

**OS ATRIBUTOS DE USABILIDADE EM INTERFACES GRÁFICAS
PERCEBIDOS POR IDOSOS INTERNAUTAS: UMA INVESTIGAÇÃO
EM ALGUNS SITES DE COMÉRCIO ELETRÔNICO**

Autor: **Ivan Dantas de Oliveira**

Banca examinadora: Prof. Dr. Antonio Augusto Gonçalves (presidente e orientador); Prof. Dr. Paulo Roberto da Costa Vieira; Prof. Dr. José Roberto Ribas (UFRJ)

RESUMO

Esta dissertação tem por objetivo realizar uma segmentação entre alguns sites de comércio eletrônico em função da facilidade de uso, sob a ótica do idoso. A análise foi conduzida por meio da utilização do método de Escalonamento Multidimensional (MDS) uma técnica de análise multivariada, aplicada sobre uma amostra constituída por dez idosos internautas. Como instrumento de mensuração, adotou-se a aplicação de quatro escalas contínuas, cada uma correspondendo a um atributo de usabilidade, segundo o modelo adaptado a partir das orientações sugeridas pelo estudo realizado por Nielsen Norman Group (2002). Aplicou-se o Escalonamento Multidimensional ALSCAL, obtendo-se mapas perceptuais nos quais os objetos avaliados apresentaram-se como pontos no espaço, sendo que as distâncias entre dois pontos indicaram o grau de “semelhança” percebida entre dois sites pelos consumidores, possibilitando, através da interpretação das dimensões do mapa resultante, entender quais critérios foram utilizados pelos consumidores na percepção dos diferentes objetos. Ao final, concluiu-se haver similaridades observáveis entre alguns sites em relação aos atributos de usabilidade em certas dimensões específicas e que o MDS é adequado para segmentar sites de comércio eletrônico. A pesquisa constatou, ainda, sobre a importância como fator diferencial para as empresas, em se manter em conformidade com as orientações atinentes a aplicação da usabilidade em projetos de interfaces gráficas de sites de comércio eletrônico com foco no público idoso e na utilização do método MDS como ferramenta auxiliar à tomada de decisões, proporcionando a compreensão acerca dos sentimentos dos consumidores em relação a um produto ou serviço.

Palavras-chave: comércio eletrônico; escalonamento multidimensional ALSCAL; idoso internauta; usabilidade.