

**Sandra Vasconcelos**

**Matrícula:** 4052025000785

**MVP Sprint:** Pesquisa com usuários

**Pesquisa:** Avaliação de uso da plataforma e-commerce (Shopee) - sistema de filtros para busca

## **Requisitos para o Desenvolvimento do MVP**

A pesquisa a ser desenvolvida procura a realização de uma análise de UX para compreender as dificuldades, necessidades e percepções dos consumidores da plataforma de e-commerce. Dentre elas, escolheu-se como foco a Shopee para um estudo mais direto, com especificidade no que se refere ao uso dos filtros de busca na versão web desktop para encontrar algum produto e efetuar sua compra. Foi escolhida essa plataforma como foco central pela sua popularidade que foi conquistada entre os brasileiros. Pelo seu apelo de preços acessíveis, variedade de produtos e facilidade no acesso, essa plataforma ainda assim convive com uma série de críticas recorrentes relacionadas à experiência de uso, especialmente quanto à eficiência dos filtros e à organização da interface. O site oferece várias opções de produtos de diferentes preços e também oferta mercadorias importadas de diversos vendedores diferentes, tornando-se, assim, importante o uso correto de uma filtragem por parte do usuário para encontrar o que deseja. Mas, para análise como uma visão geral até para fins de comparação para o cenário do e-commerce, também levantou-se duas outras plataformas de uso recorrente pelos brasileiros (Amazon e Mercado Livre) para fins de comparação e debate, o enriquecendo de dados e informações.

Links usados para as plataformas escolhidas para análise comparativa:

- <https://www.shopee.com.br>
- <https://www.amazon.com.br>
- <https://www.mercadolivre.com.br>

Durante as entrevistas, outros sites foram exemplificados para um contexto geral pelos usuários, sendo eles:

- <https://www.reidoscoins.com.br>
- <https://www.gcmgames.com.br/>
- <https://www.kabum.com.br>

## **Domínio de Aplicação e Sistemas Existentes**

Neste contexto, plataformas de e-commerce como Mercado Livre e Amazon se destacam como sistemas mais reconhecidos que servem geralmente como referência na estruturação de filtros de busca mais eficientes e intuitivos nesse mercado. Ambas apresentam soluções importantes que podem servir de inspiração, como a organização hierárquica de categorias, filtros destacados em barras laterais e opções claras de ordenação dos resultados. Por outro lado a Shopee, apesar de ser altamente famosa com o oferecimento de promoções e cupons, revela importantes problemas na eficácia dos seus filtros de busca para os usuários encontrarem o que desejam. O excesso de informações na interface, combinado com filtros pouco visíveis ou de difícil configuração, cria uma experiência de uso muitas vezes ineficaz.

Durante a análise preliminar, foram identificadas algumas ideias que poderiam ser potencialmente incorporadas na Shopee a partir da observação dos sistemas concorrentes listados anteriormente: a possibilidade de apresentar filtros já aplicados de maneira clara e acessível, permitindo que o usuário possa desfazer ou ajustar seus critérios sem dificuldade, é um elemento presente na Amazon e que poderia melhorar significativamente a experiência na Shopee. Outra ideia, como a inclusão de filtros mais precisos, como a estimativa de tempo de entrega, como apresentado no Mercado Livre, também representa uma oportunidade de melhoria, considerando a ansiedade e a expectativa dos consumidores em relação à confiabilidade das compras online. Além disso, a Amazon apresenta filtros que o Mercado Livre não apresenta e vice-versa, gerando assim uma oportunidade para um possível fator comum do que seria o mais relevante para os usuários em sua busca e o que cada uma ainda não oferece e que poderia ser enriquecedor para as ferramentas.

## **Entrevista Semiestruturada**

Para a realização desta pesquisa, definiu-se como foco o papel de comprador, utilizando as plataformas através do site no computador. Esse perfil é bastante comum e facilmente acessível, o que viabiliza a execução das entrevistas propostas, ao mesmo tempo que garante uma aproximação realista com os desafios enfrentados por esse tipo de usuário. Os compradores são pessoas que buscam uma experiência ágil, prática e segura ao realizar compras pela internet, utilizando filtros como uma das principais ferramentas para reduzir o volume de informações e encontrar produtos que atendam às suas expectativas. Contudo, eles frequentemente se deparam com a dificuldade de compreender ou configurar os filtros disponíveis, ou mesmo com resultados de busca que não correspondem aos parâmetros previamente definidos.

## **Preparação para a Entrevista**

A partir da definição do foco da pesquisa para entender as necessidades e gostos dos usuários ao fazerem compras em e-commerce online e sua experiência online, foi necessário estruturar o processo de entrevistas. Essa etapa compreende tanto o planejamento das entrevistas quanto sua execução, análise e reflexão, sendo essencial para garantir que os dados obtidos realmente reflitam a vivência dos usuários com o sistema escolhido a ser estudado e o desenvolvimento desse trabalho.

Como explicado, o primeiro passo foi a preparação do material necessário para a condução das entrevistas, incluindo a definição do perfil dos participantes, a elaboração do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE, anexado junto à entrega do trabalho) e a construção de um roteiro de perguntas que permitisse acessar, de maneira aprofundada, a experiência subjetiva narrada dos usuários escolhidos.

Optou-se por entrevistas semiestruturadas, pois esse formato permite certa flexibilidade, abrindo espaço para que os participantes relatem livremente situações, sensações e interpretações pessoais em relação ao uso da plataforma. As perguntas foram formuladas de forma aberta, para evitar direcionamentos ou induções. O objetivo principal foi estimular os participantes a descreverem suas experiências reais, com base em situações específicas e as vivenciadas anteriormente ou durante o teste na entrevista, e não responderem de forma genérica ou idealizada. As primeiras perguntas do roteiro foram pensadas para criar uma ambientação inicial, permitindo que o entrevistado se sinta confortável para falar sobre sua rotina de uso, para depois aprofundar no uso de outras plataformas e poder focar na Shopee.

As entrevistas serão conduzidas de forma online pelas plataformas *Discord* e *Google Meet* para facilitar a conversa com o usuário e permitir uma gravação de voz, vídeo e gravação de tela para a análise posterior e aqui desenvolvidas ao decorrer do trabalho.

## **Definição e descrição dos papéis de potenciais usuários e stakeholders**

Para esta pesquisa, foi definido que o foco de investigação recairia sobre compradores de plataformas de e-commerce, com atenção especial à experiência de uso dos filtros de busca. Este papel foi escolhido por ser amplamente representativo, acessível e por oferecer múltiplas possibilidades de análise de uso real em contextos variados de compra online.

Outros stakeholders importantes, como os próprios desenvolvedores das plataformas e os lojistas que criam suas contas para venderem produtos, são reconhecidos como relevantes para o ecossistema, mas foram deixados de fora deste trabalho por uma questão de escopo

e tempo. A decisão de priorizar o papel de compradores visa garantir uma análise qualitativa mais profunda, baseada em relatos de usuários reais sobre sua interação com os filtros, suas dores e levantamento de persona e cenários.

O grupo de entrevistados para analisar o papel do comprador é composto por usuários finais que consomem por meio de plataformas digitais, como Shopee, Mercado Livre, Amazon e outras ferramentas populares no Brasil. Esses usuários representam o papel central de "compradores online", que interagem diretamente com os sistemas de busca e filtragem de produtos, sendo impactados tanto positivamente quanto negativamente pelas decisões de design e usabilidade dessas interfaces.

Ao concentrar a pesquisa exclusivamente nesse papel, busca-se aprofundar a compreensão sobre as motivações, dificuldades, estratégias e percepções desses consumidores ao navegar e refinar suas buscas utilizando os filtros disponíveis. A escolha de consumidores comuns com diferentes níveis de familiaridade tecnológica, frequência de uso e objetivos de compra permite captar uma amostra rica de experiências que refletem a realidade do público geral.

Dessa maneira, o roteiro final desenvolvido para essa pesquisa foi o seguinte:

### **Apresentação inicial**

Olá! Obrigada por aceitar participar da entrevista. Estou desenvolvendo um trabalho acadêmico para minha Pós-graduação pela PUC-RIO sobre a experiência de usuários da Shopee na versão para computador, com foco especial no uso dos filtros de busca. A entrevista vai durar cerca de 30 minutos.

Com sua permissão, assim como assinado pelo TCLE, vou gravar a conversa apenas para fins de análise posterior. Caso deseje, pode abrir sua tela para me mostrar algum exemplo do que esteja falando ou para fazer algum teste.

Podemos começar?

### **Contexto geral de uso para compras online**

- Para começar, a entrevista será feita com o foco na plataforma pelo site no computador. Mas para entender o seu uso preferido, você costuma usar para compras em um geral o computador ou prefere o celular?
- Quando usa o computador, com que frequência faz compras ou buscas por produtos em plataformas de e-commerce?
- Quais são as plataformas que mais usa?
- Quando está procurando um item, você costuma usar os filtros de busca?

### **Contexto de uso da Shopee**

<ul style="list-style-type: none"><li>● Agora vamos focar na Shopee. Você costuma comprar com que frequência na plataforma?</li><li>● Há quanto tempo você a utiliza?</li></ul>
<p><b>Satisfação com a experiência</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Você usa a ferramenta de filtragem quando vai procurar um produto?<ul style="list-style-type: none"><li>○ Quais? Por que usa essas? Por que não usa as outras?</li></ul></li><li>● Como você se sente ao utilizar a ferramenta de busca online?<ul style="list-style-type: none"><li>○ Agora, especificamente, na Amazon?</li><li>○ E no Mercado livre?</li><li>○ E na Shopee?</li></ul></li></ul>
<p><b>Desempenho percebido</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Você tem a impressão que os filtros estão selecionando os produtos da maneira que você espera?</li><li>● O quão relevante está sendo o uso dos filtros nessas plataformas?</li></ul>
<p><b>Facilidade ou complexidade de uso</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Na sua opinião, os filtros da Shopee são fáceis de entender e usar?<ul style="list-style-type: none"><li>○ Você já desistiu de usar os filtros porque achou complicado ou confuso?</li></ul></li></ul>
<p><b>Consistência</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Quando você aplica diferentes filtros em buscas parecidas, percebe resultados consistentes?</li><li>● Entre as plataformas, você tem a sensação que o mesmo filtro está respondendo a um mesmo comportamento?</li><li>● Você nota se há alguma lógica clara na forma como os filtros são organizados na tela?</li></ul>
<p><b>Aprendizado ao longo do uso</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Quando começou a usar a Shopee no computador, você aprendeu a usar os filtros rapidamente ou levou um tempo para entender como funcionam?</li><li>● Tem algum que ainda evita por não saber exatamente para que serve ou como se comporta?</li></ul>
<p><b>Expectativas e sugestões</b></p>

- O que você acha dos sistemas de filtro nos sites em um geral?
- Se pudesse melhorar alguma coisa nos filtros de site de e-commerce, o que mudaria?
  - E na Shopee, comparado ao Mercado Livre e à Amazon?

#### **Encerramento**

- Tem mais alguma coisa que gostaria de comentar sobre sua experiência usando os filtros de busca em sites de e-commerce?
  - E mais especificamente, algo para os filtros da Shopee?

Agradeço novamente pela sua participação! Suas respostas vão me ajudar a entender melhor como a experiência pode ser aprimorada para os usuários.

## **Execução das Entrevistas**

Antes de aplicar essas entrevistas com os participantes principais, será realizada uma entrevista-piloto. Essa etapa tem como função avaliar a clareza das perguntas, verificar o tempo de duração da entrevista, a fluidez da conversa e a capacidade do roteiro de gerar informações úteis e relevantes. Além disso, a entrevista-piloto servirá como um ensaio para a condução, permitindo que eu perceba, na prática, se consigo aprofundar os pontos levantados e tomar adequadas enquanto o entrevistado narra sua experiência. A partir dos aprendizados obtidos com esse piloto, o roteiro poderá passar por ajustes, com inclusão, exclusão ou reformulação de perguntas.

O teste-piloto da pesquisa foi conduzido com Pedro Maia, advogado de 30 anos, com experiência moderada em compras online, especialmente por meio de plataformas como Mercado Livre. A entrevista teve como objetivo testar a clareza do roteiro, a fluidez da condução e a pertinência das perguntas, antes da coleta principal de dados com os demais participantes.

Durante a conversa, Pedro demonstrou familiaridade com o uso geral de filtros de busca, mas ressaltou que, na plataforma Shopee, seu uso é mais esporádico. Quando questionado sobre os filtros, relatou que costuma aplicá-los apenas quando está em busca ativa por algo específico, destacando que eles funcionam bem para eliminar resultados irrelevantes. Apesar disso, apontou que alguns filtros, como "local de envio", poderiam ser reorganizados, pois considera critérios como "faixa de preço", "categoria" e "avaliação" mais importantes. Ele também relatou que nunca teve problemas técnicos com os filtros, e os considera fáceis de entender e aplicar.

Ao decorrer do teste-piloto, percebeu-se que as perguntas poderiam ser enxugadas e feitas para entender melhor as dores e as necessidades dos usuários para usar plataformas de e-commerce em um geral, para depois focar na Shopee. Assim, houve mudança em algumas perguntas para o usuário relatar suas experiências, como:

- *Você costuma usar os filtros da Shopee?* no início para Você usa a ferramenta de filtragem quando vai procurar um produto?. Dessa forma, o usuário pode relatar melhor sobre o uso de filtros em diferentes plataformas de e-commerce.
- *Você já teve a impressão de que os filtros não funcionaram corretamente?* é uma pergunta enviesada, desenvolvendo-a para Você tem a impressão que os filtros estão selecionando os produtos da maneira que você espera?
- Adaptação de perguntas que eram apenas para o contexto da Shopee para contextos gerais, com follow-ups para cada plataforma para uma análise aprofundada de casos. Por exemplo, em vez de perguntar apenas *Como você se sente ao utilizar a busca na Shopee?*, perguntou-se Como você se sente ao utilizar a ferramenta de busca online? Agora, especificamente, na Amazon? E no Mercado livre? E na Shopee?
- Criação de mais perguntas comparativas para gerar mais dados relevantes, como Comparando com outras plataformas como você enxerga a Shopee?

Além disso, nota-se que o usuário usualmente não se lembra de muitas especificidades sobre utilizar uma ferramenta específica como filtro de busca, ao qual percebeu-se oportuno liberar que o mesmo abra sua tela para fazer interações rápidas e fáceis por plataformas escolhidas em sua busca. Assim, a gravação de sua navegação e suas frustrações ao usar esse sistema de busca não só da Shopee, mas entre outros sites também, como Amazon, Mercado Livre, entre outros, gerou relatos e dados interessantes para a análise. Por parte da autora e entrevistadora, me senti mais a vontade ao decorrer da chamada para fazer mais perguntas de *follow-up*, perguntando sobre suas frustrações e o que mais gosta nesses sites para serem ressaltadas.

Em conclusão dessa fase, o teste-piloto foi fundamental para validar a estrutura da entrevista, além de oferecer ajustes estratégicos que permitiram uma coleta mais profunda e direcionada nas conversas seguintes. Embora as informações de Pedro não tenham sido utilizadas na análise principal, sua participação contribuiu de maneira importante para o refinamento do processo metodológico da pesquisa.

Para a realização das entrevistas oficiais utilizando o roteiro previamente explicado, foram recrutados participantes que exercem o papel de jovens adultos consumidores (entre 25 e 30 anos) em plataformas de e-commerce, com preferência declarada por compras realizadas via

computador (desktop). Os entrevistados foram selecionados com base em critérios simples, porém estratégicos: familiaridade com compras online, acesso regular a plataformas de e-commerce e disponibilidade para participar de uma conversa remota com duração aproximada de 30 minutos. Ao todo, foram realizadas entrevistas com três participantes distintos que se encaixam no papel de usuários finais: Marcelo Drummond, Catharina Santos e Cláudio Vianna. A transcrição de suas entrevistas está anexada no documento em conjunto com o do trabalho para leitura caso pertinente.

## **Análise dos Resultados das Entrevistas**

As entrevistas foram conduzidas com o roteiro semiestruturado relatado anteriormente, o que permitiu explorar com flexibilidade os relatos dos participantes. Foi possível perceber que o uso prático da plataforma durante a entrevista enriqueceu a qualidade das respostas. Ainda assim, algumas perguntas poderiam ter sido mais aprofundadas, especialmente aquelas relacionadas à comparação direta entre plataformas ou à percepção da lógica por trás da ordenação e estruturação dos filtros. A entrevista-piloto, realizada com Pedro Maia, foi fundamental para ajustes no roteiro e na abordagem das entrevistas seguintes. A partir dela, ficou evidente a importância de estimular que os participantes naveguem ativamente pela plataforma durante a conversa, além de explorar como eles interpretam os elementos da interface, e não apenas suas preferências declaradas por memória quando a utilizaram no passado.

As entrevistas de Marcelo, Catharina e Cláudio foram todas feitas online, com anotações feitas pela autora e entrevistadora. Marcelo apresentou dificuldades ao entender a Shopee por ser sua primeira vez a usando, surpreendendo-se com os resultados ao navegar por sua busca. Por ter um perfil mais introvertido, percebeu-se que Marcelo desenvolve-se melhor com as perguntas sendo guiadas para que ele dite seus pensamentos em relação às suas experiências. Já Catharina, por trabalhar com produto, foi mais vocal em relação ao que pensa e o que acha durante sua navegação. Muito experiente em relação ao uso de computador e buscas de diferentes plataformas, a entrevistada procurou de forma extensiva transmitir suas opiniões e sensações ao usar filtros de busca em plataformas online. Cláudio, por sua vez, não trabalha diretamente com tecnologia, demonstrando ter uma experiência mais casual com plataformas de compras e seu uso, explicando como usa apenas os itens mais comuns ao pesquisar por produtos. Mesmo assim, depois de um tempo de entrevista, o entrevistado sentiu-se mais à vontade para narrar e exemplificar com casos sobre suas experiências ao fazer buscas e pesquisas em plataformas online, gerando ótimos resultados de dados.



Dessa forma, as informações coletadas por meio dos participantes Cláudio Vianna, Marcelo Drummond e Catharina Santos permitiram uma compreensão qualitativa aprofundada da experiência de consumidores em plataformas de e-commerce, especialmente no uso dos filtros de busca. Os entrevistados demonstraram como principal objetivo encontrar algum produto que deseja no momento de forma rápida, eficiente e segura, confiando nos resultados apresentados pelas plataformas. O uso dos filtros foi identificado como uma ferramenta que pode facilitar significativamente esse processo, mas que nem sempre cumpre esse papel de maneira satisfatória. Foi possível identificar uma necessidade comum entre os participantes: a de refinar suas buscas com o menor esforço possível, sem se perder em excessos de informação ou em etapas pouco claras. Todos relataram já ter buscado produtos com urgência ou especificidade e destacaram que nesses casos os filtros deveriam ser aliados importantes, mas por vezes se mostraram limitantes, confusos ou frustrantes.

Marcelo valoriza sistemas de filtros que ofereçam controle e clareza. Ele reconhece que os filtros podem ser úteis, mas se frustra quando não há opções visíveis para desfazer ou modificar critérios aplicados. Considera que plataformas como Mercado Livre e Kabum têm estrutura mais intuitiva, embora menos completa que a Shopee. Criticou fortemente a interface de filtros da Shopee, principalmente por não permitir reverter filtros com facilidade e por exigir login para ações simples. A aplicação inicial dos filtros funciona bem, mas a retirada ou ajuste dos critérios gera frustração. Ele também apontou problemas na visibilidade dos filtros e na lógica de ordenação dos resultados.

Catharina tem experiência com diferentes plataformas e valoriza sistemas de busca bem estruturados. Ela considera que Amazon e Mercado Livre oferecem filtros mais inteligentes, organizados e com inferência de contexto. Ela usa filtros principalmente quando busca itens usados ou raros. A entrevistada avaliou os filtros da Shopee como desorganizados e pouco confiáveis. Apontou inconsistências nos resultados, categorias mal atribuídas e falta de clareza no funcionamento de filtros como “loja indicada”. Ela reconhece que antes não reparava nessas falhas porque usava a Shopee de forma objetiva, mas após olhar com atenção, considera os filtros mal implementados.

Cláudio é um usuário prático, que prioriza confiança e clareza nos resultados. Ele usa filtros como “frete grátis”, “mais vendidos” e “lojas oficiais” com frequência e valoriza a organização visual dos resultados. Considera a Amazon a plataforma mais eficiente nesse sentido. Dessa forma, acha que os filtros da Shopee ajudam, mas poderiam ser mais bem organizados. Ele sentiu falta de filtros como “mais vendidos” e criticou o excesso de opções genéricas exibidas inicialmente, que o desmotivam. Sugeriu melhorias na apresentação dos produtos e destacou a dificuldade de entender como filtros como “em destaque” funcionam.

Os entrevistados atribuíram maior valor a filtros que permitissem controle direto sobre aspectos importantes da compra, como: categoria, faixa de preço, avaliação de usuários, frete grátis, entrega rápida e indicação de loja oficial. Por outro lado, filtros como local de envio, especialmente quando fragmentado por estados redundantes (como poder selecionar o estado da loja ao mesmo tempo que pode selecionar como compra “nacional”, exemplo “Rio de Janeiro” e “Nacional”) e filtros vagos como “loja indicada” ou “em destaque”, foram apontados como pouco relevantes ou mal explicados. A percepção de que certos filtros funcionam por lógicas internas não visíveis ao usuário gerou insegurança e desconfiança em relação à qualidade dos resultados.

Ao refletirem sobre suas experiências, os participantes destacaram como aspectos positivos a ampla oferta de produtos e a presença de filtros com potencial para ajudar, desde que usados corretamente. Entretanto, a falta de previsibilidade no funcionamento dos filtros e a dificuldade de desfazer escolhas foram pontos bastante negativos dentro da Shopee. A ausência de botões visíveis e funcionais para limpar filtros, a presença de filtros escondidos na parte inferior da tela e a sensação de que não estavam sendo aplicados corretamente em algumas situações tornaram a navegação mais frustrante.

Embora cada entrevistado apresente hábitos e prioridades distintas, teve um consenso em relação às falhas na clareza da interface e na previsibilidade do sistema de filtragem. Cláudio destacou a importância da organização visual dos resultados e sugeriu melhorias no layout de exibição dos produtos. Catharina expressou insatisfação com a categorização automatizada e com a falta de explicações sobre o que cada filtro realmente faz. Já Marcelo observou que, embora os filtros funcionem inicialmente, o processo de desfazer escolhas ou retomar o estado anterior se mostra confuso ou até impossível, o que compromete a experiência.

## **Elaboração de Personas**

### **Persona 1 – Marcelo Drummond**

Slogan: Se o filtro não me ajuda, ele me atrapalha.

Idade: 26 anos

Profissão: Desenvolvedor

Frequência de compras online: Mensal

Objetivo principal: Encontrar rapidamente produtos específicos em e-commerce sem precisar logar, garantindo possa ter uma boa experiência de navegação por poder aplicar e remover filtros de forma clara e sem perder resultados relevantes.

Expectativas e comportamentos: Marcelo é um usuário analítico, com experiência em tecnologia e senso crítico em relação ao comportamento dos sistemas. Ele busca praticidade e controle sobre a navegação. Costuma confiar nas primeiras opções que encontra, desde que elas estejam bem categorizadas. Prefere interfaces que permitem refinar e desfazer filtros com facilidade e se frustra quando é obrigado a logar para navegar livremente pelo site.

Trechos da entrevista que fundamentam a persona:

- “Em quase todo o tempo houve algum resultado irrelevante. Quanto mais filtros eu aplicava, mais os resultados pioravam. Quando comecei com três filtros — categoria, localização e destaque — funcionou bem. Mas adicionar preço e desconto complicou tudo.”
- “Alguns filtros ficam fora da tela, escondidos. O botão de “limpar tudo” fica tão embaixo que nem vi.”
- “Se fosse só explorando e não estivesse logado, eu desistiria e buscaria em outra loja.”

## **Persona 2 – Cláudio Vianna**

Slogan: “Quanto mais direto, melhor.”

Idade: 28 anos

Profissão: Químico

Frequência de compras online: Quinzenal

Objetivo principal: Localizar rapidamente produtos confiáveis, com bom custo-benefício para comprar durante promoções ou datas especiais.

Expectativas e comportamentos: Cláudio é um usuário que valoriza confiança e praticidade. Usa plataformas que já conhece e só explora outras quando realmente necessário. Costuma aplicar filtros como “destaque” ou “mais vendidos” porque acredita que esses critérios refletem a confiabilidade dos produtos e se frustra quando não consegue informações na tela que o dê confiança para efetuar a compra.

Trechos da entrevista que fundamentam a persona:

- “Uso os filtros para garantir que estou comprando algo que sei que vai chegar, não uma caixa com um tijolo.”
- “Na Shopee, por exemplo, eu mudaria o layout dos produtos exibidos. Tiraria as bordas e colocaria quatro itens por linha, com imagens maiores. Também poderia ter um modo horizontal como o Mercado Livre faz, mostrando mais informações do produto logo na listagem.”

- “(...) apareceria muita coisa aleatória, o que desanima. O excesso de opções genéricas logo de cara me faz querer sair do site.”

#### **Relacionamentos entre personas:**

Marcelo representa o perfil técnico do comprador casual. Pode ser comparado com outros usuários mais experientes, mas que ainda assim esperam que a interface funcione bem mesmo em ações simples como aplicar/remover filtros. Já Cláudio representa um perfil mais pragmático, interessado em confiabilidade e clareza visual. Complementa a persona de Marcelo por trazer um olhar mais voltado à organização do conteúdo do que à mecânica da interface para completar sua compra da maneira mais eficiente possível.

A partir da criação das personas, houve uma reflexão em quais perguntas poderiam ter sido feitas para adicionar um maior detalhamento para elas e poderiam ter aprofundado aspectos importantes de suas personalidades e costumes de uso:

- **“Quando você desiste de uma busca por um produto, o que normalmente causou essa decisão?”**

**Porque perguntar:** Permitiria compreender os limites de frustração ou tolerância à complexidade nas plataformas, além de ajudar a identificar os gatilhos negativos na experiência.

**Exploraria melhor:** o comportamento de abandono de Marcelo frente à obrigatoriedade de login e a aversão de Cláudio ao excesso de informações nas personas.

- **“Você costuma confiar mais nos produtos com avaliações positivas ou nos que estão em destaque/mais vendidos?”**

**Porque perguntar:** Ajudaria a identificar como o usuário interpreta e hierarquiza critérios de confiança ao comprar.

**Exploraria melhor:** a lógica de Cláudio, que associa destaque com confiabilidade, e o olhar analítico de Marcelo que valoriza estrutura lógica na ordenação.

- **“Quando você busca um produto, você normalmente já sabe o que quer ou navega por curiosidade?”**

**Porque perguntar:** Essa pergunta ajudaria a entender se o usuário tem uma intenção clara ou se está aberto à descoberta, o que mudaria completamente como ele interage com os filtros.

**Exploraria melhor:** o comportamento orientado à missão de Marcelo e o consumo mais oportunista de Cláudio em datas promocionais.

- **“O que você considera mais importante: encontrar algo rápido ou encontrar a melhor opção possível mesmo que demore mais?”**

**Porque perguntar:** Ajudaria a distinguir usuários com foco em eficiência (como Cláudio) dos com foco em controle e precisão (como Marcelo), confirmando motivações distintas nas escolhas de filtro e interação com a interface.

**Exploraria melhor:** a motivação central do usuário ao utilizar a plataforma, ajudando a entender como ele equilibra tempo, praticidade e qualidade na sua experiência de compra.

## Elaboração de Cenários de Problema

Os cenários criados visam responder para análise os tópicos:

1. Contexto
2. Ator
3. Evento
4. Objetivo
5. Plano
6. Execução
7. Avaliação

### Persona 1 - Cenário 1

Durante uma pausa no trabalho, Marcelo [2 – ator] acessa a Shopee pelo computador de casa [1 – contexto] para procurar uma nova capa para seu celular, já que a sua havia quebrado e ele se preocupa com a proteção do aparelho [3 – evento]. A busca inicial mostra produtos simples e com preços acessíveis, exatamente como ele costuma preferir. Seu objetivo é encontrar uma capa funcional, barata e de boa aparência para substituir a antiga [4 – objetivo].

Motivado pelos bons resultados iniciais, Marcelo decide aplicar filtros de “faixa de preço” e “produtos com desconto” para tentar refinar ainda mais a busca e encontrar uma opção com o melhor custo-benefício possível [5 – plano]. Ele depende da funcionalidade do sistema de filtros da Shopee para ajustar os critérios e visualizar produtos mais alinhados ao que deseja [4 – objetivo].

No entanto, ao aplicar os filtros, os produtos desejados desaparecem da listagem e os novos resultados parecem irrelevantes. Marcelo tenta desfazer os filtros, mas não encontra um botão claro para isso. Quando localiza a opção de “limpar todos os filtros”, é surpreendido pela exigência de login obrigatório na conta, mesmo estando apenas explorando as opções e ainda sem intenção de finalizar a compra [6 – execução]. Isso o frustra profundamente e o faz abandonar a busca antes mesmo de considerar um produto.

Marcelo avalia que o sistema funcionou bem no início, mas falhou gravemente quando tentou refinar a busca, especialmente por não permitir um retorno simples ao estado inicial [7 – avaliação].

Esse cenário foi construído com base na fala: “Quando eu passei a usar o filtro, foi bom, mas para remover ele, foi pior” (Marcelo Drummond).

### **Persona 1 - Cenário 2**

Em casa, após o expediente, Marcelo [2 – ator] decide procurar um teclado novo para trabalho, já que seu modelo atual está desgastado e ele precisa de um substituto confortável e funcional para uso contínuo [1 – contexto, 3 – evento]. Ele deseja encontrar um produto com boa avaliação, preço justo e de uma marca confiável [4 – objetivo].

Ele inicia a busca digitando “teclado” no campo principal da Shopee e encontra algumas opções que chamam sua atenção. Para filtrar ainda mais, começa a aplicar filtros como “marca”, “avaliação” e “faixa de preço”, na expectativa de encontrar um modelo mais adequado às suas necessidades [5 – plano].

Conforme aplica os filtros, a experiência piora: os resultados se tornam menos relevantes, aparecem produtos fora do escopo esperado e ele nota que diversos filtros estão escondidos na parte inferior da tela [6 – execução]. Além disso, não há lógica aparente na ordem dos filtros, e ele se sente perdido e sobrecarregado tentando configurar todos eles corretamente.

Marcelo avalia a experiência como desorganizada e pouco confiável, e decide buscar em outras plataformas mais previsíveis como Kabum ou Mercado Livre [7 – avaliação].

Essa percepção foi fundamentada pela fala: “Quanto mais filtros eu aplicava, mais os resultados pioravam.” (Marcelo Drummond).

### **Persona 2 - Cenário 1**

Em um sábado à tarde, Cláudio [2 – ator] decide comprar um novo headset sem fio para trabalho [3 – evento]. Ele está tendo dificuldades com seus modelos com fio e precisa de um

produto que chegue rápido e seja confiável para reuniões online [1 – contexto]. Seu objetivo é localizar um headset de qualidade, com boas avaliações e entrega ágil [4 – objetivo].

Ele acessa a Shopee pelo computador e digita “headset” no campo de busca. A listagem inicial apresenta muitos produtos genéricos e não específicos. Cláudio decide aplicar os filtros de categoria e “em destaque”, esperando visualizar os mais populares ou bem avaliados [5 – plano].

No entanto, ao aplicar os filtros, os produtos mais alinhados com sua busca desaparecem e são substituídos por itens que não atendem ao seu interesse [6 – execução]. Cláudio começa a questionar o que o sistema realmente considera como “em destaque” e percebe que não consegue retornar aos resultados anteriores com facilidade, por agora conter vários outros produtos que a plataforma consta como relevante para compras, mas que não segue a busca que o usuário procura.

Sua avaliação é negativa, pois sente que perdeu o controle sobre os resultados e que os filtros, em vez de ajudar, prejudicaram sua experiência [7 – avaliação].

O trecho de apoio está na fala: “Mas alguns como “relevância” e “em destaque” são meio obscuros. A gente entende mais ou menos, mas não fica claro o critério usado.” (Cláudio Vianna).

## **Persona 2 - Cenário 2**

Próximo ao Dia dos Namorados, Cláudio [2 – ator] resolve comprar uma camiseta nova para sair com sua noiva [3 – evento]. Ele quer uma peça básica, preta, com preço acessível e no tamanho certo, ideal para a ocasião [4 – objetivo], navegando confortavelmente de casa pela Shopee [1 – contexto].

Após digitar “camiseta” na busca, ele aplica os filtros de cor, preço e tamanho para acelerar o processo [5 – plano]. No entanto, nota que muitos produtos exibidos não seguem os critérios aplicados. Os filtros parecem não surtir efeito total, e os resultados seguem variados e pouco objetivos. Além disso, Cláudio procura por um modo de exibir mais itens por página ou por um layout mais visual, mas não encontra opções.

Ele continua a navegação, mas sente-se sobrecarregado e cansado de rolar por páginas com itens que não refletem exatamente o que procurava [6 – execução].

Cláudio avalia a experiência como desgastante. Embora reconheça a variedade da Shopee, acredita que o excesso de opções genéricas e a falta de personalização visual da listagem de produtos tornam a experiência desmotivadora [7 – avaliação].

Esse cenário é sustentado pela fala: “O excesso de opções genéricas logo de cara me faz querer sair do site.”, e ainda por sua avaliação: “eu mudaria o layout dos produtos exibidos. Tiraria as bordas e colocaria quatro itens por linha, com imagens maiores”.

## Conclusão

A partir das informações pesquisadas, esse trabalho buscou compreender a experiência de usuários na utilização dos filtros de busca em plataformas de e-commerce, com foco especial na Shopee na versão web. Através de entrevistas semiestruturadas com participantes reais que representam o papel de compradores online, foi possível levantar percepções relevantes sobre a eficácia, usabilidade e clareza desses sistemas dentro do processo de navegação e tomada de decisão do consumidor.

A escolha da Shopee como objeto principal de estudo mostrou-se estratégica, já que se trata de uma das plataformas mais populares entre os brasileiros, mas que, ao mesmo tempo, apresenta fragilidades notáveis no que se refere à interface e à experiência do usuário, especialmente em comparação com fortes concorrentes como Amazon e Mercado Livre. Ainda que ofereça um sistema de filtros variado, as entrevistas revelaram que, muitas vezes, o excesso de informações e a ausência de uma lógica clara no funcionamento e organização dos filtros acabam dificultando e os deixando pouco intuitivos em como funcionam.

Ficou evidente que usuários valorizam ferramentas de filtragem que sejam não apenas funcionais, mas também transparentes em seu funcionamento. Filtros como “categoria”, “preço”, “avaliação” e “frete grátis” foram frequentemente mencionados como úteis, enquanto filtros como “loja indicada”, “relevância” e “em destaque” geraram dúvidas ou frustração. Além disso, aspectos como a possibilidade de desfazer filtros aplicados, reorganizar os produtos exibidos e personalizar a visualização foram citados como pontos que impactam diretamente a qualidade da experiência.

A pesquisa também demonstrou que, embora as plataformas concorrentes apresentem desafios semelhantes, muitas delas já adotam boas práticas que poderiam ser consideradas pela Shopee, como a exibição clara dos filtros aplicados e a hierarquia lógica entre as opções de filtragem. Nesse sentido, as sugestões apresentadas pelos próprios usuários se mostram coerentes e alinhadas com princípios de usabilidade e design centrado no usuário.

Conclui-se, portanto, que o sistema de filtros em lojas de e-commerce tem potencial, mas ainda carecem de ajustes importantes para oferecer uma experiência mais intuitiva, eficiente e condizente com as expectativas de seus usuários. O trabalho aqui desenvolvido representa um primeiro passo usando a Shopee como exemplo para refletir sobre como pequenas



mudanças no design e na arquitetura da informação podem impactar de forma significativa a experiência de consumo em ambientes digitais.