**USER EXPERIENCE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

# Ariana Rassweiler Barba1

# Igor Foht2

**Resumo**

O presente artigo discorre sobre uma pesquisa de mercado quantitativa de produtos da linha cama de tecido de algodão no Brasil, ferramenta que funciona como uma bússola para o desenvolvimento de produto e decisões estratégias comerciais visando o aumento da performance de vendas. Este estudo descreve o resultado da pesquisa de mercado e a análise de preços dos produtos da concorrência, bem como a análise técnica das diferenças entre os produtos. O resultado da pesquisa e as análises realizadas evidenciaram a necessidade de modificações nos produtos da empresa CAMESA, visando adequar-se aos preços praticados no mercado e aumentar o volume de vendas.

**Palavras Chave:** Pesquisa de Mercado, Concorrência, Preço, Produtos Têxteis para o Lar.

# Abstract

This article discusses a quantitative market research about product line of cotton fabric bed in Brazil, a tool that serves as a compass for product development and business strategy decisions aimed at increasing sales performance. This study describes the results of market research and analysis of price competitive products, and technical analysis of the differences between products. The result of the research and analysis carried out showed the need for changes in the Camesa company's products, in order to adapt to those market prices and increase sales volume.

Keywords: Market Research, Competition, Price, Textiles Houseware.

1 Bacharel em Administração. FURB. [ariana.rbarba@gmail.com](mailto:ariana.rbarba@gmail.com)

2 Mestre em Direção Estratégica de Marketing. FUNIBER. [igor.mktblu@gmail.com](mailto:igor.mktblu@gmail.com)

# INTRODUÇÃO

Na última década, a *experiência do usuário* (UX) tornou-se uma palavra de ordem no campo da interação de computadores e design de interação, principalmente como um movimento contra o paradigma de “usabilidade”, relacionado a tarefas e ao trabalho. Durante os últimos anos foram escritos diversos artigos sobre UX, com o objetivo de convencer a comunidade de TI (tecnologia da informação) a levar questões além da tarefa de forma mais importante. Porém mesmo com a UX sendo bastante discutida atualmente, em conferências e simpósios, a falta de pesquisa empírica é uma das razões para isso, impedindo assim o avanço teórico. A UX assume uma perspectiva "humana", interessando-se em compreender o papel do afeto como antecedente, consequência e mediador do uso da tecnologia. Além disso, é focado em emoções positivas. Evitar a frustração e a insatisfação do usuário (cliente) sempre foram um objetivo central. O que há de novo na pesquisa sobre UX é o foco em resultados emocionais positivos, como alegria, diversão e orgulho. (HASSENZAHL; TRACTINSKY, 2006).

A UX pode ser vista como um complemento à usabilidade(ARAUJO, 2014). Por usabilidade, entende-se como a habilidade do usuário em realizar a tarefa com sucesso (ISSO 9241-11, 1998). Nesse sentido, a experiência do usuário visa melhorar o conforto do usuário para completar sua tarefa através do foco das interações do usuário com seus aspectos físicos e sensoriais. Para Gomes Filho (2003), essa é uma das principais funções de um produto. Como há um laço íntimo entre as funções de um produto e sua usabilidade, segue que a UX, ao focar na interação individual com o produto e os sentimentos, percepções e intenções evocados dessa relação, é um auxiliar que promove a usabilidade através do foco na melhora das sensações que o usuário vive ou experimenta ao interagir com o produto.

As avaliações da UX na prestação de serviços buscam auxiliar na obtenção de um entendimento mais completo das necessidades dos consumidores, objetivando aprimorar o atendimento ao cliente e proporcionar uma melhor experiência do usuário quanto este precisa de suporte. Estas avaliações são realizadas após o atendimento de sua demanda, utilizando a ferramenta de pesquisa de satisfação enviada ao cliente.

Diante deste cenário, esta pesquisa aborda a experiência do usuário na prestação de serviços, na qual será avaliada a atual pesquisa de satisfação utilizada por uma empresa “X” no atendimento de suporte a seus clientes, com o objetivo de analisar as questões solicitadas ao respondente – se as perguntas feitas realmente obtém as respostas que a empresa precisa para analisar a UX do cliente no atendimento do suporte – e propor um método de pesquisa adequado conforme indicação da literatura.

# OBJETIVOS

# Objetivo Geral

Estudar os métodos já existentes de avaliação de experiência do usuário, aplicando-a na prestação de serviços.

# Objetivos Específicos

* Estabelecer as principais diferenças e similaridades entre os conceitos de experiência do usuário e usabilidade, com base na literatura;
* Identificar na literatura as principais métricas, fatores e métodos de avaliação de usabilidade e experiência do usuário;
* Avaliar a aplicabilidade dos métodos levantados, na prestação de serviço.

# JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA

Do ponto de vista científico, a escolha do tema vem determinado pelo crescente interesse acadêmico nas questões relacionadas à experiência do usuário e usabilidade. Os principais interesses estão relacionados às fases do processo de desenvolvimento de produtos, com estratégias ligadas à redução de custos e tempo, assim como o aprimoramento e a maior qualidade durante estas fases, bem como o fornecimento de suporte intelectual para planejamento de produto e desenvolvimento sustentável das empresas (ARAUJO, 2014).

Falta colocar a pergunta de pesquisa no final

# MÉTODOS E TÉNICAS DE PESQUISA

Esta pesquisa será realizada a partir da fundamentação teórica, estruturando o conceito de UX com base na definição de alguns autores. O instrumento de coleta de dados será ......

De acordo com os objetivos desta pesquisa, a mesma caracteriza-se por um estudo descritivo, que busca retratar as características da UX, expondo os fatos e fenômenos, com descrições qualitativas, visto que a identificação dos resultados não é numérica, mas avaliativa.

# FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para o desenvolvimento da sistemática para a avaliação da UX, é necessário que se conheça os principais conceitos relativos ao tema e os termos que abrangem tanto a experiência do usuário e a usabilidade quanto o processo de desenvolvimento de produtos. Ao se desenvolver um produto ou serviço, sabe-se que o mesmo se destina ao uso por pessoas com características específicas, e que estes usuários terão determinados objetivos e desejarão executar determinadas tarefas passíveis de serem realizadas com este produto (JORDAN, 1998; TUL-LIS e ALBERT, 2008; MAGUIRE, 2001). Além disso, o produto será utilizado dentro de uma determinada gama de ambientes técnicos, físicos e sociais ou organizacionais que podem influenciar seu uso. Por fim, sabe-se que cada usuário terá um comportamento e um contexto particular para o uso do produto. Com o constante surgimento de novas tecnologias, os produtos estão se tornando cada vez mais interativos e, por conseguinte, o seu desenvolvimento precisa estar direcionado também para as experiências do usuário, resultantes desta interação.

Um conceito empregado na área da Ergonomia e dos Fatores Humanos é o design centrado no usuário (User Centered Design - UCD), que foi inicialmente aplicado no desenvolvimento de páginas web. O UCD objetiva garantir que o produto atenda às necessidades do usuário para qual foi projetado, ou seja, para ser utilizável e compreensível (BARRINGTON, 2007; NORMAN, 1988). Assim, a prática do UCD pode ser vista como um subconjunto de fatores humanos que se concentra em computadores e suas aplicações (NORMAN, 2006). A definição anteriormente apresentada não coloca o envolvimento do usuário no desenvolvimento do produto explicitamente como uma necessidade. No entanto, esta pode ser uma forma de assegurar e avaliar se as necessidades e interesses dos mesmos estão sendo atendidos. Para Rubin e Chisnell (2008), o design centrado no usuário representa as técnicas, processos, métodos e procedimentos para a concepção de produtos e sistemas utilizáveis, mas tão importante, é a filosofia que coloca o usuário no centro do processo. Barrington (2007) salienta que o UCD converge na experiência do usuário em primeiro lugar, visando projetar o produto (sob todos os seus aspectos) para atender o usuário, em oposição ao projeto de produto centrado no desenvolvimento, no qual o foco está na solução técnica e a partir dela é criada a interface com o usuário do produto.

Esta norma estabelece os quatro princípios fundamentais do UCD:

1. O envolvimento ativo dos usuários e a clara compreensão do usuário e dos requisitos da tarefa: conhecendo os usuários e seus requisitos, é possível fornecer soluções de projeto de acordo com as suas necessidades e objetivos (PREECE et al., 2005);

2. Uma alocação adequada de função entre o usuário e o sistema: é importante para determinar quais aspectos de uma tarefa deve ser realizada pelo sistema e quais devem ser realizadas pelo usuário (MAGUIRE, 2001; ZEMPO e OGAWA, 2013);

3. Iteração de soluções de projeto: trata-se do refinamento das opções de projeto com base no feedback. A iteração permite a revisão do projeto de forma cíclica, durante todo o seu processo de desenvolvimento, testando os modelos conceituais e as soluções de projeto. (RUBIN E CHISNELL, 2008; ZEM-PO e OGAWA, 2013).

4. Equipes multidisciplinares de projeto: o UCD é colaborativo em sua natureza e implica o envolvimento e troca de diferentes competências, o que leva ao último princípio de equipes multidisciplinares. (MAGUIRE, 2001; ZEMPO e OGAWA, 2013)

Ao entender e especificar o contexto de uso podem-se mapear as condições de uso do produto e prever as possíveis necessidades do usuário. Para isto, deve-se conhecer o usuário e suas necessidades, permitindo desenvolver soluções alternativas para o produto, através de pesquisas de campo e análise dos requisitos. É imprescindível, se tratando de um desenvolvimento de produto centrado no usuário, que se avaliem as soluções encontradas em relação aos requisitos do usuário antes estabelecidos. A experiência do usuário, por sua vez, é vista como complemento à usabilidade: auxilia esta relação, sendo uma visão mais ampla, focado

na interação individual como sentimentos, percepções e intenções resultantes desta interação.

De acordo com Shackel (1986), o conceito de usabilidade foi inicialmente aplicado, a partir da década de 1970, ao desenvolvimento e avaliação de interfaces de software, onde o desempenho do usuário e a facilidade de uso eram as principais questões de melhoria. Em 1993 Donald Norman (na época vice-diretor da empresa Apple) apresentou o conceito de experiência do usuário, salientando principalmente que, a UX tem uma abordagem holística multidisciplinar no desenvolvimento de interfaces do usuário para produtos digitais (GABRIEL-PETIT, 2005).

Segundo a ISO 9241-11 (1998), para especificar ou medir usabilidade, é necessário descrever os objetivos pretendidos e os componentes do contexto de uso (incluindo usuários, tarefas, equipamento e ambientes), de forma suficientemente detalhada de modo que os aspectos que possam ter uma influência significativa sobre a usabilidade possam ser reproduzidos. Em 2008, a experiência do usuário foi definida pela norma ISO 9241-210 (2008) como “as percepções de uma pessoa e as respostas que resultam do uso e/ou do uso antecipado de um produto, sistema ou serviço”. A norma também apontou para a importância do entendimento da tarefa a ser realizada pelo usuário, seu contexto de uso e suas necessidades. A má usabilidade pode induzir respostas negativas tais como frustração, aborrecimento, raiva e confusão. Por outro lado, de acordo com Khalid e Helander (2006), as emoções positivas podem melhorar sistematicamente o processo cognitivo do usuário, gerando satisfação. Uma das principais doutrinas da experiência do usuário é simplesmente incorporar o feedback do usuário no processo de desenvolvimento de produtos (GARRET, 2003; CRILLY, 2011).

PAREI NA PAGINA 60

# REFERÊNCIAS

ARAUJO, F. S. **Avaliação da experiência do usuário: uma proposta de sistematização para o processo de desenvolvimento de produtos**. Tese (doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis, 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ISO 9241-11: requisitos ergonômicos para trabalho de escritórios com computadores: parte 11 – orientações sobre usabilidade**. Rio de Janeiro, 2002.

GOMES FILHO, J. **Ergonomia do objeto**. São Paulo: Escrituras, 2003.

HASSENZAHL, M.; TRACTINSKY, N. User experience - A research agenda. **Behaviour and Information Technology**, v. 25, n. 2, p. 91-97, 2006.