

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ALFREDO BARROS SANTOS
TÉCNICO EM DESIGN GRÁFICO

CRIAÇÃO DE LAYOUT DE SITE PARA LOJA DE ROUPAS FEMININAS
CREATION OF WEBSITE LAYOUT FOR WOMEN'S CLOTHING STORE

Marcela Aparecida Dos Santos Silveira¹

Yuna Caroline Oliveira Marcolino²

Rogério Márcio Rodrigues Campos³

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo desenvolver o layout de um website voltado para uma loja, com foco em funcionalidade, estética e experiência do usuário. A proposta busca oferecer uma plataforma visualmente agradável e de fácil navegação, facilitando o processo de compra e aproximando o cliente dos produtos oferecidos. Foram considerados princípios de design responsivo, usabilidade e identidade visual, além da importância de um layout que transmita confiança e profissionalismo. Para a construção do projeto, foram utilizados softwares como Photoshop e CorelDRAW no tratamento de imagens e na organização visual do layout. A fim de demonstrar a aplicação prática e a funcionalidade da proposta, foi utilizado o Webnode para criação de um protótipo interativo do site. Com isso, o projeto busca mostrar como o design bem estruturado pode contribuir positivamente para a presença digital e o desempenho de uma loja online.

PALAVRAS-CHAVE: Loja online, Marketing digital, Design responsivo, Experiência do usuário, Identidade visual, Usabilidade e Teoria das cores.

¹ Aluna do curso técnico em Design Gráfico da Etec Professor Alfredo Barros Santos

² Aluna do curso técnico em Design Gráfico da Etec Professor Alfredo Barros Santos

³ Orientador do curso técnico em Design Gráfico da Etec Professor Alfredo Barros Santos

ABSTRACT: This project aims to develop the layout of a website for a clothing store, focusing on functionality, aesthetics, and user experience. The proposal seeks to offer a visually appealing and easy-to-navigate platform, facilitating the purchasing process and bringing customers closer to the products offered. Principles of responsive design, usability, and visual identity were considered, as well as the importance of a layout that conveys trust and professionalism. Software such as Photoshop and CorelDRAW were used for image editing and visual layout organization. To demonstrate the practical application and functionality of the proposal, the Webnode platform was used to create an interactive prototype of the website. Thus, the project aims to show how well-structured design can positively contribute to the digital presence and performance of an online store.

KEYWORDS: Online store, Digital marketing, Responsive design, User experience, Visual identity, Usability, and Color theory.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos o mercado de roupas online tem se expandido com o crescimento da internet, transformando a maneira de procura dos produtos mais eficiente e facilitando a compra do consumidor. O propósito desse trabalho é entender o funcionamento de um site de roupas e como ele pode ser benéfico a empresa, deixando com mais visibilidade social. Para que o site siga seu propósito é necessário abordar sobre usabilidade, design, experiência do usuário e estratégias de marketing digital.

A importância dessa pesquisa seria entender o reconhecimento do marketing digital, e como isso modifica o crescimento tanto financeiro quanto da visibilidade da empresa, assim a deixando acessível a todos os tipos de consumidores sendo uma compra segura e prática. Para a criação do layout é importante também ser fiel a marca e tendo um funcionamento correto para que seja uma boa compra, e sempre representando a marca de uma forma que não perca sua essência

Nossa cliente que possui uma loja física localizada no bairro da Tamandaré, em Guaratinguetá - SP, e vinha enfrentando dificuldades para aumentar suas vendas. Como muitas pessoas hoje em dia preferem pesquisar e comprar produtos pela internet, ela percebeu que precisava marcar presença no ambiente digital. Foi

melhorar a visibilidade da loja e, conseqüentemente, aumentar o número de vendas. Diante disso, este trabalho tem como foco o desenvolvimento de um layout atrativo, funcional e voltado para a experiência do usuário, com o propósito de facilitar a navegação e gerar mais conversões. A ideia é que, com um site bem estruturado, a loja possa alcançar mais pessoas, fortalecer a marca no ambiente online e competir de forma mais equilibrada com outros comércios, inclusive os grandes marketplaces.

2 TEORIA DAS CORES EM WEB SITE

A teoria das cores em um web site se torna de extrema importância pois, as cores transmitem significados e provocam emoções e sensações. Vai muito mais além da estética ela influencia emoções, facilita a leitura, reforça a marca e melhora a experiência do usuário, aplicar essa teoria de forma estratégica é necessário para criar uma experiência visual harmoniosa, funcional e que gere interesse no usuário.

2.1 A MELHORIA NA USABILIDADE NAVEGAÇÃO

As cores têm um papel essencial na usabilidade e navegação de um site, pois as cores bem escolhidas ajudam a destacar elementos importantes como links ou botões deixando mais fácil a interação. A importância de um contraste do texto e o fundo do site também facilita a legibilidade e evita o cansaço visual. Manter um padrão nas cores dos menus, botões e áreas interativas reduz a confusão e cria uma experiência melhor fazendo o visitante se sentir mais confortável durante a interação com o site.

2.3 O REFORÇO DA IDENTIDADE VISUAL

Um site com cores é uma estratégia essencial para criar uma experiência memorável para os usuários. A identidade visual de uma marca é formada por diversos elementos, principalmente as cores pois transmitem emoções e sensações. O contraste entre as cores do site com o texto deve ser crucial para manter uma leitura fácil e clara, Testes em diversos dispositivos ajudam a ajustar o design.

2.4 A ACESSIBILIDADE DAS CORES

Em um site se torna crucial para garantir que qualquer pessoa independentemente de suas condições visuais, consiga acessar o site tranquilamente sem qualquer dificuldade visual. Garantindo que o site tenha um contraste adequado,

evitando o uso excessivo de cores para manter o equilíbrio, e oferecendo uma paleta de cores acessível, especialmente para pessoas com daltonismo. É importante realizar testes com usuários reais, fornece opções como personalização de cores, como modos claro/escuro, e garantir que o site seja legível em diferentes dispositivos e condições de iluminação. Tornando o site mais inclusivo e acessível para todos.

Em resumo, aplicar a teoria das cores de forma estratégica em um site não apenas melhora a estética, mas também aprimora a usabilidade, reforça a identidade visual da marca e garante a acessibilidade para todos os usuários. Cores bem escolhidas podem criar uma experiência visual harmoniosa, facilitar a navegação e tornar o site mais inclusivo, tornando-o acessível e agradável para todos os visitantes.

Para que um site funcione de forma clara e limpa é necessária uma boa técnica de grid. Ele nada mais é do que uma estrutura de linhas e colunas que faz com que tudo esteja organizado de forma responsável e equilibrada. É importantíssimo para que o site abra em qualquer navegador e ainda sim seja fácil de entender. Assim num site de roupas ele distribui tudo de forma harmônica fazendo com que o cliente não tenha dificuldade alguma de fazer sua compra com tranquilidade. Em resumo ele é responsável por organizar o site e deixar de forma limpa fazendo com que todos consigam entender tudo de uma forma clara.

2.5 PORQUE A TEORIA DAS CORES É IMPORTANTE PARA UM WEBSITE?

É comprovado que as cores têm a capacidade de produzir reações em nosso cérebro e influenciam as nossas escolhas e ações. Segundo Elewa (2016) Cerca de 60% da decisão do comprador se baseia na cor. A Teoria das Cores exibe dados de estudos sobre a influência emocional que as cores têm em nosso comportamento. Muitos artistas e designers têm estudado a fundo esta teoria por muito tempo, pois sabem que o impacto visual é muito determinado pela cor e suas combinações, que resultarão em diversas reações emocionais.

Figura1:Significado das cores



Fonte: Significado (2016)

A correta utilização das cores é uma poderosa estratégia de vendas de produtos. A publicidade atua de forma a se utilizar da psicologia das cores para criar o maior impacto possível. No design o principal objetivo é passar uma sensação ou ambientação em torno de um produto e/ou material gráfico. Gerando expectativas e sugerindo características únicas e atrativas.

A percepção das cores pode ser subjetiva. Alguns cientistas afirmam que as cores podem sim nos afetar independente do condicionamento social e cultural. De forma a atuar no subconsciente e produzir certos significados “naturais”. Por exemplo, muitos dizem que o azul (cor do céu) transmite o sentimento de calma. E o que o amarelo (cor do sol) passa a sensação de energia dessa forma apesar dos significados estipulados para cada cor, deve-se analisar cada situação para a aplicação das cores da maneira mais agradável e certa.

3 CONCEITO DE GRID

O sistema de grid, também conhecido como grade ou malha, é uma estrutura composta por linhas horizontais e verticais que organiza o conteúdo de forma lógica e consistente. Essa estrutura fornece um meio eficaz para dispor elementos gráficos, garantindo harmonia visual e melhorando a legibilidade. Embora os grids sejam frequentemente associados ao design moderno, suas origens remontam à antiguidade. Manuscritos antigos, por exemplo, utilizavam grades para garantir que o texto fosse escrito de maneira alinhada e uniforme. No entanto, foi no século XX, com

o surgimento do movimento modernista e a Escola de Design da Bauhaus, que os sistemas de grid se tornaram ferramentas essenciais no design gráfico.

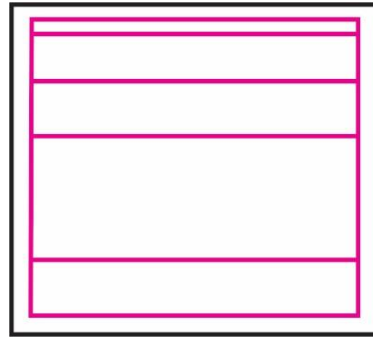
3.1 TIPOS DE GRID:

Segundo Jefferson Rosa (2010) são os seguintes tipos de grid:

-Grids de Coluna

Frequentemente utilizados em design de revistas, jornais e sites, este tipo de grid divide a página em várias colunas, permitindo flexibilidade na disposição do conteúdo.

Figura 2: Grid de coluna

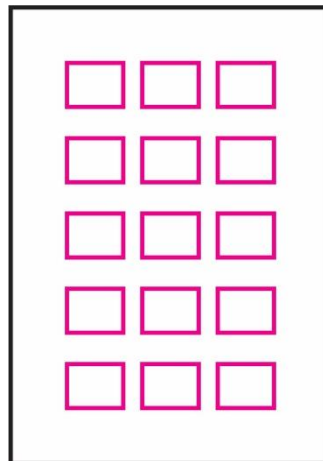


Fonte: As autoras

-Grids Modulares

Estes grids se assemelham a uma matriz, dividindo o espaço em módulos uniformes. São particularmente úteis para designs que requerem complexidade e detalhe, como infográficos ou layouts de revistas.

Figura 3: Grid modular

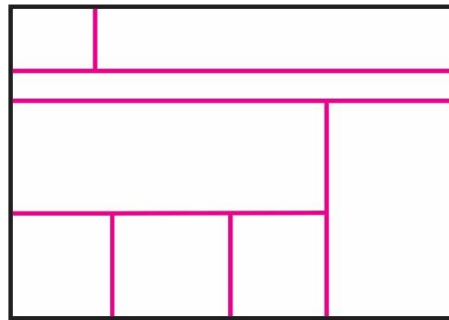


Fonte: As autoras

-Grids Hierárquicos

Em vez de linhas e colunas uniformes, os grids hierárquicos se baseiam na importância do conteúdo. Eles permitem uma disposição mais dinâmica e criativa, levando em consideração a hierarquia visual.

Figura 4: Grid hierárquico

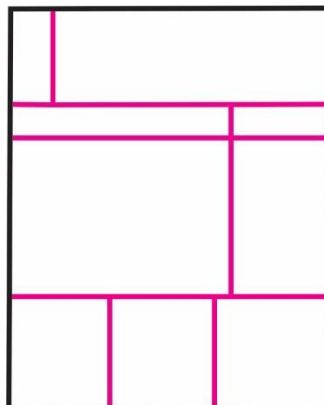


Fonte: As autoras

-Grids Estilizados

São sistemas de grade que usam linhas e colunas com larguras, alturas e direções personalizadas. Eles são utilizados no design gráfico para estruturar formas, ícones e símbolos gráficos.

Figura 5:Grid estilizado



Fonte: As autoras

Com o advento da era digital e a crescente demanda por design responsivo, os sistemas de grid se tornaram ainda mais cruciais. Websites e aplicativos devem ser acessíveis em uma variedade de dispositivos, cada um com tamanhos de tela diferentes. Utilizando sistemas de grid fluidos, designers podem garantir que o

conteúdo seja exibido de forma consistente e atraente em todas as plataformas. O sistema de grid ajuda a organizar o conteúdo de uma interface, tornando-a mais fácil de navegar e entender, e contribui para a criação de layouts consistentes e harmoniosos. Isso é importante para garantir que os usuários possam encontrar as informações que procuram de forma rápida e fácil. Além disso, o sistema de grade pode ajudar a melhorar a acessibilidade de uma interface. Por exemplo, uma grade pode ser usada para criar espaços de descanso para os olhos, tornando a interface mais fácil de ler.

4 TIPOGRAFIA

A tipografia desempenha um papel crucial na elaboração de sites e na identidade visual de uma marca. Ela é o estudo, criação e aplicação dos caracteres, estilos, formatos e arranjos visuais das palavras. Os tipos, conhecidos como fontes ou tipos de letra, indicam a composição visual de um texto. (Rallo, 2018)

Originalmente, a tipografia referia-se à impressão dos tipos, mas com a evolução digital, passou a abranger todo o estudo e aplicação dos caracteres, estilos e formatos. Por serem a base da comunicação escrita, os tipos precisam ser cuidadosamente trabalhados para serem adequados à mensagem que se deseja transmitir, ao modo como se deseja transmitir essa mensagem e à disposição com os demais elementos gráficos.

4.1 CLASSIFICAÇÃO DE FONTES

As fontes podem ser categorizadas em quatro classes principais:

- 1- SemSerifa: Fontes como Arial e Helvética, que não possuem traços nas extremidades das letras, transmitindo uma imagem contemporânea e minimalista.
- 2- Serif (com Serifa): Fontes como Times New Roman e Geórgia, que possuem pequenos traços nas extremidades das letras, passando uma sensação de tradição, sofisticação e formalidade.
- 3- Script: Fontes que simulam a escrita à mão, adicionando um toque pessoal e artístico.
- 4- Dingbat: Fontes compostas por símbolos diversos, utilizadas para adicionar elementos gráficos e decorações.

Figura 6: Exemplos de classificação de fontes



Fonte: Rallo (2022)

4.2 DIFERENÇA DA FONTE COM SERIFA DA SEM SERIFA

Principal diferença entre fontes com serifa e sem serifa está na aparência visual, legibilidade e mensagem que o design transmite. As fontes com serifa são mais adequadas para contextos formais e tradicionais, enquanto as fontes sem serifa são mais comuns em designs modernos e digitais.

As fontes com serifa tendem a passar uma sensação de tradição, sofisticação e formalidade, sendo muito usadas em sites institucionais, de advocacia, jornais ou outros que querem transmitir seriedade e credibilidade. Já as fontes sem serifa transmite uma imagem mais moderna, minimalista e acessível, sendo comuns em sites de tecnologia, startups, blogs e aplicativos. Do ponto de vista da leitura, as fontes com serifa tendem a ser mais confortáveis em textos longos no papel, mas em ambientes digitais, especialmente em telas pequenas, as fontes sem serifa são geralmente mais legíveis.

Figura 7: Exemplo de fonte com e sem serifa



Fonte: Tipo de fonte (2020)

4.3 TIPOGRAFIA EM WEB SITES

A tipografia em websites é muito importante para a experiência do usuário. Quando escolhemos uma fonte certa, podemos melhorar a leitura, passar a mensagem que queremos e criar uma identidade visual que combine com a nossa marca. É fundamental pensar em coisas como legibilidade, consistência e hierarquia visual.

Se a gente escolher fontes que sejam fáceis de ler e que funcionem bem em diferentes dispositivos, o usuário vai ter uma experiência muito mais agradável. Além disso, a tipografia pode influenciar a forma como as pessoas interagem com o site, tornando-o mais atraente e fácil de navegar. Uma boa tipografia pode fazer toda a diferença no sucesso do seu website. Então, é importante dedicar um tempo para escolher as fontes certas e criar um design que seja visualmente atraente e fácil de usar. Com uma tipografia bem-feita, você pode criar uma experiência única e memorável para os seus usuários.

5 DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento do nosso site começou com uma visita presencial à loja para tirar fotos das roupas nos manequins. O objetivo era capturar imagens que realmente mostrassem a beleza dos produtos, garantindo uma boa apresentação online. Para editar essas fotos e dar o toque profissional necessário, utilizamos o Photoshop, um dos programas mais eficazes para edição de imagens.

Após essa etapa inicial, seguimos para a escolha do layout do site. Utilizamos a plataforma Webnode para explorar diversas opções de layout, o que nos permitiu encontrar aquele que melhor se encaixava com a identidade da nossa marca. O Webnode foi ideal nesse processo, já que a ferramenta oferece uma forma intuitiva e prática de escolher e aplicar o layout sem a necessidade de conhecimentos avançados de programação.

Depois de selecionar o layout ideal no Webnode, utilizamos o Corel Draw para criar e visualizar a parte gráfica do site. **O Corel Draw** foi utilizado para ajustar os elementos visuais, como a disposição dos conteúdos, para termos uma ideia de como o design final ficaria antes de implementá-lo no site real. Com o layout e a parte visual definidos, passamos para a construção do site propriamente dita, que foi realizada na plataforma Webnode. O site foi estruturado de forma prática e responsiva, garantindo que a navegação fosse simples e eficiente. O site foi organizado em algumas abas principais, que facilitam a navegação e proporcionam uma experiência de compra mais agradável para os clientes. As abas são:

-Início: A primeira página do site, onde os clientes encontram uma visão geral da loja e um destaque para as novidades e produtos mais importantes. É um ponto de partida para explorar as opções disponíveis.

-Looks: Aqui, os clientes podem encontrar combinações de roupas para se inspirar. Essa aba ajuda a criar sugestões de looks para diferentes ocasiões, facilitando a escolha das peças.

-Contate-nos: Como o nome sugere, essa aba oferece um canal direto para que os clientes possam entrar em contato com a loja para tirar dúvidas, fazer sugestões ou buscar mais informações.

-Sobre nós: Nessa seção, os clientes podem conhecer a história da loja, seus valores e a proposta da marca, criando uma conexão mais próxima com a empresa.

-Carrinho: Essa aba permite que o cliente visualize e gerencie os produtos que selecionou para compra, funcionando como a cesta de compras em uma loja física, onde o cliente pode conferir os itens antes de finalizar a compra.

O layout foi pensado de forma clean e fácil de navegar, com o objetivo de garantir uma experiência de compra simples e sem complicações. A identidade visual do site foi modernizada para refletir a elegância e sofisticação da marca, utilizando as cores rosa e preto, que transmitem delicadeza e feminilidade, características que definem o estilo da loja.

Com o uso das ferramentas certas e um design mais atual, conseguimos criar um site funcional, moderno e que proporciona uma experiência agradável e intuitiva para os clientes.

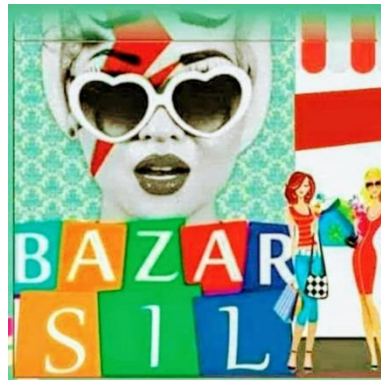
6 CONCLUSÃO

O novo site foi criado com o objetivo de ser totalmente responsivo, oferecendo uma navegação simples e intuitiva para garantir que a experiência de compra seja a melhor possível para os clientes. A ideia foi facilitar ao máximo, principalmente para aqueles que têm dificuldades com sites mais complexos. Com isso, conseguimos construir uma plataforma acessível, fácil de usar e que torna a busca por produtos e a finalização da compra mais rápidas e sem complicação. E o melhor: tudo funciona perfeitamente em qualquer dispositivo, seja celular, tablet ou computador, permitindo que o cliente compre de forma prática e sem barreiras.

Além disso, o design do site, moderno e elegante, reflete a identidade da loja e transmite confiança, ajudando a fortalecer a marca no ambiente online. As abas foram pensadas com cuidado para garantir que a navegação seja agradável, do começo ao fim, desde a visualização dos produtos até a compra. Com esse layout mais atrativo e fácil de usar, acreditamos que o novo site vai realmente ajudar a aumentar as vendas

da nossa cliente. Ao melhorar a experiência do cliente, o site não só vai fidelizar consumidores, mas também estimular novas compras, deixando os clientes mais tempo no site. Em um cenário onde ter uma boa presença online é essencial, temos certeza de que esse site será um diferencial enorme, dando à loja maior visibilidade e contribuindo para o crescimento contínuo no mundo digital.

Figura 8: Antes e depois da logo



Fonte: As autoras

REFERÊNCIAS DE PESQUISAS BIBLIOGRÁFICAS

ROCK CONTENT. Tipografia: **Como usar um dos pilares do Design Gráfico a seu favor**. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/tipografia/>. Acesso em: 20 mai. 2025.

ELEVA BRANDING E DESIGN. **Significado das cores na comunicação**. Disponível em: <https://elevabd.com.br/significado-das-cores/>. Acesso em: 20 mai. 2025.

WIX.COM. **13 grandes exemplos de tipografia em web design. Wix Blog, 11 abr. 2013**. Disponível em: <https://pt.wix.com/blog/13-grandes-exemplos-de-tipografia-em-web-design>. Acesso em: 4 jun. 2025.

UX DESIGN BRASIL. **Um guia completo sobre grids para design responsivo. UX Design Brasil, 18 mar. 2021**. Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/um-guia-completo-sobre-grids-para-design-responsivo-6b192fea0124>. Acesso em: 13 jun. 2025.

SHUTTERSTOCK. **Serif vs sans-serif fonts & when to use which.**

Shutterstock Blog, 24 maio 2023. Disponível em:

<https://www.shutterstock.com/blog/serif-vs-sans-serif-fonts>. Acesso em: 13 jun. 2025.

WEBNIAL. **Qual a diferença entre tipos de letra com serifa e sem serifa?**

Webnial, s.l., [s.d.]. Disponível em: <https://webnial.pt/blog/qual-a-diferenca-entre-tipos-de-letra-com-serifa-e-sem-serifa/?srsltid=AfmBOoo7CN8911aoOH6pH7-QQ4C0CgqHVPDi2-dU7isqRFDryHBRumVa>. Acesso em: 13 jun. 2025.

TIWEBDESIGN. **Por que a tipografia é importante na criação de sites.**

TiWebDesign, [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <https://tiwebdesign.com.br/artigos-fique-por-dentro/por-que-a-tipografia-e-importante-na-criacao-de-sites>. Acesso em: 13 jun. 2025.