



ESCOLA SENAI “ROBERTO MANGE”

DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

DOCUMENTAÇÃO

LORENZO LOPES DA SILVA

1-DS-MB

CAMPINAS

2025

Introdução

O projeto é a interface front-end de um e-commerce desenvolvido para oferecer uma experiência de compra simples, intuitiva e agradável. Toda a parte visual foi planejada para que o usuário encontre produtos, navegue pelas categorias, veja detalhes e finalize pedidos sem complicações. A ideia é entregar uma loja online clara, organizada e fácil de usar, tanto no computador quanto no celular.

O objetivo principal do front-end é permitir que qualquer pessoa consiga navegar pelo e-commerce sem dificuldade, encontrando o que precisa rapidamente. O foco é transformar a experiência de compra em algo fluido, minimizando cliques e evitando telas confusas. Em resumo: deixar tudo o mais prático possível para o usuário finalizar uma compra sem estresse.

Audiência

Essa documentação é voltada para que os professores e avaliadores do projeto também possam utilizar este documento para acompanhar as decisões de design e usabilidade.

User Research e PÚblico-alvo

O usuário é qualquer pessoa interessada em comprar produtos da loja, desde consumidores comuns até clientes recorrentes buscando uma experiência rápida e funcional. No geral, são usuários que esperam uma navegação simples e que valorizam praticidade.

O público-alvo foi definido analisando o comportamento típico de usuários de e-commerce: pessoas que querem rapidez, clareza e que esperam encontrar facilmente o que procuram. Também foram consideradas necessidades comuns, como poder ver detalhes do produto, comparar itens e finalizar a compra sem burocracia.

Foram analisados outros e-commerces conhecidos para identificar padrões positivos. Isso ajudou a definir o que era realmente importante mostrar na interface e quais elementos deveriam ser simplificados

Princípios de Design

O design do e-commerce foi guiado por três pilares principais:

Simplicidade

A interface mantém só o que realmente importa. Categorias, produtos e botões de ação são apresentados de forma clara, sem poluição visual, evitando que o usuário se sinta perdido.

Acessibilidade

O visual foi pensado para ser inclusivo: boa legibilidade, contraste adequado e navegação intuitiva. Isso facilita a vida de usuários de diferentes perfis e dispositivos.

Velocidade

O front-end foi projetado para carregar rápido, sem animações pesadas ou elementos que atrapalhem a performance. Isso melhora a experiência geral e evita frustração durante a navegação e finalização da compra.

Ideação e Estrutura

Exploração do Conceito, e primeiros esboços

No começo, foram levantadas ideias simples sobre como o e-commerce deveria funcionar: homepage limpa, categorias organizadas, página de produto direta, carrinho fácil de acessar e checkout rápido.

Versionamento e Iterações

As maiores alterações ao longo do projeto foram:

- Simplificação da homepage
- Ajustes no layout das categorias
- Página de produto mais objetiva
- Fluxo do carrinho mais direto

Acessibilidade

O e-commerce foi desenvolvido seguindo critérios básicos de acessibilidade para garantir que qualquer pessoa consiga navegar sem dificuldade. Os principais pontos adotados foram:

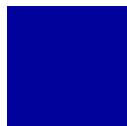
- **Boa legibilidade:** uso de fontes claras, tamanhos adequados e espaçamento que facilita a leitura.
- **Contraste adequado:** cores escolhidas para garantir que textos e botões sejam facilmente identificados.
- **Navegação simples:** menus diretos, fluxo lógico e páginas organizadas para o usuário não se perder.
- **Responsividade:** layout adaptado para diferentes telas, garantindo que tudo continue acessível no celular.
- **Botões e elementos clicáveis bem destacados:** facilitando o toque e evitando erros de navegação.
- **Textos objetivos:** nenhuma informação é escondida ou complicada — tudo é mostrado de forma clara.

Guia de Estilo

a. Cores usadas

As principais cores usadas foram:

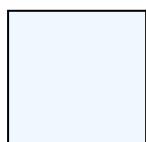
Cor Primária - RGB 1, 1, 156



Cor Secundária - RGB 0, 81, 255



Cor de texto - RGB 240, 248, 255



b. Fontes

A única fonte utilizada no projeto inteiro foi a Arial

c. Estilo de imagens

As imagens utilizadas seguem um padrão, onde a maioria é quadrada e possui um fundo branco ou transparente

d. Logos e suas variantes

O projeto não possui uma logo própria da marca. Ela utiliza apenas do seu nome para ser reconhecida no mercado.

Teste de contraste

Cor de primeiro plano	Cor de fundo	Relação de contraste
 	#f0f8ff #01019c	13.18:1

Resultados de conformidade com as WCAG

TIPO DE ELEMENTO	AA	AAA
Texto pequeno	✓ Pass	✓ Pass
Texto grande	✓ Pass	✓ Pass
Componentes de interface do usuário	✓ Pass	✓ Pass

Texto de exemplo PEQUENO: 14pt (18,5px) 

Texto de exemplo GRANDE: 18pt (24px)



Resultados WCAG AA e AAA

Fluxo das telas

