



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 complicação. 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:

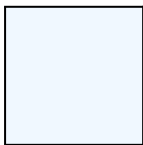
Cor Primária - RGB 1, 1, 156



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

#f0f8ff

Cor de fundo

#01019c

Relação de contraste

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

