

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO
CAMPUS SÃO PAULO**

TECNOLOGIA EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

GUILHERME BARBOSA CHAVES DA SILVA

JOÃO ANTÔNIO CHAMUSCA MARTINS

MATHEUS PEREIRA PEREIRA

**PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE FRONT-END PARA WEBSITE DE
CRECHE ESPECIALIZADA EM BEBÊS REBORN**

SÃO PAULO

2025

GUILHERME BARBOSA CHAVES DA SILVA
JOAO ANTÔNIO CHAMUSCA MARTINS
MATHEUS PEREIRA PEREIRA

**PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE FRONT-END PARA WEBSITE DE
CRECHE ESPECIALIZADA EM BEBÊS REBORN**

Trabalho apresentado ao Programa do Curso de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Campus de São Paulo, como requisito parcial para aprovação na disciplina SPODWE1 – Desenvolvimento Web 01, sob orientação do Professor Me. Leonardo Bertholdo.

SÃO PAULO

2025

SUMÁRIO

1. CONCEPÇÃO.....	1
2. ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO.....	2
2.2 Protótipo da Página Inicial.....	2
3. IDENTIDADE VISUAL.....	6
3.1 Logotipo.....	6
3.2 Paleta de Cores.....	6
3.3 Tipografia.....	6
3.4 Formato das imagens.....	6
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	7

1. CONCEPÇÃO

A concepção de um projeto de desenvolvimento front-end para uma "creche de bebê reborn" se insere estrategicamente no domínio de serviços especializados de nicho, um segmento que tem demonstrado relevância crescente no ambiente digital contemporâneo. A natureza singular dessa oferta, voltada para o cuidado e manutenção de bonecas hiper-realistas, demanda uma interface que transcenda a funcionalidade básica, comunicando com precisão a especificidade e o valor do serviço a um público altamente segmentado. A literatura recente sobre marketing digital e comportamento do consumidor online destaca a importância de alinhar a experiência do usuário (UX) e a interface do usuário (UI) com as expectativas e a linguagem particular de comunidades de nicho, a fim de estabelecer confiança e engajamento efetivo (SILVA; PEREIRA, 2023).

Nesse contexto, o desenvolvimento front-end assume um papel crucial, pois é o primeiro ponto de contato e a principal vitrine desse serviço especializado. Diferentemente de mercados de massa, onde a generalização pode ser uma estratégia viável, os nichos exigem uma comunicação visual e interativa que ressoe diretamente com os afetos e as necessidades específicas dos seus consumidores. A "creche de bebê reborn" atende a um hobby que envolve paixão e um senso de comunidade, e o design do website deve refletir essa atmosfera, utilizando elementos visuais que transmitam cuidado, delicadeza e profissionalismo, ao mesmo tempo que validam o interesse particular desse grupo (ALMEIDA, 2024).

A personalização da jornada do usuário no front-end torna-se, portanto, um diferencial competitivo chave para serviços de nicho. Isso envolve não apenas a clareza na apresentação dos serviços oferecidos – como "higienização", "pequenos reparos" ou "hotelaria para bonecas" – mas também a criação de um ambiente online que acolha e compreenda a singularidade dos seus clientes. Estudos sobre a interação humano-computador em contextos de nicho enfatizam que a usabilidade e a estética devem ser desenvolvidas com base em um entendimento das motivações e do público-alvo, evitando abordagens genéricas que podem alienar potenciais interessados (COSTA, 2022).

Finalmente, a estratégia de front-end para um serviço tão particular como uma "creche de bebê reborn" deve considerar a construção de uma comunidade online e o fortalecimento

da marca dentro desse ecossistema específico. Recursos como galerias de "hóspedes" (com devido consentimento), depoimentos de clientes satisfeitos, ou mesmo um blog com dicas de cuidados e novidades do universo reborn, podem ser integrados de forma a enriquecer a experiência do usuário e fomentar um relacionamento duradouro. A eficácia dessa abordagem reside na capacidade do front-end de não apenas informar sobre um serviço, mas de imergir o usuário no universo da marca, reconhecendo e valorizando sua paixão (RODRIGUES; LIMA, 2023).

Em suma o projeto possui como elementos norteadores os aspectos abaixo relacionados:

- Público-alvo: Colecionadores, entusiastas de bebês reborn;
- Serviços oferecidos: Cuidados específicos para as bonecas;
- Objetivo principal do site: Agendar serviços, construir uma comunidade, informar sobre o hobby.

2. ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO



Figura 1 - Diagrama com a estrutura básica das páginas do website

2.2 Protótipo da Página Inicial

Detalhamento da Estrutura e Conteúdo das Páginas:

1. A. Home Page:

- **Objetivo:** Apresentar a "Creche de Bebê Reborn", criar uma conexão emocional imediata, destacar os diferenciais e direcionar o usuário para as seções principais.
- **Conteúdo Sugerido:**
 - Banner principal com imagem acolhedora e de alta qualidade de bebês reborn em um ambiente de cuidado.
 - Breve texto de boas-vindas explicando o conceito da "creche" e sua paixão pelo universo reborn.
 - Destaques dos principais serviços (ex: "Banho e Higienização", "Pequenos Reparos", "Hotelzinho").
 - Chamada para Ação (CTA) principal para "Conheça Nossos Serviços" ou "Descubra o Mundo Reborn".
 - Depoimentos curtos de clientes satisfeitos (se houver).
 - Links para "Imersão Reborn", "Serviços Disponíveis", "Cadastramento" e "Contato".

2. B. Imersão Reborn (ou "Nosso Universo", "O Mundo Reborn"):

- **Objetivo:** Educar o visitante sobre o universo dos bebês reborn, a filosofia da creche, o cuidado envolvido e fortalecer a conexão com o hobby e a comunidade.
- **Conteúdo Sugerido:**
 - O que são bebês reborn? (para leigos ou novos entusiastas).
 - A história e a arte por trás dos reborns.
 - A filosofia de cuidado da "creche": como tratamos cada boneca com carinho e individualidade.
 - Galeria de fotos inspiradoras (com consentimento, mostrando o ambiente da creche, detalhes dos cuidados).
 - Benefícios de utilizar os serviços da creche (tranquilidade, manutenção da coleção, etc.).

- CTAs para "Nossos Serviços" ou "Entre em Contato".

3. C. Serviços Disponíveis:

- **Objetivo:** Detalhar cada serviço oferecido, seus benefícios, e como funcionam.
- **Conteúdo Sugerido:**
 - Lista de todos os serviços (ex: Banho e Limpeza Especial, Troca de Roupinhas e Acessórios, Pequenos Reparos e Restaurações, Sessão de Fotos, "Day Care" ou "Hotelzinho").
 - Para cada serviço, uma **Página de Detalhe do Serviço Específico (F)** com:
 - Descrição completa do que está incluso.
 - Fotos ou vídeos ilustrativos do processo.
 - Tempo estimado para realização.
 - Preços (ou como solicitar um orçamento).
 - CTA para "Agendar este Serviço" ou "Solicitar Orçamento" (levando ao "Cadastramento" ou "Contato").

4. D. Cadastramento (ou "Agendamento", "Área do Cliente"):

- **Objetivo:** Permitir que os clientes criem uma conta, agendem serviços, e acompanhem seus "bebês" sob cuidado.
- **Conteúdo Sugerido:**
 - Formulário de cadastro (dados pessoais, informações sobre os bebês reboorn a serem cuidados).
 - Área de login para clientes existentes.
 - **G. Área do Cliente/Painel Pessoal (após login):**
 - Visualização de agendamentos.
 - Histórico de serviços.
 - Cadastro de novos "bebês".

- Comunicação direta sobre o andamento de um serviço.
- Preferências de cuidado.

5. **E. Contato:**

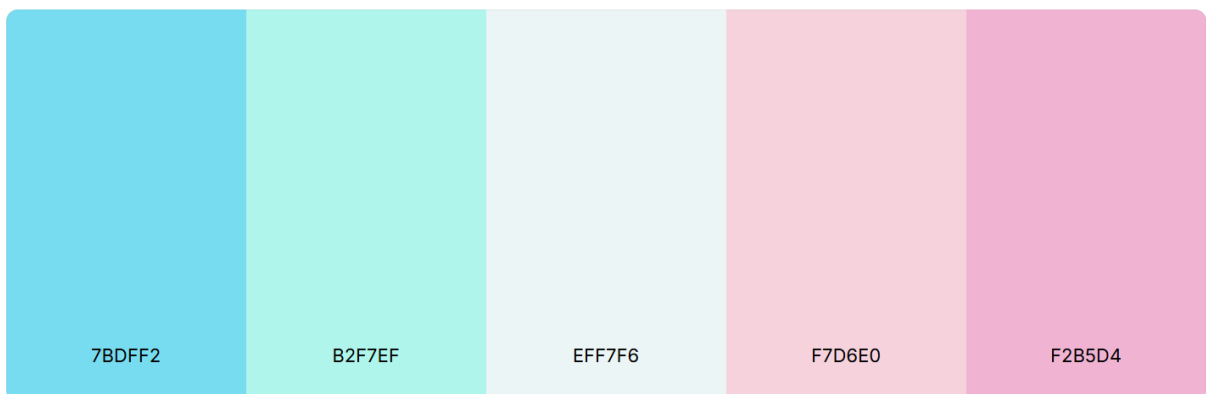
- **Objetivo:** Oferecer canais de comunicação para dúvidas, orçamentos personalizados ou outras necessidades.
- **Conteúdo Sugerido:**
 - Formulário de contato.
 - Endereço (se houver atendimento físico).
 - Telefone.
 - E-mail.
 - Links para redes sociais (se aplicável, e se for uma comunidade ativa).
 - Mapa de localização (se relevante).

3. IDENTIDADE VISUAL

3.1 Logotipo



3.2 Paleta de Cores



paleta usada na prototipagem do Site

3.3 Tipografia

Fonte utilizada: Alata

Tamanhos de fonte:

<h1>: 3em

<a>: 1.8em

<p>: 1.2em

3.4 Formato das imagens

Imagens em .png

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, J. **Design de interfaces para comunidades de nicho**: estratégias e engajamento. São Paulo: Editora Digital, 2024.

COSTA, B. **Usabilidade e experiência do usuário em mercados de nicho online**. Rio de Janeiro: LTC, 2022.

RODRIGUES, F.; LIMA, G. **Marketing de conteúdo para nichos específicos**: construindo autoridade e comunidade. Belo Horizonte: Autêntica Business, 2023.

SILVA, M.; PEREIRA, R. **Comportamento do consumidor 4.0**: a era da hipersegmentação e personalização. Curitiba: InterSaberes, 2023.