



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
IFPB - CAMPUS CABEDELO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

JOHNATHAN WESLEY BATISTA SOUSA

UMA NOVA EXPERIÊNCIA DIGITAL
PROTÓTIPO DE REDESIGN DE INTERFACE DA METRO MATERIAIS

CABEDELO
2025

JOHNATHAN WESLEY BATISTA SOUSA

UMA NOVA EXPERIÊNCIA DIGITAL
PROTÓTIPO DE REDESIGN DE INTERFACE DA METRO MATERIAIS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, como requisito obrigatório para conclusão do curso superior em Design Gráfico.

Orientadora: Profa. Me. Ana Carolina dos Machado

CABEDELLO
2025

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

S725n Sousa, Johnathan Wesley Batista.

Uma nova experiência digital protótipo de redesign de interface da Metro
Materiais. /Johnathan Wesley Batista Sousa. - Cabedelo, 2025.
68f. il.: color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Design Gráfico) – Instituto
Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB.

Orientador(a): Ma. Ana Carolina dos Machado.

1. Redesign de Interface. 2. Design de Interação. 3. Usabilidade.
4. Design Centrado no Usuário. I. Título.

CDU 741.658.8



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Johnathan Wesley Batista Sousa

Uma Nova Experiência Digital: Protótipo de redesign da interface do site da Metro Materiais

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de tecnólogo(a) em Design Gráfico, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus Cabedelo.

Aprovada em 17 de julho de 2025.

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Me. Ana Carolina dos Santos Machado

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Me. Luciana M. Dinoá Pereira

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Fabianne Azevedo dos Santos

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ana Carolina dos Santos Machado**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/08/2025 09:15:13.
- **Fabianne Azevedo dos Santos**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/08/2025 09:57:32.
- **Luciana Mendonca Dinoa Pereira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/08/2025 16:45:41.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 11/07/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 735443
Verificador: 98baa5af40
Código de Autenticação:



Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CABEDELLO / PB, CEP 58103-772
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3248-5400

Nenhuma dor é em vão:
você aprende e evolui.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por sempre guiar os meus passos e me conceder força, sabedoria e paciência em cada momento dessa jornada. Sem essa força, nada seria possível.

Gostaria de agradecer à minha mãe Gracinete Maria Moura e a todos os meus irmãos que me deram tanto apoio e tanta confiança. Ainda que eu tenha enfrentado tantos desafios, me fizeram acreditar e não desistir, mesmo observando o cansaço ganhando forma no meu rosto todos os dias. Enfrentar a rotina de pegar seis transportes e quase seis horas de viagem todos os dias, de Cabedelo para Paratibe, jamais teria sido possível sem o apoio de vocês.

Minha gratidão também vai para a orientadora, Prof.^a Ana Carolina dos Santos Machado, por toda a paciência, orientação e dedicação ao longo deste trabalho. Suas orientações foram significativas para a criação do trabalho .

Agradeço a mim mesmo não ter desistido, por ter superado cada obstáculo e por ter feito valer a pena cada dia. Foi uma jornada de aprendizado, onde conquistei mais do que conhecimento, mas também amizades que vou levar para o resto da vida.

RESUMO

A nova versão de redesign do site da Metro Materiais busca deixar a presença online mais atual e melhorar a aparência e a facilidade de uso. A empresa é uma fábrica de ladrilhos hidráulicos que começou em 1995. Ela dá continuidade a uma tradição da família que começou em 1947. A empresa oferece produtos únicos para arquitetos, decoradores e clientes que se importam com a qualidade. A versão já existente apresenta uma interface visual que compromete a experiência do usuário. Isso torna a navegação mais complicada. A pesquisa que foi feita usou a metodologia de Jesse James Garrett, de 2011, para estruturar o redesign da nova versão. Isso ajudou a garantir que a nova interface tenha um estilo claro e mais eficiente. A pesquisa tratou desde a estrutura até a aparência final. O objetivo é criar uma interface que seja mais profissional e fácil de usar. Essa interface deve acompanhar as novidades do mundo digital com a aplicação dos princípios de usabilidade para melhorar a interação e o visual. Além disso, destaca a importância de um site institucional bem planejado como ferramenta para atrair o público-alvo e gerar mais confiança, fortalecendo a presença digital da empresa Metro Materiais.

Palavras Chave: Redesign de Interface; Design de Interação; Usabilidade; Design Centrado no Usuário.

ABSTRACT

The new redesign version of the Metro Materials website aims to modernize its online presence and improve both appearance and usability. The company is a hydraulic tile factory that started in 1995, continuing a family tradition that began in 1947. It offers unique products for architects, decorators, and clients who value quality. The existing version features a visual interface that compromises the user experience, making navigation more difficult. The research conducted used Jesse James Garrett's 2011 methodology to structure the redesign of the new version. This helped ensure that the new interface has a clearer and more efficient style. The study covered everything from the structure to the final appearance. The goal is to create an interface that is more professional and user-friendly. This interface should keep up with digital trends by applying usability principles to enhance both interaction and design. In addition, the project highlights the importance of a well-designed institutional website as a tool to attract the target audience and build trust, thereby strengthening the digital presence of Metro Materials.

Keywords: Interface Redesign; Interaction Design; Usability; User-Centered Design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Fabricação do ladrilho.....	15
Figura 2. Representação gráfica da metodologia de Garrett.....	16
Figura 3. Representação gráfica da estratégia da metodologia de Garrett.....	16
Figura 4. Representação gráfica do escopo da metodologia de Garrett.....	17
Figura 5. Representação gráfica da estrutura da metodologia de Garrett.....	18
Figura 6. Representação gráfica do esqueleto da metodologia de Garrett.....	18
Figura 7. Representação gráfica da superfície da metodologia de Garrett.....	19
Figura 8. Organização de ações por etapa metodológica.....	20
Figura 9. Print do site metromaterias.com.br.....	21
Figura 10. Print do site metromaterias.com.br.....	21
Figura 11. Site Ladrilar.....	22
Figura 12. Site Jaelson Ladrilhos.....	23
Figura 13. Site Dalle Piagge.....	23
Figura 14. Site Ladrilho Online.....	22
Figura 15. Gráfico do questionário da pergunta 1.....	26
Figura 16. Gráfico do questionário da pergunta 2.....	26
Figura 17. Gráfico do questionário da pergunta 3.....	27
Figura 18. Gráfico do questionário da pergunta 4.....	27
Figura 19. Gráfico do questionário da pergunta 5.....	28
Figura 20. Gráfico do questionário da pergunta 6.....	28
Figura 21. Gráfico do questionário da pergunta 7.....	29
Figura 22. Gráfico do questionário da pergunta 8.....	29
Figura 23. Fluxo da arquitetura da interface.....	31
Figura 24. Parte do wireframe da página inicial, versão desktop e mobile.....	33
Figura 25. Parte do wireframe da página sobre, versão desktop e mobile.....	34
Figura 26. Parte do wireframe da página modelos, versão desktop e mobile.....	35
Figura 27. Logo da Metro Materiais.....	36
Figura 28. Paleta de cores.....	36
Figura 29. Tipografia.....	37
Figura 30. Parte da interface de alta fidelidade da página modelos, versão desktop e mobile.....	38
Figura 31. Parte da interface de alta fidelidade da página sobre, versão desktop e mobile.....	39
Figura 32. Parte da interface de alta fidelidade da página modelos, versão desktop.....	40
Figura 33. Parte da interface de alta fidelidade da página modelos, versão mobile.....	41
Figura 34. Carrossel da página início, versão desktop.....	42
Figura 35. Página sobre, versão desktop.....	43
Figura 36. Modal, versão desktop.....	44
Figura 37. Menu de navegação, versão desktop.....	45
Figura 38. Dimensões dos ladrilhos, versão desktop.....	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Análise Comparativa (Benchmarking).....	24
Tabela 2. Quadro de Requisitos.....	30

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. JUSTIFICATIVA.....	11
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
3.1. DESIGN DE INTERAÇÃO E USABILIDADE.....	12
3.2. USABILIDADE COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO.....	13
3.3. O IMPACTO DE UM REDESIGN BEM-SUCEDIDO.....	13
3.4. O REDESIGN NA EXPERIÊNCIA DIGITAL.....	13
3.5. REDESIGN COMO ESTRATÉGIA DE FORTALECIMENTO.....	14
3.6. EXPECTATIVAS PARA A METRO MATERIAIS.....	15
5. FUNDAMENTOS DA METODOLOGIA DE GARRETT.....	16
5.1. PLANO DA ESTRATÉGIA: O PONTO DE PARTIDA.....	17
5.2. PLANO DO ESCOPO: REQUISITOS E FUNCIONALIDADES.....	17
5.3. PLANO DA ESTRUTURA: FLUXOS E ORGANIZAÇÃO.....	18
5.4. PLANO DO ESQUELETO: WIREFRAMES E LAYOUT FUNCIONAL.....	18
5.5. PLANO DA SUPERFÍCIE: O ASPECTO VISUAL.....	19
6. METODOLOGIA APLICADA.....	20
6.1. PLANO DA ESTRATÉGIA.....	20
6.1.1 Análise comparativa (benchmarking) de sites de ladrilhos hidráulicos.....	20
6.1.2 Necessidades do usuário.....	25
6.2. PLANO DE ESCOPO.....	30
6.2.1 Quadro de requisitos.....	30
6.3. PLANO DA ESTRUTURA.....	31
6.3.1 Arquitetura da Informação.....	31
6.4. PLANO DE ESQUELETO.....	32
6.4.1 Wireframes.....	32
6.5. PLANO DE SUPERFÍCIE.....	35
6.5.1 Desenvolvimento do conceito visual.....	35
6.5.2 Paleta de cores.....	36
6.5.3 Tipografia.....	37
6.6. Protótipo de Alta Fidelidade.....	37
7. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	42
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
REFERÊNCIAS.....	47
APÊNDICES.....	49
ANEXO.....	53

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, ter uma presença digital sólida é fundamental para as empresas se conectarem com seu público e se destacarem no mercado. Assim, a Metro Materiais de Construção é uma fábrica de ladrilho hidráulico que fabrica este produto de forma mais tradicional com uma rica história, quando o senhor Antônio Guedes de Andrade, em Campina Grande-PB iniciou a fabricação artesanal destes elementos em 1947. A inauguração da empresa ocorreu em 1995 e a passou a se dedicar com a produção de designs exclusivos através da necessidade e pedidos de arquitetos, decoradores e clientes que buscam um produto único.

Entretanto, apesar de sua tradição e qualidade reconhecida, o site atual da Metro Materiais apresenta alguns desafios em termos de usabilidade e design. Com isso, o visual complicado da interface e a falta de intuitividade tornam a navegação pouco ergonômica e no ambiente digital a sua marca pode não ter a visibilidade que desejaria. Portanto, tem um desequilíbrio entre a qualidade de seus produtos e a experiência dentro do seu site. Sendo assim, é necessário criar um redesign que atenda sua identidade e valores.

Nesse sentido, o presente trabalho sugere a aplicação da metodologia de Jesse James Garrett (2011) para reestruturar o site da Metro Materiais. Além disso, o design de interação busca focar nas necessidades do usuário, garantindo que o site funcione de forma útil e agradável para quem o utiliza. Dessa forma, aplicando essa abordagem, desejo obter melhorias não apenas na funcionalidade e estética do projeto, mas também aumentar o nível de identidade visual da plataforma, tornando ela mais atraente para o público-alvo.

Objetivo geral:

- Realizar o redesign do site da empresa Metro Materiais com foco na interface do usuário, utilizando a metodologia dos cinco planos de Jesse James Garrett (2011). A proposta é modernizar a interface para atender melhor o futuro público com a plataforma digital da empresa, garantindo uma navegação mais fluida e intuitiva de acordo com os valores da marca.

Objetivos específicos:

- Analisar problemas de usabilidade presentes na interface do site;
- Estruturar o redesign observando as necessidades do público-alvo identificado;
- Desenvolver uma proposta visual e funcional do site.

Este trabalho está estruturado em oito capítulos. No primeiro, é apresentada a introdução ao tema e à problemática abordada. O segundo capítulo traz a justificativa da

escolha do objeto de estudo. O terceiro capítulo reúne o referencial teórico, com conceitos sobre design de interação, usabilidade e o impacto do redesign na experiência digital. O quarto capítulo apresenta os fundamentos da metodologia de Jesse James Garrett, base teórica para a reestruturação do site. No quinto capítulo, descreve-se a metodologia aplicada, detalhando cada plano de Garrett com suas respectivas etapas. O sexto capítulo apresenta os resultados obtidos e a discussão a partir da aplicação prática da metodologia. O sétimo capítulo traz as considerações finais, refletindo sobre as contribuições do projeto. Por fim, o trabalho é complementado por referências, apêndices e anexos que sustentam e enriquecem a pesquisa desenvolvida.

Ao final deste trabalho, é esperado que o novo site da Metro Materiais não apenas atenda às necessidades dos usuários, mas também reflita a história, os valores e a qualidade que a empresa representa, você vai entender os problemas que os usuários estão tendo, entender o que os concorrentes usam para garantir a funcionalidade de seus sites e traduzir essas necessidades e soluções para a sua proposta de interface.

2. JUSTIFICATIVA

A criação desse trabalho surge da necessidade de modernizar a presença digital da Metro Materiais, uma empresa especializada na fabricação artesanal de ladrilhos hidráulicos. A decisão de realizar o trabalho foi após uma visita à empresa em conjunto com a disciplina de Design de Superfície, lecionada pela professora Anália. Durante a aula de campo, foi possível conhecer de perto o processo de fabricação dos produtos e compreender sua riqueza histórica e cultural. Na medida em que se trata de uma empresa de fabricação de ladrilho hidráulico que possui um estilo de produção único que muito pouco se alterou desde 1947, os ladrilhos tem um estilo agregador e de muito bom gosto a vários ambientes que são aplicados, que hoje em dia é muito conhecida pelos arquitetos, decoradores e consumidores finais que procuram uma peça única e artesanal.

No entanto, ao analisar a presença digital da empresa, é notado que o site atual da empresa não é eficaz para a divulgação do seu produto. A empresa possui informações que estão desorganizadas pelo site, ou seja, o usuário pode ter dificuldades de descobrir onde estão as informações durante a navegação da página e a usabilidade fica prejudicada. A falta de uma estrutura intuitiva e de experiência do usuário torna a plataforma pouco atrativa.

Nesse sentido, ela não projeta uma imagem positiva da marca e a experiência negativa pode impactar o interesse dos clientes e a reputação da marca. No mercado digital cada vez mais competitivo, e com uma força cada vez maior através da internet, o site da empresa deve ser um dos primeiros locais para se trabalhar e dedicar tempo, pois é a primeira imagem que o

cliente terá dos produtos. No mundo atual, em que os consumidores pesquisam e tomam decisões com base em experiências online, é fundamental que uma empresa esteja presente no ambiente digital para garantir seu sucesso e competitividade.

Através deste projeto, pretende destacar a tradição cultural da Metro Materiais, tornando mais acessível com um estilo único e valioso para um novo segmento de mercado. A nova interface digital não apenas atenderá às necessidades dos clientes existentes e dos profissionais da área, mas também irá ajudar a empresa a se manter alinhada ao que o mercado exige dos profissionais, tornando ela mais competitiva.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. DESIGN DE INTERAÇÃO E USABILIDADE

O design de interação é um componente fundamental do ambiente digital, pensando em desenvolver interfaces mais acessíveis e intuitivas. Portanto, ele proporciona que o usuário final tenha uma experiência de qualidade ao usar a interface. Segundo Preece, Rogers e Sharp (2013, p. 49), “Um dos problemas de se tentar resolver uma questão de design que inicia nesse nível diz respeito à possibilidade das mais importantes metas de usabilidade e necessidade do usuário serem esquecidas”.

Para esse projeto de redesenho do site Metro Materiais, o problema principal era a interface inadequada, deixando limitada as informações para o usuário acessar e obter detalhes do produto. Portanto, os princípios de usabilidade tem um desempenho fundamental para uma interface altamente amigável que pode ser utilizada de forma eficiente e eficaz.

Jakob Nielsen (1994) apresenta dez heurísticas de Nielsen que podem auxiliar na criação de interfaces mais acessíveis. Foram escolhidas 3 com foco na realidade observada no site da Metro Materiais e viabilidade prática dentro do escopo do trabalho:

- Visibilidade do status do sistema: O site deve sempre informar ao usuário o que está acontecendo e garantindo um feedback claro e imediato.
- Consistência e padrões: Manter uma estrutura previsível e familiar para que os usuários não precisem reaprender a navegação.
- Prevenção de erros: Reduzir casos de erros e oferecer soluções rápidas para corrigi-los.

Dessa forma, a seleção foi feita com base na relevância para o contexto do projeto e nas necessidades reais dos usuários, conforme identificado na pesquisa.

A partir disso, o design centrado no usuário, que consiste em um processo de criação no qual as necessidades, expectativas e limitações do usuário final guiam todas as etapas do projeto, é muito importante para garantir que o redesign realmente atenda o que o público espera e precisa. Segundo Donald Norman (2004), um bom design não deve pensar só na parte funcional, mas também em como a pessoa se sente ao usar, criando uma experiência agradável.

3.2. USABILIDADE COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

A usabilidade tem se tornado um papel essencial na competitividade do ambiente digital. Por conta da exigência de determinados públicos, oferecer uma experiência que permita chances de navegação mais simples e prática tornando possível que os usuários encontrem o que estava realmente procurando, isso pode garantir o retorno do mesmo público de forma sucedida. Jakob Nielsen (1994) reforça que a usabilidade está associada à qualidade em que os usuários conseguem atingir seus objetivos no sistema e encontrar o que realmente procuram sem perda de tempo.

Além disso, Donald Norman (2004) destaca que a qualidade de utilização não é definida apenas pela adaptação técnica à interface, mas também considera a resposta emocional do usuário, fator que pode afetar o cliente a retornar ou não, o design deve ser funcional, mas também deve estimular conexões mais positivas, aumentando o valor da marca.

Ao aplicar as práticas propostas por Garrett (2011), por meio da estrutura metodológica dos cinco planos, é possível proporcionar uma experiência aprimorada para os usuários do site da Metro Materiais. Essa abordagem pode transformar o site em um ponto de contato estratégico com o cliente, oferecendo à empresa uma presença digital mais confiável e de fácil acesso. Além disso, contribui para a construção de uma imagem de marca que alia tradição e inovação, refletida em uma interface mais intuitiva e funcional.

4. O IMPACTO DE UM REDESIGN BEM-SUCEDIDO

4.1. O REDESIGN NA EXPERIÊNCIA DIGITAL

Com o avanço da tecnologia e a transformação dos negócios físicos em digitais ter uma presença na internet se torna quase que necessário para destacar no mercado. De acordo com Donald Norman (2013), todas as grandes criações de design têm um equilíbrio e uma harmonia apropriados entre a estética, confiabilidade, segurança, usabilidade e

funcionalidade.

No caso de empresas que produzem algo de valor que seja único no mercado, como os ladrilhos hidráulicos da Metro Materiais, a presença digital não pode ser simplesmente baseada na exposição dos produtos. E sim em uma plataforma que comunica os valores da empresa, compartilhando a sua história e disponibiliza um meio mais prático de comunicação com seus clientes. Como destaca Krug (2008), um site bem estruturado evita a sobrecarga cognitiva e melhora a navegação tornando a experiência mais fluida e eficiente.

Porém muitos sites empresariais ainda apresentam interfaces ultrapassadas dificultando a interação do usuário, com um redesign bem planejado pode corrigir esses problemas, modernizando a plataforma e tornando ela mais alinhada com as expectativas do público-alvo. Segundo Jakob Nielsen (1994) a melhoria contínua da usabilidade é essencial para a retenção de visitantes e conversões dentro de uma plataforma digital. O redesign da interface do site da Metro Materiais não será apenas atualizar o seu visual, mas também vai fortalecer a sua presença online e seu relacionamento com novos clientes.

4.2. REDESIGN COMO ESTRATÉGIA DE FORTALECIMENTO

Um redesign de interface é muito mais do que decidir dar um novo visual a um site, se trata também de uma estratégia na experiência do usuário e presença da marca no ambiente digital. Com a competição online e as expectativas dos consumidores mais alta do que nunca, para as empresas se destacarem, elas precisam atualizar seus sites seguindo as tendências que funcionam melhor e que atendem às expectativas do público-alvo.

A qualidade percebida, segundo Jakob Nielsen (1994), em ambientes digitais, está relacionada estreitamente com a facilidade de uso e eficácia em completar as tarefas. Então, é seguro dizer que o redesign proposto será uma qualidade aparente da instituição e gerar mais transações positivas com os convidados do site, a fim de fazer com que ele sinta mais confiança no negócio.

No caso da Metro Materiais o site também é uma ferramenta de exposição de produtos, uma vez que o foco são itens com alto valor estético e manual, como os ladrilhos hidráulicos. Utilizar um redesign de interface seria uma maneira de reposicionar a marca visualmente, comunicando de imediato ao visitante a sofisticação e tradição dos produtos. Uma nova interface, mais fácil de navegar, poderia facilitar o acesso às coleções e ajudar a empresa a entrar em contato com o cliente, mesmo que a compra não fosse feita online.

Segundo Donald Norman (2004), um bom design deve ser funcional e, ao mesmo tempo, provocar sensações positivas no usuário. Isso é muito importante quando a marca

deseja transmitir o seu valor incluído e a diferenciação no mercado digital. Com o redesign da Metro Materiais deve ser compreendido como um investimento que vai além do visual que pode fortalecer a identidade da marca, comunicando seus valores e estabelecer uma relação mais forte no mundo digital.

4.3. EXPECTATIVAS PARA A METRO MATERIAIS

A Metro Materiais tem uma jornada tradicional na produção do ladrilho hidráulico, que apresenta sucesso, trabalho manual e design clássico. Mas o site atual não mostra os detalhes visualmente e simbolicamente o valor desse trabalho criativo. De acordo com Donald Norman (2004), um produto incluindo uma interface digital deve gerar encantamento, despertar sensações e promover conexões emocionais com o usuário. O novo site do Metro Materiais não deve ser um catálogo online, mas deve contar a história da marca, realçar a estética de seu produto e proporcionar interação instantânea com os clientes por WhatsApp ou pessoalmente. O redesign deve gerar uma navegação fácil centrada nas necessidades do usuário e na localização de informações de forma mais direta.

Figura 1. Fabricação do ladrilho



Fonte: Instagram @metromateriais

Além disso, o redesign tem como propósito incluir uma navegação mais simples para que se concentre mais nas necessidades do usuário e menos nas informações que sejam pouco importantes durante o acesso. De acordo com Garrett (2011), quando uma interface é planejada com base na experiência do usuário, cada plano do projeto (da estratégia até a superfície visual) ajuda a deixar a navegação mais fácil, agradável e com mais sentido para o usuário.

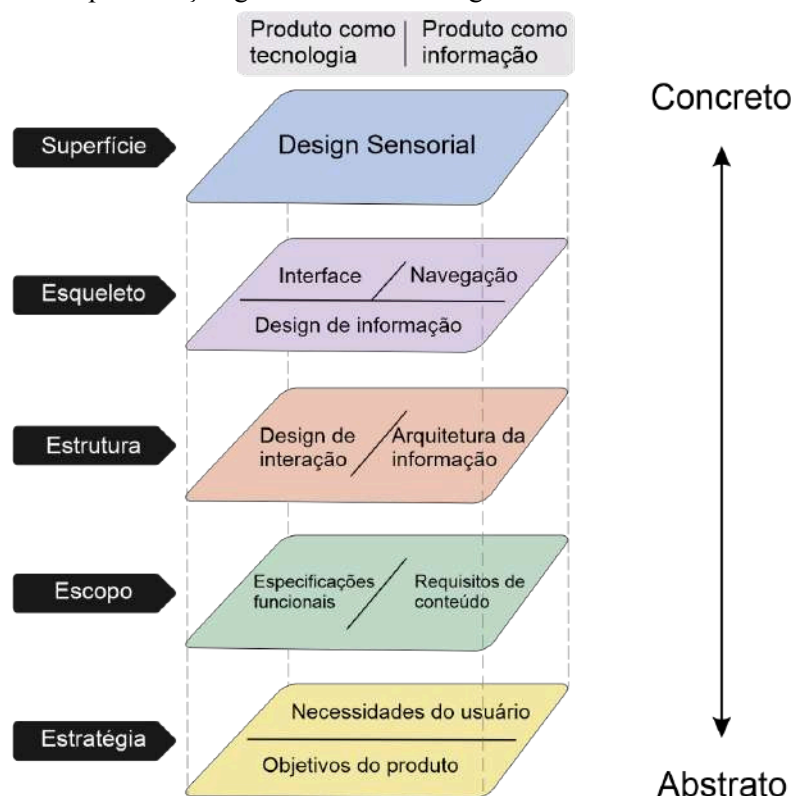
Outro ponto importante é que o site ajuda a direcionar as pessoas para a loja física ou para um atendimento mais rápido. Isso é relevante porque a maior parte das compras acontece fora da internet. Dessa forma, a nova aparência deve fazer com que o visitante chegue ao atendimento de forma prática onde pode comprar de maneira fácil e sem complicações. Para isso, é muito importante que o site seja fácil de usar e que as informações estejam bem organizadas. Isso ajuda o visitante a entender o que a empresa oferece. Assim, ele pode confiar na marca e querer continuar o atendimento.

Dessa forma, a mudança no design não altera só a aparência do site. Ela também ajuda a estratégia da empresa. Isso melhora a comunicação, aumenta as vendas e mostra os valores da história da Metro Materiais. Esse ambiente digital mistura tradição, novidade e a qualidade dos produtos.

5. FUNDAMENTOS DA METODOLOGIA DE GARRETT

A metodologia desenvolvida por Jesse James Garrett(2011), é composta por cinco planos que orientam o processo de design de experiências digitais. Os cinco planos que compõem a metodologia são chamados de estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície, que organizam as decisões de projeto em diferentes níveis, desde as necessidades do usuário até os aspectos visuais finais da interface. Cada plano representa uma etapa fundamental para garantir que o produto atenda aos objetivos do negócio e proporcione uma experiência de uso eficiente e agradável.

Figura 2. Representação gráfica da metodologia de Garrett.

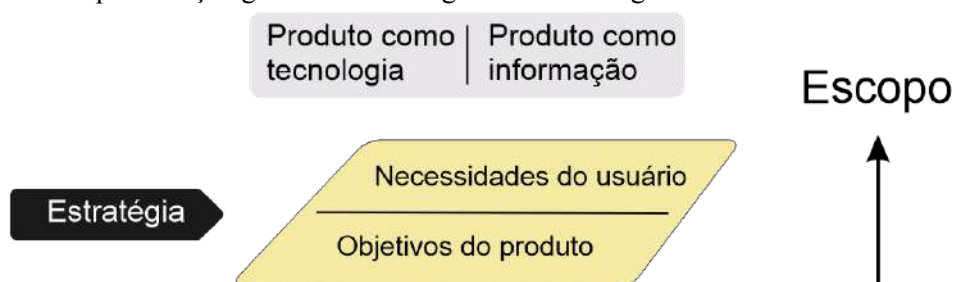


Fonte: do autor, adaptado de Garret, 2011.

5.1. PLANO DA ESTRATÉGIA: O PONTO DE PARTIDA

O plano estratégico é a base da metodologia. Ele envolve a definição dos objetivos do negócio e das necessidades dos usuários. Para Garrett (2011), entender o que o usuário deseja e o que a empresa espera alcançar é essencial para guiar as decisões de design. No contexto do redesign do site da Metro Materiais, isso implica compreender o perfil do público-alvo e a proposta da empresa de manter uma comunicação clara, promover seus ladrilhos hidráulicos e reforçar sua tradição. Ferramentas como a criação de personas e o mapeamento de empatia são fundamentais nesse plano.

Figura 3. Representação gráfica da estratégia da metodologia de Garrett

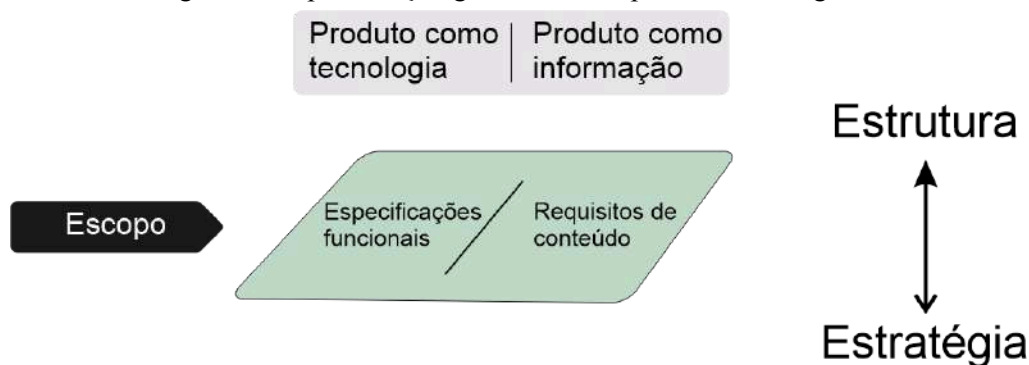


Fonte: Adaptado de Garret, 2011.

5.2. PLANO DO ESCOPO: REQUISITOS E FUNCIONALIDADES

Nessa parte, define-se os requisitos funcionais e o conteúdo que a interface precisa ter. Garrett (2011) fala que essa etapa serve para deixar as metas estratégicas mais claras e especificadas. No caso da Metro Materiais, o escopo tem que considerar se o site vai ser só institucional, funcionando como uma espécie de vitrine dos produtos. É importante definir se haverá filtros, categorias ou integrações com canais de atendimento como o WhatsApp. Essa delimitação influencia diretamente a navegação e a organização das informações.

Figura 4. Representação gráfica do escopo da metodologia de Garrett

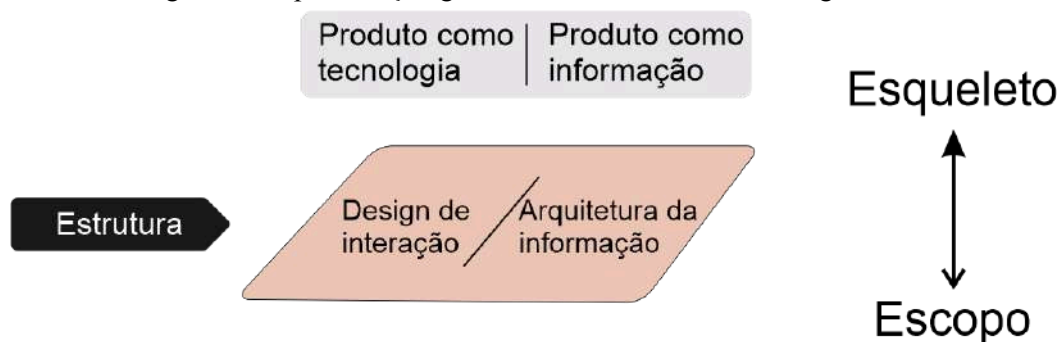


Fonte: Adaptado de Garret, 2011.

5.3. PLANO DA ESTRUTURA: FLUXOS E ORGANIZAÇÃO

A estrutura aborda a arquitetura da informação e o fluxo de interação. De acordo com Garrett (2011), é nesse ponto que se determina a organização do conteúdo e a forma como o usuário irá navegar pelo site. Para a Metro Materiais, a organização deve oferecer um percurso claro para que o cliente possa conhecer os produtos, a história da empresa e como entrar em contato com a loja. Essa fase assegura uma lógica eficaz entre páginas, categorias e convites à ação.

Figura 5. Representação gráfica da estrutura da metodologia de Garrett.

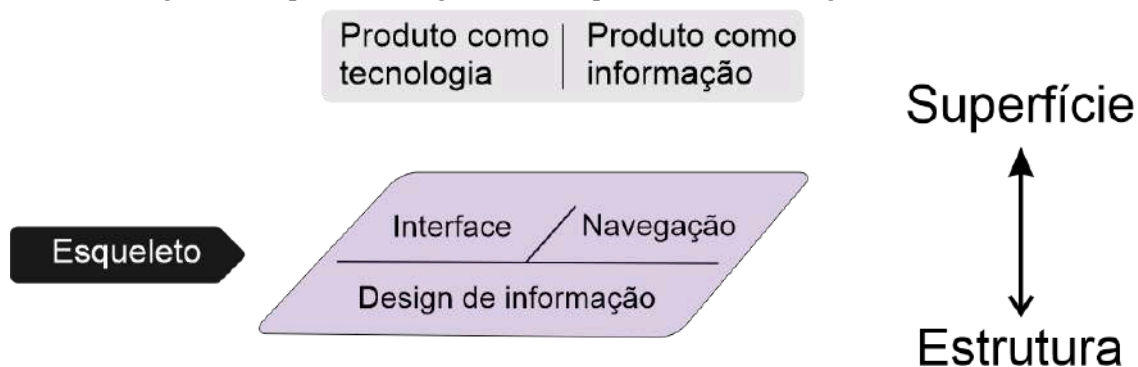


Fonte: Adaptado de Garret, 2011.

5.4. PLANO DO ESQUELETO: WIREFRAMES E LAYOUT FUNCIONAL

O esqueleto diz respeito à organização visual dos elementos na interface, como menus, botões, campos de busca e outros componentes interativos. Garrett (2011) enfatiza que essa fase se concentra em melhorar a usabilidade e a eficácia da navegação. Wireframes são frequentemente empregados neste plano para planejar e aprovar os componentes antes da implementação visual. De acordo com a Metro Materiais, um layout cuidadosamente planejado permite destacar os ladrilhos sem sobrecarregar o usuário com informações supérfluas.

Figura 6. Representação gráfica do esqueleto da metodologia de Garrett.

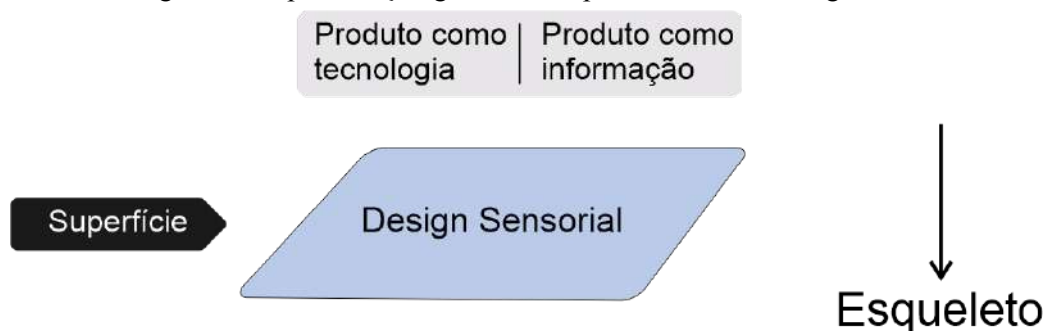


Fonte: Adaptado de Garret, 2011.

5.5. PLANO DA SUPERFÍCIE: O ASPECTO VISUAL

O último plano envolve a aparência final do site, cores, tipografia, imagens e identidade visual. Garrett (2011) destaca que, apesar de ser o nível mais visível, ele deve incorporar todas as decisões anteriores. No caso da Metro Materiais, como a identidade visual e o logotipo serão preservados, o redesign deve honrar esses componentes, porém implementá-los de maneira mais moderna no ambiente digital. Um design limpo, responsivo e funcional deve permitir que a superfície comunique os valores de tradição, qualidade e estética da empresa.

Figura 7. Representação gráfica da superfície da metodologia de Garrett.



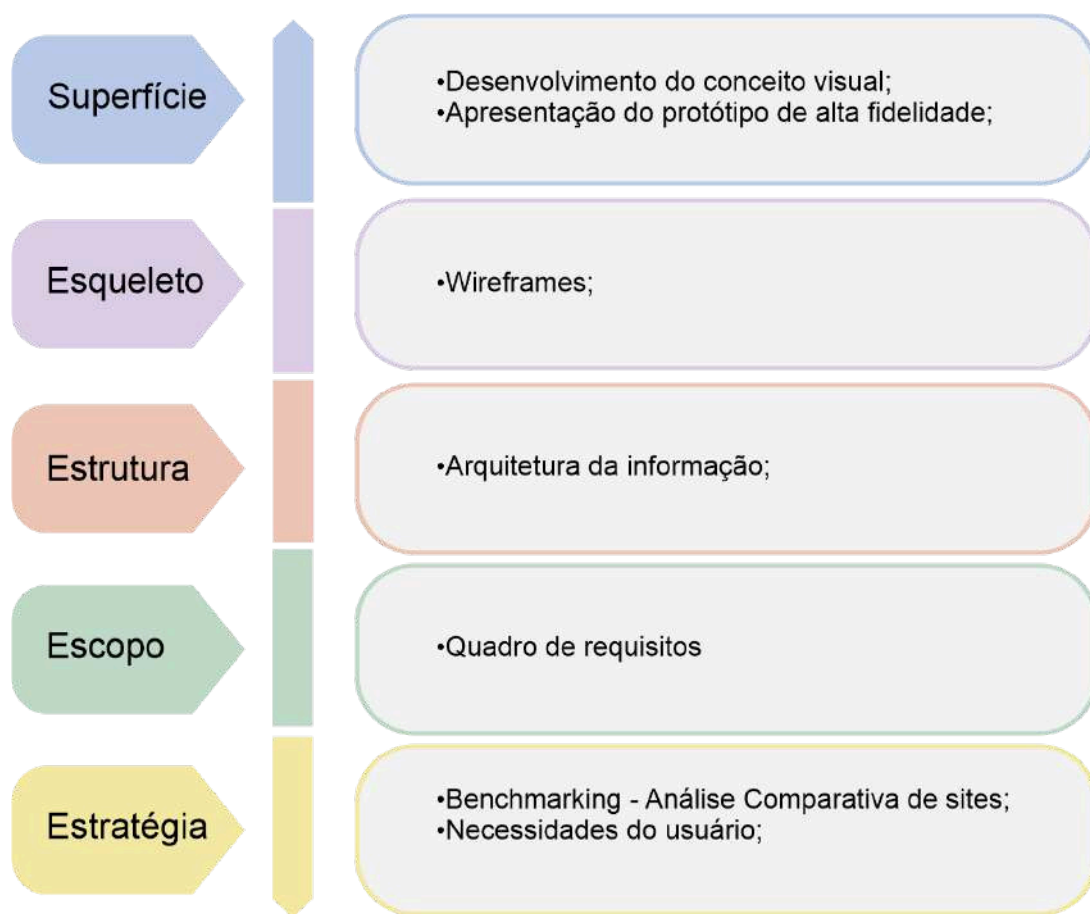
Fonte: Adaptado de Garret, 2011.

6. METODOLOGIA

Antes do início das atividades, foi firmado um contrato de autorização com o proprietário da empresa Metro Materiais, permitindo a realização do redesign do site e o uso das informações necessárias para o desenvolvimento deste trabalho.

De acordo com base na proposta da metodologia de Garrett, foi estruturado um plano para cada uma das etapas no processo de redesign:

Figura 8. Organização de ações por etapa metodológica.



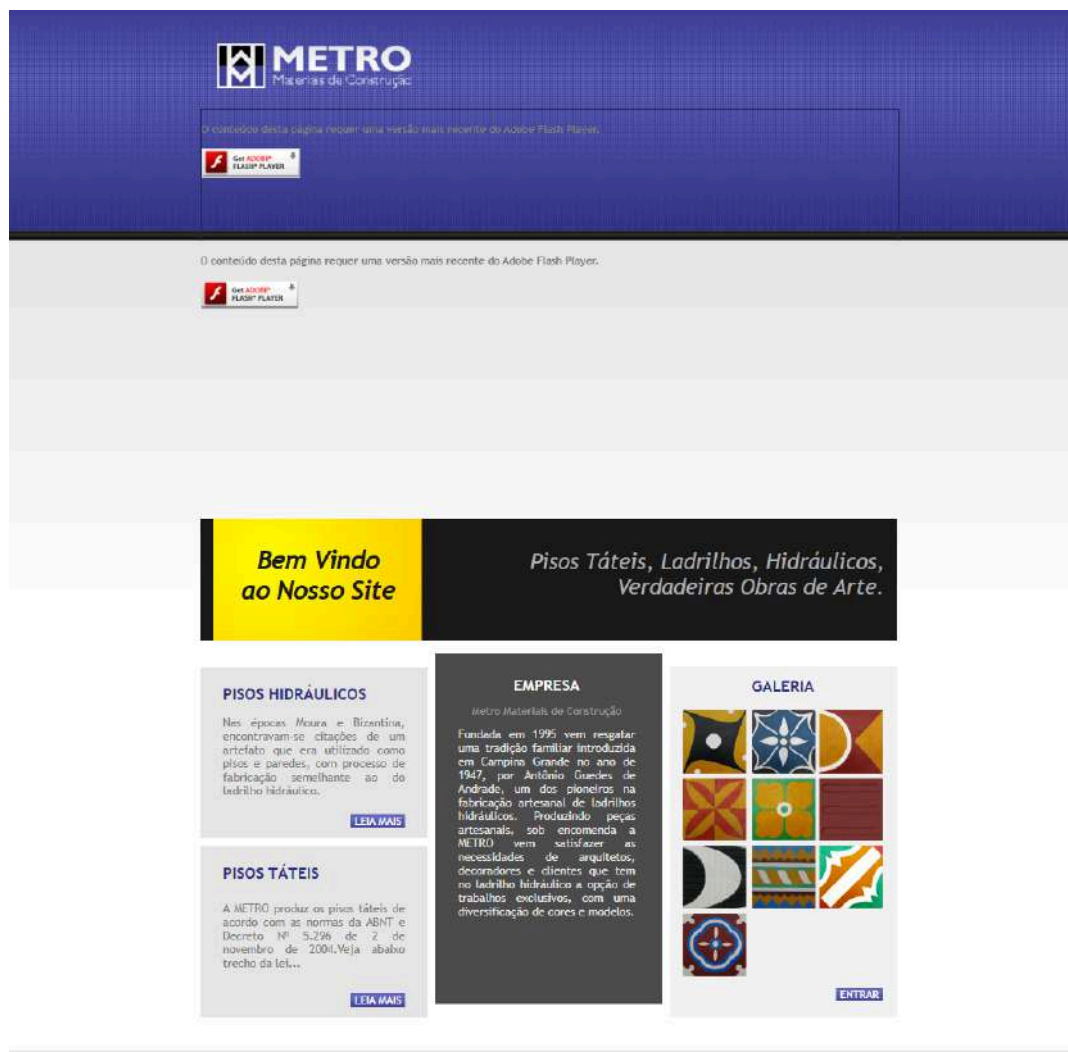
Fonte: Adaptado da metodologia de Jesse James Garrett, 2011

6.1. PLANO DA ESTRATÉGIA

6.1.1 Análise Comparativa (Benchmarking) de Sites de Ladrilhos Hidráulicos

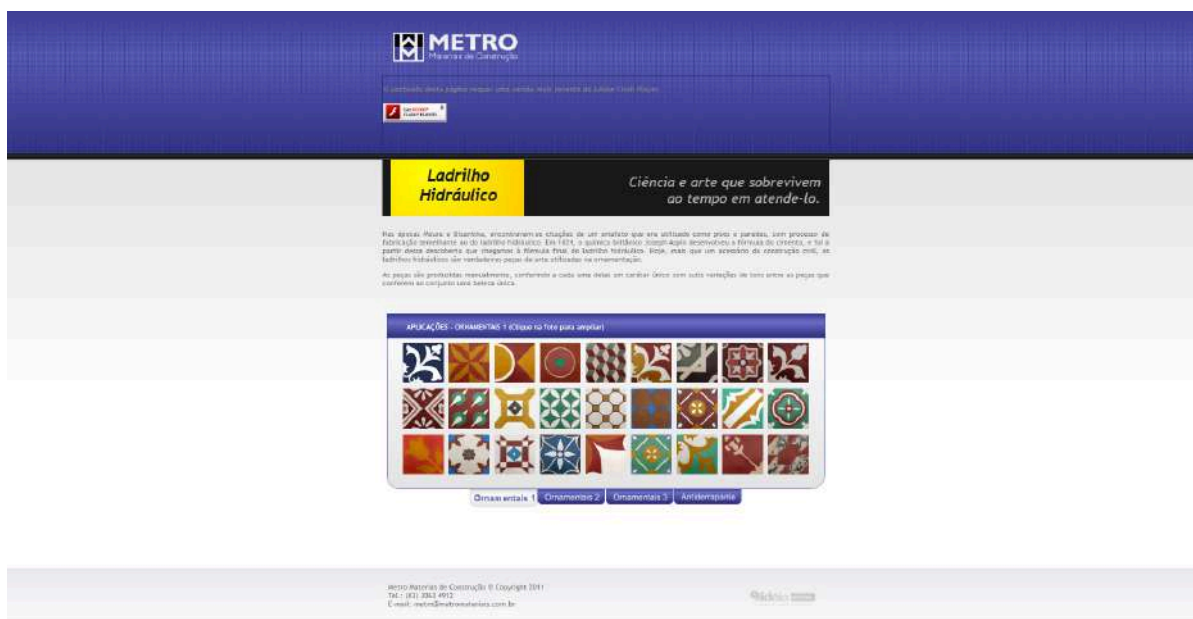
Foi realizada uma pesquisa para analisar a presença digital de concorrentes e identificar determinadas oportunidades para o redesign do site da Metro Materiais. Foram avaliados o site atual da Metro Materiais e quatro concorrentes: Ladrilar, Joelson Ladrilhos, Dalle Piagge e Ladrilho Online, com base em critérios como identidade visual, navegação, apresentação de produtos, responsividade, funcionalidades, conteúdo e diferenciais.

Figura 9. Print do site metromaterias.com.br.



Fonte: Site da Metro Materiais.

Figura 10. Print do site metromaterias.com.br.



Fonte: Site da Metro Materiais.

Ao analisar o site atual (Figura 9) da Metro Materiais é perceptível várias oportunidades de melhoria, como criar uma identidade visual mais forte e profissional, simplificar a navegação, melhorar a exibição dos produtos, adotar um design responsivo e ampliar as funcionalidades e o conteúdo.

A interface atual do site da Metro Materiais apresenta limitações técnicas significativas, pois ainda utiliza softwares descontinuados, como o Adobe Flash Player, o que compromete seu funcionamento em navegadores modernos. Além disso, a organização das informações carece de uma hierarquia visual clara: os textos das diversas seções estão concentrados em um único espaço, com tipografia pequena, dificultando a navegação e o acesso rápido a conteúdos essenciais, como catálogos de ladrilhos, informações institucionais e canais de contato. O design visual também não reflete adequadamente os valores da marca, deixando de comunicar elementos importantes como a tradição da empresa, a exclusividade dos produtos e a sofisticação dos ladrilhos hidráulicos.

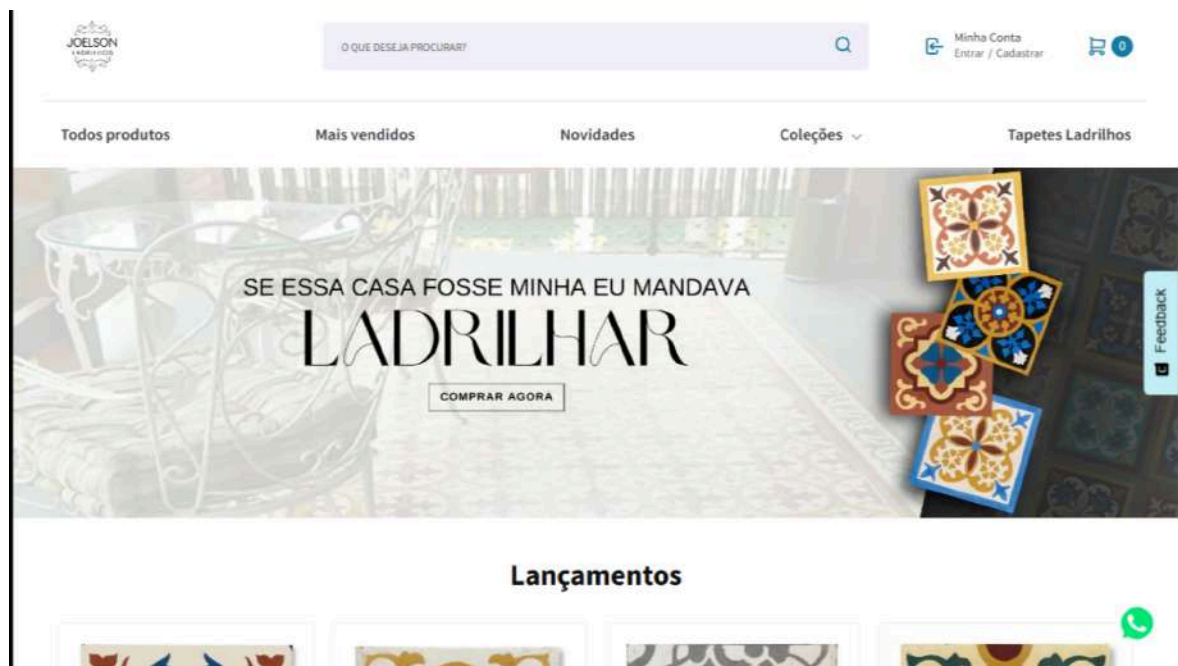
Figura 11. Site Ladrilar.



Fonte: Site Ladrilar

Ladrilar localizada em São Paulo - SP, é um site fácil de usar. Os produtos aparecem bem com imagens de qualidade. Ele funciona bem em diferentes dispositivos. Além disso, tem funções extras como um simulador, um blog e a opção de contato fácil pelo WhatsApp.

Figura 12. Site Jaelson Ladrilhos



Fonte: Site Jaelson Ladrilhos

Joelson Ladrilhos localizada em São João del Rei - MG, usa um modelo comum de loja virtual. O site tem um visual prático. A navegação é feita por categorias ou por busca. O objetivo principal é vender produtos com os preços bem visíveis. Tem opções de comprar pela internet e conversar pelo WhatsApp.

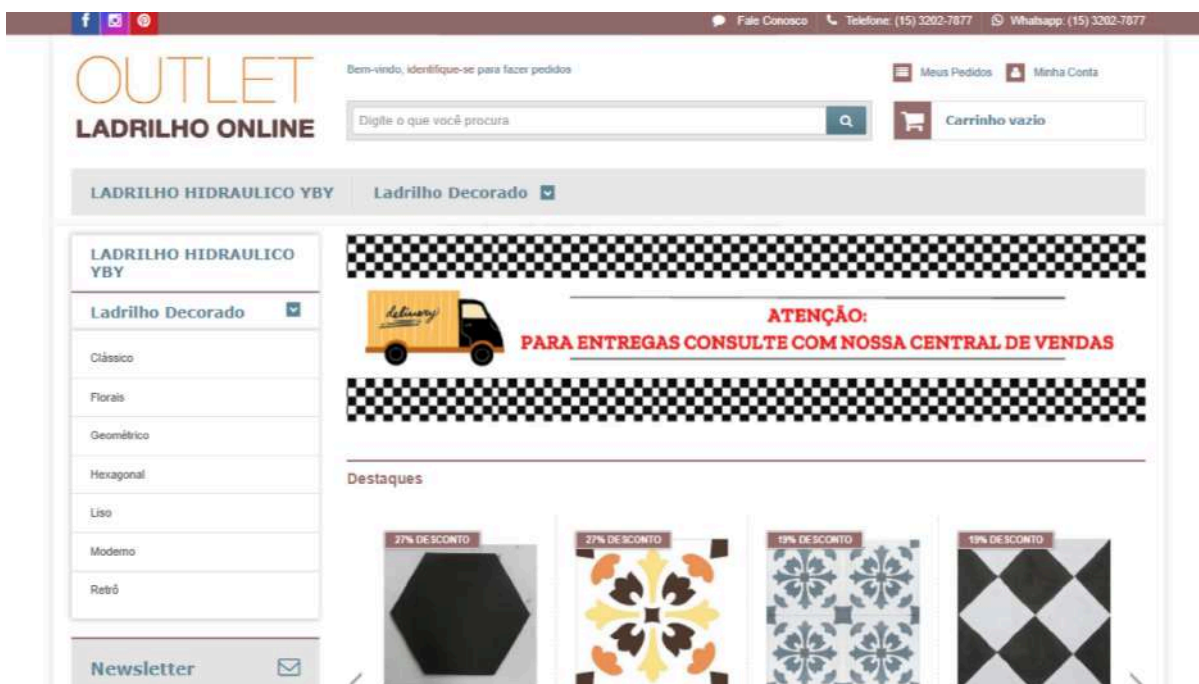
Figura 13. Site Dalle Piagge



Fonte: Site Dalle Piagge

Dalle Piagge, localizada em Vila Leopoldina - SP, mistura um visual tradicional com uma aparência bonita dos produtos. Além disso, o site se adapta bem em diferentes dispositivos. O que faz a sua empresa diferente é um simulador interativo. Ele deixa os clientes escolherem e personalizarem os ladrilhos. Também é possível falar com a empresa pelo WhatsApp.

Figura 14. Site Ladrilho Online



Fonte: Site Ladrilho Online

Ladrilho Online localizada apenas de forma online sem vínculo de loja física, tem um design simples focado em promoções e pronta entrega. Segue a estrutura de e-commerce, com funcionalidades de compra online e contato direto via WhatsApp.

Tabela 1. Análise Comparativa (Benchmarking).

Característica / Funcionalidade	Ladrilar	Joelson Ladrilhos	Dalle Piagge	Ladrilho Online
Site Responsivo?	Não	Sim	Não	Sim
Simulador Interativo?	Sim	Não	Sim	Não
Contato via WhatsApp Visível?	Sim	Sim	Sim	Sim

Informações Técnicas Detalhadas?	Sim	Não	Sim	Não
Fotos de Ambientes Aplicados?	Sim	Não	Sim	Não

Fonte: Adaptado de Bueno, Antonioli e Heleno (2019); Hermogenes *et al.* (2015).

6.1.2 Necessidades do usuário

As necessidades dos usuários foram realizadas a partir do questionário (Apêndice A) voltado ao público-alvo que são arquitetos e designer de interiores, com a participação de 26 pessoas. Os resultados mostram pontos importantes sobre as expectativas dos usuários em relação ao site.

De acordo com as respostas foi possível perceber com mais clareza quais pontos o novo site precisa dar prioridade, como a apresentação dos produtos, organização do conteúdo e a facilidade no uso. Cada pergunta do questionário foi analisada de forma individual, destacando os resultados sobre as preferências e as necessidades dos usuários. Essas informações ajudaram a mostrar as escolhas feitas para o redesign da interface.

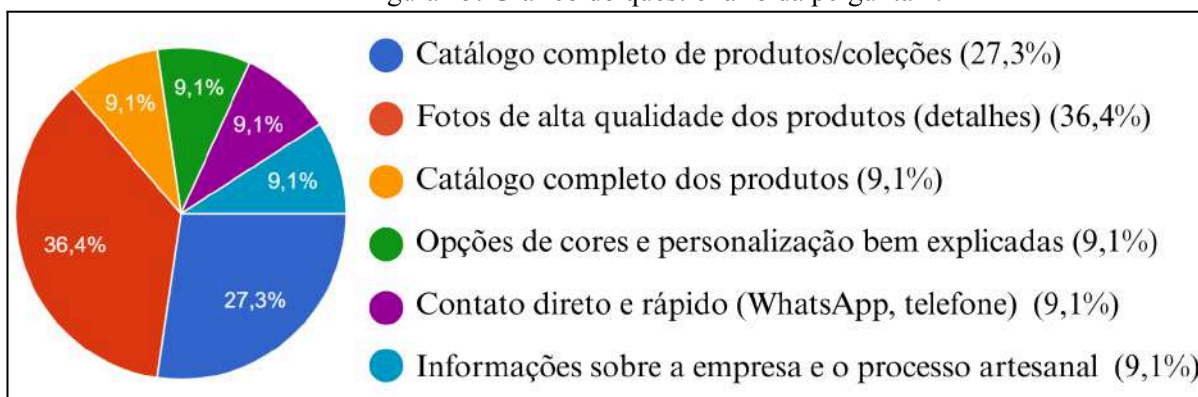
Com essas informações filtradas a partir do questionário ficou claro que a interface deve ter uma conexão entre a empresa física e o cliente de forma online, especialmente arquitetos, permitindo encontrar inspiração nos modelos de ladrilhos, dados técnicos e formas de contato da empresa.

A seguir, são apresentadas as oito perguntas que fizeram parte do questionário aplicado, elaborado com a finalidade de identificar as percepções, necessidades e preferências dos participantes em relação aos sites de fornecedores de ladrilhos hidráulicos. As questões contemplaram aspectos como informações e funcionalidades essenciais, apresentação visual, usabilidade, responsividade e elementos que influenciam a decisão de contato ou especificação de produtos.

1 - Ao visitar o site de um fornecedor de ladrilhos hidráulicos, quais são as três informações ou funcionalidades mais essenciais que você precisa encontrar rapidamente?

A maioria dos participantes apontou que as fotos de alta qualidade dos produtos são os itens mais importantes. Em seguida, foi destacado o catálogo completo de produtos, o que mostra que os profissionais valorizam muito a clareza na apresentação visual e o fácil acesso ao portfólio. Mesmo que em menor número, também foram mencionados o contato rápido e informações sobre a empresa, o que reforça que esses elementos também devem estar visíveis no site.

Figura 15. Gráfico do questionário da pergunta 1.

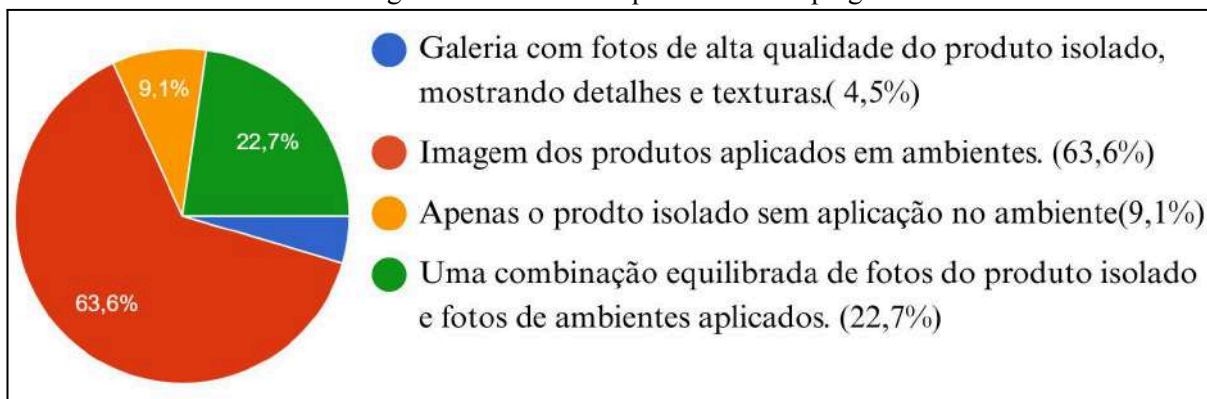


Fonte: Google Forms.

2 - Pensando na apresentação visual dos ladrilhos no site, qual formato você considera mais útil ou inspirador para seu trabalho? (Selecione a opção principal):

As respostas mostraram que ver o produto aplicado em ambientes reais ajuda bastante no processo de escolha. Algumas pessoas também indicaram que gostam de uma combinação entre imagens do produto isolado e do produto aplicado. Isso mostra que, para esse público, é importante visualizar como o ladrilho funciona no espaço, e não apenas ver a peça solta.

Figura 16. Gráfico do questionário da pergunta 2.



Fonte: Google Forms.

3 - Qual destas opções representa sua maior frustração ou dificuldade ao usar sites de fornecedores de materiais de construção/acabamento? (Selecione quais as principais frustrações):

Algumas reclamações foram sobre navegação confusa e lenta no site e fotos de baixa qualidade. A falta de informações técnicas também foi destaque. Isso indica que um bom site não precisa apenas parecer agradável. Isso mostra que, além de um bom visual, o site precisa ser rápido, bem organizado e trazer detalhes importantes sobre os produtos, principalmente para quem precisa dessas informações para a aplicação em projetos.

Figura 17. Gráfico do questionário da pergunta 3.

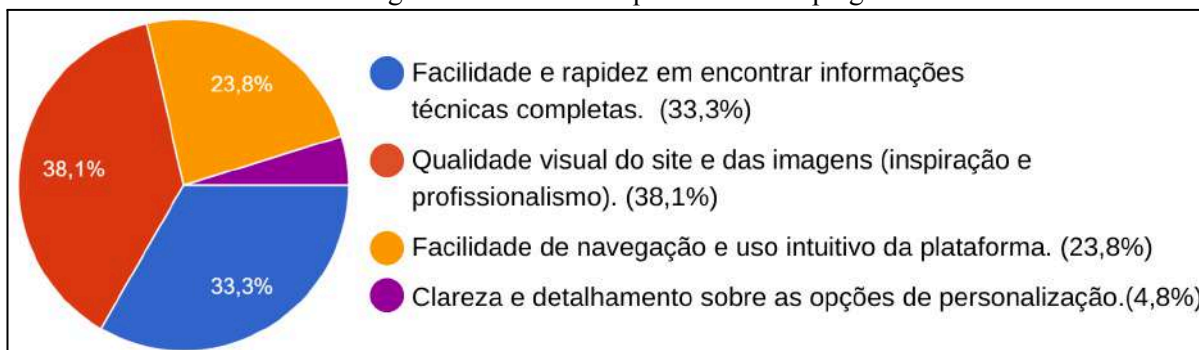


Fonte: Google Forms.

4 - Considerando a qualidade geral do site de um fornecedor, qual destes aspectos mais influencia positivamente sua decisão de contatá-lo ou especificar seu produto? (Selecione o aspecto mais influente):

Nessa situação mostra que o que mais chama atenção é a qualidade visual do site e das imagens, seguida pela facilidade de encontrar informações técnicas. Isso reforça a importância de investir tanto em boas fotos quanto em conteúdos úteis para quem vai usar o produto de forma profissional.

Figura 18. Gráfico do questionário da pergunta 4.

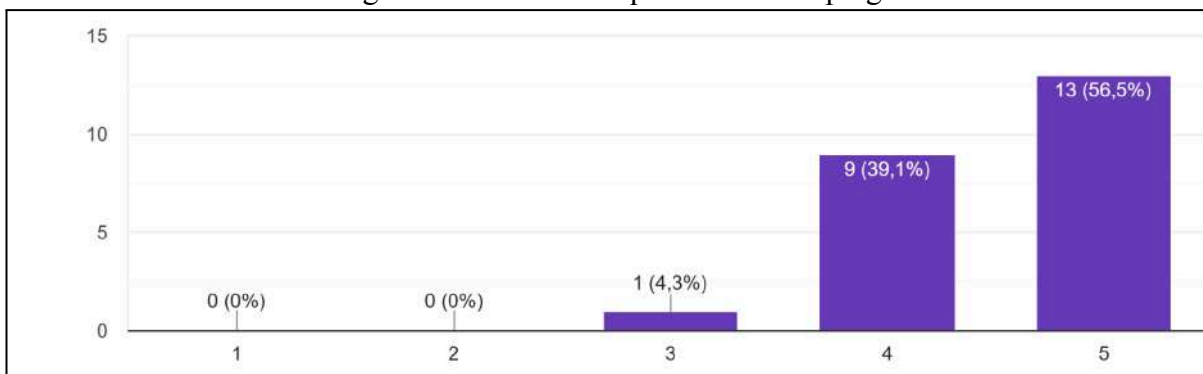


Fonte: Google Forms.

5 - Em uma escala de 1 a 5, qual a importância de o site do fornecedor ter um site responsivo na versão mobile?

A nota média foi 4,52, e mais da metade deu nota máxima 5. Isso confirma que ter um site responsivo é essencial, já que muitos acessos hoje acontecem pelo celular. Para esse público, o site precisa se adaptar bem a todos os tipos de tela.

Figura 19. Gráfico do questionário da pergunta 5.

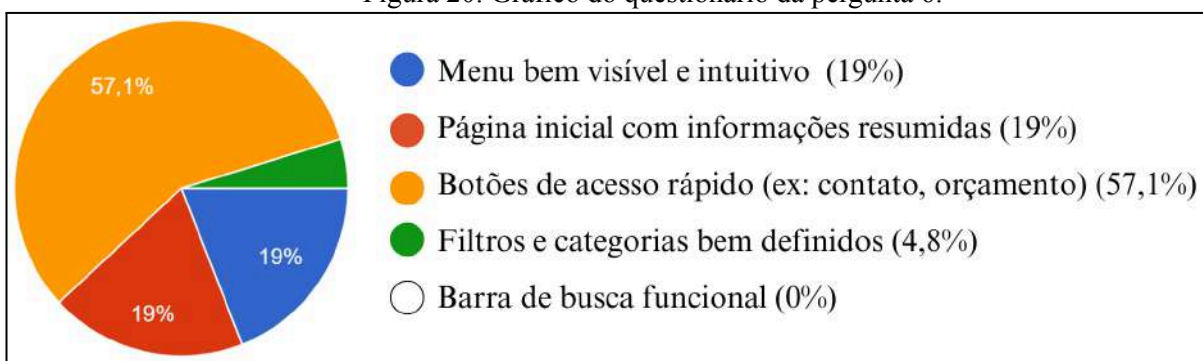


Fonte: Google Forms.

6 - Quais elementos você considera indispensáveis para facilitar a navegação em um site?

O que se destacou foi a presença de botões de acesso rápido, como para orçamento ou contato. Depois, aparecem o menu claro e uma página inicial com informações resumidas. Isso mostra que o usuário quer resolver o que precisa com poucos cliques, de forma simples e rápida.

Figura 20. Gráfico do questionário da pergunta 6.

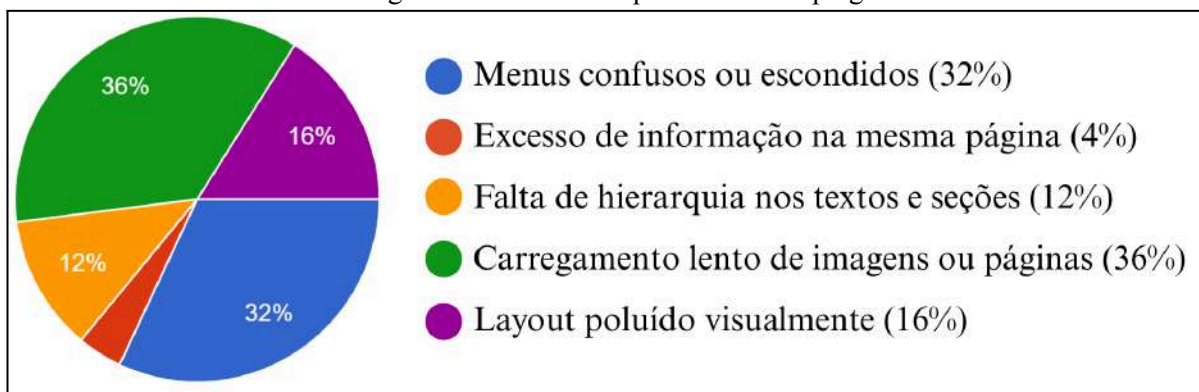


Fonte: Google Forms.

7 - Na sua experiência, o que mais atrapalha a navegação em um site?

Os pontos que mais atrapalham a navegação, segundo os participantes, são o carregamento lento de páginas e imagens e menus confusos. Esses dois itens mostram que a performance e a organização da navegação fazem diferença na experiência ao acessar o site.

Figura 21. Gráfico do questionário da pergunta 7.

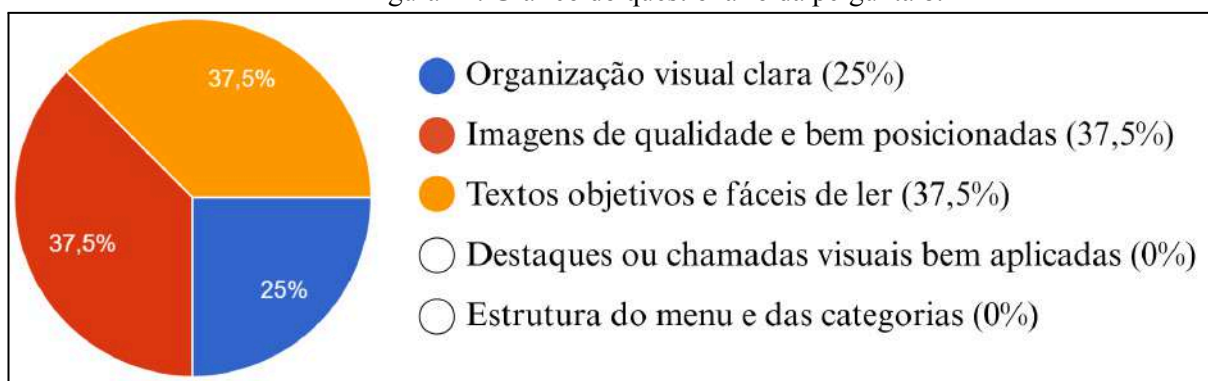


Fonte: Google Forms.

8 - O que chama mais sua atenção ao acessar um site pela primeira vez?

As respostas ficaram divididas entre imagens de qualidade com um bom posicionamento e textos mais objetivos e fáceis de entender. Juntando essas escolhas elas indicam que o público percebe logo na aparência visual e na clareza das informações, fatores que ajudam a causar uma primeira impressão melhor.

Figura 22. Gráfico do questionário da pergunta 8.



Fonte: Google Forms.

6.2. PLANO DE ESCOPO

6.2.1 QUADRO DE REQUISITOS

De acordo com os dados obtidos a partir do questionário aplicado aos arquitetos e designers de interiores, com isso foi feito um levantamento das necessidades do projeto, foram definidos os principais requisitos funcionais e de conteúdo para o novo site da Metro Materiais. Tendo como objetivo garantir uma navegação mais intuitiva e que valorize os produtos da marca. Os elementos essenciais definidos para o site são:

Tabela 2. Quadro de Requisitos.

1º	Página inicial com apresentação da marca e destaques visuais dos ladrilhos hidráulicos;
2º	Página dos produtos com imagens aplicadas em ambientes,
3º	Página institucional com a história da empresa, reforçando sua tradição e exclusividade no segmento;
4º	Botão fixo para atendimento via WhatsApp;
5º	Versão mobile da interface;

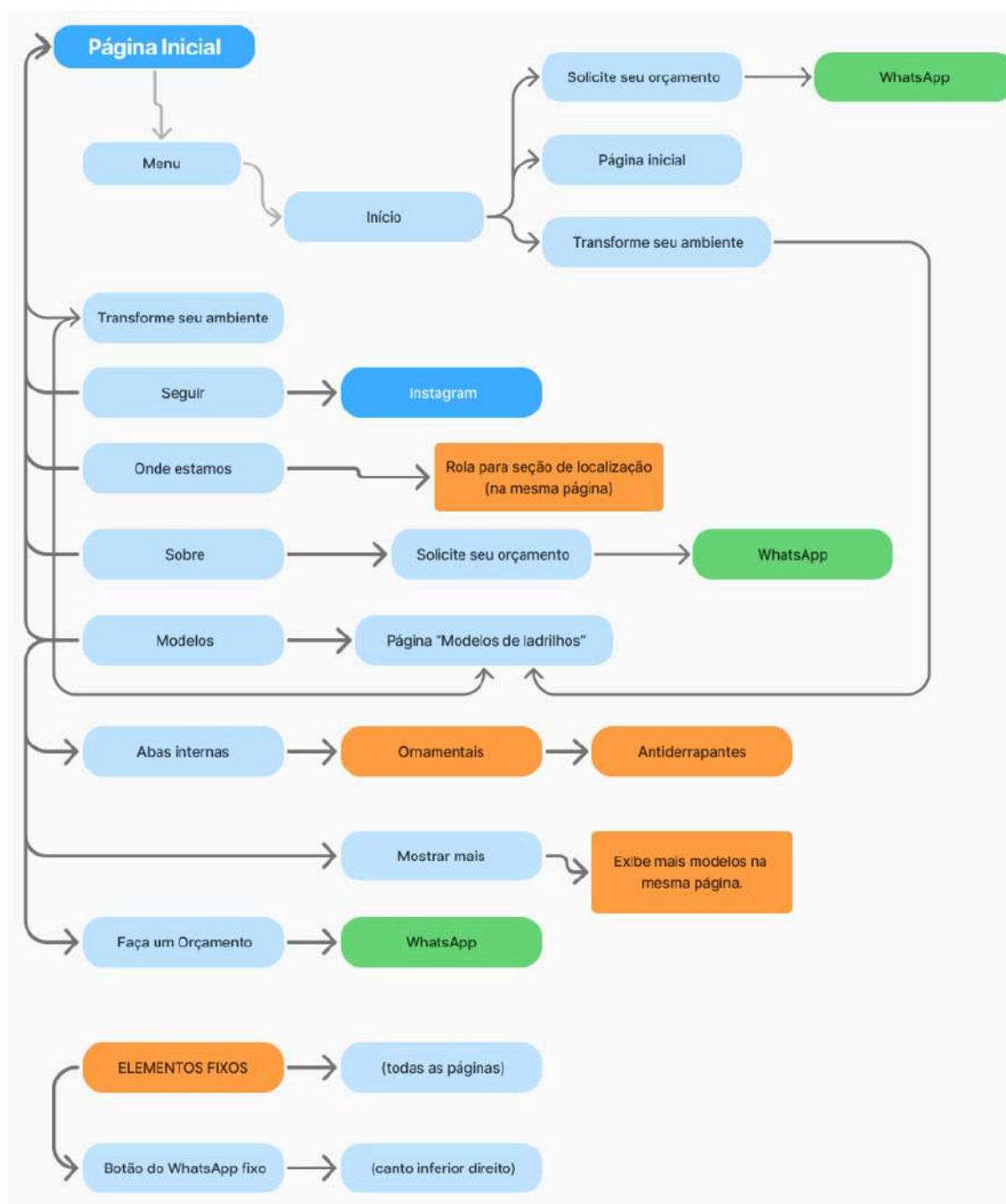
Fonte: O autor.

6.3. PLANO DA ESTRUTURA

6.3.1 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

Com a definição dos principais conteúdos e das prioridades de navegação, a estrutura do site foi planejada de forma mais direta e funcional, buscando facilidade no acesso às informações e deixando menos complexas as interações. A organização das páginas e botões segue uma lógica simples, com foco em facilitar o uso tanto em desktop quanto na versão mobile.

Figura 23. Fluxo da arquitetura da interface.



Fonte: O autor.

6.4. PLANO DE ESQUELETO

6.4.1 Wireframes

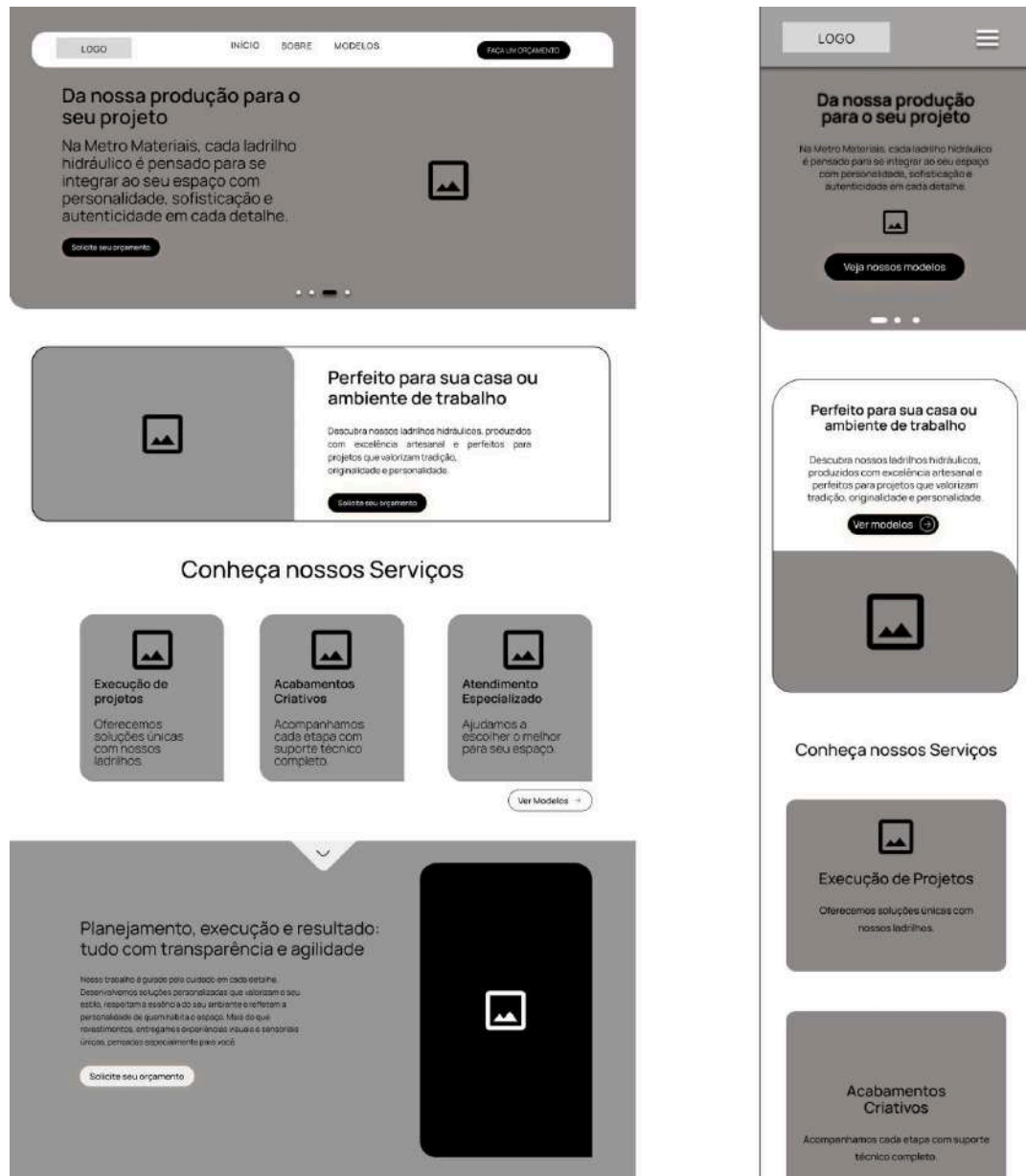
O Plano do Esqueleto aborda a estrutura visual das páginas do site, utilizando a criação de wireframes. Nesta fase a disposição dos elementos gráficos e funcionais da interface é determinada com base na hierarquia e no fluxo da interface criado anteriormente.

Os wireframes das páginas inicial, sobre e modelos foram criados, mostrando a estrutura de cada uma. Os princípios da Gestalt, como proximidade, similaridade e continuidade, serviram como base para a construção visual desses layouts, visando criar uma organização clara e de fácil compreensão visual. A proximidade refere-se à disposição de elementos próximos entre si para indicar que possuem relação, facilitando a leitura. A similaridade consiste no uso das cores, formas ou tipografias semelhantes para identificar elementos com a mesma função, como botões de ação, o que ajuda o usuário a reconhecer padrões. Já a continuidade diz respeito à organização dos elementos de modo que o olhar do usuário seja guiado naturalmente pela interface, favorecendo a navegação intuitiva.

Os wireframes são necessários para transmitir a complexidade do resultado pretendido (GARRETT, 2011), mostrando a localização de cabeçalhos, menus, áreas de conteúdo, botões de chamada para ação, imagens e rodapés. Também foram analisados a questão da responsividade, garantindo que a estrutura da interface se mantenha funcional tanto em versões desktop quanto no mobile.

¹ Gestalt é uma palavra de origem alemã que significa "forma" ou "configuração". Na psicologia da percepção, refere-se a uma abordagem que estuda como o ser humano organiza os estímulos visuais em estruturas significativas e coesas.

Figura 24. Parte do wireframe da página inicial, versão a e b.



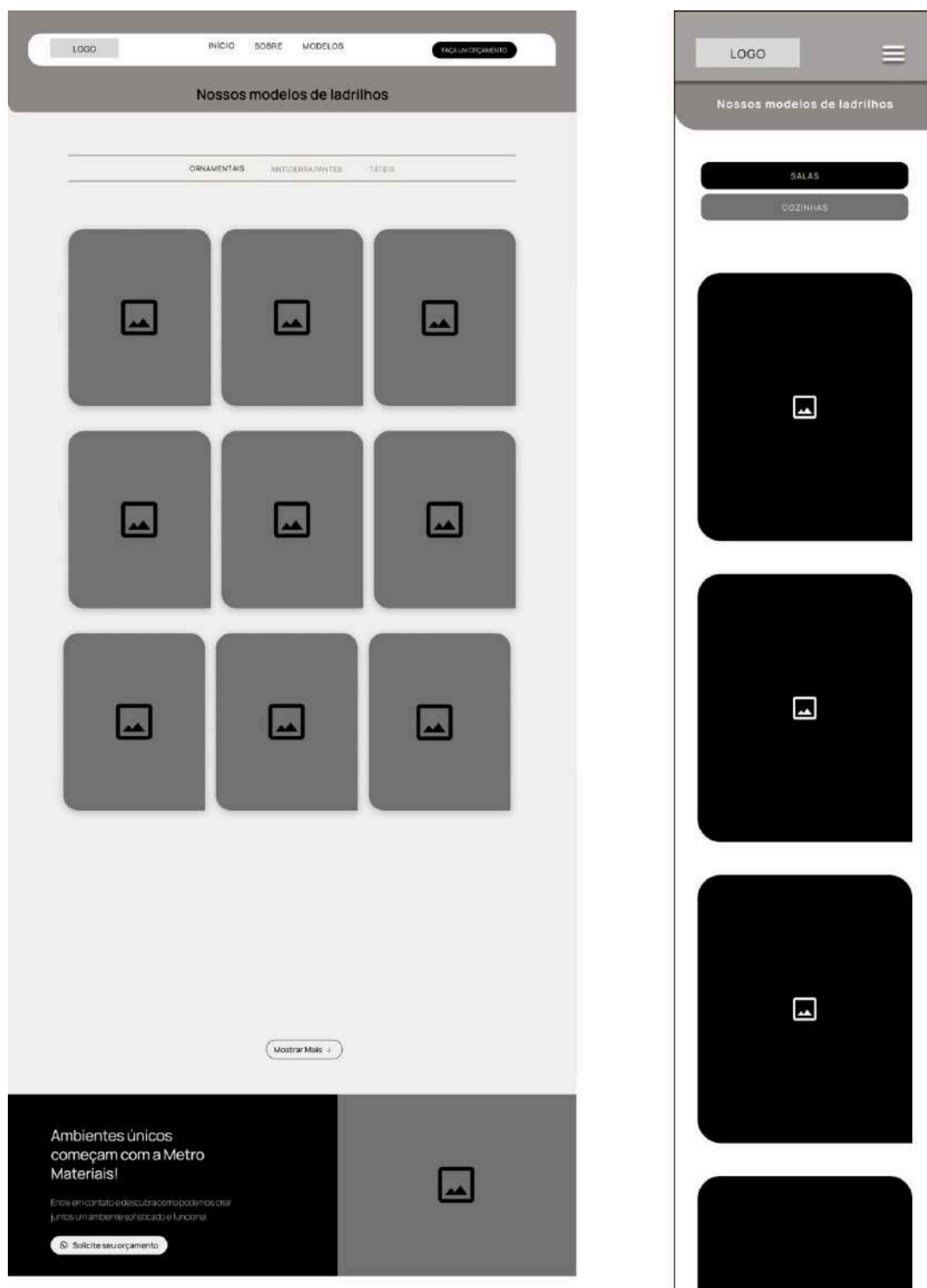
Fonte. O autor.

Figura 25. Parte do wireframe da página sobre, versão desktop e mobile.



Fonte. O autor.

Figura 26. Parte do wireframe da página modelos, versão desktop e mobile.



Fonte. O autor.

6.5. PLANO DE SUPERFÍCIE

6.5.1 Desenvolvimento do conceito visual

O Plano da Superfície representa parte final do desenvolvimento do redesign e se concentra na aparência visual da interface, unindo todos os planos anteriores em uma

interface final. Nessa fase, são aplicados os elementos visuais que formam a identidade e estética, incluindo a paleta de cores, a tipografia, os ícones e os componentes gráficos que constroem o visual da interface.

6.5.2 Paleta de cores

A paleta de cores utilizada foi definida com base no manual de identidade visual fornecido pela empresa, preservando a conexão com a marca Metro Materiais. Os tons escolhidos foram azul marinho, azul, cinza claro e cinza escuro, que transmitem seriedade, equilíbrio e elegância, mostrando a sofisticação dos produtos artesanais da marca de acordo com a psicologia das cores.

Figura 27. Logo da Metro Materiais



Fonte. instagram @metromaterias

Figura 28. Paleta de cores.



Fonte. O autor.

6.5.3 Tipografia

A tipografia utilizada foi a “Manrope”, uma fonte sem serifa que combina legibilidade e com uma estética sendo mais moderna, é uma fonte open source do google fontes criada por Michael Sharanda. A escolha tipográfica surgiu da necessidade de manter uma leitura mais fluida tanto em títulos quanto em textos mais longos em variados tamanhos de tela.

Figura 29. Tipografia.



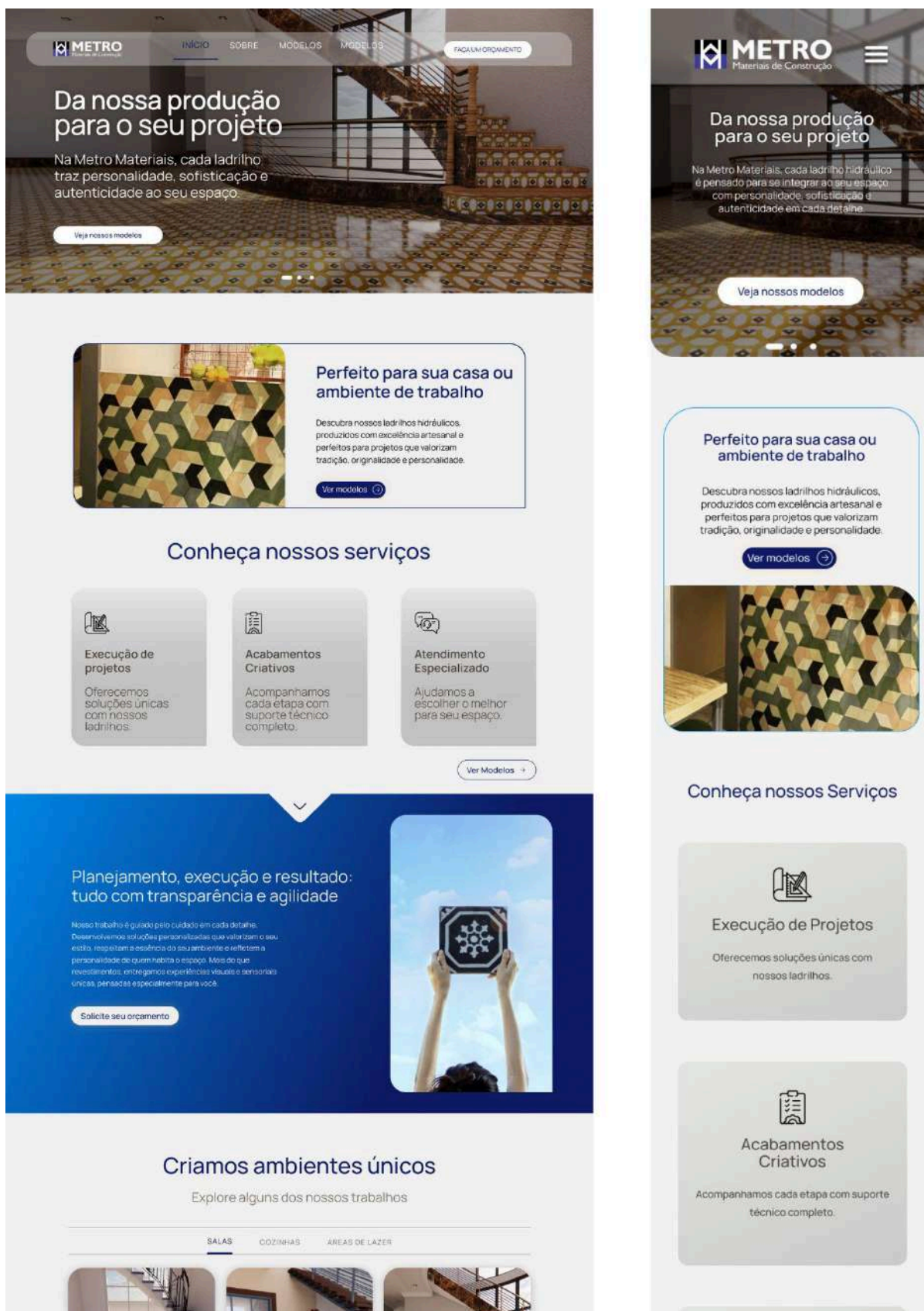
Fonte. Adaptado do site <https://fonts.google.com/specimen/Manrope>.

6.6. PROTÓTIPO DE ALTA FIDELIDADE

De acordo com as escolhas visuais e estruturais estabelecidas foi criado o protótipo de alta fidelidade no Figma², mantendo a fidelidade o mais próximo possível com slides interativos, modais e navegação de menus nas seções. Além disso, foram utilizados mockups criados diretamente no SketchUp para proporcionar uma representação mais precisa dos ladrilhos. O protótipo inclui as três páginas fundamentais (Início, Sobre e Modelos) e simula a navegação autêntica para mobile e desktop. Essa versão final da interface possibilita a realização de testes no projeto de maneira clara e demonstra, de forma prática, a aplicação de todas as etapas anteriores para uma interface de site institucional.

² Figma é uma ferramenta online de design de interface e prototipagem, que permite criar, testar e colaborar em projetos de forma simultânea e em tempo real, diretamente no navegador.

Figura 30. Parte da interface de alta fidelidade da página modelos, versão desktop e mobile.



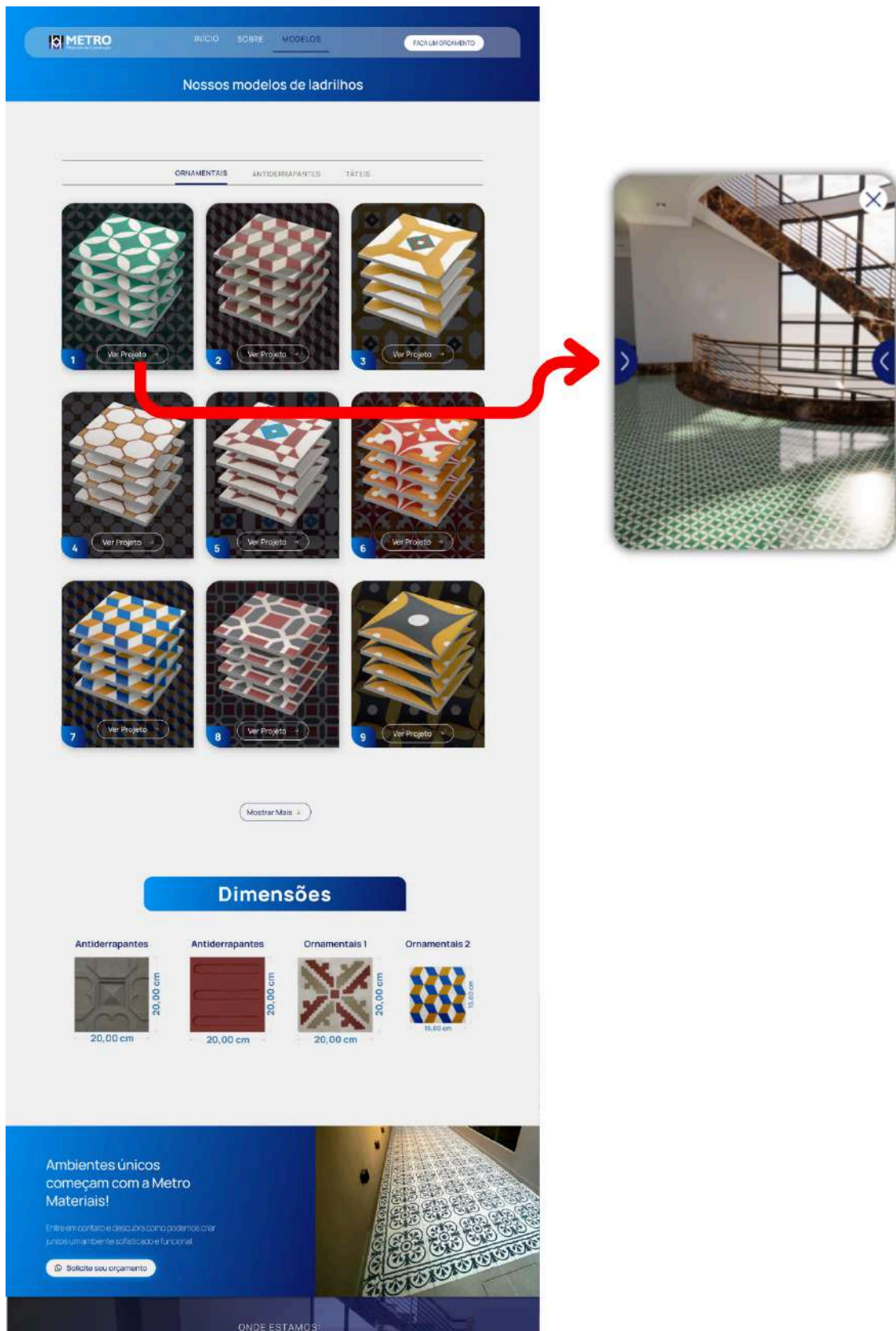
Fonte. O autor.

Figura 31. Parte da interface de alta fidelidade da página sobre, versão desktop e mobile.



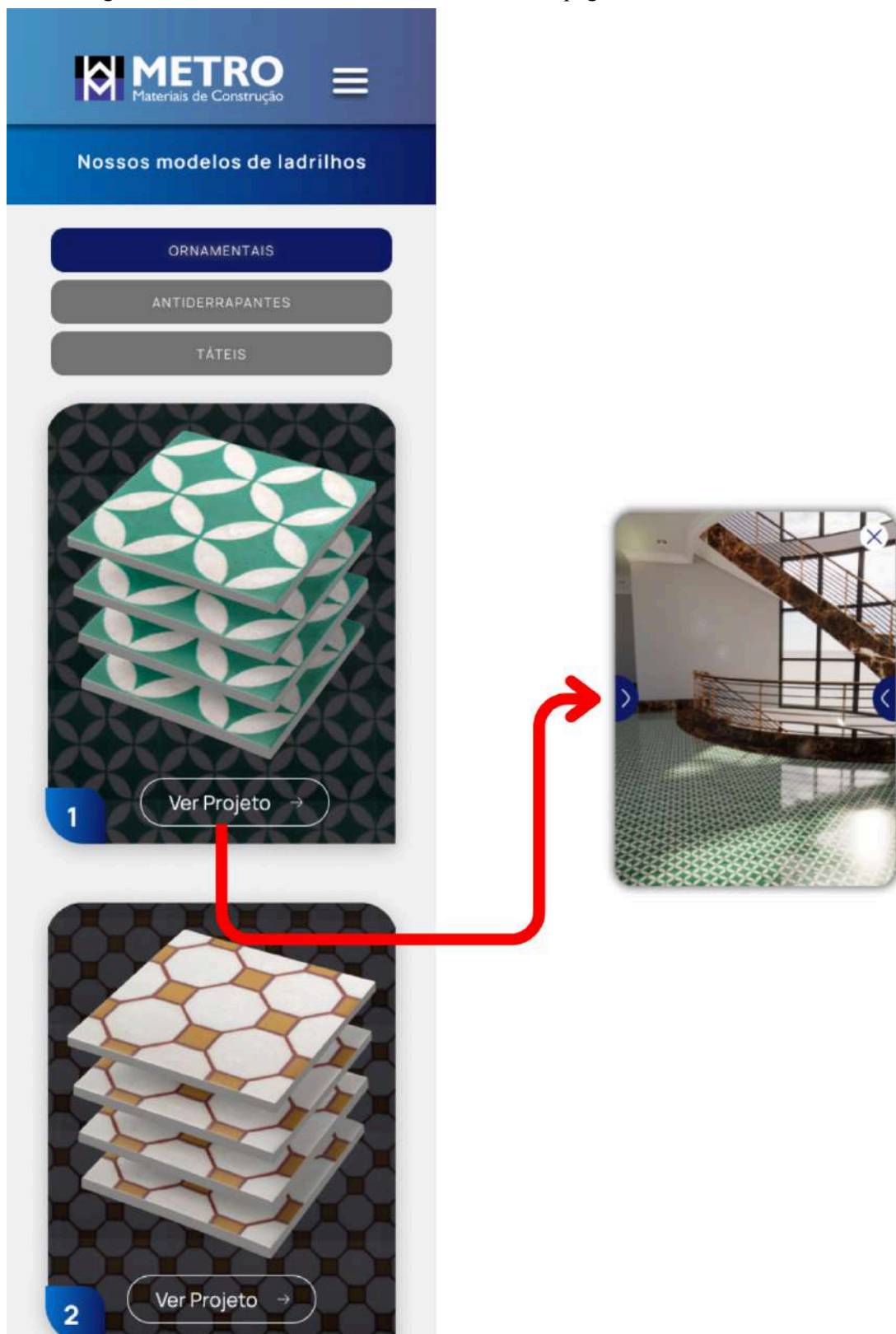
Fonte. O autor.

Figura 32. Parte da interface de alta fidelidade da página modelos, versão desktop.



Fonte. O autor.

Figura 33. Parte da interface de alta fidelidade da página modelos, versão mobile.



Fonte. O autor.

7. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base na pesquisa sobre como um redesign pode aumentar a confiança do público-alvo, a proposta da nova interface do site da Metro Materiais tem o objetivo apresentar um protótipo capaz de promover melhorias e comunicar os principais valores da marca que são as tradições da história da família, exclusividade e qualidade artesanal.

Os resultados mais significativos incluem a introdução de carrosséis interativos na parte principal da página, possibilitando uma apresentação mais dinâmica tanto dos ladrilhos quanto das inspirações dos produtos. Esses elementos são exibidos em mockups que simulam um ambiente, permitindo que o cliente tenha uma noção do produto, aprimorando assim a experiência de navegação e tornando a comparação entre os modelos de forma mais fácil. Além disso, foram incluídos botões de orçamento e contato, com acesso rápido ao WhatsApp, o que simplifica bastante o atendimento e torna a navegação mais eficiente para quem busca uma resposta imediata.

Figura 34. Carrossel da página início, versão desktop.



Fonte. O autor.

A história da empresa é um dos diferenciais da Metro Materiais e foi incluída de forma mais destacada na página Sobre, que reforça a origem artesanal e o valor histórico cultural da marca. Também foram adicionadas seções importantes para um site institucional, como missão, visão e valores, fazendo a identidade da marca se aproximar do visitante com um contexto histórico e cultural do produto.

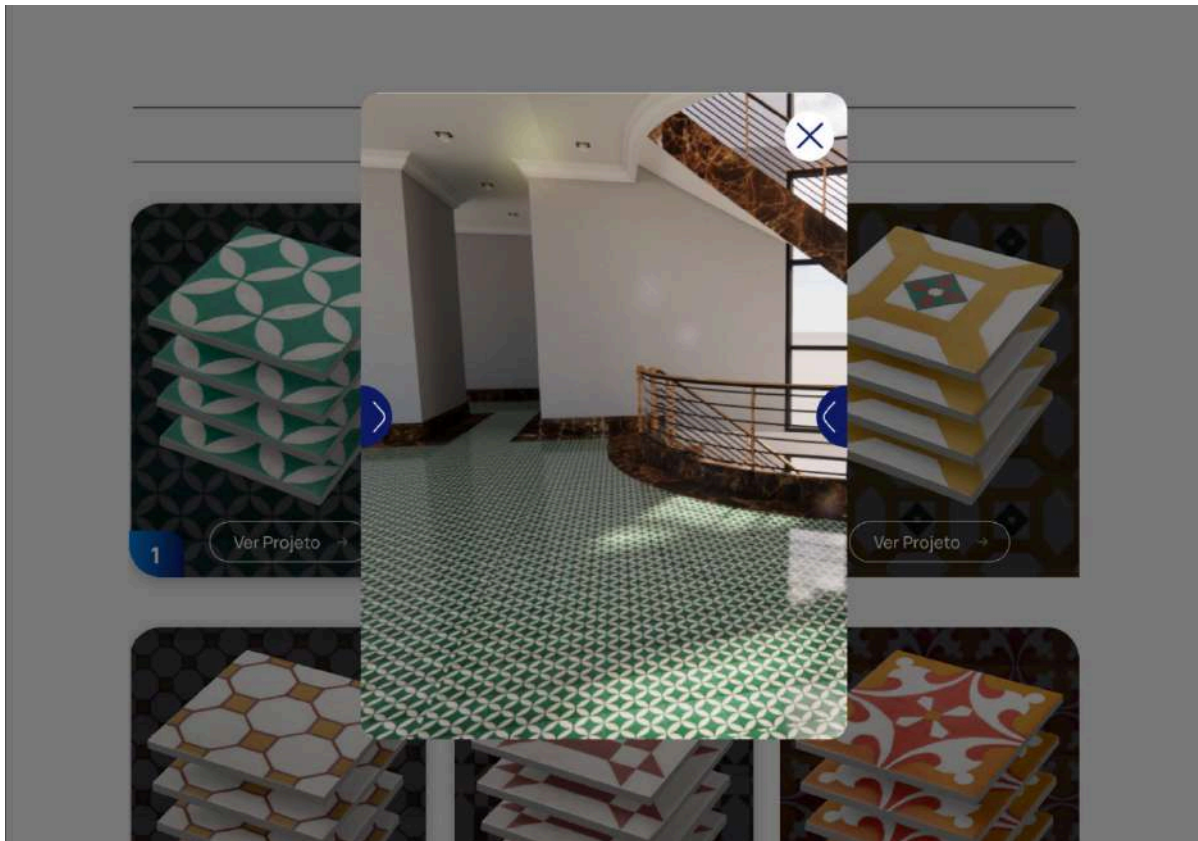
Figura 35. Página “sobre”, versão desktop.



Fonte. O autor.

Na página Modelos foi criada uma galeria organizada por estilos de ladrilhos, com menu mostrando os modelos de forma organizada, separando as categorias ornamentais, antiderrapantes e táteis. Cada modelo possui um modal mostrando o ladrilho aplicado em um ambiente, inspirado na estrutura do site anterior, porém de forma mais aprimorada. Além da imagem individual do ladrilho, o modal também apresenta visualizações mais realistas do produto aplicado por meio de mockups tridimensionais criados diretamente no SketchUp. Essa solução foi pensada especialmente para projetos que ainda não têm aplicações fotográficas reais, fazendo com que o usuário tenha uma noção de como fica a aplicação do produto.

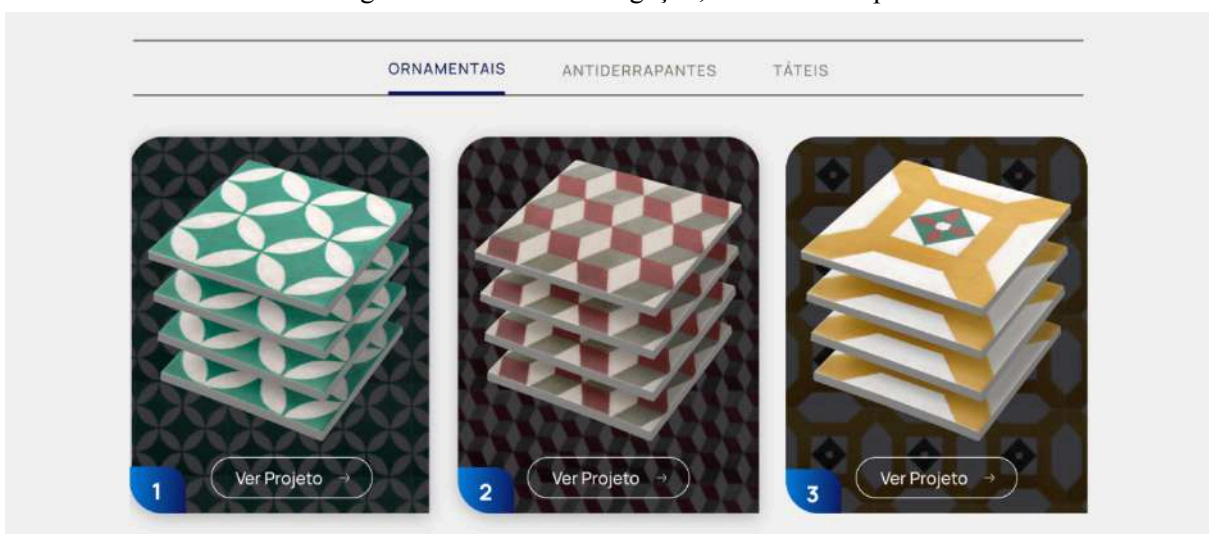
Figura 36. Modal, versão desktop.



Fonte. O autor.

A implementação do menu de navegação nas seções internas foi reestruturado para ser mais direto e funcional que direcionam o visitante de forma intuitiva ao que realmente procura, mostrando os modelos reorganizados, permitindo que o usuário explore os produtos de acordo com estilos e categorias.

Figura 37. Menu de navegação, versão desktop.



Fonte. O autor.

A nova interface passou a apresentar também as dimensões dos ladrilhos diretamente nos modais de cada modelo. Essa informação que antes não era exibida no site anterior é fundamental para profissionais como arquitetos e designers de interiores que precisam de dados técnicos mais precisos para aplicação em projetos. A inclusão das medidas pode contribuir para a tomada de decisão no momento da escolha do produto.

Figura 38. Dimensões dos ladrilhos, versão desktop.



Fonte. O autor.

Essas estratégias mostram que o objetivo do redesign apresenta uma interface mais clara, visualmente atrativa e que valorize os produtos da Metro Materiais, funcionando não apenas como um catálogo online, mas como um ponto de contato que seja funcional entre a empresa e seu público-alvo.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como principal objetivo criar um protótipo de redesign para o site da Metro Materiais, com a intenção de deixar a presença digital da empresa mais profissional e fácil de usar. A ideia surgiu depois de analisar que o site antigo tinha uma aparência ultrapassada e não facilitava a navegação e não valoriza os produtos da empresa.

Durante o processo, foi possível entender melhor o que os usuários realmente procuram em sites desse nicho, principalmente arquitetos e designers de interiores, que participaram por meio de um questionário. Foram analisados sites de empresas parecidas e usei a metodologia dos cinco planos de Jesse James Garrett (2011) para organizar cada etapa do projeto. Entre os resultados mais importantes, dá pra destacar os carrosseis interativos com

os produtos aplicados em ambientes, a separação dos modelos por categorias, os botões de contato e orçamento via WhatsApp, além de manter a identidade visual que já existia na empresa. Tudo isso deixou o site mais claro, moderno e útil para quem acessa.

Em questão das limitações, por ser um protótipo feito no Figma, não foi possível testar a interface com usuários reais navegando e testando de fato no site por conta de tempo de teoria e prática também foi curto para aprofundar algumas etapas, mas ainda assim foi possível construir uma proposta bem pensada e baseada em referências sólidas.

Para trabalhos futuros com a mesma proposta e estrutura, recomenda-se dar continuidade ao projeto por meio da implementação da interface, já hospedada no site, incluindo a realização de testes de usabilidade com o público-alvo. Além disso, seria relevante considerar o desenvolvimento de um simulador de ambientes, que permita aos clientes visualizar a aplicação dos ladrilhos em diferentes espaços de forma prática e intuitiva. Tal ferramenta contribuiria para uma melhor compreensão do produto no ambiente real, aprimorando a experiência do usuário.

Após a entrega do protótipo, o dono da Metro Materiais forneceu um retorno valioso, destacando a clareza da identidade visual e a facilidade de acesso às redes sociais, além de confirmar que as necessidades principais foram atendidas. Ele também sugeriu melhorias para futuras versões, como a inclusão de imagens mostrando a configuração completa de 16 peças dos modelos, para facilitar a visualização dos desenhos, e o desenvolvimento de um simulador de cores para os ladrilhos, permitindo ao cliente personalizar o produto antes da compra. Essas sugestões indicam caminhos importantes para a evolução do projeto.

Por fim, por ser um protótipo acredito que ele já mostra como a metodologia de design mais especificamente para a elaboração de sites, pode ajudar empresas como a Metro Materiais a se posicionar melhor e valorizar os ladrilhos para futuros clientes. É uma forma de mostrar que é possível pensar em soluções práticas que fazem diferença para o usuário.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ana. Tendências da Web para 2025: Prepare Seu Site para o Futuro. a.ndc, 2 set. 2024. Disponível em: <https://agenciandc.com.br/a-ndc/tendencias-da-web-para-2025-prepare-seu-site-para-o-futuro/>. Acesso em: 15 março 2025.

ALEX, Jefferson. Elementos da Experiência do Usuário by Garrett e a Estratégia de Validação. Medium, 14 março 2021. Disponível em: <https://jeffersonalex.medium.com/elementos-da-experi%C3%Aancia-do-usu%C3%A1rio-by-garrett-e-a-estrat%C3%A9gia-de-valida%C3%A7%C3%A3o-96cebc2c6aa5>. Acesso em: 25 fev. 2025.

BUENO, Juliana; ANTONIOLLI, Karina de Abreu; HELENO, Letícia Lôndero. Moodle - UFPR: um redesign de interface centrado no usuário. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO, 9.; CONGRESSO NACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN DA INFORMAÇÃO, 9., 2019, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Belo Horizonte: Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI, 2019. ISBN 978-85-212-1728-2. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/moodle-ufpr-um-redesign-de-interface-centrado-no-usurio-33749>. Acesso em: 30 abril 2025.

CASAGRANDE, Erich. O Que é Benchmarking, Como Fazer e Exemplos Práticos. Semrush, 23 set. 2022. Disponível em: <https://pt.semrush.com/blog/benchmarking/>. Acesso em: 12 abr. 2025.

DESENVOLVIMENTO PARA WEB. Wireframe Web: guia completo. Disponível em: <https://desenvolvimentoparaweb.com/ux/wireframe-web-guia-completo/>. Acesso em: 29 abr. 2025.

GARRETT, Jesse James. The Elements of User Experience: user-centered design for the web and beyond. 2. ed. Berkeley: New Riders, 2011.

GUIMARÃES, Felipe; EQUIPE AELA. Os 7 Princípios de Gestalt e Como Utilizá-los em projetos de UI Design. Aela, 19 abr. 2021. Disponível em: <https://www.aela.io/pt-br/blog/conteudos/os-7princípios-de-gestalt-e-como-utiliza-los-em-projetos-de-ui-design>. Acesso em: 2 maio 2025.

HERMOGENES, Fábio Alexandre et al. Design de Hipermissão: o website para a Ala Cultural. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO, 7., 2015. **Anais [...]**. São Paulo: Blucher, 2015. (Blucher Design Proceedings, v. 2, n. 2). ISSN 2318-6968. DOI 10.5151/designpro-CIDI2015-congic_5. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/design-de-hipermdia-o-website-para-a-ala-cultural-20346>. Acesso em: 30 abr. 2025.

KRUG, Steve. Não me Faça Pensar! 2. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2006. Tradução de Acauan Pereira Fernandes.

MARTINS, Souto. Princípios da Usabilidade e do User Experience (UX). LinkedIn, 10 fev. 2021. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/princ%C3%AAdpios-da-usabilidade-user-experience-ux-souto-martins-cbpp>. Acesso em: 5 março 2025.

MANROPE. Google Fonts. Disponível em: <https://fonts.google.com/specimen/Manrope>. Acesso em: 20 maio 2025.

NORMAN, Donald A. Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

PINHATA, Gabrielle. 10 Heurísticas de Nielsen: melhorando a usabilidade de suas interfaces. Programmers, 4.2 anos atrás. Disponível em: <https://www.programmers.com.br/blog/10-heurísticas-de-nielsen-melhorando-a-usabilidade/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

ROGERS, Y.; SHARP, H.; PREECE, J. Design de Interação. Porto Alegre: Bookman Editora, 2013.

APÊNDICE A - Questionário Aplicado com os Participantes

Abaixo está o questionário que foi usado na pesquisa. Ele foi aplicado para coletar informações importantes com base na opinião dos participantes sobre o tema do trabalho.

Questionário: (Designer de Interiores e Arquitetos)

1. Ao visitar o site de um fornecedor de ladrilhos hidráulicos, quais são as três informações ou funcionalidades mais essenciais que você precisa encontrar rapidamente? (Selecione as três opções mais importantes para você):

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Catálogo completo de produtos /coleções
- ☐ Fotos de alta qualidade dos produtos (detalhes)
- ☐ Catálogo completo dos produtos
- ☐ Opções de cores e personalização bem explicadas
- ☐ Contato direto e rápido (WhatsApp, telefone)
- ☐ Informações sobre a empresa e o processo artesanal

2. Pensando na apresentação visual dos ladrilhos no site, qual formato você considera mais útil ou inspirador para seu trabalho? (Selecione a opção principal):

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Galeria com fotos de alta qualidade do produto isolado, mostrando detalhes e texturas.
- ☐ Imagem dos produtos aplicados em ambientes.
- ☐ Apenas o produto isolado sem aplicação no ambiente.
- ☐ Uma combinação equilibrada de fotos do produto isolado e fotos de ambientes aplicados.

3. Qual destas opções representa sua maior frustração ou dificuldade ao usar sites de fornecedores de materiais de construção /acabamento: (Selecione quais as principais frustrações):

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Dificuldade em encontrar informações técnicas específicas.
- ☐ Fotos de baixa qualidade ou que não mostram bem o produto.
- ☐ Falta de preços ou dificuldade em obter um orçamento.
- ☐ Navegação confusa ou site lento.
- ☐ Site não funciona bem no celular /tablet.
- ☐ Dificuldade em encontrar informações de contato.

4. Considerando a qualidade geral do site de um fornecedor, qual destes aspectos mais influencia positivamente sua decisão de contatá-lo ou especificar seu produto: (Selecione o aspecto mais influente):

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Facilidade e rapidez em encontrar informações técnicas completas.
- ☐ Qualidade visual do site e das imagens (inspiração e profissionalismo).
- ☐ Facilidade de navegação e uso intuitivo da plataforma.
- ☐ Clareza e detalhamento sobre as opções de personalização.

5. Em uma escala de 1 a 5, qual a importância de o site do fornecedor ter um site responsivo em dispositivos móveis:

1	2	3	4	5
☆	☆	☆	☆	☆

6. Quais elementos você considera indispensáveis para facilitar a navegação em um site:

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menu bem visível e intuitivo
- ☐ Página inicial com informações resumidas
- ☐ Botões de acesso rápido (ex.: contato, orçamento)
- ☐ Filtros e categorias bem definidos
- ☐ Barra de busca funcional

7. Na sua experiência, o que mais atrapalha a navegação em um site profissional:

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menus confusos ou escondidos
- ☐ Excesso de informação na mesma página
- ☐ Falta de hierarquia nos textos e seções
- ☐ Carregamento lento de imagens ou páginas
- ☐ Layout poluído visualmente

8. O que chama mais sua atenção ao acessar um site pela primeira vez:

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Organização visual clara
- ☐ Imagens de qualidade e bem posicionadas
- ☐ Textos objetivos e fáceis de ler
- ☐ Destaques ou chamadas visuais bem aplicadas
- ☐ Estrutura do menu e das categorias

APÊNDICE B - Links Navegáveis do Protótipo



[Link Versão mobile](#)



[Link versão desktop](#)

ANEXO A – Contrato com o Proprietário da Empresa Metro Materiais

Nas próximas páginas segue o contrato firmado com o proprietário da empresa Metro Materiais, que autorizou a criação do novo design do site. Este documento serviu para registrar que o ele estava de acordo com o projeto e com o uso das informações da empresa neste trabalho de conclusão de curso.

SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO PARA PROTOTIPAGEM DE SITE E DIVULGAÇÃO EM PORTFÓLIO

Autorização

À

Metro Materiais

Att: Januário Ferreira de Souza Neto

Assunto: Solicitação de autorização para prototipagem de site e divulgação em portfólio digital

Prezado Sr. Januário Ferreira de Souza Neto,

Eu, **Johnathan Wesley Batista Sousa**, estudante do Instituto Federal da Paraíba (IFPB - Cabedelo), atualmente cursando **Design Gráfico** com matrícula **202227010035**, estou desenvolvendo meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e gostaria de utilizar a empresa **Metro Materiais** como estudo de caso para a prototipagem de um site.

O objetivo inicial do projeto é a criação de um protótipo visual e funcional, sem fins comerciais, com uso acadêmico para o TCC. Caso o resultado seja satisfatório e de interesse da empresa, estarei disponível para futuramente apresentar uma proposta de implementação real.

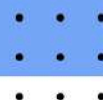
Além disso, solicito a autorização para divulgar o protótipo e o processo de criação em meu portfólio digital e em plataformas como [Behance, Dribbble, etc.], com o objetivo de exibir minhas habilidades e promover meu trabalho profissional. O material divulgado será tratado de forma ética, respeitando a confidencialidade de dados sensíveis da empresa.

Agradeço a atenção e me coloco à disposição para qualquer esclarecimento necessário.

Atenciosamente,

Johnathan Wesley Batista Sousa

Estudante – IFPB Cabedelo

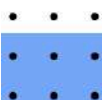


Autorização

Declaro para os devidos fins que autorizo a utilização do nome e informações da empresa Metro Materiais para a prototipagem de um site no âmbito acadêmico do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de **Johnathan Wesley Batista Sousa**, assim como a divulgação do projeto em portfólio digital, conforme descrito neste documento.

Januário Ferreira de Souza Neto
Assinatura do Responsável

Johnathan Wesley Batista Sousa
Assinatura do Aluno



Página de assinaturas

Johnathan Wesley Batista Sousa

Johnathan Sousa
[informação omitida por privacidade]
Signatário

Januario N

Januario Neto
[informação omitida por privacidade]
Signatário

HISTÓRICO

- | | | |
|---------------------------------|---|---|
| <p>17 fev 2025
16:05:34</p> |  | <p>Johnathan Wesley Batista Sousa criou este documento. (Email: johnathanwesley96@gmail.com, CPF: 095.559.674-23)</p> |
| <p>17 fev 2025
16:05:35</p> |  | <p>Johnathan Wesley Batista Sousa (Email: johnathanwesley96@gmail.com, CPF: 095.559.674-23) visualizou este documento por meio do IP 187.19.225.175 localizado em João Pessoa - Paraíba - Brazil</p> |
| <p>17 fev 2025
16:05:49</p> |  | <p>Johnathan Wesley Batista Sousa (Email: johnathanwesley96@gmail.com, CPF: 095.559.674-23) assinou este documento por meio do IP 187.19.225.175 localizado em João Pessoa - Paraíba - Brazil</p> |
| <p>21 fev 2025
11:16:18</p> |  | <p>Januario Ferreira De Souza Neto (Email: metromaterials@terra.com.br, CPF: 024.331.964-93) visualizou este documento por meio do IP 177.37.144.229 localizado em Campina Grande - Paraíba - Brazil</p> |
| <p>21 fev 2025
11:16:18</p> |  | <p>Januario Ferreira De Souza Neto (Email: metromaterials@terra.com.br, CPF: 024.331.964-93) assinou este documento por meio do IP 177.37.144.229 localizado em Campina Grande - Paraíba - Brazil</p> |



Escaneie a imagem para verificar a autenticidade do documento Hash SHA256 do PDF original
c3b8daa9d79542615d908d4a48da2d8ecd12f4147f45358baf0b2876ab36ddf0
<https://valida.ae/6eef0290ca57ee8fa2a7394c28a2ae7631cfa7698e8fdb0fd>



	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC com ficha catalográfica e folha de aprovação - UMA NOVA EXPERIÊNCIA DIGITAL_ Protótipo de Redesign de Interface da Metro Materiais

Assunto:	TCC com ficha catalográfica e folha de aprovação - UMA NOVA EXPERIÊNCIA DIGITAL_ Protótipo de Redesign de Interface da Metro Materiais
Assinado por:	Johnathan Sousa
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Johnathan Wesley Batista Sousa, DISCENTE (202227010035) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 18/08/2025 19:51:16.

Este documento foi armazenado no SUAP em 18/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1577982
Código de Autenticação: 7543098faf

