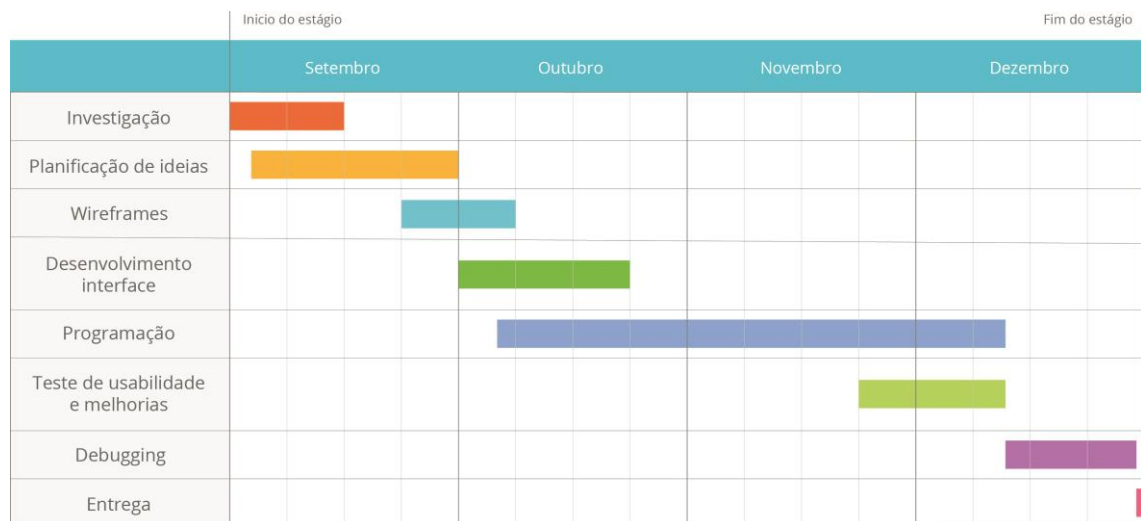


Figura 17: Cronograma de etapas do projeto

O cronograma serviu para estabelecer metas ao longo do projeto, para que desta forma otimizar o processo de conceção da solução.

2. Investigação/Benchmarking

Iniciamos a investigação com uma previsão de duas semanas, onde foram feitos benchmarkings a outras soluções no mercado para reserva e gestão de disponibilidades de unidades hoteleiras.

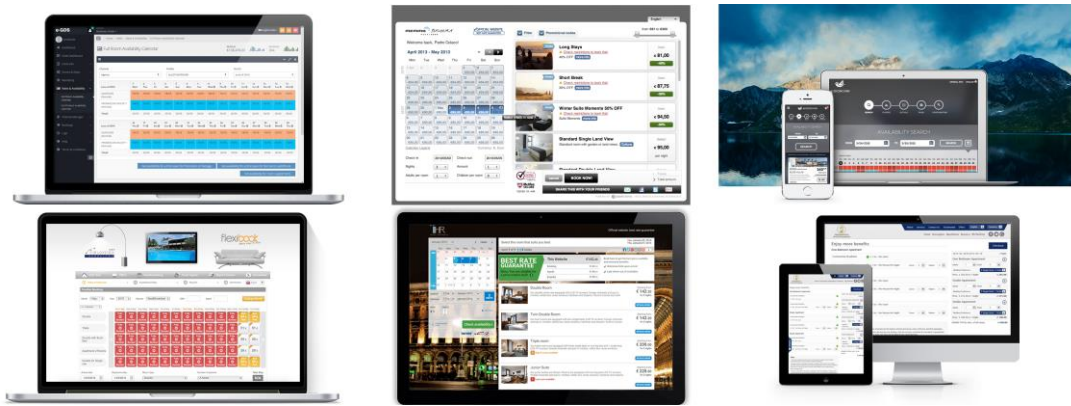


Figura 18: Benchmarking de sistemas de reserva

3. Planificação de ideias

Os requisitos são vários e bastante abrangentes e diferenciando-se entre os front-end, visíveis para o cliente, e os back-end, de apoio gestão logística:

Requisitos (front-end)

- Página de internet em suporte Html
- Suporte total em base de dados;
- Várias unidades hoteleiras;
- Apresentação das unidades hoteleiras;
- Apresentação e quartos;
- Tarifas;
- Promoções e descontos;
- Pesquisas simples e avançadas;
- Códigos promocionais;
- Reservas e cancelamentos;
- Reservas de múltiplos quartos;
- Vários meios de pagamento;
- Motor de busca interno;
- Interface multilingue (PT / EN / FR / ES);
- Site responsivo;
- Galeria de imagens e vídeos (associada a quartos)
- Segmentação de clientes, de uma forma totalmente automática, no processo de reserva online no seu site.

Requisitos (back-end)

- Back office em várias línguas [PT, ES, EN, FR]
- Gestão de várias unidades hoteleiras
- Gestão de quartos/unidades de alojamento
- Gestão de clientes
- Gestão dinâmica de tarifas e disponibilidade
- Gestão de packs, códigos promocionais e promoções.
- Gestão de extras, associados a hotéis e quartos
- Gestão da ocupação (por hotel, quarto e período)
- Análise estatística / Dashboard (evolução das vendas, visitas ao motor de buscas, nº de clicks, taxas de ocupação, histórico de reservas por cliente, estatísticas anuais, lucros obtidos e lucros espectáveis).

No início do projeto utilizou-se uma metodologia que identificasse os requisitos e os colocasse numa grelha que servisse de base à estrutura a ser criada e montada. Foram feitas várias etapas para a conceção do front-end:

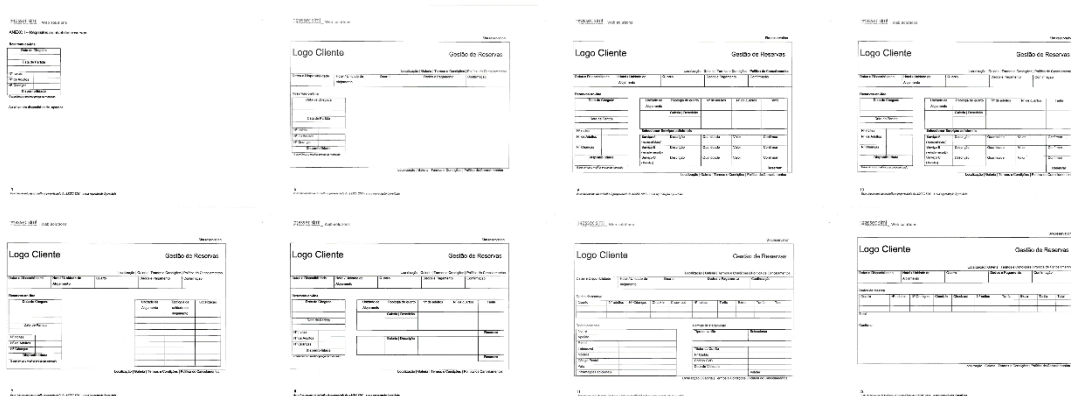


Figura 19: Estrutura de requisitos planificados

- Na primeira e segunda ficha corresponde ao processo de pesquisa e apresentação de resultados baseados na pesquisa e respetiva disponibilidade.
- Na terceira, e quarta ficha foram identificados os quartos disponíveis e os extras associados a cada quarto segundo os requisitos exigidos pelo cliente.
- Na quinta, sexta e sétima ficha foram identificados os campos de introdução de dados de cliente e respetivo pagamento.
- Por fim na oitava ficha corresponde ao resumo relativo ao processo de reserva e respetiva confirmação de ação efetuada com sucesso

4. Processo de Design

O Posicionamento de uma marca é a forma como ela é vista no mercado e como ela se distingue ou não, entre as marcas que lhe são concorrentes. A forma como uma marca se posiciona revela muito de si e cria impacto no consumidor, que pode ser atrativo ou repulsivo. “Posicionamento é o processo que ajuda a diferenciar as marcas na mente dos clientes” (Wheeler, 2013, p.136).

4.1. Wireframes

Os wireframes fazem parte de uma fase elementar no processo de desenvolvimento de um produto digital. Na parte da estrutura de um website ou produto digital, os wireframes são guias visuais que geralmente não têm qualquer uso de cor. Durante a sua execução, o layout, e outros aspetos, foram constantemente discutidos com a equipa e com team leader.

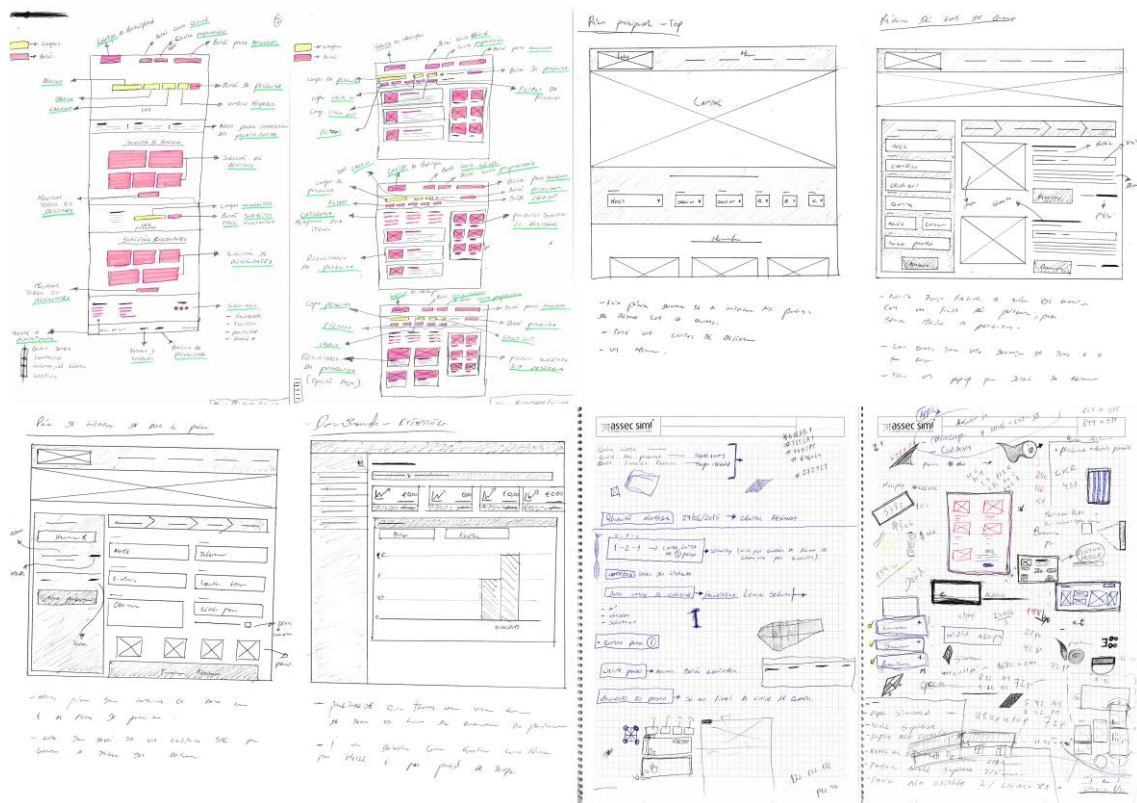


Figura 20: Wireframes front-end

Na figura em cima, demonstra o processo de planificação de todos os requisitos de front-end e como eles são apresentados ao utilizador. Este estudo que é fundamental para que a experiencia do utilizador seja a mais intuitiva possível.

4.2. Front-end design

Os Nesta fase, com base em todos os estudos feitos anteriormente e com o auxílio dos wireframes, são desenhados os quadros, de forma a ter-se a imagem final do sistema.

Foi desenhado o quadro inicial do sistema, onde o utilizador faz o processo de pesquisa, que parametriza o que pretende.

Define o hotel que pretende, o dia de entra e o dia de saída, o numero de quartos, o número de adultos e crianças. É necessário este tipo de pesquisa, para se conseguir fazer uma pesquisa multi-quarto.

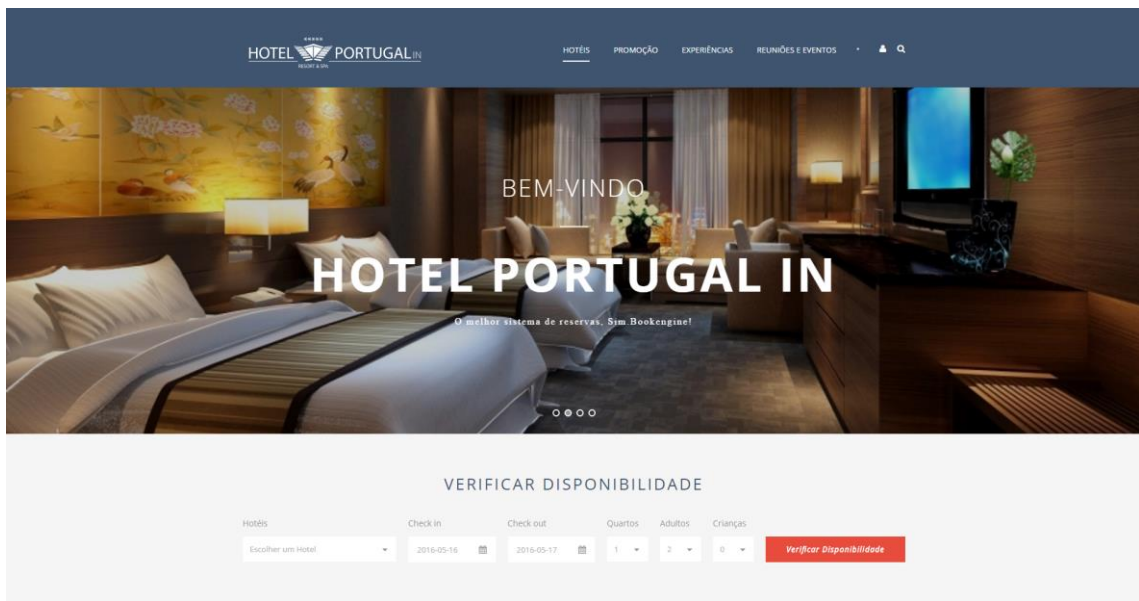


Figura 21: Filtro simples do sistema

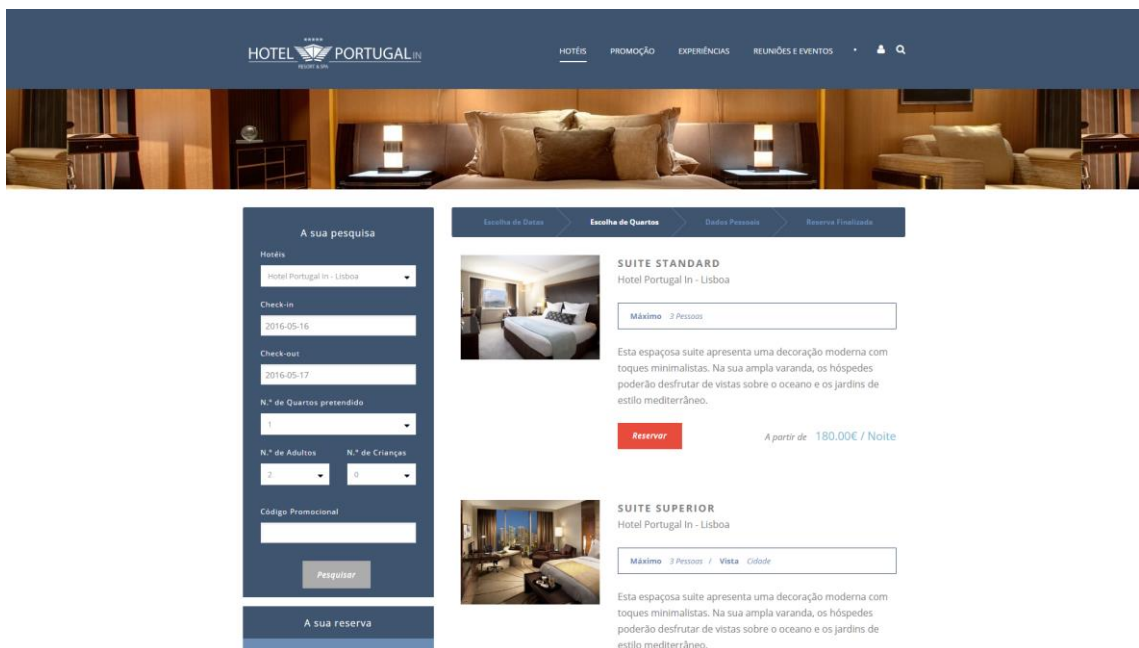


Figura 22: Filtro avançado e apresentação de quartos

Ao passar para o quadro seguinte, da a possibilidade de introduzir um código promocional, que ara a dedução ao preço do(s) quarto(s), ou lhe mostra quartos exclusivos.

Ao adicionar um quarto, dá-lhe a possibilidade de escolher o numero de pessoas que pretende nesse quarto, isto acontece para proporcionar a distribuição de pessoas por quarto, no caso de uma família ou um grupo de amigos, e adicionar extras a esse quarto específico.

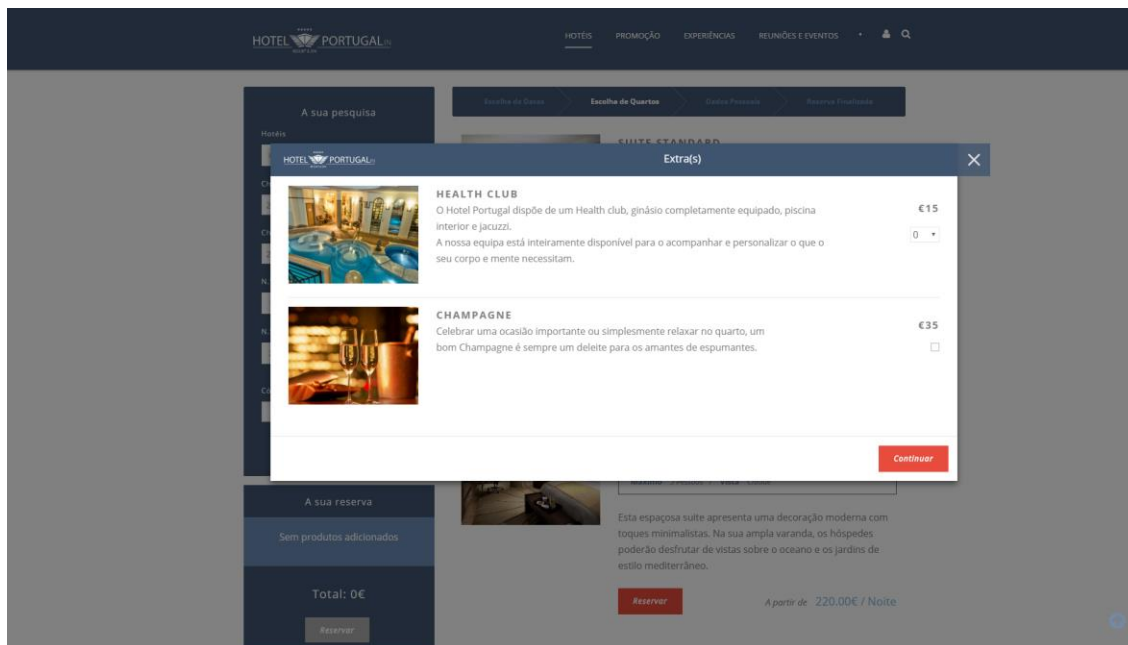


Figura 23: Seleção de extras, para quarto específico

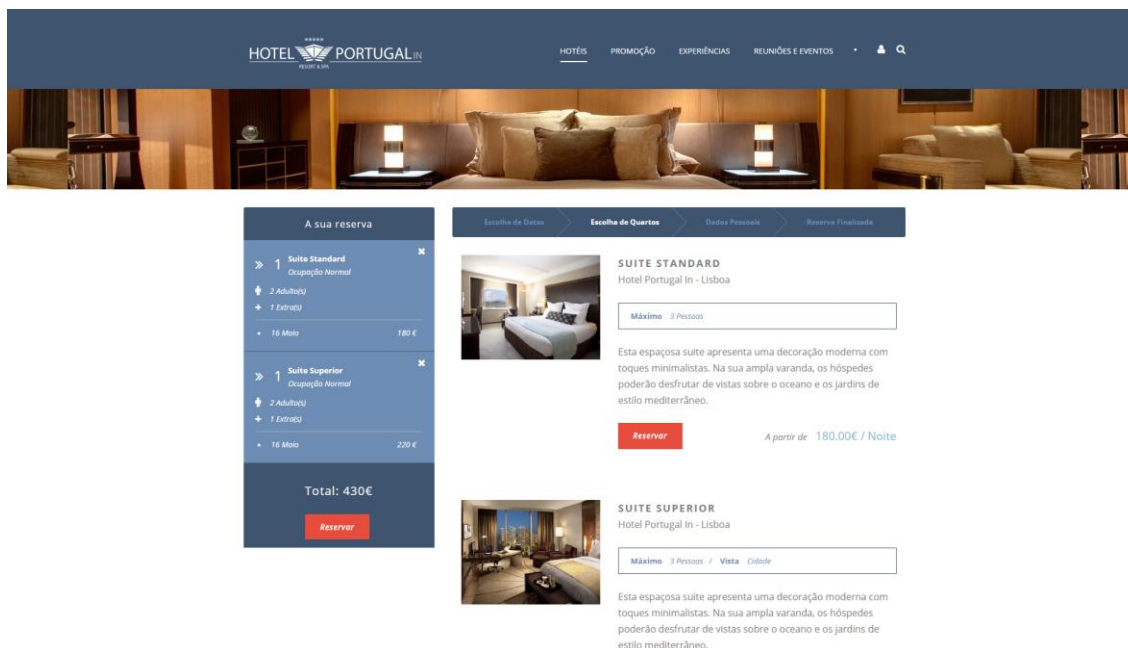


Figura 24: Resumo da reserva e possibilidade de passar ao pagamento

Depois de selecionar os quartos e os extras associados a cada quarto, o botão “reservar” aparece a vermelho, indicando a ação a executar para seguir para o passo de pagamento e introdução de dados.

A sua reserva

HOTEL PORTUGAL IN - LISBOA

Quarto 1: Suite Standard Adultos: 2 180.00€

Quarto 2: Suite Superior Adultos: 2 220.00€

Extras

Quarto 1: Suite Standard health Club 15.00€

Quarto 1: Suite Superior health Club 15.00€

Total 430.00€

Nova Pesquisa

Escolha da Data Escolha dos Quartos **Dados Pessoais** Reserva Finalizada

Nome de Cliente (*) Telefone (*)

Email (*) Confirmação do e-mail (*)

Observações Código Promocional

Li e aceito os Termos e Condições

MB PayPal VISA MasterCard

Finalizar Reserva

Segurança Melhor Preço Garantido Cancelamento Gratuito

Figura 25: Quadro de introdução de dados do cliente e forma de pagamento

Na introdução de dados, é requerido o “nome, contacto telefónico, email e código promocional” no caso de haver. Caso tenha introduzido previamente o código, ele irá aparecer preenchido neste passo.

Ao carregar no botão “finalizar reserva”, tem acesso ao quadro de confirmação, onde poderá fazer download do comprovativo, que segue também para o email do cliente.

4.3. Back-end design

O back-end foi desenhado e pensado a pensar no administrador das unidades hoteleiras. Para otimizar esta área, não só se fez um benchmarking dos sistemas no mercado, mas contou-se com o feedback de profissionais de gestão hoteleira.

O painel principal foi desenhado de forma a que ao entrar na aplicação, o administrador tenha uma visão imediata do número de visitas, numero de reservas, lucros adjacentes as mesmas e ultimas reservas efetuadas.

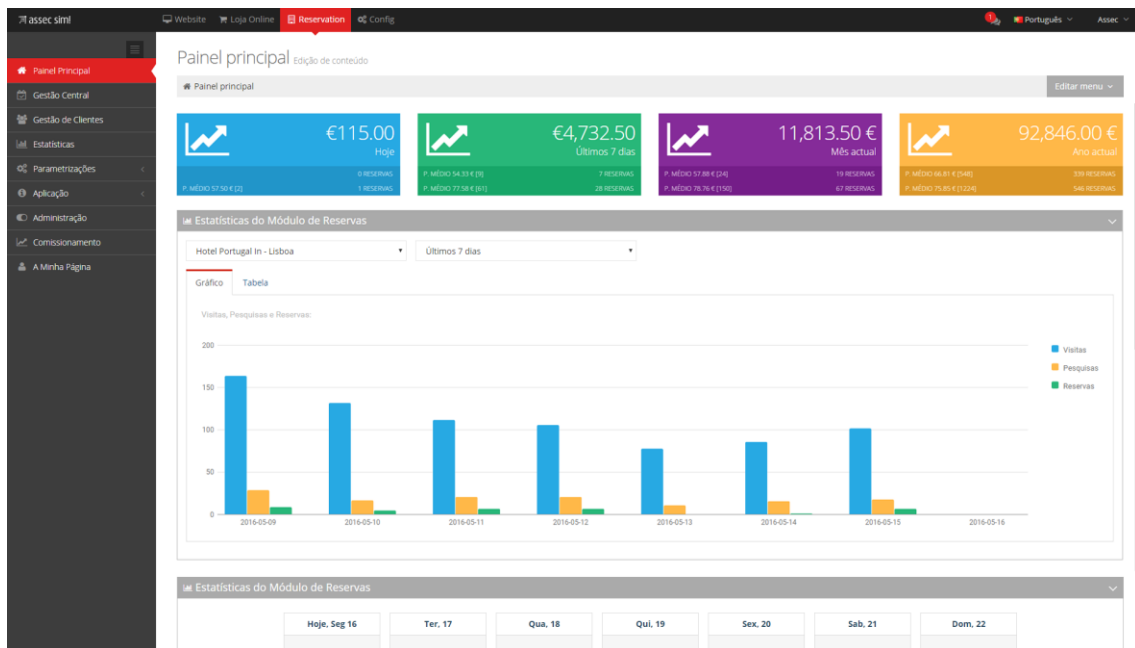


Figura 26: Painel principal da administração do sistema

O painel principal (Figura 10), apresenta uma análise detalhada de tudo o que aconteceu com a plataforma, não só ao longo dos dias, mas também ao longo dos meses e anos, para que desta forma consiga fazer um balanço. No quadro de estatísticas, apresenta um mapa de calor das reservas ao longo do ano, tornando imediata a percepção das alturas de maior afluência e onde terão de intervir com algum tipo de campanha para conseguir ocupar as alturas de menos afluência.

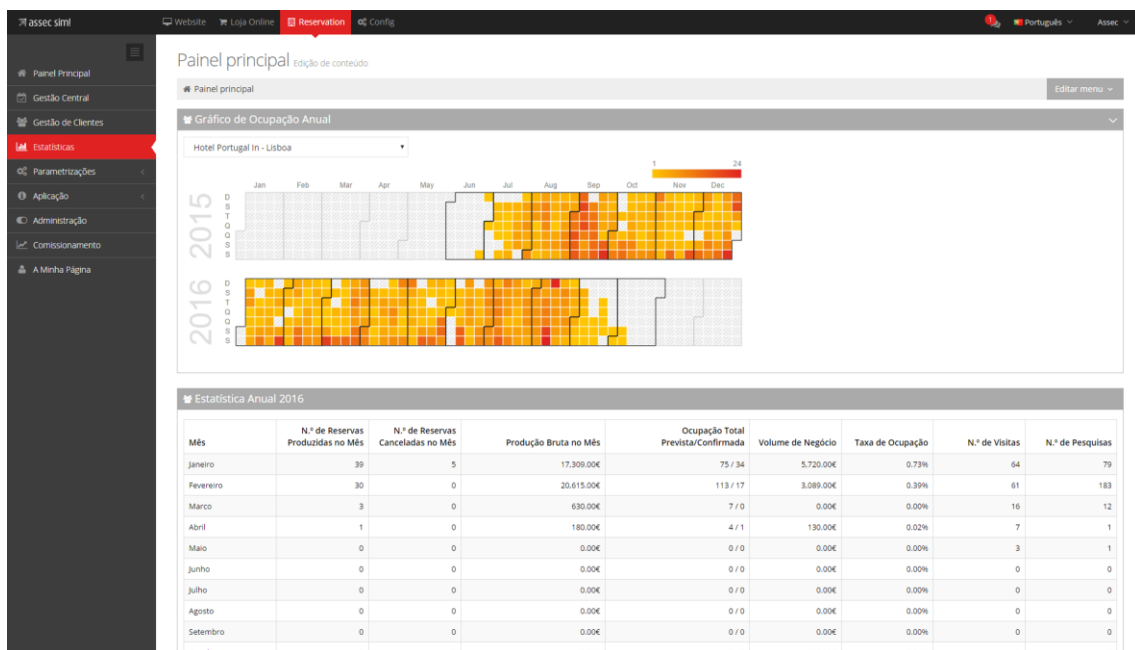


Figura 27: Painel de estatísticas detalhadas e mapa de calor de reservas ao longo do ano

Como mostra a figura 11, o painel de estatísticas detalhadas, mostra os dados relativos ao sistema (número de reservas por mês, número de reservas canceladas no mês, produção bruta dos meses, comparação entre a ocupação prevista e confirmada, volume de negócio, taxa de ocupação, número de visitas e número de pesquisas).

Na gestão de disponibilidades, tem-se acesso ao quadro, onde mostra a o número de quartos disponíveis e o número que está ocupado. Recorreu-se a cores para permitir uma percepção mais imediata do estado. Utilizou-se o verde para quando tem quartos disponíveis, o amarelo para quando os quartos disponíveis foram ocupados na sua totalidade, e vermelho para quando não existe disponibilidade de quartos para mais reservas.

Painel principal edição de conteúdo

Hotel: O Alambique de Ouro | Maio 2016

Disponibilidade	Preço	Dom 01	Seg 02	Ter 03	Qua 04	Qui 05	Sex 06	Sab 07	Dom 08	Seg 09	Ter 10	Qua 11	Qui 12	Sex 13	Sab 14	Dom 15
Duplo Standard		4/8	0/2	0/2	1/2	0/2	1/2	0/0	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	3/4	4/0	1/2
Duplo Superior		4/10	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2	1/8	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	3/8	8/0	1/2
Duplo Superior Deluxe (Ala Estrela)		0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/2	0/2	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/2	0/0	0/0
Familiar Standard		0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/0	0/2
Familiar Superior		1/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/4	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	2/0	0/2
Single Standard		1/2	3/6	1/6	1/2	3/5	0/2	0/0	0/2	2/8	1/2	2/6	1/3	0/2	1/0	1/2
Single Superior		0/2	1/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	1/2	0/2	0/2	0/0	0/2
Suite Presidencial		0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0
Suite Superior		1/2	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1

	Seg 16	Ter 17	Qua 18	Qui 19	Sex 20	Sab 21	Dom 22	Seg 23	Ter 24	Qua 25	Qui 26	Sex 27	Sab 28	Dom 29	Seg 30	Ter 31
Duplo Standard	1/2	0/2	0/2	1/2	2/4	4/0	1/2	1/2	2/2	2/2	3/5	2/0	2/0	0/2	0/2	0/2
Duplo Superior	0/2	0/2	0/2	0/2	4/6	8/10	3/5	1/2	1/2	0/2	6/12	8/0	3/0	0/2	0/2	0/2
Duplo Superior Deluxe (Ala Estrela)	0/0	0/0	0/0	0/0	0/2	0/2	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	1/0	2/0	0/0	0/0	0/0
Familiar Standard	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/0	0/0	0/2	0/2	0/2
Familiar Superior	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	2/5	2/0	1/0	0/2	0/2	0/2
Single Standard	0/2	0/2	1/2	1/2	0/0	0/0	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	1/0	1/0	1/2	1/2	1/2
Single Superior	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/0	0/0	0/2	0/2	0/2
Suite Presidencial	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0
Suite Superior	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/0	0/0	0/1	0/1	0/1

Figura 28: Painel de gestão de disponibilidade de quartos nos vários hotéis

É possível alterar a disponibilidade ou preço de cada quarto ao clicar sobre a disponibilidade. Também é possível bloquear um dia, carregando sobre ele, para que desta forma não seja mostrada qualquer disponibilidade no front-end.

ID da Reserva	Nome do Cliente	Data da Reserva	Check-in	Check-out	Total da Reserva	Estado
000000038	Rui Cunha	2016-01-29	2016-01-29	2016-01-31	495.00	Confirmada
000000037	Rui Cunha	2016-01-29	2016-01-29	2016-01-31	495.00	Cancelada
000000036	Rui Cunha	2016-01-29	2016-01-29	2016-01-31	495.00	Cancelada
000000035	Rui Cunha	2016-01-29	2016-02-17	2016-02-19	460.00	Pendente
000000034	David Matias	2016-01-29	2016-01-29	2016-01-30	165.00	Pendente
000000033	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	130.00	Confirmada
000000032	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	130.00	Confirmada
000000031	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	130.00	Confirmada
000000030	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	130.00	Confirmada
000000029	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	247.00	Confirmada
000000028	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	247.00	Confirmada
000000027	David Matias	2016-01-27	2016-01-27	2016-01-29	295.00	Pendente
000000026	Rui Cunha	2016-01-27	2016-04-13	2016-04-14	130.00	Confirmada
000000025	David Matias	2016-03-26	2016-03-26	2016-03-30	520.00	Pendente
000000024	David Matias	2016-01-22	2016-03-11	2016-03-30	2470.00	Cancelada

Figura 29: Quadro onde mostra o estado das reservas feitas no sistema

Na figura a cima mostra o estado das reservas, se estão confirmadas (verde), se aguarda pagamento (amarelo) ou se foram canceladas (vermelho).

Nesta área também se tem aceso a todos os detalhes de cada reserva, podendo-se aceder ao clicar na mesma.

Por último, foram desenhados os painéis relativos as parametrizações dos quartos, hotéis, extras, códigos promocionais, promoções e segmentação de clientes com regalias especiais.

Painel principal edição de conteúdo

Hotel: Hotel Portugal In - Lisboa

Designação: Suite Superior

Referência Interna: SSP01

Vista: []

Cidade: []

Resumo

Esta espaçosa suite apresenta uma decoração moderna com toques minimalistas. Na sua ampla varanda, os hóspedes poderão desfrutar de vistas sobre o oceano e os jardins de estilo mediterrâneo.

Descrição

Esta espaçosa suite apresenta uma decoração moderna com toques minimalistas. Na sua ampla varanda, os hóspedes poderão desfrutar de vistas sobre o oceano e os jardins de estilo mediterrâneo.

Possui uma área de dormir com uma casa de banho privativa, uma sala com área de estar e uma casa de banho adicional.

Comodidades dos quartos: Varanda, Vista Mar, Canais pay-per-view, Telefone, Canais por Satélite, Televisão de Ecrã Plano, Cofre, Ar Condicionado, Área de Estar, Aquecimento, Sofá, Secador de Cabelo, Roupaão de Banho, Produtos de Higiene Pessoal (gratuitos), WC, Casa de Banho, Banheira ou Duche, Comodidades para Fumar, Cama, Cama, Armário, Cofre, Despertador, Telefone, Despertador, body p.

Figura 30: Área de parametrização de um determinado quarto

Neste setor é possível parametrizar todas as características de cada setor (hotel, quarto, promoções, packs, códigos promocionais, imagens e vídeos).

4.4. Processo de Programação

Nesta fase é feita a programação de tudo o que foi projetado anteriormente, reproduzindo fielmente todas as interações e quadros desenhados.

Esta fase é desenvolvida pela equipa de programação, acompanhada pelo designer, em que verifica e testa todas as interações e engajamento dos parâmetros definidos, garantindo que tudo esta perfeito para ser utilizado pelo consumidor final.

Durante esta fase surgiram algumas alterações que se acharam pertinentes, muito a nível de gestão e apresentação de estatísticas, havendo a necessidade de redesenhar alguns setores, para serem montados.

5. Resultados

O resultado foi um sistema de gestão para hotéis, com qualidade suficiente para se tornar um produto comercializável da empresa, para ser vendida em larga escala como uma solução para unidades hoteleiras.

Este sistema foi aplicado numa cadeia de hotéis, que por motivos de sigilo profissional, não poderei mencionar, optando-se por projetar uma cadeia de hotéis fictícia, para a apresentação do projeto.

Demo do projeto a funcionar: <http://sim.bookingengine.assec.pt/>.

Conclusão

Através do presente estágio curricular no seguimento do mestrado surgiu o desafio de desenvolver um sistema que respondesse as necessidades dos administradores de cadeias de hotéis. Foi possível por em pratica os conhecimentos adquiridos na faculdade ao longo do curso e do mestrado.

Os conhecimentos adquiridos na faculdade permitiram ir mais além da mera visão de um técnico de design, todo o pensamento conceptual e criativo desenvolvido no percurso académico deu uma abertura de pensamento sobre o design, possibilitando uma abordagem mais criativa e menos técnica aos projetos.

O contacto profissional realizado no estágio permitiu uma visão pragmática sobre o design, principalmente na adaptação de conceitos teóricos abordados na faculdade, cruzando com as limitações em contexto profissional.

O contacto com profissionais experientes foi útil, para o desenvolvimento de competências técnicas, devido aos conselhos dados em fases cruciais nos projetos, que se mostraram uma mais valia para a qualidade inicial dos projetos.

Este estágio criou bases solidas para a entrada no mercado de trabalho, proporcionando-se uma nova oportunidade de trabalho numa empresa internacional sediada no Porto, na área do marketing digital com plataformas próprias, em que será desempenhada a função especializada como Designer de Interfaces Web.

Referências

Bierut, M. D. W. & H. S., 2006. *Looking closer: critical writing on graphic design*. New York: Allworth Press.

Cooper, A. R. R. C. D. & C. A., 2007. *About face 3: The essentials of interaction design*. Em: Indianapolis: Wiley Pub.

Frascara, J., 2000. *Diseño gráfico y comunicación*. Em: Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Hollis, R., 2007. *Designing the obvious: a common sense approach to Web application design*. Em: Berkeley: New Riders.

Landa, R., 2011. *Graphic Design solutions*. Em: Boston: Wadsworth / Cengage Learning.

Lidwell, W. H. K. B. J. & E. K., 2010. *Universal principles of design: 125 ways to enhance usability, influence perception, increase appeal, make better design decisions, and teach through design*. Em: Beverly Mass: Rockport Publishers.

Lupton, E., 2014. *Type on screen: a guide for designers, developers, writers,*. Em: New York: Princeton Architectural.

Pannaino, J., 2012. *Interdisciplinary interaction design: a visual guide to basic theories, models and ideas for thinking and designing for interactive web design and digital device experiences*. Em: Pennsylvania: Assiduous Publishing.

Powell, T. A. & P. T. A., 2010. *HTML & CSS the complete reference*. Em: New York: McGraw-Hill.

Saffer, D., 2010. *Designing for Interaction: Creating Innovative Applications and Devices*. Em: Berkeley: New Riders.

Wheeler, A., 2009. *Designing brand identity: an essential guide for the*. Em: Hoboken: John Wiley & Sons.

Anexos

Anexo A - Investigação/Benchmarking

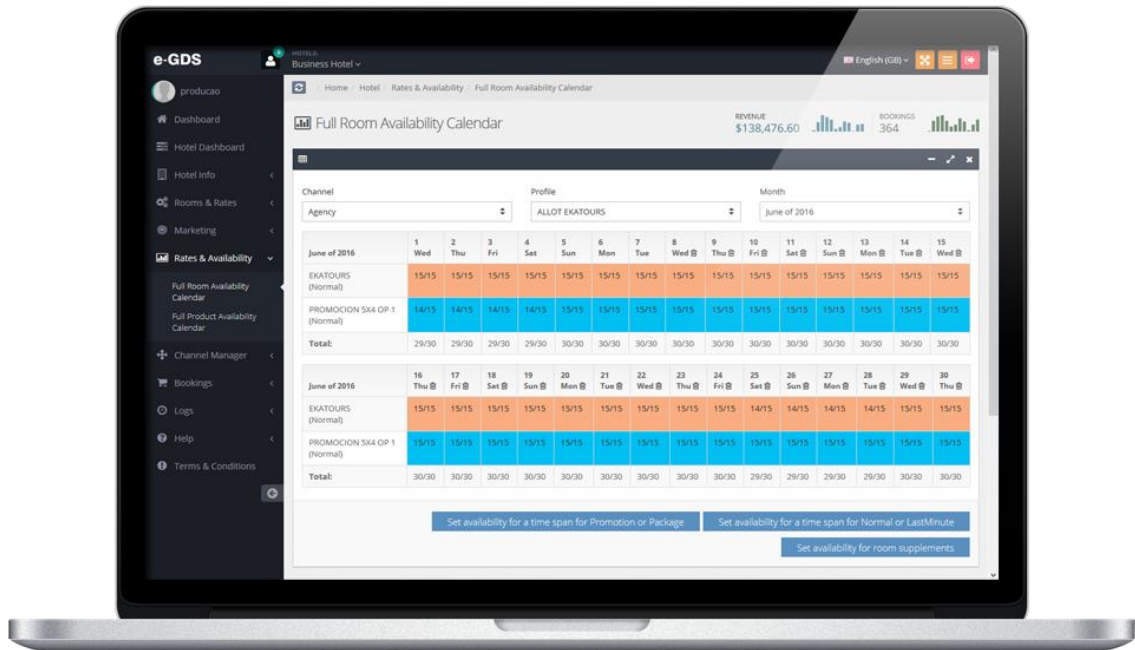


Figura 31: B2B Booking Newhotel

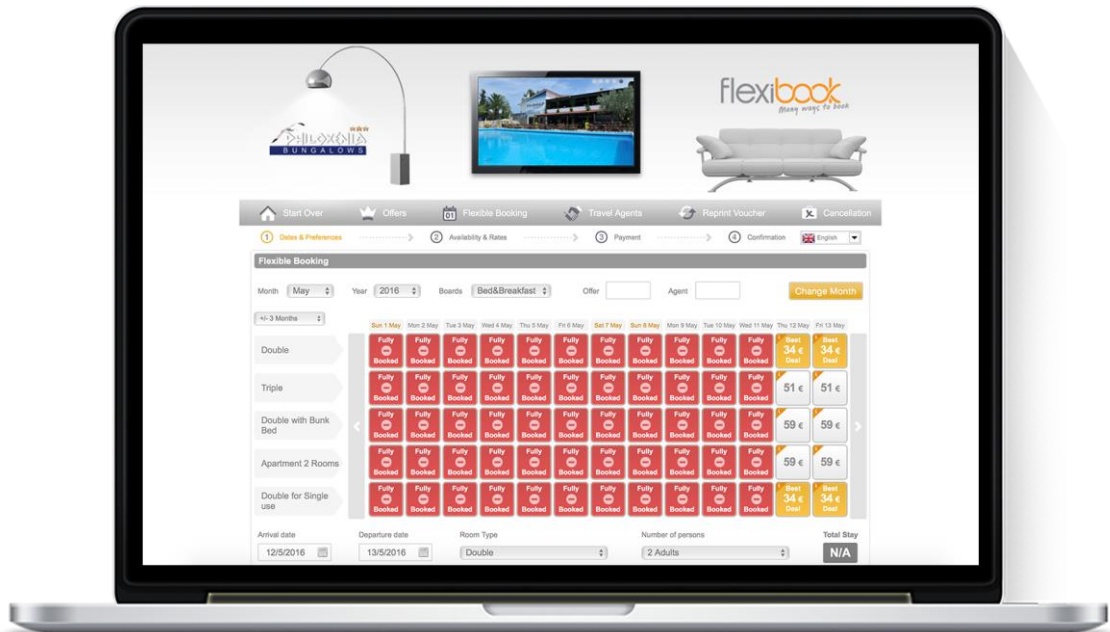


Figura 32: Interface Flexibook

memmo BALEIRA HOTEL *****

OFFICIAL WEBSITE BEST RATE GUARANTEED

Welcome back, Pedro Colaco!

April 2013 - May 2013

	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
APR	1 Apr	2	3	4	5	6	7
	€54,00	€54,00	€54,00	€54,00	€54,00	€54,00	€54,00
	€54,00	€54,00	€54,00	€54,00	€54,00	€54,00	€58,50
	€58,50	€90,00	€90,00	€90,00	€90,00	€90,00	€90,00
MAY	29	30	1 May	2	3	4	5
	€90,00	€90,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00
	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00
	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00
	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00	€95,00

Calendar Legend

Check-in: 2013/05/02 Check-out: 2013/05/05

Nights: 3 Amount: 1

Adults per room: 1 Children per room: 0

Filter Promotional codes

from €81 to €300

- Long Stays** (40% OFF) from €81,00
- Short Break** (35% OFF) from €87,75
- Winter Suite Moments 50% OFF** from €94,50
- Standard Single Land View** from €95,00

BOOK NOW!

SHARE THIS WITH YOUR FRIENDS

POWERED BY GUESTCENTRIC HOTEL WEBSITE & BOOKING TECHNOLOGY

Figura 33: Guestcentric

HR HOTEL PORTUGAL

Official website: best rate guarantee

January 2016

Check-in: 5 Tue January 2016 Check-out: 7 Thu January 2016

ROOM # 1 ADULTS 2

Check availability

Select the room that suits you best

room 1 of 1 | 2 Adults

BEST RATE GUARANTEE

Wow, You are eligible for a price match deal!

Website	Price	Benefits
This Website	€142.20	Welcome drink upon arrival
Agoda	€158.00	Late check-out (if available)
Expedia	€158.00	

- Double Room** Starting from €142.20 for 2 nights
- Twin Double Room** Starting from €142.20 for 2 nights
- Triple room** Starting from €208.00 for 2 nights
- Junior Suite** Starting from €228.00 for 2 nights

Figura 34: Booking HR

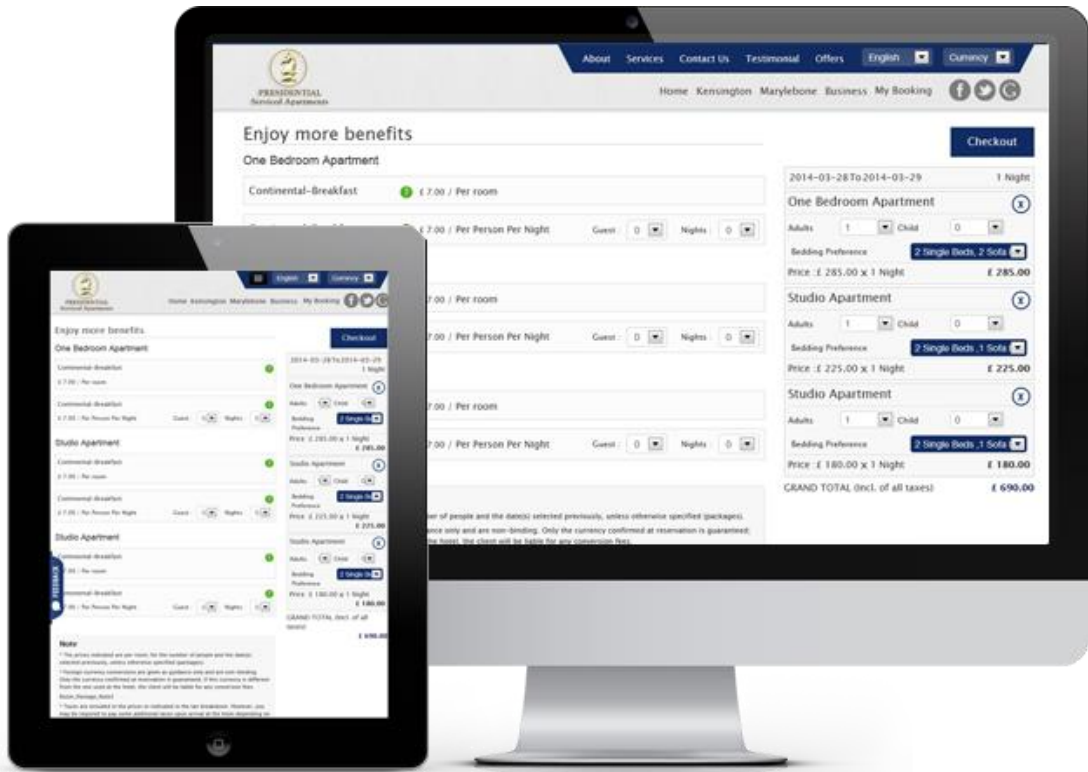


Figura 35: Sistema Travidirect

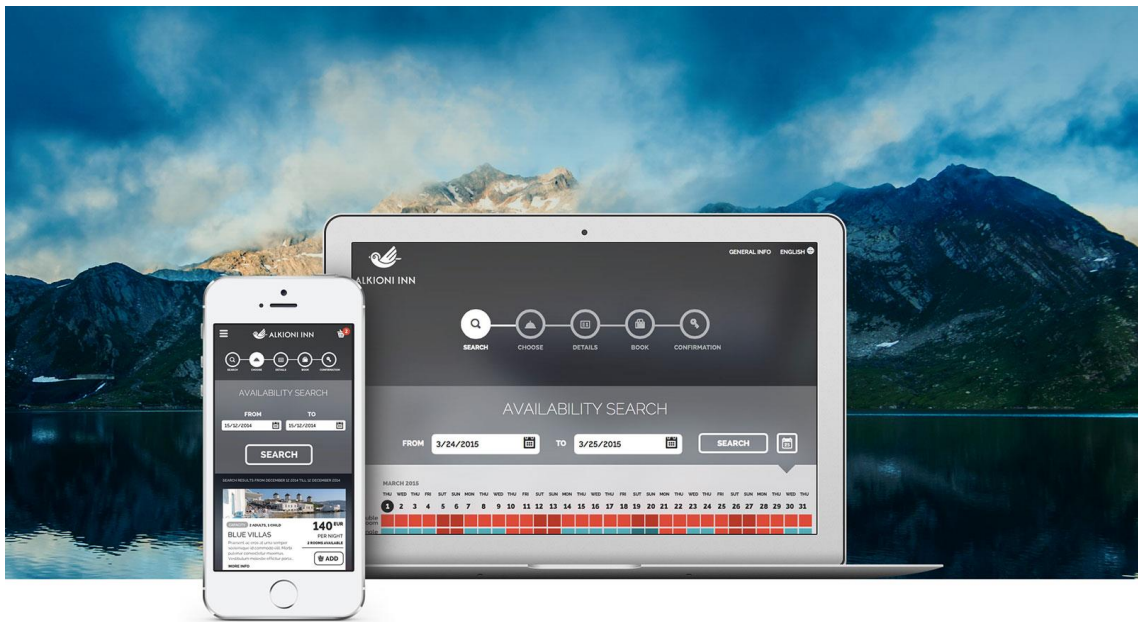


Figura 36: Sistema da Alkioni Inn

Anexo C - Processo

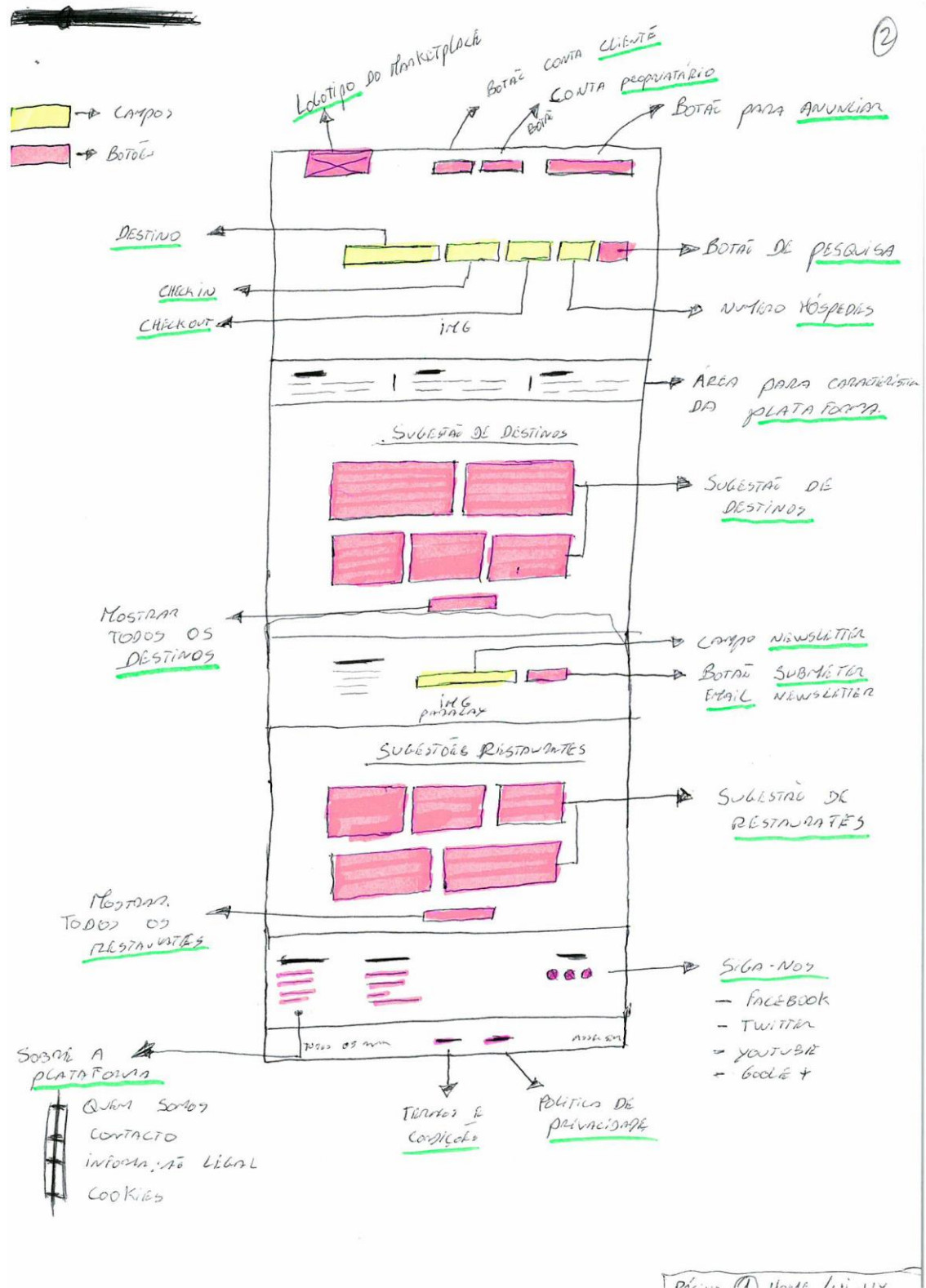


Figura 38: Wireframe da estrutura da landing page

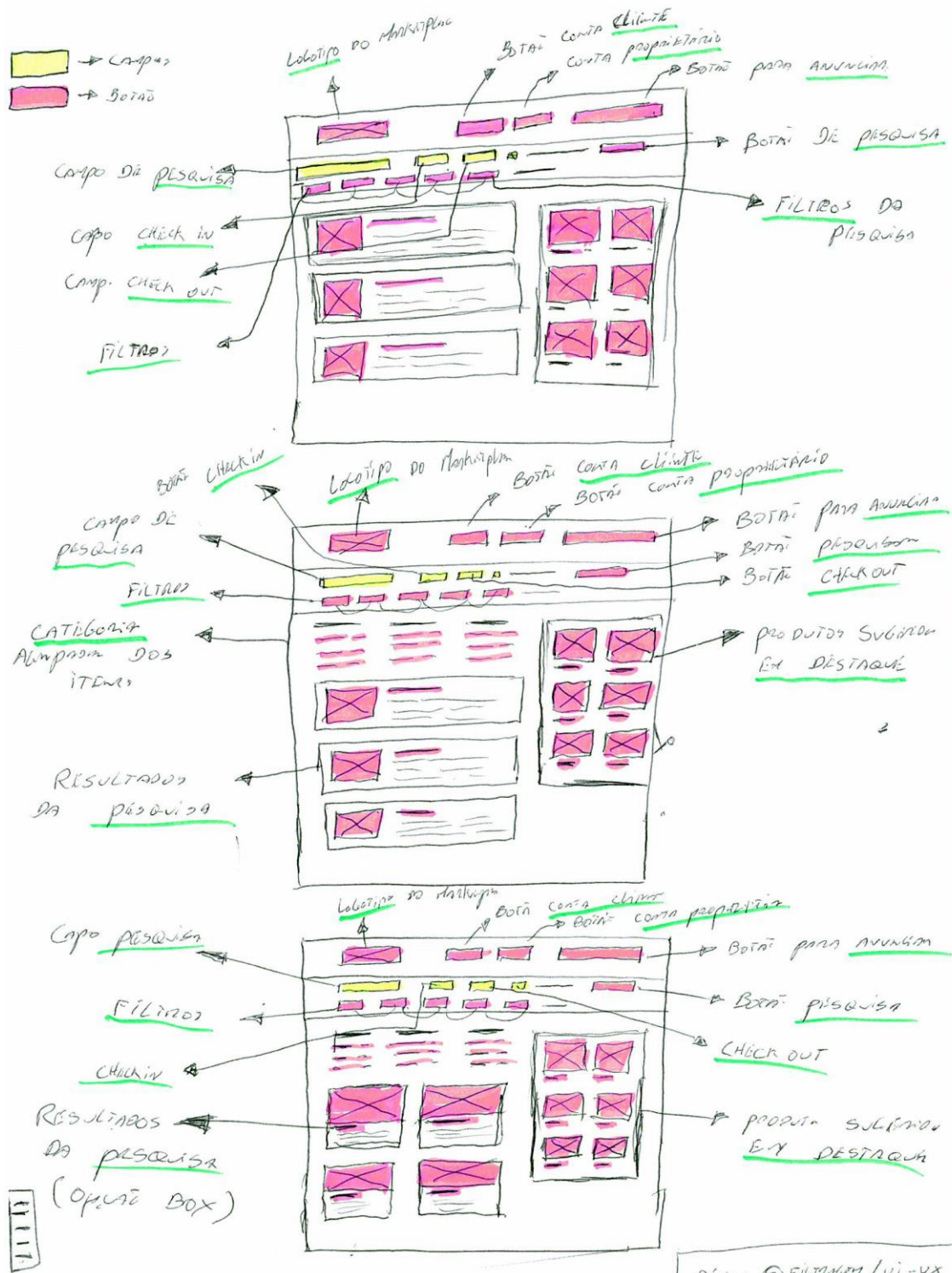
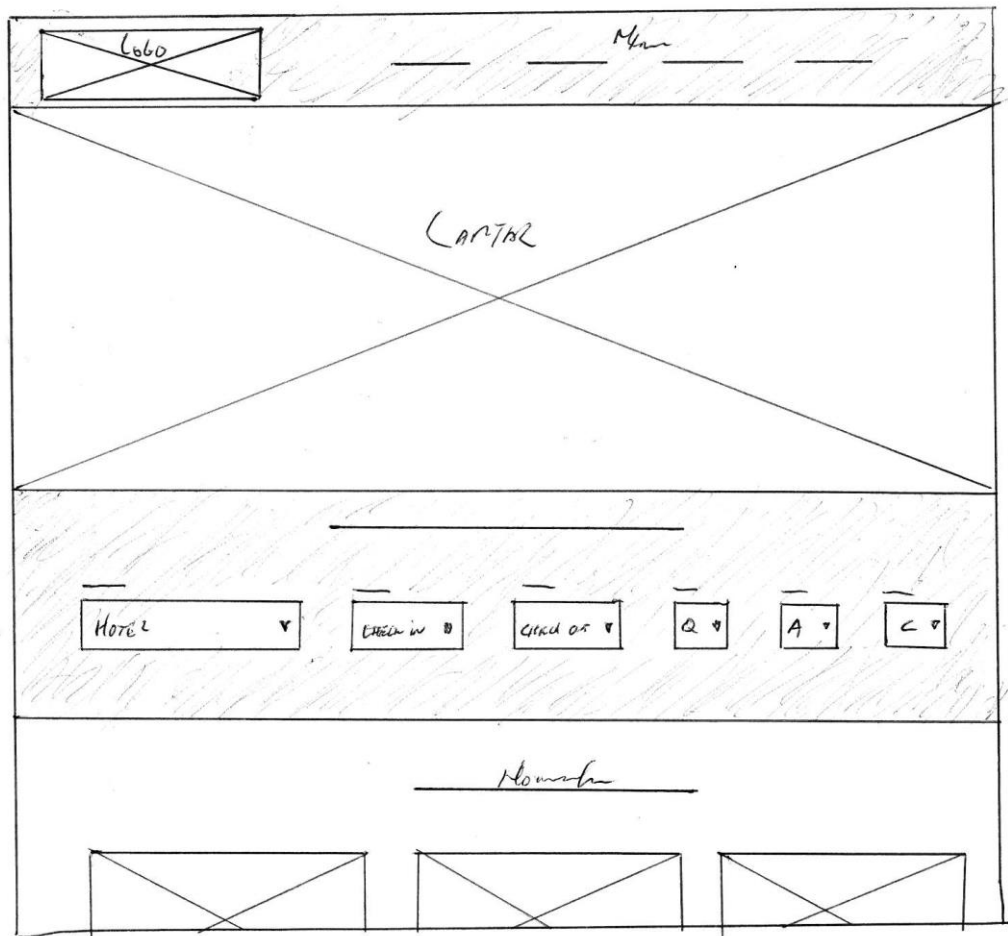


Figura 39: Wireframe da página de apresentação de packs

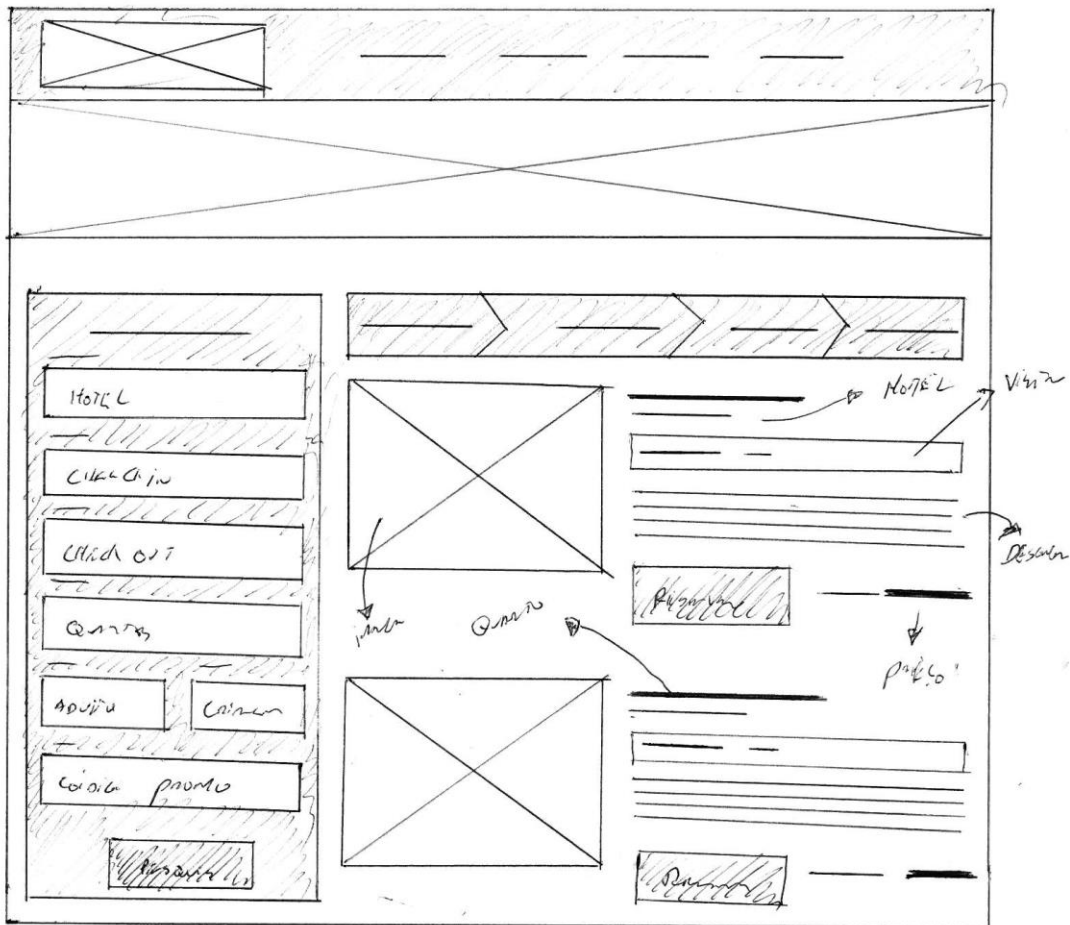
Página principal - Top



- Esta página deveria ter a interação no botão de pesquisa com os filtros.
- Tem um campo de pesquisa
- um menu.

Figura 40: Wireframe do filtro simples

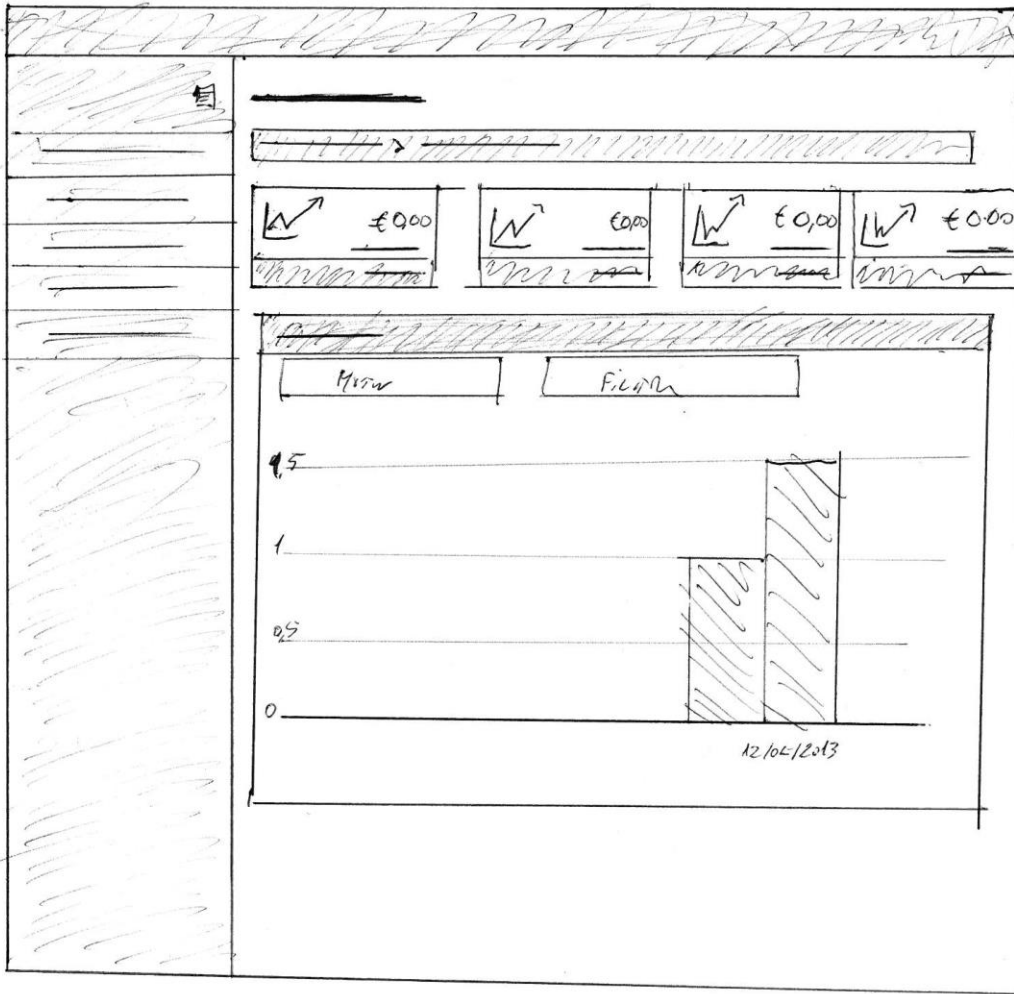
Plano de site de busca



- Nessa zona fazemos o select de busca com um filtro de pessoas, por sexo e idade a pesquisa.
- Com isso fazemos o select de quartos e a sua descrição.
- Tem um popup para detalhe de quartos.

Figura 41: Wireframe do filtro avançado e escolha de quartos

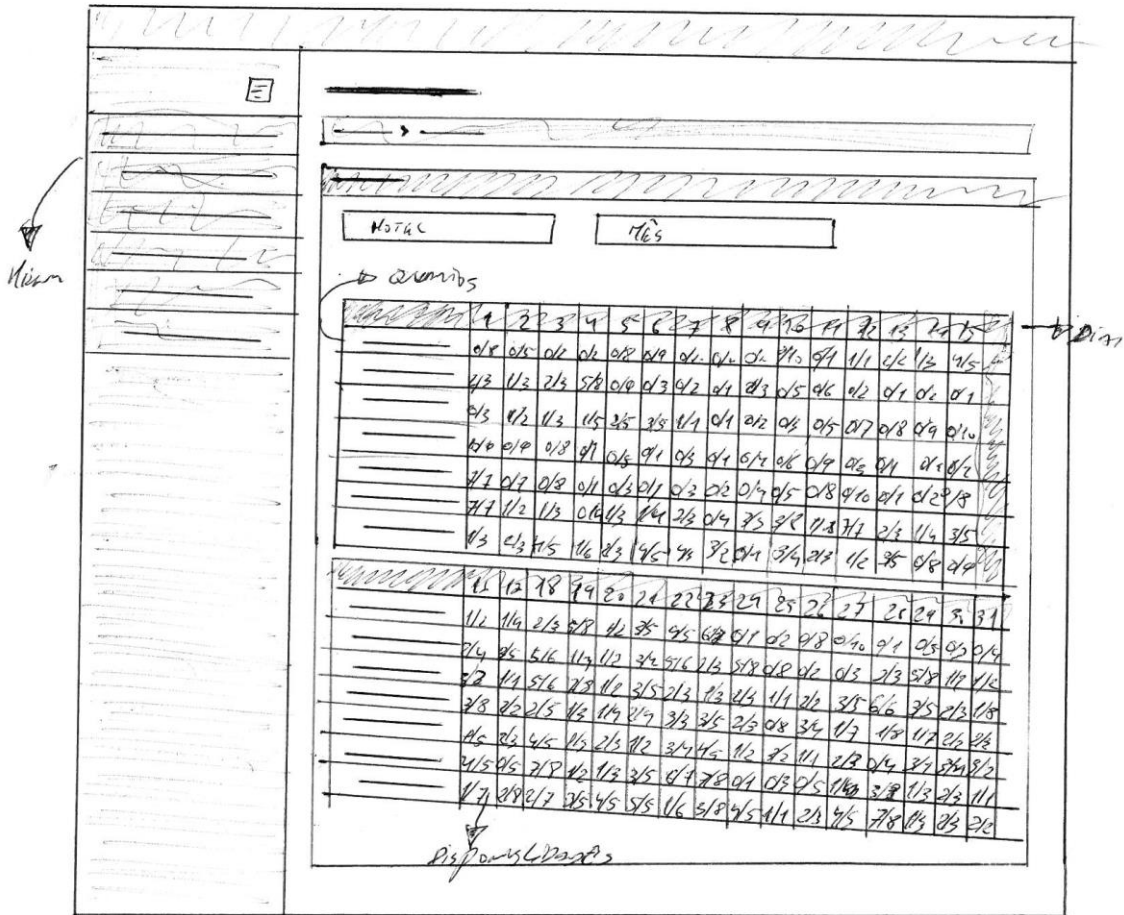
- Dashboard - Estatística



- para base de dados com vários dados
de todos os tipos de informação de produção
- Um dashboard com gráficos com filtros
por cidade e por período de tempo.

Figura 43: Wireframe do painel principal de estatísticas (back-end)

Administração - Gestão Clínica



- Gestão para ser mais objetiva toda a gestão de disponibilidade por parte por usuário e horário

- Dar a presença de alarme e sinal para avisar todo o ano

Figura 44: Wireframe do painel de gestão de disponibilidades (back-end)

ESTRATÉGIA DE ATRAIR CLIENTES

FOMENTO RPE

→ CONSISTE NUMA ESTRATÉGIA BASEADA EM "REWARDS" PARA OS UTILIZADORES, DANDO-LHES REBOLIAS EM TROCA DE AÇÕES EM POOL DA PLATAFORMA OU UTILIZAÇÃO DA MESMA

1º CASO POSSÍVEL

- AO ~~DESPENSA~~ (X) QUANTIDADE MONETÁRIA NA PLATAFORMA, IRÁ GANHAR (Y) QUANTIDADE DE MOEDA INTERNA, QUE PODERÁ TROCAR POR VALES DE DESCONTO EM COMPRAS NA PLATAFORMA.
- PODERÁ GANHAR MOEDA SE CONSEGUIR ATRAIR AMIGOS PARA A PLATAFORMA QUE DESPENDEM DINHEIRO NA MESMA.
- PODERÁ GANHAR SE PARTILHAM NOS REDES SOCIAIS.

2º PROIBIDOS.

- PARA REVIABILIZR OS DESCONTOS FEITOS SEM PERDER DINHEIRO, PODERÁ SEGUIR-SE UMA POLÍTICA DE "PROIBIDOS" NO CASO DA GASTONOMIA.

DESTA FORMA, ELAS PODERIAM COLOCAR OS ANÚNCIOS DOS SEUS RESTAURANTES SEM CUSTOS, MAS SUJEITOS A FAZER DESCONTOS NO CASO DE HAVER MOEDA DE TROCA DA PLATAFORMA.

- NO CASO DOS ALOJAMENTOS NÃO HAVERIA DESCONTOS, APENAS SE ALCANÇAVA PONTOS.
- NESTE CASO QUEM COLOCASSE ALOJAMENTOS NA PLATAFORMA SUPRIAM UMA COTA DE (X)% DA VENDA.

PÁGINA (1) ESTRATÉGIA STORE

Figura 45: Apontamentos de possíveis formas de atrair clientes

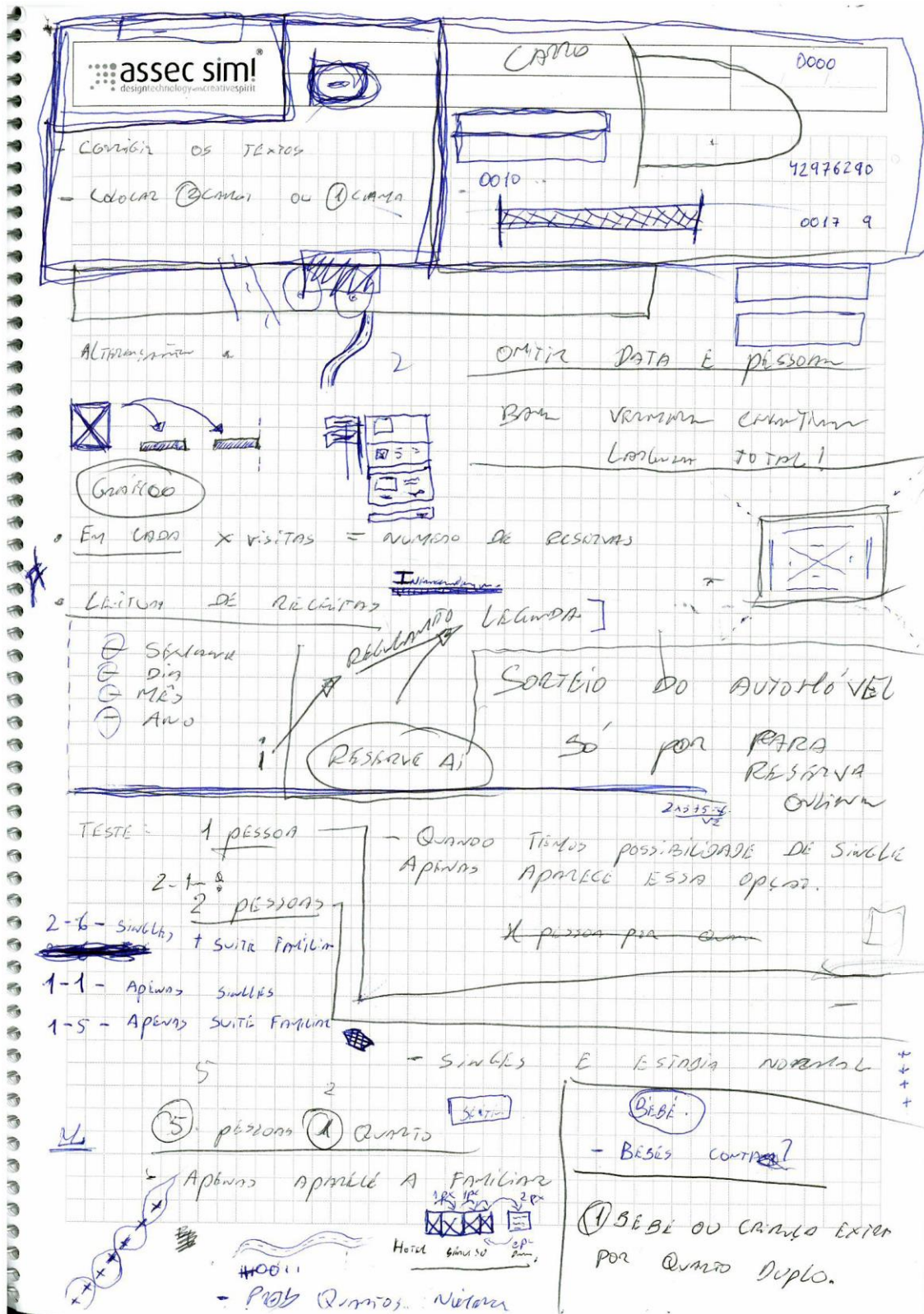


Figura 47: Apontamentos para criar um possível sorteio

Anexo D - Design da Interface Final (Front-End)

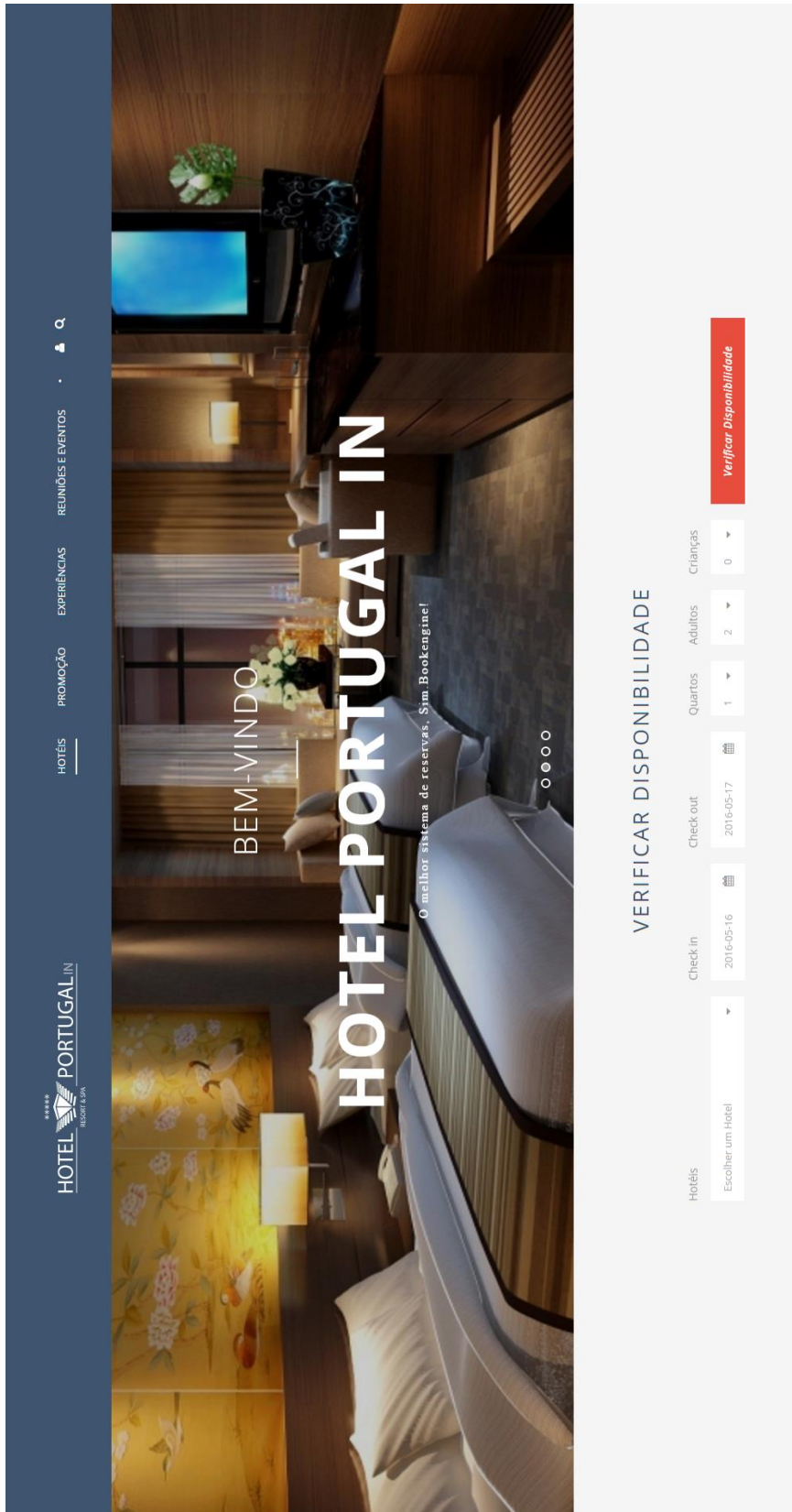


Figura 50: Pagina com filtro simples

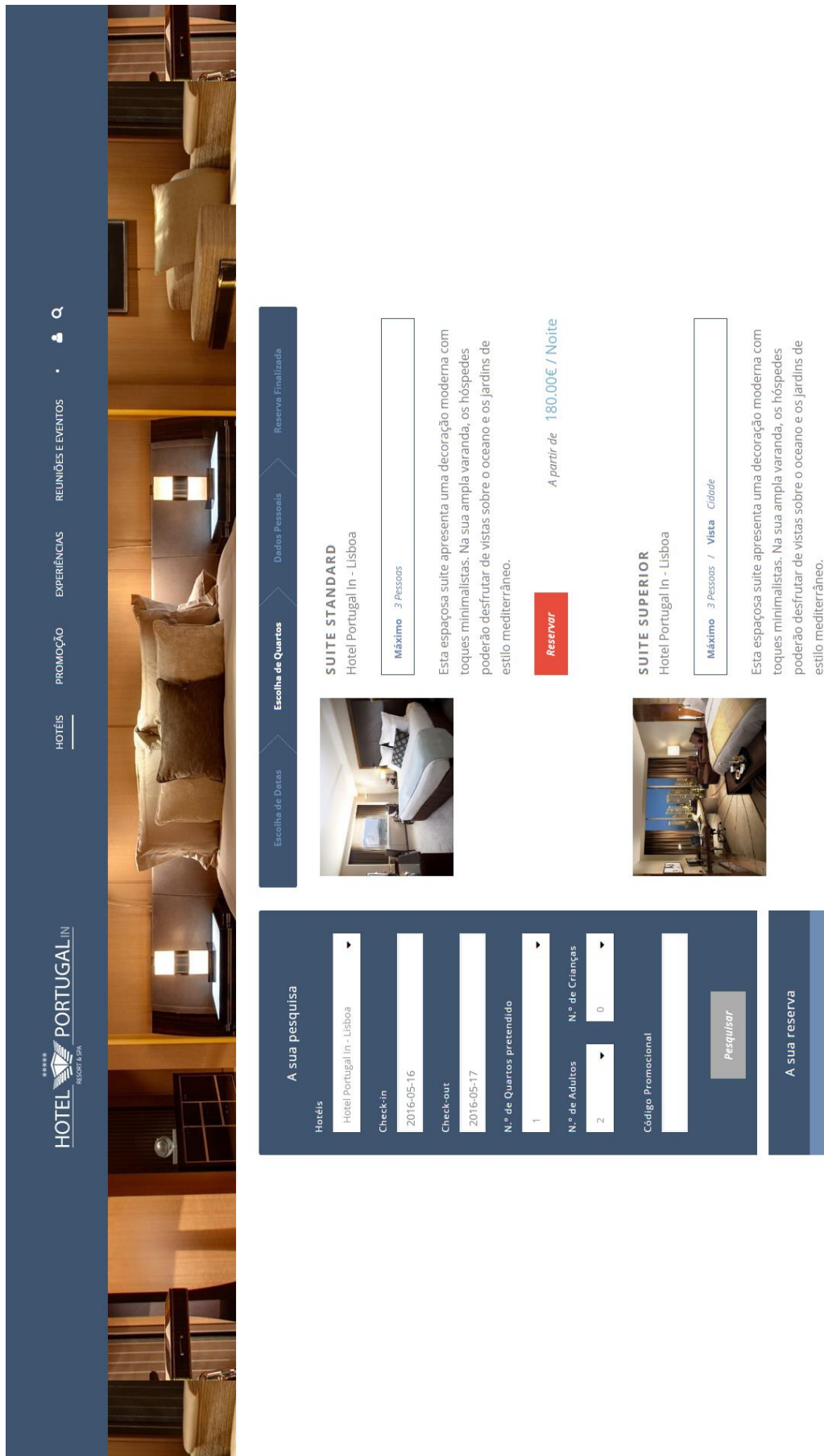


Figura 51: Página com filtro avançado e disponibilidade dos quartos

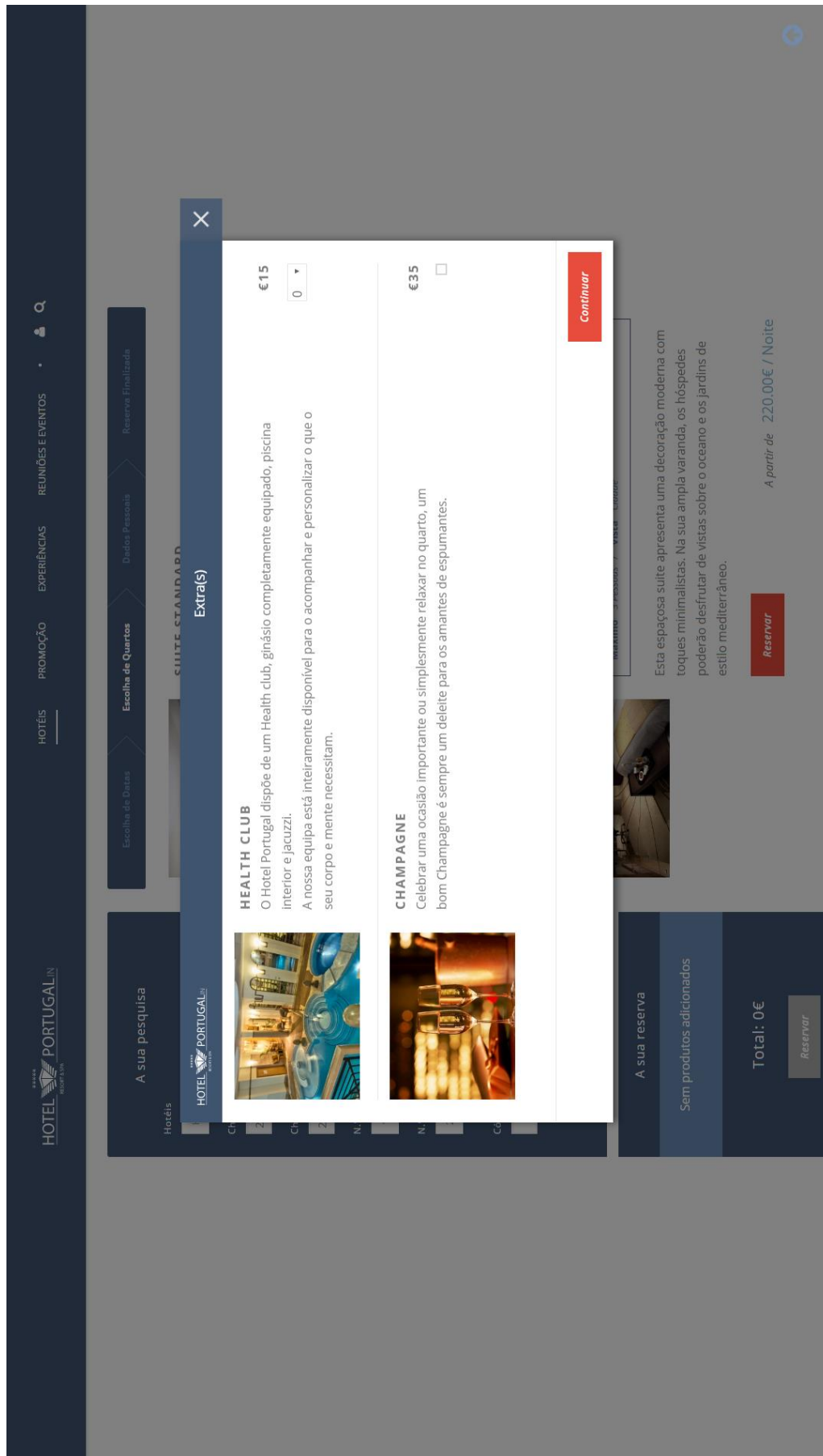


Figura 52: Escolha de extras do quarto

HOTEL PORTUGAL IN
RESORT & SPA

HOTÉIS | PROMOÇÃO | EXPERIÊNCIAS | REUNIÕES E EVENTOS | Q

Escolha de Datas | Escolha de Quartos | Dados Pessoais | Reserva Finalizada

SUITE STANDARD
Hotel Portugal In - Lisboa

Máximo 3 Pessoas

Esta espaçosa suite apresenta uma decoração moderna com toques minimalistas. Na sua ampla varanda, os hóspedes poderão desfrutar de vistas sobre o oceano e os jardins de estilo mediterrâneo.

Reservar

A partir de 180.00€ / Noite

SUITE SUPERIOR
Hotel Portugal In - Lisboa

Máximo 3 Pessoas / Vista Cidade

Esta espaçosa suite apresenta uma decoração moderna com toques minimalistas. Na sua ampla varanda, os hóspedes poderão desfrutar de vistas sobre o oceano e os jardins de estilo mediterrâneo.

A sua reserva

- 1 Suite Standard
Occupation Normal
2 Adulto(s)
+ 1 Extra(s)
• 16 Maio 180 €
- 1 Suite Superior
Occupation Normal
2 Adulto(s)
+ 1 Extra(s)
• 16 Maio 220 €

Total: 430€

Reservar

Figura 53: Resumo da reserva, aguardar confirmação do cliente

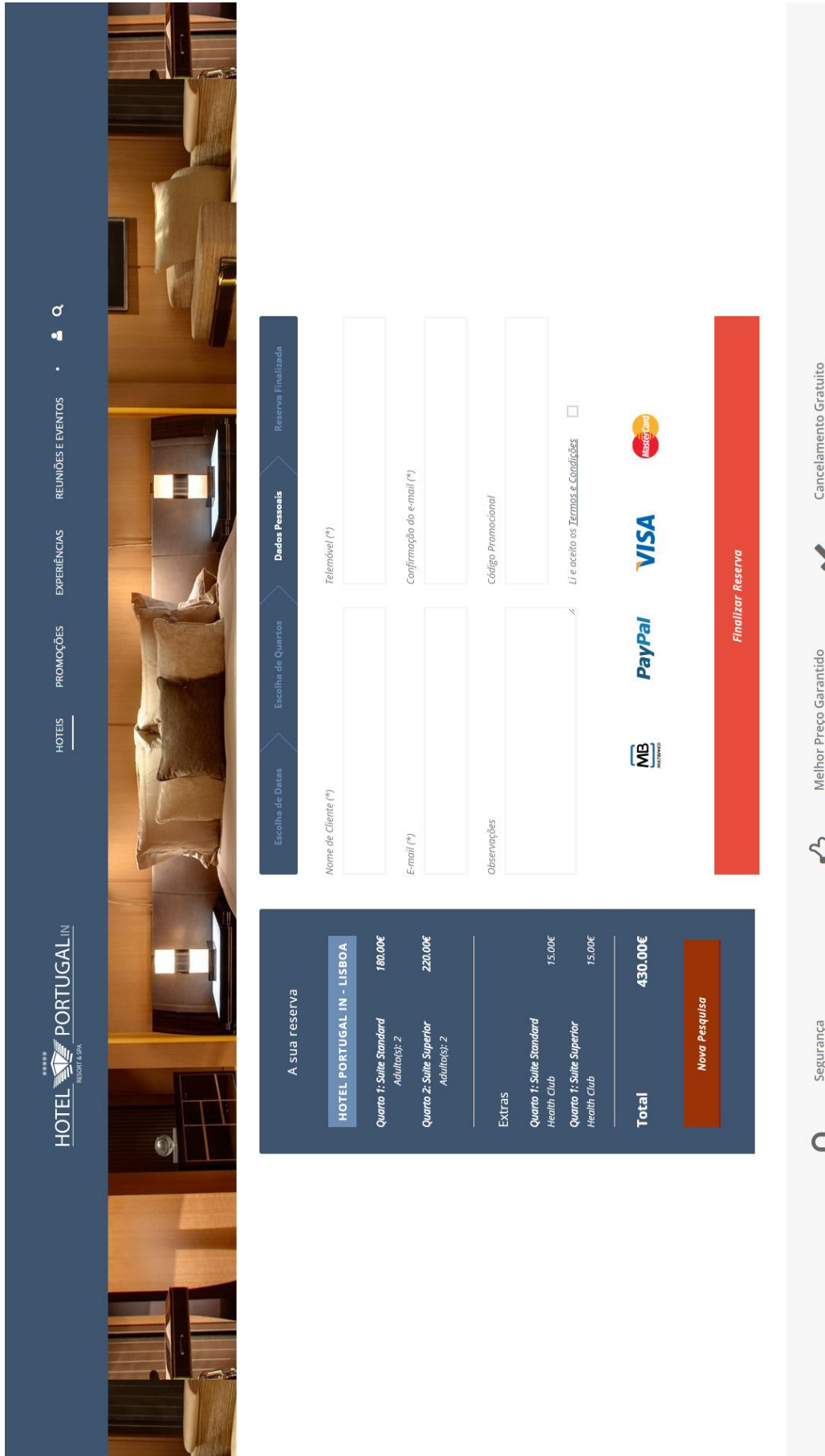


Figura 54: Introdução de dados e forma de pagamento

HOTEL PORTUGAL IN
RESORT & SPA

HOTELS | PROMOÇÕES | EXPERIÊNCIAS | REUNIÕES E EVENTOS

Escolha de Datas | Escolha de Quartos | Dados Pessoais | Reserva Finalizada

A sua reserva

HOTEL PORTUGAL IN - LISBOA	
Quarto 1: Suite Standard Adulto(s): 2	180,00€
Quarto 2: Suite Superior Adulto(s): 2	220,00€
Extras	
Quarto 1: Suite Standard Health Club	15,00€
Quarto 2: Suite Superior Health Club	15,00€
Total	430,00€

Reserva Finalizada com sucesso.
Os detalhes da sua reserva foram enviados para o seu e-mail.

Para qualquer questão não hesite em contactar-nos. Obrigado.
☎ (+351) 275 310 650 ✉ comercial@assec.pt

[Comprovativo](#) | [Voltar ao site](#)

Segurança
As reservas efectuadas neste portal são totalmente seguras. Todas as informações constantes dos formulários de reserva são para uso exclusivo do Hotel.

Melhor Preço Garantido
Neste portal garantimos o nosso melhor preço do mercado.

Cancelamento Gratuito
Todas as reservas efectuadas neste portal não terão qualquer penalidade se canceladas até 24 horas antes da data de check-in.

Figura 55: Confirmação da reserva, com possibilidade de fazer download do recibo

Anexo E - Design da Interface Final (Back-End)



Figura 56: Painel principal de estatísticas



Figura 57: Painel de estatísticas avançadas da plataforma

[Website](#)
[Loja Online](#)
[Reservation](#)
[Config](#)
1
Português
Assec

Painel principal Edição de conteúdo

Hotel

O Alambique de Ouro
 ▼
 Maio 2016
 ▼

Disponibilidade
Preço

	Dom 01	Seg 02	Ter 03	Qua 04	Qui 05	Sex 06	Sab 07	Dom 08	Seg 09	Ter 10	Qua 11	Qui 12	Sex 13	Sab 14	Dom 15
Duplo Standard	4/8	0/2	0/2	1/2	0/2	1/2	0/0	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	3/4	4/0	1/2
Duplo Superior	4/10	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2	1/8	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	3/8	8/0	1/2
Duplo Superior Deluxe (Ala Estrela)	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/2	0/2	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/2	0/0	0/0
Familiar Standard	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/0	0/2
Familiar Superior	1/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/4	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	2/0	0/2
Single Standard	1/2	3/6	1/6	1/2	3/5	0/2	0/0	0/2	2/8	1/2	2/6	1/3	0/2	1/0	1/2
Single Superior	0/2	1/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	1/2	0/2	0/2	0/0	0/2
Suite Presidencial	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0
Suite Superior	1/2	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/0	0/1

	Seg 16	Ter 17	Qua 18	Qui 19	Sex 20	Sab 21	Dom 22	Seg 23	Ter 24	Qua 25	Qui 26	Sex 27	Sab 28	Dom 29	Seg 30	Ter 31
Duplo Standard	1/2	0/2	0/2	1/2	2/4	4/0	1/2	1/2	2/2	2/2	3/5	2/0	2/0	0/2	0/2	0/2
Duplo Superior	0/2	0/2	0/2	0/2	4/6	8/10	3/5	1/2	1/2	0/2	6/12	8/0	3/0	0/2	0/2	0/2
Duplo Superior Deluxe (Ala Estrela)	0/0	0/0	0/0	0/0	0/2	0/2	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	1/0	2/0	0/0	0/0	0/0
Familiar Standard	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/0	0/0	0/2	0/2	0/2
Familiar Superior	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	2/5	2/0	1/0	0/2	0/2	0/2
Single Standard	0/2	0/2	1/2	1/2	0/0	0/0	0/2	0/2	0/2	0/2	1/2	1/0	1/0	1/2	1/2	1/2
Single Superior	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/2	0/0	0/0	0/2	0/2	0/2
Suite Presidencial	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0
Suite Superior	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/1	0/0	0/0	0/1	0/1

Figura 58: Painel de gestão de disponibilidades da plataforma

[Website](#)
[Loja Online](#)
[Reservation](#)
[Config](#)
Português
Assec

	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11	0/11
Suite Superior Deluxe	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7	0/7
Suite Superior Familiar	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9
Suite Superior Premium	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9	0/9

Reservas
15 records
Search:

ID da Reserva	Nome do cliente	Data da Reserva	Check-in	Check-out	Total da Reserva	Estado
000000038	Rui Cunha	2016-01-29	2016-01-29	2016-01-31	495.00	Confirmada
000000037	Rui Cunha	2016-01-29	2016-01-29	2016-01-31	495.00	Cancelada
000000036	Rui Cunha	2016-01-29	2016-01-29	2016-01-31	495.00	Cancelada
000000035	Rui Cunha	2016-01-29	2016-02-17	2016-02-19	460.00	Pendente
000000034	David Matias	2016-01-29	2016-01-29	2016-01-30	165.00	Pendente
000000033	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	130.00	Confirmada
000000032	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	130.00	Confirmada
000000031	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	130.00	Confirmada
000000030	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	130.00	Confirmada
000000029	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	247.00	Confirmada
000000028	Rui Cunha	2016-01-28	2016-02-09	2016-02-10	247.00	Confirmada
000000027	David Matias	2016-01-27	2016-01-27	2016-01-29	295.00	Pendente
000000026	Rui Cunha	2016-01-27	2016-04-13	2016-04-14	130.00	Confirmada
000000025	David Matias	2016-01-26	2016-03-26	2016-03-30	520.00	Pendente
000000024	David Matias	2016-01-22	2016-03-11	2016-03-30	2470.00	Cancelada

Showing 46 to 60 of 79 entries

<
2
3
4
5
6
>

Figura 59: Painel de gestão de disponibilidades, zona de reservas feitas e seu estado

Assec siml
Website Loja Online Reservation Config
Português Assec

- Painel Principal
- Gestão Central
- Gestão de Clientes
- Estatísticas
- Parametriações
- Hotéis
- Quartos
- Extras
- Promoções
- Packs
- Aplicação
- Administração
- Comissionamento
- A Minha Página

Painel principal Edição de conteúdo

Painel principal
Editar menu

Quarto

Definições

Hotel

Hotel Portugal In - Lisboa

Designação

Suite Superior

Referência Interna

SSP01

Resumo

Vista

Cidade

Descrição

Fonte

Estilos

Esta espaçosa suite apresenta uma decoração moderna com toques minimalistas. Na sua ampla varanda, os hóspedes poderão desfrutar de vistas sobre o oceano e os jardins de estilo mediterrâneo.

Possui uma área de dormir com uma casa de banho privativa, uma sala com área de estar e uma casa de banho adicional.

Comodidades dos quartos: Varanda, Vista Mar, Canais pay-per-view, Telefone, Canais por Satélite, Televisão de Ecrã Plano, Cofre, Ar Condicionado, Área de Estar, Aquecimento, Sôla, Secador de Cabelo, Roupão de Banho, Produtos de Higiene Pessoal gratuitos, WC, Casa de Banho, Banheira ou Duche, Comodidades para

Multimédia

Fotografias

Adicionar Imagem +

Figura 60: Zona de parametrização