

## Referências Bibliográficas

ABREU, André de. *Uma introdução à usabilidade (parte I)*. Webinsider, [www.webinsider.com.br](http://www.webinsider.com.br), 13:00hs, 23/09/2003.

ADIPEC. *Dados disponibilizados no sítio da empresa*. 16hs, 24/07/2006. <http://www.adipec.com.br/>.

AGNER, Luiz C. *Otimização do diálogo usuários-organizações na World Wide Web: estudo de caso e avaliação ergonômica de usabilidade de interfaces humano-computador*. , Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2002.

BARBOSA, Antônia L. *Perfumes invadem a web*. , Revista Conexão, Edição 8, Março, 2006.

BONDFARO. *Dados disponibilizados no sítio da empresa*. 15hs, 24/07/2006. <http://www.bondfaro.com.br/>.

BUSCAPÉ. *Dados disponibilizados no sítio da empresa*. 16hs, 24/07/2006. <http://www.buscapede.com.br/>.

CÂMARA-E.NET. *Dados disponibilizados no sítio da empresa*. 17hs, 24/07/2006. <http://www.camara-e.net/>.

CARCAVALLO, Virginia. *A palavra que levou o usuário até o seu site*. Webinsider, [www.webinsider.com.br](http://www.webinsider.com.br), 13hs, 23/09/2003.

CARVALHO, Lúcio. *Como se destacar na internet dominando o Google*. , Ed. Publicanet, Rio de Janeiro, 2005.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. *Metodologia Científica* – 5ª ed. – São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CYBIS, W. A. *Ergonomia de Interfaces Humano-Computador*. 1998. Departamento de Informática e Estatística – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.

CRUZ, Carla & Ribeiro, Uirá. *Metodologia científica : teoria e prática*. Rio Janeiro: Axcel Books do Brasil, 2003

E-BIT. *Dados disponibilizados no sítio da empresa*. 15hs, 23/07/2006. <http://www.ebit.com.br/>.

EGGER, F.N.; ABRAZHEVICH, D. Security & Trust: Taking Care of the Human Factor. 2001. *Electronic Payment Systems Observatory Newsletter*, Vol.9, Joint Research Center of the European Commission, Seville.

FERNANDES, José *Técnicas de Estudo e Pesquisa*. Goiânia: Editora Kelps, 2002 - 6ª edição

FOLHA DE SÃO PAULO. *Profundeza da rede*. , Caderno Informática, 31 de Novembro, 2005.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo. Atlas, 2002. 4. ed.

GOOGLE INC. *Webmasters, About Google Sitemap*. 17hs, 23/03/2006. [https://www.google.com/webmasters/sitemaps/docs/pt\\_BR/about.html](https://www.google.com/webmasters/sitemaps/docs/pt_BR/about.html).

GRAPPONE, Jennifer, COUZIN, Gradiva. *Search Engine Optimization – An hour a day*. , Ed. Sybex, USA, 2006.

GRIBBONS, William. *The new demographic: changing our view of product usability*. Disponível em: <<http://www-3.ibm.com/ibm/easy/>>. Acesso em: 3 jun. 2000.

GUROVITZ, Helio. *O Google quer dominar o mundo.* , Revista Exame, Edição 855, Novembro, 2005.

HALTLEY, R. *Making sure your website is top.* , UK Newsquest Regional Press, 2002.

HELANDER, Martin G.; LANDAUER, Thomas K.; PRABHU, Prasad V. *Handbook of Human - Computer Interaction*. Elsevier, North-Holland. 1997. 2nd edition, 1.582p.

HURST, M.; GELLADY, E. *White Paper One: Building A Great Customer Experience to Develop Brand, Increase Loyalty and Grow Revenues*. 1999. Creative Good. Disponível em <<http://www.creativegood.com>>. Acesso em: 01/04/2004.

KAVINSKI, Alexandre. *A retomada da publicidade online.* , Webinsider, [www.webinsider.com.br](http://www.webinsider.com.br), 19hs, 21/09/2003.

KAVINSKI, Alexandre. *Ajude o público a encontrar o seu site.* Webinsider, [www.webinsider.com.br](http://www.webinsider.com.br), 11:40hs, 20/09/2003.

KAVINSKI, Alexandre. *As palavras-chave nos lugares certos.* Webinsider, [www.webinsider.com.br](http://www.webinsider.com.br), 11:20hs, 20/09/2003.

KAVINSKI, Alexandre. *Como anunciar sem gastar: os buscadores.* Webinsider, [www.webinsider.com.br](http://www.webinsider.com.br), 11hs, 20/09/2003.

KAVINSKI, Alexandre. *Dez motivos para você não desprezar o Google.* Webinsider, [www.webinsider.com.br](http://www.webinsider.com.br), 11:30hs, 20/09/2003.

KAVINSKI, Alexandre. *Promovendo seus sítios nos buscadores*. Webinsider, www.webinsider.com.br, 11:20hs, 20/09/2003.

KAVINSKI, Alexandre. *TeRespondo no Brasil*. Webinsider, www.webinsider.com.br, 11:30hs, 20/09/2003.

KENSKI, Rafael. *O mundo Google*. , Revista SuperInteressante, Edição 201, Junho, 2004.

KOUFARIS, M.; HAMPTON-SOSA, W. *Customer trust online: examinig the role of the experience with the web site*. New York, 2002. CIS Research Report, Department of Stats and Computer Information Systems, University of New York.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo. Atlas, 2001. 5. ed.

LANGVILLE, Amy N., MEYER, Carl D. *Google's PageRank and Beyond – The Science of Search Engine Rankngs.*, Ed. Princeton, UK, 2006.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E.D.A. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

MATTAR, F. N. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Altas,1996.

MARTINEZ, Maria Laura. *Usabilidade no Design Gráfico de Web Sites*. Anais Grafhica , Ouro Preto - MG, 2000.

MEDEIROS, João Bosco. *Redação científica: a prática de fichamentos, resumos e resenhas*. São Paulo. Atlas, 2004. 6. ed.

MORAES, Ana Maria de. *Ergonomia: usabilidade de interfaces, interação humano-computador, arquitetura da informação*. Anais 2º USIHC, Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2003.

MORAES, Anamaria. *Interface usability and human-computer interaction: ergonomics x design x informatics x psychology x semiotics*. In: HCII 2001 International Conference on Human-Computer Interaction, 9, 2001, New Orleans. Poster Session Proceedings. New Orleans: Lawrence Erlbaum and Associates, 2001. p.136.

MORAES, Anamaria e MONT´ALVÃO, Cláudia. *Ergonomia, conceitos e aplicações*. Rio de Janeiro, 2AB, 2000. 2a Ed. 132p.

MOVIMENTO INETRNET SEGURA. *Dados disponibilizados no sítio da empresa*. 17hs, 24/07/2006. <http://www.internetsegura.org/>.

NIELSEN, Jakob. *Projetando Websites*. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 416p.

NIELSEN, Jakob. *Homepage Usabilidade: 50 Websites Desconstruídos*. Rio de Janeiro: Campus, 2002. 315p.

NORMAN, Donald A. *The Design of Everyday Things*. New York (New York), Currency Doubleday. 1990. 257p.

PRÊMIO IBEST. *Dados disponibilizados no sítio da empresa*. 15hs, 23/07/2006. <http://www.premioibest.com.br/>.

RICHARDSON, Robert Jarry et al. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 334 p.

RODRIGO, Paulo. *O segredo do Google: PageRank*. IMasters Forum, [www.imasters.com.br](http://www.imasters.com.br), 14:50hs, 07/04/2005.

RODRIGO, Paulo. *SEO na prática*. IMasters Forum, [www.imasters.com.br](http://www.imasters.com.br), 11hs, 21/12/2004.

RUBIN, Jeffrey. *Handbook of usability testing: how to plan, design, and conduct effective tests*. New York: Wiley Technical Communication Library; J. Wiley, 1994. 330 p.

SELLTIZ, C. Métodos de pesquisa nas relações sociais. 1965. p. 6

SHNEIDERMAN, Ben. *Designing the user interface; strategies for effective human-computer interactive*. 3. ed. Chicago: Addison Wesley; Nova York: Longman, 1998, 639 p.

SILVEIRA, Marcelo. *Web Marketing: Usando Ferramentas de Busca*. , Ed. Novatec, 2002.

SUTCLIFFE, A. G. *Human-Computer Interface Design*. Hampshire (London), Macmillan, 1995. 2a Ed. 326 p.

THIOLLENT, Michael. *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez, 2002.

THUROW, Shari. *Search Engine Visibility*. , Ed. New Riders, USA, 2003.

W3C - World Wide Web Consortium. *Homepage text*. 14hs, 23/03/2006. <http://www.w3.org/>.

WEBWORLD. *Publicidade online em buscadores pagos funciona*. , Informativo Semanal, 3 de Agosto, 2001.

ZHANG, Jin, DIMITROFF, Alexandra. *The impact of webpage content characteristics on webpage visibility in search engine results*. , USA, University of Wisconsin Milwaukee, 2003.

ZILSE, Renata. *Análise ergonômica do trabalho dos desenvolvedores X o modelo mental dos usuários, tendo como foco a arquitetura da informação de websites. Estudo de caso: Sites de Universidades Cariocas*. Anais 1a. Jornada de

Pesquisa Científica e Tecnológica, Rio de Janeiro, PUC-Rio, 21 e 22 de Agosto de 2003.

ZILSE, Renata. *Usabilidade não nasceu ontem e tem história*. Webinsider, [www.webinsider.com.br](http://www.webinsider.com.br), 15hs, 18/09/2003.

## Apêndice I

### Questionário 01 - Usuários

01) Há quanto tempo você utiliza internet? (marque somente 1 resposta)

Respostas: 0 a 1 ano, 1 a 2 anos, 2 a 4 anos, Mais de 4 anos

02) Quantas horas/dia você utiliza internet para lazer? (marque somente 1 resposta)

Respostas: 0 a 1 hora, 1 a 2 horas, 2 a 4 horas, Mais de 4 horas

03) Quantas horas/dia você utiliza internet no seu trabalho? (marque somente 1 resposta)

Respostas: 0 a 1 hora, 1 a 2 horas, 2 a 4 horas, Mais de 4 horas

04) Qual página da internet que você mais utiliza? (Descreva de 1 a 3 páginas que você mais utiliza no seu dia a dia)

05) Qual função ou serviço que você mais utiliza na internet? (marque até 3 respostas, se necessário)

Respostas: Email, Busca (Pesquisa), Informações gerais, Entretenimento, Governamental, Outros. Quais?

06) Quais mecanismos de busca você mais utiliza na internet? (marque até 3 respostas, se necessário)

Respostas: Google, Yahoo, Cadê, AltaVista, Radar UOL, Zoom, Miner, Outros. Quais?, Nenhum

07) Quando você utiliza mecanismos de busca, você: (marque somente 1 resposta)

Respostas: Vai ao primeiro resultado da lista encontrada, Vai na primeira página de resultados, Procura em alguns resultados para achar o esperado, Procura em todos os resultados encontrados, Outros. Quais?

08) Nas vezes em que você utilizou mecanismos de busca na internet, você conseguiu encontrar exatamente o que procurava? (marque somente 1 resposta)

Respostas: Sim, Quase sempre, As vezes, Não

09) O que você mais gosta numa página da internet? (marque até 3 respostas, se necessário)

Respostas: Interatividade (animações), Conteúdo (textual), Velocidade (carrega rápido), Design (cores, formas, etc), Publicidade (anúncios, banners, etc), Outros

10) O que você não gosta numa página da internet? (marque até 3 respostas, se necessário)

Respostas: Interatividade (animações), Conteúdo (massas de texto), Velocidade (carrega lentamente), Design (cores, formas, etc), Publicidade (anúncios, banners, etc), Outros

## Apêndice II

### Questionário 02 - Desenvolvedores

01) Há quanto tempo você trabalha com Internet? (marque somente 1 resposta)

Respostas: 0 a 1 ano, 1 a 2 anos, 2 a 4 anos, Mais de 4 anos

02) Quantas horas/dia você utiliza Internet como desenvolvedor? (marque somente 1 resposta)

Respostas: 0 a 1 hora, 1 a 2 horas, 2 a 4 horas, Mais de 4 horas

03) Qual sua área de atuação como desenvolvedor? (marque quantas informações forem necessários)

Respostas: Designer, Programador, Redator, Marketing, Arquiteto da informação, Coordenador/Supervisor, Gerente/Diretor, Outros

04) Qual função ou serviço que você mais utiliza na Internet? (marque até 3 respostas, se necessário)

Respostas: Email, Busca (Pesquisa), Informações gerais, Entretenimento, Governamental, Outros. Quais?

05) Qual página da Internet você mais utiliza? Resposta livre para digitação.

06) Quais formas ou técnicas de publicidade na Internet você considera mais eficazes? (marque até 3 respostas, se necessário)

Respostas: Banner, Popup, Dhtml, Text Ads (Anúncios de texto), SEO (Search Engine Optimization), Outro. Quais?

07) Quais mecanismos de busca você mais utiliza na Internet? (marque até 3 respostas, se necessário)

Respostas: Google, Yahoo, Cadê, AltaVista, Radar UOL, Zoom, Miner, Outros. Quais?, Nenhum

08) Quando você utiliza mecanismos de busca, você: (marque somente 1 resposta)

Respostas: Vai no primeiro resultado da lista encontrada, Vai na primeira página de resultados, Procura em alguns resultados para achar o esperado, Procura em todos os resultados encontrados, Outros. Quais?

09) Você conhece a técnica de otimização de websites para serem encontrados pelos mecanismos de busca? (marque somente 1 resposta)

Respostas: Sim, Sim, mas gostaria de saber mais, Não, mas gostaria de saber, Não, nunca precisarei disso, Nenhuma das respostas acima

10) Quais fatores você acha que melhorariam o resultado de seu website na lista de resultados dos mecanismos de busca? (marque até 3 respostas, se necessário)

Respostas: Domínio, Links relacionados, Layout da página, Arquitetura da página, Conteúdo da página, Todos os fatores acima, Não sei

### Apêndice III

Palavra Chave	GOOGLE		
	01/12/06		
	página 1	página 2	página 3
perfumes	2	0	0

## Apêndice IV

Foram selecionados 30 usuários, para participar do teste de análise da tarefa, em função dos resultados do primeiro questionário, de idades e escolaridades diferentes, com o seguinte perfil:

- Utiliza Internet há mais de quatro anos;
- Utiliza a Internet uma ou mais horas por dia ;
- Utiliza Internet mais de duas horas no trabalho;
- Utiliza mecanismo de busca (como a página + utilizada);
- Tem e-mail e busca como as funções mais utilizadas na Internet ;
- Tem familiaridade com o Google e Yahoo;
- Que quando realiza uma busca procura em algum resultado até encontrar o esperado;
- Quando busca na Internet, sempre ou quase sempre encontra o resultado esperado;
- Que goste numa página de: conteúdo + design + publicidade;
- Que não goste numa página de: velocidade lenta;
- Que tenha aceitado participar de testes futuros.

Depois da definição do perfil do usuário, foram definidas as tarefas que deveriam ser realizadas pelos usuários e a maneira de ordenação delas.

## Apêndice V

Olá, ano passado você respondeu a um questionário de 10 perguntas relativas à minha dissertação de mestrado na PUC-Rio. Este ano preciso fazer um novo teste conclusivo para minha dissertação e gostaria novamente de sua colaboração.

O teste será realizado entre os dias 01 de outubro a 30 de novembro de 2006, no Citta América localizado na Barra da Tijuca. O teste não durará mais que 20 minutos e pode ser realizado a qualquer horário e dia da semana neste período.

Gostaria de saber da sua disponibilidade em participar deste teste e do dia da semana e horário que você poderia comparecer ao local.

Após sua resposta com relação à disponibilidade eu estarei enviando um outro e-mail confirmando a data e horário para realizarmos o teste, junto ao endereço completo.

Obrigado pela sua atenção e conto com sua colaboração!

Qualquer dúvida estou a disposição neste e-mail ou pelo telefone (21) 9317-3085

Patrick Scipilliti, Mestrando PUC-Rio

## Apêndice VI

Olá colaborador,

Gostaria de convidá-lo a fazer parte de mais uma fase de minha pesquisa de mestrado.

Basta entrar no link abaixo e responder um questionário de apenas 12 perguntas. [www.g2p.com.br/mestrado](http://www.g2p.com.br/mestrado)

Qualquer dúvida, estou a disposição neste e-mail ou pelo telefone (21) 9317-3085. Você foi selecionado para este teste, por favor, não repasse este e-mail para outras pessoas.

Obrigado!

Patrick Scipilliti, Mestrando PUC-Rio

## Apêndice VII

Este questionário tem o objetivo de conhecer sua opinião sobre otimização de sítios para mecanismos de busca na Internet (SEO – *search engine optimization*) de acordo com uma escala de avaliação.

As declarações prestadas são inteiramente sigilosas. E os dados serão utilizados para a confecção de gráficos onde as respostas individuais deixam de existir, interessando apenas o conjunto das respostas.

Seja sincero! Sua resposta consciente e criteriosa é muito importante para a fidelidade de nossas conclusões e para a validade de quaisquer soluções e proposições.

## Apêndice VIII

01) Os padrões *Web Standard* regidos pela W3C para projetos de Internet são muito importantes.

02) A W3C é um órgão de grande valia para o desenvolvimento da Internet brasileira.

03) *Popup* é a forma de publicidade mais eficaz até o momento na Internet brasileira.

04) SEO (*search engine optimization*) e *Text Ads* (anúncios de texto) são as técnicas de publicidade na Internet que mais dão retorno sobre investimento (ROI) atualmente.

05) Hoje há uma forte tendência mundial de diminuição de tráfego dos portais e do enorme crescimento do tráfego nos mecanismos de busca na Internet, sendo na maioria das vezes como primeira opção ao conectar-se a Internet (porta de entrada para o usuário).

06) Conteúdo da página é o fator que mais influencia positivamente um sítio a ficar bem posicionado na lista de resultados nos mecanismos de busca na Internet.

07) Arquitetura da informação não exerce grande influência sobre os resultados nos mecanismos de busca.

08) Um sítio desenvolvido com foco no usuário e nos conceitos de usabilidade se classificará bem nos mecanismos de busca.

09) *Fullbanner* vem sendo a forma mais utilizada de publicidade na Internet brasileira.

10) Hoje o tráfego somado de Yahoo e MSN Search juntos, chega a um valor superior ao tráfego do Google no Brasil.

11) O Domínio do sítio não exerce influência na classificação deste nos mecanismos de busca.

12) Defina SEO (*search engine optimization*), ou seja, otimização de sítios para mecanismos de buscas na Internet, com suas palavras em um texto de até 300 caracteres.

## Apêndice IX

QUESTIONÁRIO 01	Porcentagem	Quantidade
1) A quanto tempo você utiliza internet?		
0 a 1 ano	1%	2
1 a 2 anos	1%	2
2 a 4 anos	6%	9
Mais de 4 anos	92%	130
2) Quantas horas/dia você utiliza internet para lazer?		
0 a 1 hora	38%	55
1 a 2 horas	31%	44
2 a 4 horas	18%	25
Mais de 4 horas	13%	19
3) Quantas horas/dia você utiliza internet no seu trabalho?		
0 a 1 hora	28%	39
1 a 2 horas	13%	19
2 a 4 horas	18%	26
Mais de 4 horas	41%	59
4) Qual página da internet que você mais utiliza?		
Google	76%	56
Yahoo	18%	13
Cade	6%	4
Mecanismos de busca	51%	73
5) Qual função ou serviço que você mais utiliza na internet?		
Email	89%	128
Busca (Pesquisa)	86%	123
Informações gerais	38%	55
Entretenimento	27%	39
Governamental	11%	16
Outros.	12%	17
6) Quais mecanismos de busca você mais utiliza na internet?		
Google	94%	135
Yahoo	25%	36
Cadê	20%	28
Altavista	5%	8
Radar UOL	0%	1
Zoom	0%	1
Miner	1%	2
Outros	4%	6
7) Quando você utiliza mecanismos de busca, você:		
Vai no primeiro resultado da lista encontrada	5%	8
Vai na primeira página de resultados	12%	17

Procura em alguns resultados para achar o esperado	76%	107
Procura em todos os resultados encontrados	6%	9
Outros	1%	2

8) Nas vezes que você utilizou mecanismos de busca na internet, você conseguiu encontrar exatamente o que procurava?

Sim	13%	20
Quase sempre	78%	110
As vezes	9%	13
Não	0%	0

9) O que você mais gosta numa página da internet?

Interatividade (animações)	20%	28
Conteúdo (textual)	62%	89
Velocidade (carrega rápido)	64%	92
Design (cores, formas, etc)	44%	63
Publicidade (anúncios, banners, etc)	1%	2
Outros	4%	6

10) O que você não gosta numa página da internet?

Interatividade (animações)	12%	18
Conteúdo (massas de texto)	12%	18
Velocidade (carrega lentamente)	41%	59
Design (cores, formas, etc)	2%	3
Publicidade (popups, anúncios, banners, etc)	52%	75
Outros	5%	7

11) Você responderia outro tipo de questionário relacionado a esta pesquisa se solicitado futuramente?

Sim	96%	137
Não	4%	6

## Apêndice X

QUESTIONÁRIO 02	Porcentagem	Quantidade
1) A quanto tempo você trabalha com internet?		
0 a 1 ano	4%	3
1 a 2 anos	7%	5
2 a 4 anos	15%	11
Mais de 4 anos	74%	55
2) Quantas horas/dia você utiliza internet como desenvolvedor?		
0 a 1 hora	4%	3
1 a 2 horas	3%	2
2 a 4 horas	13%	9
Mais de 4 horas	80%	60
3) Qual sua área de atuação como desenvolvedor?		
Designer	69%	51
Programador	27%	20
Redator	7%	5
Marketing	11%	8
Arquiteto da informação	17%	13
Coordenador/Supervisor	17%	13
Gerente/Diretor	15%	11
Outros	8%	6
4) Qual função ou serviço que você mais utiliza na internet?		
Email	85%	63
Busca (Pesquisa)	88%	65
Informações gerais	50%	37
Entretenimento	27%	20
Governamental	3%	2
Outros.	16%	12
5) Qual página da internet você mais utiliza?		
Google	45%	33
Yahoo	5%	4
Mecanismos de busca	50%	37
6) Quais formas ou técnicas de publicidade na internet você considera mais eficazes?		
Banner	50%	37
Popup	7%	5
Dhtml	32%	24
Text Ads (Anúncios de texto)	20%	15
SEO (Search Engine Optimization)	36%	27
Outro.	16%	12
7) Quais mecanismos de busca você mais utiliza na internet?		
Google	99%	73

Yahoo	20%	15
Cadê	11%	8
Altavista	7%	5
Radar UOL	1%	1
Zoom	1%	1
Miner	1%	1
Outros	3%	2

8) Quando você utiliza mecanismos de busca, você:

Vai no primeiro resultado da lista encontrada	0%	0
Vai na primeira página de resultados	11%	8
Procura em alguns resultados para achar o esperado	76%	56
Procura em todos os resultados encontrados	11%	8
Outros.	1%	1

9) Você conhece a técnica de otimização de websites para serem encontrados pelos mecanismos de busca?

Sim	35%	26
Sim, mas gostaria de saber mais	40%	30
Não, mas gostaria de saber	21%	16
Não, nunca precisarei disso	1%	1
Nenhuma das respostas acima	0%	0

10) Quais fatores você acha que melhorariam o resultado de seu website na lista de resultados dos mecanismos de busca?

Domínio	28%	21
Links relacionados	34%	25
Layout da página	7%	5
Arquitetura da página	17%	13
Conteúdo da página	34%	25
Todos os fatores acima	0%	0
Não sei	0%	0

11) Você responderia outro tipo de questionário relacionado a esta pesquisa se solicitado futuramente?

Sim	94%	69
Não	6%	5

## Apêndice XI

Palavra Chave	GOOGLE		
	01/09/06		
	página 1	página 2	página 3
perfumes	2	0	0
perfume	0	0	0
perfumes femininos	8	0	8
perfume feminino	0	0	0
perfumes masculinos	10	0	3,4
perfume masculino	7	9	1
perfume importado	5,6	10	4,9
perfumes importados	1	0	0
perfumes para ela	2,8	9	6
perfumes para ele	2,3,5,6,9	5,6,10	3,4,7
perfumes para mulher	7	0	0
perfumes para homem	0	0	0
perfumes para mulheres	1	3,4,10	2,5,7
perfumes para homens	0	0	9
perfumes em oferta	3,10	5,6	5
perfumes com desconto	4,7,8	7	10
beleza da internet	1,2	0	0
ofertas de perfumes	2,3,4,9	2,4,5,7	0
perfume mais vendido	2	0	7,9
perfumes mais vendidos	1	0	2,3,7
ofertas de cosméticos	5,6,7,9,10	4	0
perfumes e cosméticos	4	4,5	1,2,3,5,8
cosméticos	0	5	0
perfumaria	2	0	0
perfumaria virtual	0	0	0
tratamento para o corpo	1	0	0
tratamento para cabelos	0	4	6
maquiagem	0	0	2
presentes para ela	5	7,8	0
presentes para ele	5	0	7,8
Ralph Lauren	2	0	0
Perfumes Ralph Lauren	1,10	5	4,7,10
Biotherm	2	0	5
Tratamento Biotherm	10	2,3,8,9	3,6,8,9
Dior	6	0	4,7,10
Perfumes Dior	5,7,8	4	2,3
Maquiagem Dior	1,5,6,9	5,9	10
Lancôme	4	0	0
Perfumes Lancôme	9,10	0	10
Tratamento Lancôme	6	1,3,4,5,10	3,5

YAHOO			MSN		
01/09/06			01/09/06		
página 1	página 2	página 3	página 1	página 2	página 3
0	0	0	0	0	6
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	4,5	5,7,10
0	0	0	0	0	0
0	0	0	7	5,6	8,9
0	6	0	0	0	5,7
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	6	0
1	0	2	2,3,4,5,7,8,9,10	1,2,3,4,5,6,8,9,10	1,2,3,4
1	0	0	2,4,5,6,7,8,9,10	2,3,4,5,6,7,8,9,10	1,2,4,5
0	0	0	0	0	4
0	0	0	4	1,7	4,9
0	0	0	6,8	8	1,6
0	0	0	7,9	6	1,2
0	0	0	0	0	9
0	0	0	3,4,5,6,7	0	3,8
3	0	0	9	0	0
0	0	0	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1,2,3,4,5,9,10	1,2,4,5,6
0	0	0	0	1,3	6
1	0	0	4,5,6,7,8,9	3	0
0	0	0	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1,3,4,5,6,7,8,9,10	1,2,5
0	0	0	8	2,3,6,7,8,10	1,2,4,6
0	0	0	0	0	6
0	0	0	8	3,7	4
0	0	0	0	0	0
0	0	0	3,4,7	0	0
0	0	0	0	4	0
0	0	0	0	2	0
0	0	0	2,3,10	1,2,3,4,5,6,7,8,9	2,3,5,7
0	0	0	2,3,4,8,9,10	3,4,5,6,7,8,9,10	4
0	0	0	1,2,10	0	0
0	0	0	9	1,2,5	1,6
0	0	0	9	10	2,7,8
0	3	2,4	9	1	3,7,8,9
0	0	0	8	4,5	2
0	0	0	3	2,3,9	4,5
9	4,5	1	3,4,5,6,7	9	7,9,10
0	0	0	7	3,4,10	2,8
0	0	0	0	3	1,2,5
0	1	10	1,2,9,10	2,3,4,10	2,5,6,8,9

Palavra Chave	GOOGLE		
	15/12/2006		
	página 1	página 2	página 3
perfumes	2	0	0
perfume	0	0	0
perfumes femininos	5	0	0
perfume feminino	10	10	7
perfumes masculinos	6	1	0
perfume masculino	3,4	5,7,8	5, 10
perfume importado	3	0	0
perfumes importados	1	0	0
perfumes para ela	2	0	2
perfumes para ele	2,3,6,7,8	3,5	1,5
cosméticos	7	0	0
perfumes para homem	2	0	0
perfumes para mulheres	3,6,7	1, 10	9
perfumes para homens	8	0	3,6
perfumes em oferta	3,4	0	0
perfumes com desconto	4,9	0	0
beleza da internet	1	0	0
ofertas de perfumes	1,2,5,6,8	2	0
perfume mais vendido	3	10	0
perfumes mais vendidos	1	10	0
ofertas de cosméticos	1,4,5,7	0	0
perfumes e cosméticos	4	0	0
cosméticos	7	0	0
perfumaria	2	0	0
perfumaria virtual	0	0	0
tratamento para o corpo	3	0	0
tratamento para cabelos	9	0	0
maquiagem	0	2	0
presentes para ela	1,2,5	0	0
presentes para ele	1,3	4	0
Ralph Lauren	5	0	0
Perfumes Ralph Lauren	3	6,7	7
Biotherm	2	0	0
Tratamento Biotherm	6	1,8	1,7
Dior	5	0	0
Perfumes Dior	6,7	4,7,9	7,9
Maquiagem Dior	1,3	1	2
Lancôme	3	0	0
Perfumes Lancôme	6,7	1	0
Tratamento Lancôme	1	0	2

YAHOO			MSN		
15/12/2006			15/12/2006		
página 1	página 2	página 3	página 1	página 2	página 3
0	0	5,6	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	6,7	9,10
0	0	0	0	10	8
0	0	0	5,10	7	9
0	0	0	0	0	10
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	7	9
1	0	10	1,2,3,5,6,7,8	1,2,3,4,5,6,7,8,9	2
0	0	4,7	1,3,4,5,6,7,8	1,2,3,4,5,6,7,8,9	1,2
0	0	0	0	0	7
0	0	0	9	8	2,10
0	0	0	1,2,3,4,5	3,5	1,2,7
0	0	9	3,4,5,6	4,8	1,5,6,8
0	0	0	0	0	7,8
0	0	0	2,3,8	0	0
6	0	0	0	0	0
0	0	7,9	2,3,4,5,6,7,8	1,2,3,4,5,6,7,8	4,5,6,7
0	0	0	10	3	8
4	6	0	3,7,9	1,2,3,4,5,8	8
0	0	0	2,3,4,5,6,7,8,9	1,2,3,5,6,7,8,9	1,2,3,4
0	0	0	5	3,4,6,7,8	1,4,9,10
0	0	0	0	0	7
0	10	0	2,10	8	1,2,4,6
0	0	7,8	0	0	0
0	0	0	1,2,3	3	0
0	0	0	0	3	10
0	0	0	0	0	2
0	3	0	2,4,5,8,9	1,2,4,6,7,8,10	1,2,3,5,6,7,8
0	5	0	2,5,6,8,9,10	2,3,4,5,6,7,8,9,10	1,2,7,9
0	0	0	3,4,5,8,9	1,3,7,8	4
0	0	0	10	1,2,8,10	1,2
0	0	0	4,6	7,8	1,6
0	6,10	0	4,5,9	3	5,8,10
0	0	0	4,5,7,8	2,3,6,7	1,2,4,8
0	0	0	3,4,5,6,8,9	4,5,6,7,8,10	0
7,8	0	0	2,3,4,5,6,7,8,9	1,2	5
0	0	0	7	3,4,5	4,5,8
0	0	0	3,4,5,6,7,8,9	0	3,6,10
0	3	10	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	1,2	5