

## **Projeto de Pesquisa MVP PUC-Rio – Sprint 1**

Aluno: Giovanni Diniz Perrone

Curso: UX Experiência do Usuário e Interação Humano-Computador

Projeto: Relatório de Pesquisa Exploratória e Questionário

Cliente: Quero Estampar

# **Quero Estampar!**

**É Personalizada. É do Seu Jeito.**

Rio de Janeiro

2023

## Sumário

I - O DOMÍNIO (PRODUTOS PERSONALIZADOS).....	3
II - SOBRE A QUERO ESTAMPAR.....	4
III - DEFINIÇÕES PARA A PESQUISA.....	5
IV - ENTREVISTA-PILOTO.....	7
V - EXECUÇÃO DAS ENTREVISTAS.....	8
VI - RESULTADOS E ANÁLISES DAS ENTREVISTAS.....	14
VII - PERSONAS E CENÁRIOS.....	17
VIII - QUESTIONÁRIO.....	21

## **I - O DOMÍNIO (PRODUTOS PERSONALIZADOS)**

Um produto personalizado é um produto singular, ideal para presentear, representar uma marca (brinde) e demais ocasiões especiais e únicas. Pode resolver problemas como não encontrar o item ideal para você, sendo estampado e tendo as cores que desejar. Além disso, pode ter o seu nome, sua foto, ou o que quiser! Esse é o mundo dos produtos personalizados e muitas pessoas que descobrem esse mundo, não conseguem mais ficar fora dele, encomendando produtos diversas vezes.

Na prática, um item ou serviço personalizável é aquele que se adapta à real necessidade do cliente. Isso se dá por meio da oferta de recursos para escolha de opções para que o consumidor monte seu próprio produto.

Esse mercado se iniciou com as camisetas, onde era possível que o cliente criasse sua própria estampa. Bastava enviar a arte desejada e escolher a cor e tecido da camisa e esta ficaria pronta em alguns dias. Esse modo de criação foi se expandindo e vários outros produtos passaram a ser customizáveis, da caneca ao eletrodoméstico. Assim, empresas começaram a personalizar também balinhas, azulejos, almofadas e diversos itens que podem se transformar num presente único e/ou marcar momentos especiais.

Essa possibilidade permite que as empresas explorem melhor o mercado, atingindo nichos específicos e pouco trabalhados pela concorrência.

Apostar em personalização é relevante porque melhora a experiência de compra do consumidor, ao permitir que ele torne o produto ou serviço algo individual, raro, limitado e, sobretudo, fiel ao seu jeito de ser.

Além disso, o uso da interatividade no processo de compra é um atrativo a mais para as atuais gerações, que cada vez assumem a cultura digital com mais força.

É por isso que tirar o cliente do fluxo operacional, burocrático e monótono para inseri-lo em uma dinâmica simplificada de clicar, modificar, comprar e pagar torna-se muito mais estimulante. Isso porque a fase de “modificar” passa a ser dotada de recursos de criatividade e até mesmo diversão.

Mas de que forma os clientes preferem interagir com as lojas de personalizados? Procuramos identificar as respostas nesta pesquisa. Assim, a marca Quero Estampar poderá decidir melhor onde colocar seus esforços para atender seus clientes.

## II - SOBRE A QUERO ESTAMPAR

A Quero Estampar é uma marca de produtos e presentes personalizados, que está atuando há 4 anos no segmento. Atualmente, não possui loja física. Seu atendimento é on-line, via redes sociais e WhatsApp. A empresa possui um site ([www.lojaqueroestampar.com.br](http://www.lojaqueroestampar.com.br)) porém, hoje ele é utilizado mais como uma espécie de vitrine, até é possível realizar a compra pela plataforma, mas a maioria dos clientes entra em contato pelo WhatsApp ou Instagram (@queroestampar). Outra maneira de comprar com a marca é pela loja disponível na Shopee.

Localizada em Jacarepaguá (RJ), busca sempre fidelizar os seus clientes no primeiro atendimento através da humanização da marca e, assim, trazendo uma identificação com o seu público. Exemplo disso é o uso do atendimento pelo WhatsApp, diretamente com um designer, sem o uso de *bots*. Apesar de estar no Rio de Janeiro, atende todo o Brasil através da internet e entrega via correios.

Hoje, seu posicionamento não é de brigar por preços e sim, pela qualidade nos serviços oferecidos, com produtos de boa durabilidade, estampas com cores vivas e bem acabadas, atenção aos detalhes, embalagem impecável e pronta para presentear algum amigo ou parente querido.

Alguns exemplos de produtos: canecas, camisetas, cangas, chaveiros, agendas, almofadas, lápis, adesivos... Todos eles podendo ser personalizados com a estampa que o cliente desejar ou solicitar via atendimento.

Abaixo veremos uma lista de concorrentes:

- Sheik Estamparia: se destaca por oferecer uma variedade de técnicas para estampar, do tradicional bordado até o moderno Silk Digital (DTG).
- Dimona: Tradição (marca atuante no mercado há mais de 50 anos). Se destaca pela variedade de técnicas para estampar uma camisa, com silk, bordado, silk digital, serigrafia e sublimação.

- Quero Canecas: Atualmente referência na Web em vendas de canecas personalizadas.

Demais concorrentes: Amora Stamp; Seu Jeitim; SOS Malhas; Print e Arte; Printare; Kmutuê Estamparia.

Entre os diferenciais da Quero Estampar, são destacados o atendimento direto com um designer para fazer as artes das estampas do jeito do cliente; a forma que o produto é entregue: já embalado, pronto para apresentar (o cliente pode até fazer um cartão com imagens e textos personalizados); não é necessário ter uma arte para personalizar, essas são feitas particularmente para o cliente, sem custo adicional; caso o cliente tenha uma arte, porém em baixa qualidade, a preparação será feita também sem custo adicional e sempre sendo enviado para aprovação antes do processo de estampagem.

*Fontes: todos os dados acima foram coletados através de entrevistas com os líderes da empresa.*

### III - DEFINIÇÕES PARA A PESQUISA

#### **Pesquisa de Caráter Exploratório**

**Metodologia:** Entrevista Semiestruturada;

**Domínio:** Comércio (Estamparia e Loja de Presentes Personalizados);

**Sistemas existentes:** Site de *e-commerce* responsivo;

**Objetivo Geral da Pesquisa:** Descobrir de que forma e por quais canais e/ou sistemas os clientes de estamparias e lojas de presentes personalizados preferem fazer e fazem seus pedidos e se comunicam com a empresa, identificando quais desejos e necessidades já são atendidos pela Quero Estampar e quais não são;

**Objetivo Específico:** Estudar a possível criação de um sistema de personalização de produtos e compras, sem que haja a necessidade de sempre solicitar a um atendente/designer;

**Público-alvo:** Pessoas que têm o interesse de personalizar produtos para si ou para presentear, tendo sido ou não clientes da Quero Estampar.

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

Os *stakeholders* são os líderes e fundadores da Quero Estampar, que participaram de entrevistas comunicando que há o interesse de saber se os clientes estão satisfeitos com o modo que os pedidos são feitos hoje (em maior parte via WhatsApp ou Shopee) e se há interesse na criação de um sistema onde o pedido pode ser feito diretamente dentro do site ou aplicativo da empresa. Além desses, os fornecedores e entregadores também são *stakeholders* da marca. A pesquisa será focada nos clientes e potenciais clientes da Quero Estampar. Foi definido entrevistar uma amostra de pessoas que compraram ou têm interesse em comprar com lojas de produtos personalizados, identificar de que forma eles chegaram até a marca e quais foram os obstáculos para realizar seus pedidos e assim, extrair deles informações relevantes sobre preferências de canais e/ou sistemas para realização dos pedidos e para comunicações com a empresa. Como um objetivo extra, identificaremos se há o interesse dos clientes em ter acesso a informações de histórico de pedidos e qual seria o melhor local para receber ou visualizar essas informações.

O TCLE enviado aos entrevistados está disponível nos apêndices deste relatório.

Com base nas pesquisas realizadas e as informações fornecidas pelos líderes da empresa, foi desenvolvida uma protopersona. As entrevistas serão essenciais para nos revelar o que estava bem definido e mal definido nesse protótipo de persona. Vejamos abaixo.

### Protopersona:



**Nome:** Cláudia

**Idade:** 36

**Ocupação:** Cabeleireira

**Localidade:** Rio de Janeiro/RJ

#### Comportamento

É formada em administração, mas estava desempregada. Cláudia criou seu próprio salão na casa de sua mãe, onde mora, para sustentar seus dois filhos pequenos.

Costuma passar os finais de semana trabalhando e tira folga somente na segunda-feira.

Está sempre interagindo em grupos de Facebook e WhatsApp e divulga muito seu salão no Instagram.

Seu lazer preferido é ir à praia, assistir novelas e andar de bicicleta. Ama a natureza: flores, jardins, o mar e areia.

#### Conflitos e Necessidades

Cláudia descobriu que para fazer a camisa do seu salão, precisa ter a sua logo vetorizada, mas ela nem sabe o que significa isso. Sempre que precisou de algo relacionado a design gráfico, utilizou apps para celular que a atendia.

Sempre que precisa desses serviços de sublimação ou impressos, ela recorre a uma gráfica. Porém, não fica 100% satisfeita com os resultados e sempre tem muito trabalho para se comunicar.

Ela já tem procurado no YouTube sobre o assunto para preparar as artes por conta própria, por não ter encontrado o atendimento especializado.

#### Possíveis Soluções

Sistema onde seja possível solicitar serviços de vetorização e estamparia em um único lugar, com atendimento especializado e ágil de um designer e indicações dos produtos adequados para a necessidade de cada cliente.

Verifica-se que o principal objetivo de Cláudia é conseguir realizar comunicações com a estamperia sem dificuldade, para que consiga ter o produto que a atenda. Hoje, a Quero Estampar atende por WhatsApp e o objetivo desse estudo é revelar se esse é o melhor caminho ou se seria interessante ter um sistema para atender mais rapidamente os pedidos. Dependendo do resultado dessa pesquisa, o site da empresa poderá passar por grandes alterações, como por exemplo a implementação de um sistema onde o próprio cliente consiga enviar sua arte como referência, selecionar o produto que deseja, escrever um texto com observações sobre o pedido e ainda ter o canal do WhatsApp para o caso de um atendimento ainda mais personalizado. Hoje, concorrentes como a Dimona possuem um sistema desse tipo, onde é possível ainda visualizar como ficará o produto final por ali. Claro, que isso depende diretamente das opiniões dos entrevistados e do levantamento do questionário. Vejamos se ao final do projeto esta ainda será a melhor solução.

## **IV - ENTREVISTA-PILOTO**

Foram feitas duas entrevistas piloto. Com elas, foi possível identificar que algumas perguntas podiam ser formuladas com mais clareza, pois os entrevistados sempre necessitavam de maiores explicações.

A pergunta “Você acha importante receber informações da empresa após a compra de um produto?” também poderia ser formulada de outra maneira. Da forma que estava, os entrevistados eram condicionados a dizer “não gosto de receber propagandas”, mas esse não era o objetivo da pergunta. Eles estavam entendendo que seriam enviadas informações não relevantes para eles, entupindo a caixa de e-mail ou WhatsApp de anúncios, sendo que o objetivo na verdade era identificar se o cliente gostaria de ter acesso a informações como instruções do que fazer e não fazer com os produtos e onde seria mais viável o acesso e, até mesmo, se ele gostaria de poder visualizar o histórico de compras realizadas com a empresa. Por isso, a pergunta foi desmembrada em duas: “Onde você prefere receber informações como instruções do que fazer e não fazer com os produtos que já comprou?” e “O que você acha de poder ter acesso ao histórico de compras realizadas?”. Assim o entrevistado pode dizer suas preferências para esse tipo de informação e se a ideia de um histórico de compras seria útil, caso ele ainda não tivesse pensado nisso. Nesta segunda pergunta, foi importantíssima a observação do pesquisador quando o entrevistado respondia. Muitas das expressões se traduziram em uma surpresa excelente para eles e a maioria concluiu que isso ajudaria demais a realizar pedidos semelhantes aos que foram feitos no passado, principalmente se foram feitos há um tempo considerável.

Algo interessante também, foi identificar que não era necessário saber o gênero das pessoas entrevistadas, visto que isso não se encaixava no objetivo da pesquisa, e sim, no público-alvo da marca. Esses dados já são levantados de outra forma pela empresa. Já a idade se manteve no roteiro, pois ela pode indicar determinadas preferências de canais de comunicação com a marca (exemplo: um jovem pode procurar mais pelo Instagram, enquanto um adulto compara os preços e informações pelos sites das empresas; esse exemplo tem base nas perguntas respondidas, como veremos a seguir na construção das personas).

Após essas alterações, mais uma entrevista piloto foi realizada. Agora, o entrevistado entendeu melhor as perguntas, e quando não se aprofundou na resposta, o pesquisador conseguiu explorar as situações, fazendo novas perguntas específicas para a ocasião.

A duração se manteve em aproximadamente 20 minutos.

## **V - EXECUÇÃO DAS ENTREVISTAS**

### **1 - Recrutamento**

A Quero Estampar decidiu dar como incentivo uma caneca de brinde para os participantes da entrevista. Isso foi feito, pois boa parte de seus clientes são empreendedores com pouco tempo disponível, e muitos já se recusaram a participar de pesquisas anteriores. Conseguimos recrutar alguns clientes da marca e alguns não-clientes pelas redes sociais e WhatsApp. Os clientes recrutados já haviam comprado mais de uma vez com a Quero Estampar, e os não-clientes já haviam tido experiências com produtos personalizados. Logo, a parte do roteiro voltada para pessoas que nunca haviam comprado não chegou a ser utilizada, mas foi feita, pois poderia ser necessária.

### **2 - Roteiro e Justificativas das Perguntas**

#### **APRESENTAÇÃO**

*[Fala do entrevistador] Olá! Meu nome é Giovanni e estou realizando essa pesquisa para a empresa de produtos personalizados, Quero Estampar. Na verdade, o projeto está sendo desenvolvido para a minha pós-graduação em Design na PUC do Rio de Janeiro. Mas, decidi fazê-lo junto aos líderes da Quero Estampar, unindo a pós-graduação ao mercado real. Fico muito feliz por você ter aceitado participar, com certeza será de grande ajuda para mim e para a Quero Estampar.*

#### **DADOS DEMOGRÁFICOS**

*[Fala do entrevistador] Vou começar fazendo algumas perguntas sobre você, apenas para a empresa poder ter uma base do perfil do público entrevistado.*

*Fique tranquilo(a), pois todos os dados coletados nessa entrevista serão utilizados apenas para meus estudos e para decisões internas da Quero Estampar, após o estudo todos os dados serão excluídos e tudo será feito de forma anônima. Todas essas informações constam lá no termo que te enviei por e-mail, ok? Se precisar me*



*interromper, seja para tirar dúvidas ou não se sentir confortável para responder alguma pergunta, a entrevista pode ser interrompida a qualquer momento. Podemos começar?*

- **Em que estado você mora?**
- **Em qual região desse estado?**
- **Qual a sua idade?**

Justificativa: As perguntas referentes aos dados demográficos foram feitas mais para o controle da empresa sobre o perfil dos entrevistados. É consideravelmente importante, pois pode indicar uma certa preferência de canal de comunicação de acordo com a idade do público e o local onde moram. Seguindo para as demais perguntas:

### **SOBRE OS PRODUTOS E INTERESSES/ MOTIVAÇÕES DO PÚBLICO**

*[Fala do entrevistador] Agora, vamos falar um pouco dos produtos em si. Vou te fazer algumas perguntas relacionadas a produtos personalizados.*

- **Quando você ouve “produtos personalizados”, o que você imagina que seja um produto personalizado? (Ex.: cor personalizada, estampa personalizada, formato, estilização)**

Justificativa: Caso um sistema venha a ser criado, é importante saber quais formas de personalização são importantes para os clientes.

- **O que você acha sobre a possibilidade de personalizar produtos?**

Justificativa: Indica o interesse pelo domínio.

- **Quando falamos em produtos personalizados, quais produtos vêm à sua cabeça?**

Justificativa: Ajuda a filtrar quais são os produtos que mais passam pela cabeça do público, podendo-se definir melhor o catálogo.

- **Quais fatores você acredita que podem levar a escolha de um produto personalizado em vez de um produto já pronto?**

Justificativa: Entender o porquê da escolha pelo personalizado pode ser fundamental para atender a pessoa da forma que ela espera.

- **E ao contrário? Para você, qual vantagem um produto pronto pode ter sobre um produto personalizado?**

Justificativa: Identificar problemas e analisar se estes podem ser solucionados pelos canais ou desenvolvimento de sistemas. Perguntar-se a si mesmo: será que existe a necessidade de um catálogo com estampas prontas, com possibilidades mínimas de personalização (por exemplo: somente o nome da pessoa)? Se o fator mais citado for referente ao prazo, essa questão pode ter solução.

## **A EXPERIÊNCIA DE COMPRA**

- **Você já comprou um ou mais produtos personalizados? Se sim, sabe dizer quantas vezes e o quê comprou?**

Justificativa: Decisiva para saber por onde conduzir a entrevista e identificar a experiência do entrevistado com o assunto.

**[Se já comprou]**

- **Quando foi a última vez que você comprou?**

Justificativa: Pode indicar o motivo pelo qual tenha tido uma experiência negativa ou positiva e o sistema ou canal utilizado para compra (se fizer muito tempo, por exemplo, sistemas de personalização de produtos na web podiam não ser existentes ainda).

- **Com que frequência costuma comprar?**

Justificativa: Pode revelar motivos pela escolha de determinado canal ou sistema. Suposição: alguém que compra personalizados muitas vezes no ano, pode acabar preferindo um sistema mais automático com histórico de compras salvo, principalmente se os produtos forem semelhantes. Isso deixaria o processo mais rápido. Ou seja, essa pergunta casada com as posteriores, pode nos revelar grandes surpresas ou confirmar hipóteses.

- **Com quais lojas você já comprou?**

Justificativa: Nos ajuda a entender por quais caminhos/ sistemas para a realização da compra de um personalizado o entrevistado já passou.

- **Antes de comprar, onde você buscou o(s) produto(s)?**

Justificativa: Entender como o entrevistado chegou nos produtos pode indicar as preferências pelos meios possíveis.

- **Como você costuma procurar saber o preço ou mais informações sobre o produto que quer comprar?**

Justificativa: Entender por onde é feita a comparação. Será que vale a pena ter uma página com essas informações? Ou o cliente prefere orçar por um canal de atendimento? Existem outros meios que não imaginamos?

- **Por qual canal ou sistema você realizou a(s) compra(s)?**

Justificativa: Qual experiência para realização da compra o entrevistado já teve.

- **Você foi atendido por um ser humano ou resolveu tudo por algum sistema ou *bot*?**

Justificativa: Abre brecha para realizar e entender a próxima pergunta.

- **De qual outra maneira você gostaria de realizar sua compra?**

Justificativa: Identificar a satisfação e se poderia ser melhor de outra maneira.

- **Me conte mais sobre sua experiência de compra. O que você achou do atendimento ou sistema?**

Justificativa: Se for necessário, aprofundar-se na experiência de compra do entrevistado, para descobrir mais detalhes.

- **O que você mais gostou e menos gostou na maneira que realizou todo esse processo, desde a busca do produto até o momento da compra?**

Justificativa: Caso o entrevistado elogie tudo, tentar entender se tem algo que ele não gostou. O contrário também: se criticou tudo, tentar entender se tem algo positivo na experiência.

**[Se nunca comprou].**

- **Já chegou a ter interesse em comprar? Se sim, o quê?**

Justificativa: Identificar se o entrevistado realmente se encaixa no perfil do público estabelecido no objetivo.

- **Existe alguma motivação específica para nunca ter comprado? Caso sim, me conte sobre.**

Justificativa: Entender se há alguma “dor” e qual seria. Será que algum canal ou sistema poderia resolver esse problema?

- **Caso você quisesse comprar algum dia, por onde você começaria a procurar esse tipo de serviço?**

Justificativa: Identificar se o entrevistado sabe como começar a busca e como ele faria esse processo pode ser essencial para atender e superar as expectativas de novos potenciais clientes.

- **Por onde ou por qual canal você procuraria saber os preços e mais informações sobre o produto?**

Justificativa: Saber por onde seria feita a comparação.

- **Por onde ou por qual canal você gostaria de realizar sua compra?**

Justificativa: Qual canal o entrevistado espera que possa solucionar seus problemas e necessidades.

- **Gostaria de entrar em contato com alguém antes de fechar a compra?**

Justificativa: Saber qual o nível de importância de um sistema totalmente independente do contato com um atendente. Isso seria positivo ou negativo para o usuário?

- **Você conhece alguma empresa que faça produtos personalizados? Se sim, quais?**

Justificativa: Abre brecha para a próxima pergunta.

- **[Se conhece]. Por qual ou quais dessas lojas você começaria a procurar o produto e por que?**

Justificativa: A escolha do entrevistado tem influência por conta de um sistema ou canal de atendimento específico daquela loja?

## **APÓS A COMPRA**

- **Onde você prefere receber informações como instruções do que fazer e não fazer com os produtos que já comprou?**

Justificativa: Descobrir se o cliente prefere receber essas informações ou se prefere que fique disponível em alguma página. Onde seria mais viável ter acesso a essas informações?

- **Caso tenha um problema com seu pedido, por qual canal você prefere entrar em contato com a empresa?**

Essencial para solucionar da melhor forma possíveis problemas decorrentes de pedidos futuros.

- **E se a empresa precisasse entrar em contato com você, qual seria o canal ou canais de sua preferência?**

Pode parecer redundante, mas é preciso saber se o cliente gosta de receber contatos da empresa no mesmo canal em que ele prefere entrar em contato com a empresa. Durante a execução das pilotos, foi identificado que pode sim haver uma diferença.

- **Se precisar cancelar seu pedido, por onde você irá tentar realizar o processo?**

Novamente, pode parecer redundante, porém ter que cancelar o pedido não significa que o cliente precisará entrar em contato com a empresa, por exemplo, pode haver um simples botão para essa tarefa. Como será que ele prefere resolver esse problema?

- **Caso precise de mais unidades do mesmo item, como você buscaria maneiras de realizar mais pedidos iguais?**

Essa pergunta foi feita para identificar se os clientes chegam a pensar em um histórico de pedidos, onde conseguiria visualizar tudo o que já comprou com a empresa. Também ajuda a entender como eles fazem para resolver esse problema hoje. Caso o histórico não seja citado, o entrevistador pode contar sobre essa possível solução e saber quantitativamente a aprovação e

desaprovação desse sistema, pois o cliente pode não ter pensado nessa solução, mas a partir do momento que teve conhecimento dela, considerar como algo importante e mais prático. Ou será que ele ainda preferiria realizar o processo da maneira que realiza hoje? Cabe ao entrevistador explorar.

### **INFORMAÇÕES EXTRAS**

- **Caso tenha sentido falta de algum assunto que considere importante sobre produtos personalizados, fique à vontade para falar sobre.**

Justificativa: É importante dar a oportunidade do entrevistado falar mais sobre o assunto e entender se algo importante não foi mencionado na entrevista.

*[Fala do entrevistador] Muito obrigado pela sua participação, as informações fornecidas serão de grande ajuda. Caso conheça mais alguém que possa participar da pesquisa, peço que me forneça seu contato para um possível convite.*

## **VI - RESULTADOS E ANÁLISES DAS ENTREVISTAS**

No total, 9 pessoas foram entrevistadas, sendo que 3 foram para as entrevistas piloto. Aqui serão consideradas somente as outras 6, pois muitas perguntas importantes foram modificadas.

### **1 - Dados Demográficos**

A maior parte dos entrevistados era da região de Jacarepaguá, Zona Oeste do Rio de Janeiro. Isso se deve ao fato de o recrutamento ter tido em sua maioria pessoas que já compraram com a Quero Estampar, as que não compraram já haviam tido experiência com produtos personalizados. Já a idade foi mais distribuída: 2 pessoas na faixa dos 25 anos; 2 na faixa dos 35 anos; 2 na faixa dos 50 anos.

### **2 - Objetivos, Atividades, Necessidades e Problemas**

Foi quase unânime que os maiores problemas encontrados fora da Quero Estampar, era que as pessoas não sabiam como solicitar as artes para estampar nos produtos. Por exemplo, se ela quer um carro vermelho com o nome dela estampado em uma caneca, ela tinha que ligar para a estamparia ou ir fisicamente na loja para solicitar, se possível mostrando uma referência. Muitas vezes, a produção demora e quando o cliente recebe a arte para aprovar não tem muito tempo para fazer alterações. Os que

já haviam comprado com a Quero Estampar, deixaram claro que esse problema foi resolvido com eles, pois a comunicação é feita pelo WhatsApp e eles respondem bem rápido, as vezes a produção até demora um pouco comparado a um produto já pronto, mas eles se mostraram bem compreensíveis com esse prazo, que não chega a ser um grande incômodo.

Os clientes da Quero Estampar se fidelizaram com a marca por serem capazes de realizar tudo pelo WhatsApp, sem grandes burocracias, e o fato da empresa vetorizar as artes e preparar tudo para o cliente sem que este precise se preocupar em ter uma imagem em alta qualidade ou uma boa referência, deixa os clientes muito satisfeitos. Além disso, a empresa sempre envia uma foto (*mockup*) de como o produto ficará, nesse momento o cliente tem a oportunidade de solicitar alguma alteração. Novamente, tudo é feito pelo WhatsApp e os entrevistados pareceram satisfeitos com a forma que o processo é realizado.

As opiniões negativas de quem nunca comprou com a marca e as positivas de quem já comprou, nos mostra que o processo realizado tem funcionado muito bem. Explorando um pouco mais o assunto, vamos verificar o que acontece antes da pessoa entrar em contato com a loja.

Juntando todas as respostas em relação a busca de produtos personalizados e lojas, o mais comum é que a pesquisa seja feita no Google, encontrando vários sites de várias lojas diferentes ou entrando direto no Instagram da loja com a qual deseja contratar o serviço. Quando falamos sobre comparação de preços e informações, o mais comum é olhar pelos sites, pois no Instagram fica mais demorada a comparação, porém sugerem que ter o catálogo de preços disponível nas redes sociais e no WhatsApp também facilita muito o processo. Nesse caso, o maior problema é quando o cliente não consegue encontrar o preço e precisa entrar em contato para saber. Em controvérsia, alguns gostam de fazer o contato, mas quando o pesquisador explorou o assunto, todos concluíram que ter os preços disponíveis no site, redes sociais e WhatsApp é a melhor opção.

Sobre as experiências de atendimento, ninguém havia se comunicado com um *bot*, mas já haviam comprado através de sistemas com outras lojas. Porém, essa experiência do uso de um sistema não foi positiva, pois os clientes não tinham interesse em aprender a posicionar a estampa no produto, mudar cor e etc, por mais que tenham declarado ter sido fácil de fazer o processo. Para eles, deixar esse trabalho para um *designer* especializado era mais confortável, desde que o atendimento fosse rápido.

Em relação ao produto em si, o maior problema mencionado foi que pela internet é muito difícil saber se o produto tem uma boa qualidade, como o produto é fisicamente. Os que já compraram com a Quero Estampar, se mostraram satisfeitos ao receber os produtos, mas ainda assim demonstram interesse em ter acesso a informações como instruções de uso, material e tamanho antes mesmo da compra ser realizada.

Concluimos que as necessidades dos clientes é poder ter um produto feito para eles, mas não somente na estampa aplicada, e sim no resultado como um todo: material de boa qualidade e durabilidade, a estampa sendo enviada e alterada caso necessite, embalagem bonita e não aqueles pacotes de gráfica rápida. O maior problema é encontrar quem faça esse serviço com um bom e rápido canal de atendimento. E sobre o objetivo, podemos dizer que é presentear alguém ou presentear-se a si mesmo com algo que não se encontra em lugar nenhum, pois foi feito para você. Em outros

momentos, o objetivo já é encontrar ideias de produtos para presentear, quando não se sabe o que dar para aquela pessoa tão especial.

Em relação ao problema, a Quero Estampar tem solucionado muito bem, mas algumas questões podem ser estudadas. Vejamos a lista abaixo.

- Alterações no site da empresa:

Hoje o site funciona como uma vitrine de produtos e preços, mas é escasso de informações detalhadas sobre os produtos e as instruções de uso.

Quando as pessoas procuram ideias de produtos para presentear, não encontram muitas opções de estampas.

A área de compra do produto não é eficaz, pois não permite personalização e o público deixou claro que prefere realizar todo o processo pelo WhatsApp. Será que vale a pena manter a opção de compra direta pelo site? Como vimos, o público nem se quer deseja poder personalizar pelo site, a preferência é entrar em contato para que tudo seja feito pelos especialistas. Seria interessante uma solução que os leve para contato direto com a empresa pelo WhatsApp quando quiser realizar a compra e não somente um botão flutuante para contato.

- Alterações nas redes sociais e WhatsApp:

Melhorar o catálogo de preços. Alguns produtos ainda não constam na lista e faltam algumas opções, como por exemplo, em casos de agendas há a possibilidade de personalizar somente a capa e a possibilidade de personalizar capa e páginas interiores. Qual seria o preço de cada serviço? É preciso detalhar melhor, pois muitos clientes farão a busca por ali, sem desejar entrar em contato para orçar. Esse mesmo problema também se enquadra no site da empresa.

- Alterações relacionadas ao pós-venda:

É de grande interesse do público que seja possível visualizar o histórico de compras realizadas, com data, preço, estampa, produto e suas informações básicas e unidades. Sabemos disso, pois quando o pesquisador explorou o assunto todos manifestaram interesse com expressões de surpresa positiva. Alguns ainda chegaram a mencionar que seria interessante ter um histórico por e-mail, sem que o pesquisador precisasse mencionar. Ou seja, ter uma área de login pelo cadastro do cliente pode ser viável, ou uma outra solução seria enviar as informações de cada compra por e-mail. Neste caso, quando o WhatsApp é mencionado como solução pelo pesquisador, todos discordam, pois relatam que ali as mensagens podem se perder, no e-mail eles conseguem se organizar melhor e visualizar novamente quando precisarem. Alguns também mencionaram que receber as instruções de uso do produto que comprou por e-mail, seria importante para se lembrar de ler.

Um questionário com algumas perguntas da entrevista foi realizado para confirmar ou não essas informações coletadas, porém de forma quantitativa para que seja mais

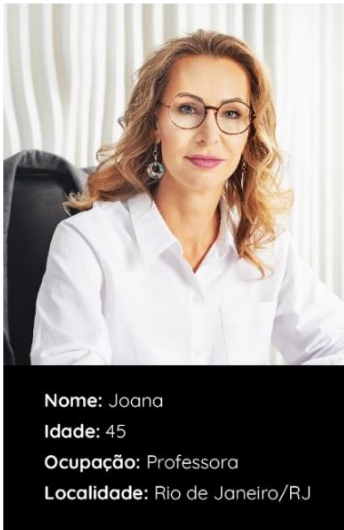


rápida a captura e levantamento dos dados. Veremos os gráficos no último tópico do trabalho.

## VII - PERSONAS E CENÁRIOS

Com base nos levantamentos acima, foram construídos duas personas e quatro cenários. Vejamos abaixo.

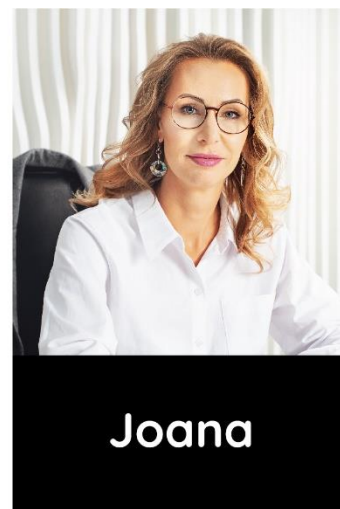
### Persona 1:



Joana tem 45 anos e mora na Zona Sul do Rio de Janeiro. Formada em letras, trabalha dando aulas de inglês e sendo voluntária em uma ONG. Ela promove diversos aulões de idiomas na ONG e vive organizando eventos de incentivo à literatura lá dentro. Para atingir cada vez mais pessoas, divulga esse trabalho nas redes sociais e faz diversos brindes com a marca da ONG para distribuir aos participantes dos eventos e outros professores. Joana também precisa ter produtos institucionais como papel timbrado, agendas, cartões de visita, panfletos, camisas e canecas. Ela se sente muito feliz em poder ajudar os que mais precisam e incentivar a educação no país, mas as vezes se sente desmotivada por não entender muito de design, pois isso atrapalha muito nos momentos em que precisa fazer produtos personalizados. Muitas vezes ela não encontra os produtos exatamente como gostaria nos sites de estamparias disponíveis.

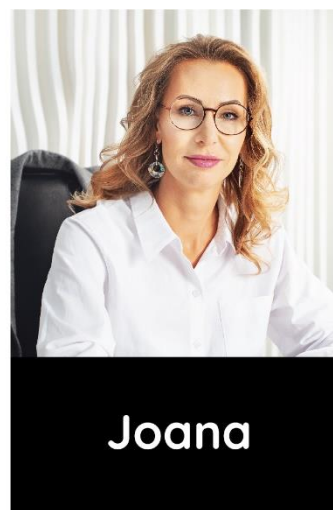
### Cenário 1:

Joana vai realizar um curso gratuito de inglês na ONG onde é voluntária. Esse curso já foi realizado no ano passado e ela financiou os materiais de estudo dos alunos, como cadernos, livros, lápis e canetas. Tudo foi feito em uma estamparia, com o material personalizado para a ONG, tendo sua marca e outras especificações. Ela entrou em contato com a estamparia, mas não conseguiu fazer mais unidades dos itens do ano passado, pois a empresa não tinha o histórico de pedidos dela. Joana ainda tentou acessar o site para verificar como o pedido havia sido, porém lá só constavam os produtos comprados, sem a visualização das estampas e artes internas dos livros e cadernos. Então, ela desistiu de ter o trabalho de explicar tudo novamente e recorreu a produtos prontos.



## Cenário 2:

A empresa onde Joana dá aulas de inglês está precisando de agendas para organizar as tarefas semestrais. Já procuraram por produtos prontos, mas não os atendiam. O ideal era já vir impresso com as tarefas a serem realizadas em cada mês. Além disso, a agenda da empresa não é tradicional, ela começa em junho de um ano e termina em julho do outro ano. Ela tentou fazer por sites e aplicativos de diversas estamparias e lojas de produtos personalizados, porém por seus sistemas não conseguiu explicar exatamente o que queria. Em uma delas, até havia um chat para se comunicar melhor, mas no final o pedido deveria ser feito pelo sistema para ficar registrado e isso deixava Joana preocupada, pois como iria ter certeza que o produto viria certo se no sistema o pedido não estava bem especificado? Então, a empresa decidiu comprar agendas comuns e escrever suas tarefas à mão, além de riscar os meses que não seriam utilizados.



## Objetivos de Joana:

No cenário 1, Joana precisa de um sistema onde consiga visualizar todas as compras de produtos personalizados que já realizou naquela empresa, com informações detalhadas. Assim, ela poderá atingir o objetivo de fazer mais produtos semelhantes sem muito esforço.

No cenário 2, Joana precisa de um contato rápido e eficiente com a loja. Seria interessante o pedido poder ser realizado pelo site, mas a solicitação das artes ser pelo WhatsApp. É importante que esteja claro no site que após a compra o cliente deverá entrar em contato pelo WhatsApp da loja, para assim Joana não se preocupar de na comprar constar um pedido errado. Além disso, após a arte feita, no histórico de compra deverá aparecer a estampa personalizada dela, para que seja possível visualizar que está tudo certo com o pedido e até para ficar registrado no histórico.

## Fontes das informações de Joana:

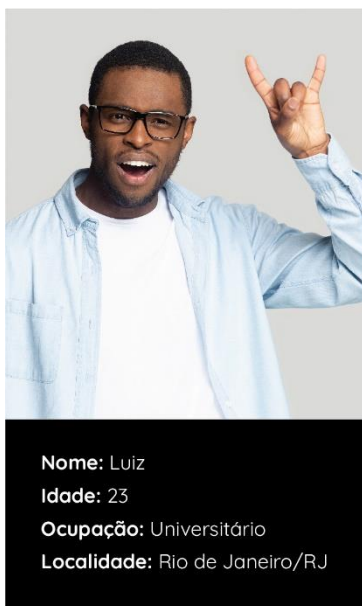
“Faço parte de uma ONG, onde dou aulas de inglês e fico muito feliz de poder dar brindes aos participantes. O que mais me dá trabalho é para fazer os produtos exatamente como quero. Já usei sistema de um site aqui e fui atendida no chat de aplicativos por outros, mas nunca consigo dizer muito bem o que quero, só quando vou diretamente na loja com referências de imagens e tal, mas isso tudo me dá muito trabalho e me desmotiva as vezes”. (Entrevistado 01)

“Quando penso em personalizado logo lembro das agendas, o fato de poder personalizar tanto a capa, como a parte interna de todas as páginas. Por exemplo, fiz

uma agenda começando primeiro em julho de um ano e terminando em julho do outro ano, em vez de janeiro a dezembro, pois é assim que funciona aqui na empresa, e os meses já tinham descritos os serviços que seriam realizados naquele mês. Fiz na Quero Estampar e fui atendida pelo WhatsApp, não mudaria nada no atendimento. Prefiro muito mais pedir por ali do que tentar solicitar num site.” (Entrevistado 04)

“Quando fui fazer mais dessas mesmas agendas, porém para 2023/2024 tive dificuldades de me comunicar um pouco, porque eles não lembravam muito bem do meu pedido. Depois, conseguimos resolver, mas se tivesse registrada a minha compra em algum lugar seria mais fácil de pedir um modelo igual ou parecido.” (Entrevistado 04)

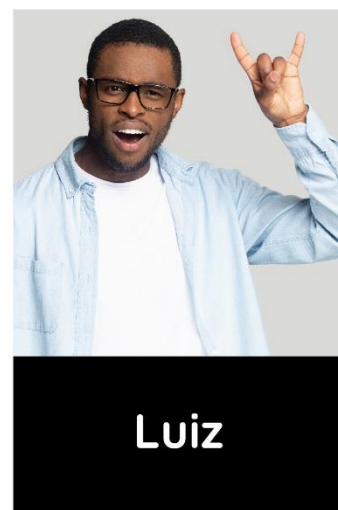
## Persona 2:



Luiz é um jovem de 23 anos, adora ir a eventos de rock e mora com os pais. Cursando Publicidade e Propaganda, ama a área de produção de eventos e já organizou alguns eventos de música na universidade onde estuda. Ele vive comprando camisetas de bandas, canecas e outros artigos com estampas que gosta. Quando descobriu que existem lojas que personalizam itens com seu nome ou o nome do seu evento, começou a fazer a busca por uma loja ideal. Apesar de cursar Publicidade, Luiz não gosta de lidar com programas de criação de layouts, então sempre procura estampas prontas e envia como referência para fazer seus personalizados. Ele também é uma pessoa que adora presentear os amigos com algo especial, mas nem sempre consegue ter ideias de presentes legais. Muitas vezes pesquisa no Google e já entra em contato com a loja onde achou o produto para fazer seu pedido. Outras vezes, ele acaba não encontrando um produto ideal. Sua maior vontade é se fidelizar com uma loja, que já conhece suas necessidades, evitando o trabalho de pesquisar no Google.

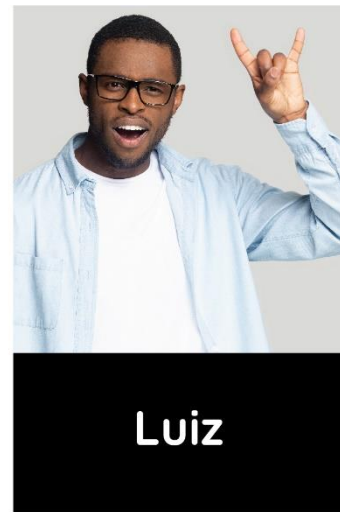
## Cenário 3:

Luiz comprou ingresso para o Rock in Rio e quer muito ir com a camisa de sua banda preferida no dia, mas ele não quer uma camisa simples: gostaria que no verso tivesse seu nome escrito com a mesma tipografia do logotipo da banda. Sua primeira ideia foi pesquisar lojas que fizessem produtos personalizados. Entrou em contato com várias, mas não conseguiu facilmente o que gostaria. Então, ele separou as referências de arte para a estampa da frente e sugeriu colocar seu nome no verso. Novamente teve problemas, pois a estamparia alegou que usava uma tipografia padrão para personalizar o seu nome e que a arte enviada não tinha qualidade para impressão na camisa. Frustrado, Luiz desistiu e comprou uma camisa da banda na loja de artigos de rock na esquina de sua casa.



#### Cenário 4:

Luiz está organizando uma confraternização na sua casa. Na verdade, seu cachorrinho de estimação está fazendo 3 anos e como Luiz adora reunir os amigos e organizar eventos, decidiu fazer uma pequena festa com itens personalizados. Sua ideia é colocar temas de bandas de rock, mas não sabe muito bem quais bandas colocar e quais itens dar como brinde para os convidados. Então, ele pesquisou por brindes no Google, mas só encontrava estampas que não estavam de acordo com o tema. Quando finalmente decidiu dar uma caneca para cada convidado, ele encontrou uma com a estampa de uma banda, mas queria que tivesse o nome dos convidados no verso. Infelizmente, a loja não personalizava o produto. Ele comprou assim mesmo, mas queria também uma roupa para o cachorro que fosse com a mesma estampa da caneca. Acabou não conseguindo atingir seu objetivo por não ter a arte da caneca sem ser um print do site da loja onde comprou.



#### Objetivos de Luiz:

No cenário 3, notamos que Luiz queria algo que parecia ser simples para ele, mas acabou tendo muitas dificuldades para conseguir o produto ideal e desistiu no caminho. Hoje, a Quero Estampar conseguiria resolver o problema de Luiz pelo atendimento via WhatsApp, mas como ele sempre procura os produtos no Google e não no Instagram, onde a loja é mais presente, provavelmente não a encontrou. Isso pode sugerir uma melhoria no desempenho do site e investimento em Google Ads, verificando o que pode ser feito no layout para que o site tenha um alcance maior.

No cenário 4, podemos observar que Luiz não sabia o que dar de brinde para os convidados. Quando decidiu, ele ainda não sabia qual banda estaria estampada na caneca. Isso tudo poderia ser resolvido se ele soubesse de uma loja que tem um catálogo de estampas disponíveis, onde somente o nome no verso é personalizado. Assim, evitaria todo o trabalho de pesquisa e ainda o ajudaria a presentear seus amigos quando não tivesse ideia do que comprar. Hoje, a Quero Estampar resolveria seu problema pelo WhatsApp, mas ainda assim, ele teria todo esse trabalho de enviar as referências e dizer o que quer. Se no site da loja tivesse uma lista de estampas disponíveis, ele poderia pesquisar diretamente por lá, evitando seu contato com a concorrência e facilitando a vida de Luiz.

#### Fontes das informações de Luiz:

“Já comprei produtos personalizados nos primeiros sites que encontrei na internet, mas nunca fiquei muito satisfeita porque eu precisava enviar a arte para eles ou algo em alta qualidade para que eles conseguissem fazer pra mim. Também já aconteceu de eu querer uma fonte específica, que era igual da logo da minha cantora preferida, mas eles



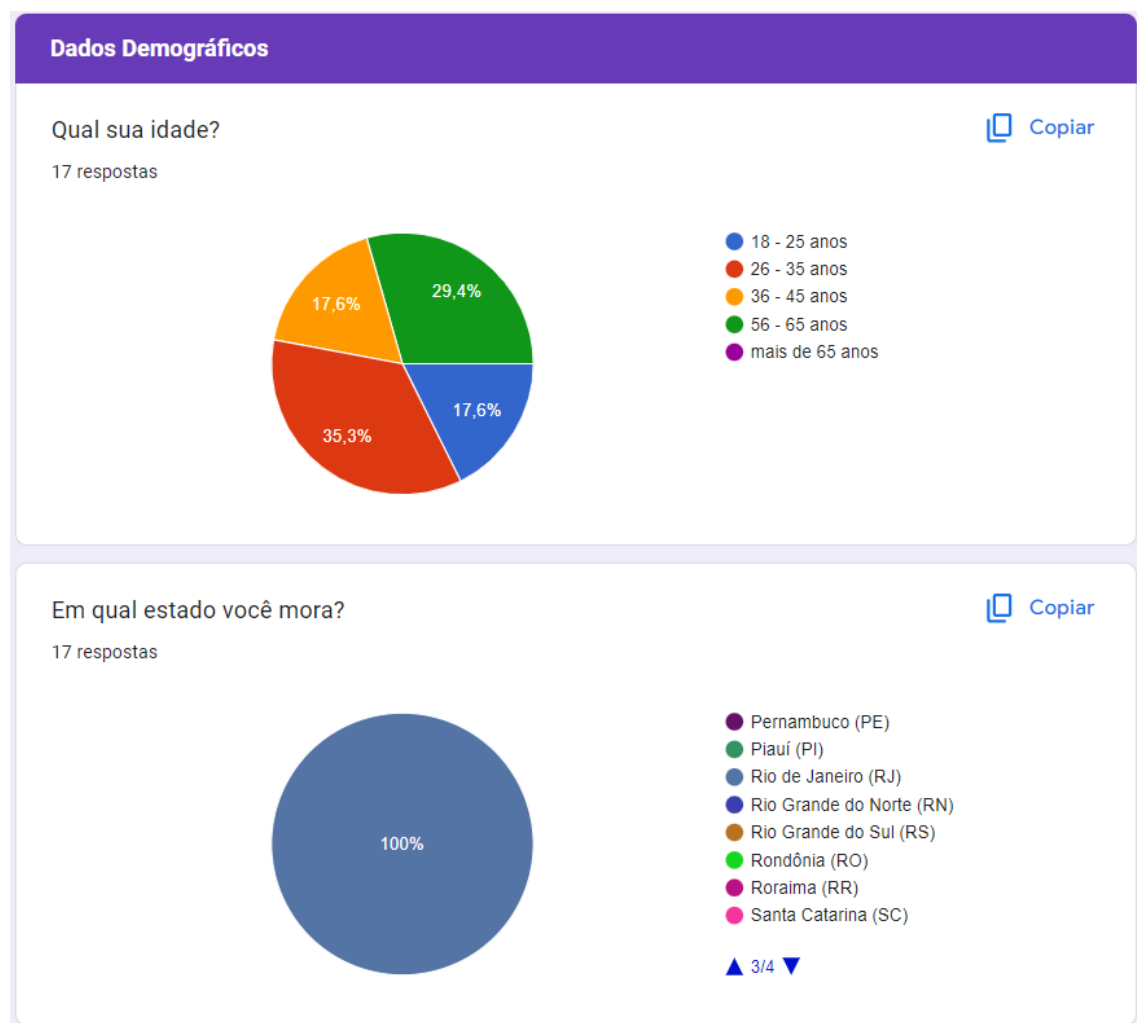
disseram que não conseguiam fazer e tinha que ser uma outra fonte padrão de lá. Aí eu desisti de comprar”. (Entrevistado 05)

“Adoro comprar coisas personalizadas para mim, com meu nome, mas costumo comprar mais para presentear meus amigos mesmo. Se eu te falasse da minha maior dificuldade... Seria encontrar, por exemplo, uma estampa legal para uma caneca e tal, eu sempre tenho que ficar procurando referências para enviar, isso é meio chato. Se tivesse um local lá com umas estampas seria maneiro.” (Entrevistado 06)

“Já fiz produtos personalizados para mim e para meu cachorro, ambos com a mesma estampa que era de uma banda que eu gosto.” (Entrevistado 02)

## VIII - Questionário

Para validar ou não as informações coletadas nas entrevistas, foi realizado um questionário no Google Forms. Vamos conferir os resultados nos gráficos abaixo.

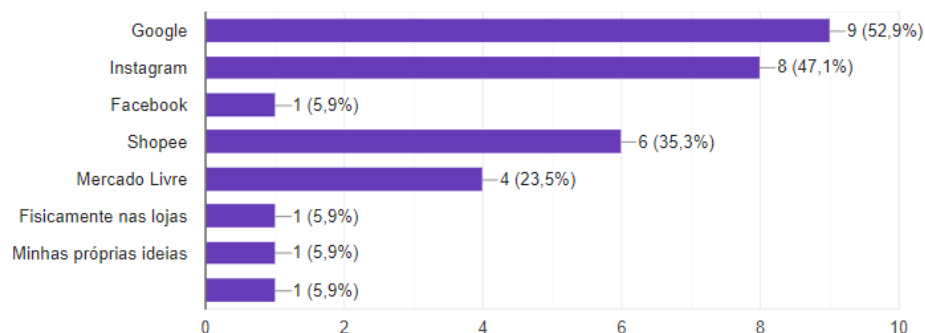


## Produtos Personalizados e Canais/Sistemas de Comunicação

Antes de compra, por onde você pesquisa por produtos personalizados?

[Copiar](#)

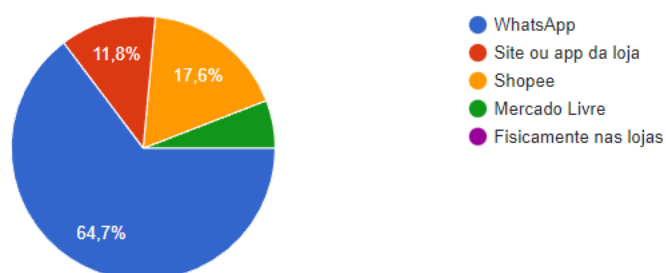
17 respostas



Por onde você prefere realizar as compras?

[Copiar](#)

17 respostas



Você prefere ser atendido diretamente por uma pessoa ou resolver tudo por algum sistema ou robô?

[Copiar](#)

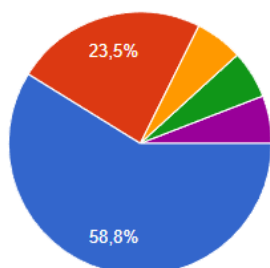
17 respostas



Onde você prefere ter acesso a informações como instruções de uso do produto que comprou?

 Copiar

17 respostas

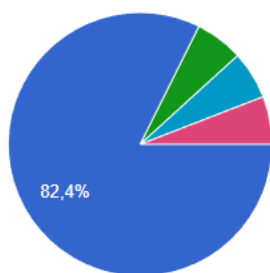


- WhatsApp
- Site ou app da loja
- E-mail
- Não acho relevante essas informações
- shopee

Caso tenha um problema com o seu pedido, por qual canal prefere entrar em contato com a loja?

 Copiar

17 respostas

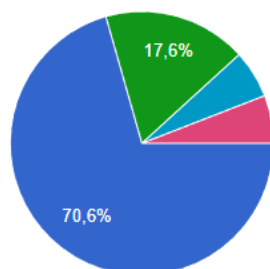


- WhatsApp
- Instagram
- Facebook
- Site ou app da loja
- E-mail
- Telefone
- Mercado livre

Caso precise cancelar seu pedido, por onde tenta realizar o processo?

 Copiar

17 respostas

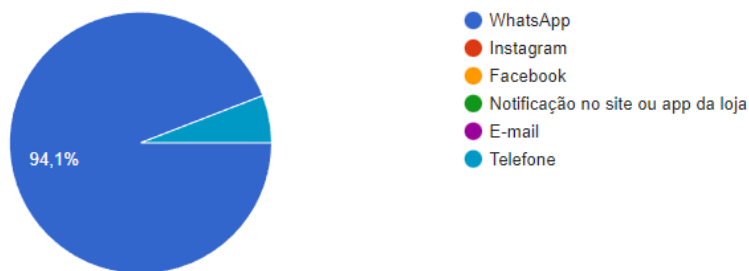


- WhatsApp
- Instagram
- Facebook
- Site ou app da loja
- E-mail
- Telefone
- Mercado Livre

E se a loja precisar entrar em contato com você, por onde prefere?

 Copiar

17 respostas



Onde você prefere visualizar o histórico de produtos que já comprou?

 Copiar

17 respostas



Os dados coletados no questionário confirmam a ideia do histórico de compra com acesso de login no site, mas diferentemente das entrevistas, nos revela que algumas pessoas gostariam de receber as informações de compra no WhatsApp também.

O WhatsApp também se saiu como melhor opção para visualização das instruções de uso dos produtos, diferente das entrevistas que revelavam o e-mail e site como melhores opções. Porém, o site também teve bastante voto. Uma possível solução é colocar as informações em uma página do site e quando a pessoa realizar a compra, receber o link de acesso no seu WhatsApp. Assim, ambas as necessidades seriam atendidas: aqueles que procurarem no site, encontrarão as informações e os que não procurarem, receberão no seu celular.

Outro assunto importante que também é a busca do site através do Google. Muitas pessoas fazem o comparativo por ali, então elas precisam encontrar o site da Quero Estampar rapidamente pelo buscador. Essa pergunta também levantou respostas como o aplicativo Shopee e Mercado Livre. Hoje, a marca já se encontra bem ativa na Shopee e vem estudando sua entrada na plataforma do Mercado Livre.

Concluindo o trabalho, vimos que a maioria dos processos são resolvidos pelo WhatsApp e é assim que os clientes preferem resolver, ou seja, estão satisfeitos com os sistemas que utilizam. Porém, alguns aprimoramentos como catálogo amplo, histórico de compras e instruções de uso dos produtos, com uma área de login no site, podem ser implementados no *redesign* do site.



# APÊNDICES

Termos consentidos pelos participantes abaixo:



Giovanni Publicidade <giovannipublicidade@gmail.com>

## Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - PESQUISA PUC-Rio + Quero Estampar

2 mensagens

Giovanni Publicidade <giovannipublicidade@gmail.com>  
Para: "alves.marluce@gmail.com" <alves.marluce@gmail.com>

17 de abril de 2023 às 21:35

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Pesquisa de Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados

Você está sendo convidado(a) a participar do Projeto de Pesquisa "Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados", em formato de entrevista. Este projeto é de responsabilidade do pesquisador Giovanni Diniz Perrone, voltado para um trabalho de pós-graduação de UX/IHC da PUC-Rio e realizado para a marca Quero Estampar, tendo por objetivo descobrir de que forma e por quais canais e/ou sistemas os clientes de estamparias e lojas de presentes personalizados preferem fazer seus pedidos, identificando quais desejos e necessidades já são atendidos pela Quero Estampar e quais não são.

Leia cuidadosamente o que se segue e questione o pesquisador sobre qualquer dúvida que você tiver. **Você tem total direito de não concordar em participar da pesquisa ou não concordar apenas com alguns tipos de estudos que serão feitos durante a entrevista (exemplo: captura de áudio)**, nesse caso a captura será feita em forma de texto, transcrito manualmente pelo pesquisador.

Caso se sinta esclarecido(a) sobre as informações que estão presentes neste termo e aceite fazer parte do estudo, **responda este e-mail concordando com sua participação**.

1. Todos os dados serão coletados e armazenados em computadores seguros e utilizados única e exclusivamente para os fins desta pesquisa e objetivos descritos neste termo, após o uso, serão excluídos permanentemente;
2. A privacidade e o anonimato dos participantes serão preservados em quaisquer materiais divulgados com os resultados da pesquisa, seja para a Quero Estampar, para a PUC-Rio ou em quaisquer outras formas de divulgação;
3. O participante pode interromper a captura dos dados em qualquer momento, segundo sua disponibilidade e vontade, sem precisar prestar esclarecimentos ao pesquisador;
4. Caso ocorra algum dano comprovadamente decorrente da participação no estudo, os voluntários poderão pleitear indenização, segundo as determinações do Código Civil (Lei nº 10.406 de 2002) e das Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde;
5. Cada entrevistado receberá uma caneca branca de cerâmica personalizada a seu gosto, sem que haja nenhum custo para o entrevistado;
6. O pesquisador estará disponível para esclarecimentos após a sessão de captura de dados, pelo e-mail: [giovannipublicidade@gmail.com](mailto:giovannipublicidade@gmail.com) ou telefone (21) 96690-8405.



21 96690-8405

Portfólio: [www.behance.net/giovannipu3912](http://www.behance.net/giovannipu3912)

Marluce Alves <alves.marluce@gmail.com>  
Para: Giovanni Publicidade <giovannipublicidade@gmail.com>

17 de abril de 2023 às 21:43

Concordo.

Att.,

Marluce Alves

[Texto das mensagens anteriores oculto]



Giovanni Pubblicidade <giovannipubblicidade@gmail.com>

## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - PESQUISA PUC-Rio + Quero Estampar

2 mensagens

Giovanni Pubblicidade <giovannipubblicidade@gmail.com>  
Para: "vanusatrindade10@gmail.com" <vanusatrindade10@gmail.com>

18 de abril de 2023 às 11:57

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Pesquisa de Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados

Você está sendo convidado(a) a participar do Projeto de Pesquisa "Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados", em formato de entrevista. Este projeto é de responsabilidade do pesquisador Giovanni Diniz Perrone, voltado para um trabalho de pós-graduação de UX/IHC da PUC-Rio e realizado para a marca Quero Estampar, tendo por objetivo descobrir de que forma e por quais canais e/ou sistemas os clientes de estamparias e lojas de presentes personalizados preferem fazer seus pedidos, identificando quais desejos e necessidades já são atendidos pela Quero Estampar e quais não são.

Leia cuidadosamente o que se segue e questione o pesquisador sobre qualquer dúvida que você tiver. **Você tem total direito de não concordar em participar da pesquisa ou não concordar apenas com alguns tipos de estudos que serão feitos durante a entrevista (exemplo: captura de áudio)**, nesse caso a captura será feita em forma de texto, transcrito manualmente pelo pesquisador.

Caso se sinta esclarecido(a) sobre as informações que estão presentes neste termo e aceite fazer parte do estudo, **responda este e-mail concordando com sua participação**.

1. Todos os dados serão coletados e armazenados em computadores seguros e utilizados única e exclusivamente para os fins desta pesquisa e objetivos descritos neste termo, após o uso, serão excluídos permanentemente;
2. A privacidade e o anonimato dos participantes serão preservados em quaisquer materiais divulgados com os resultados da pesquisa, seja para a Quero Estampar, para a PUC-Rio ou em quaisquer outras formas de divulgação;
3. O participante pode interromper a captura dos dados em qualquer momento, segundo sua disponibilidade e vontade, sem precisar prestar esclarecimentos ao pesquisador;
4. Caso ocorra algum dano comprovadamente decorrente da participação no estudo, os voluntários poderão pleitear indenização, segundo as determinações do Código Civil (Lei nº 10.406 de 2002) e das Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde;
5. Cada entrevistado receberá uma caneca branca de cerâmica personalizada a seu gosto, sem que haja nenhum custo para o entrevistado;
6. O pesquisador estará disponível para esclarecimentos após a sessão de captura de dados, pelo e-mail: [giovannipubblicidade@gmail.com](mailto:giovannipubblicidade@gmail.com) ou telefone (21) 96690-8405.



21 96690-8405

Portfólio: [www.behance.net/giovannipu3912](https://www.behance.net/giovannipu3912)

Vanusa Trindade <vanusatrindade10@gmail.com>  
Para: Giovanni Pubblicidade <giovannipubblicidade@gmail.com>

18 de abril de 2023 às 19:10

Ok  
[Texto das mensagens anteriores oculto]



Giovanni Pubblicidade <giovannipubblicidade@gmail.com>

## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - PESQUISA PUC-Rio + Quero Estampar

2 mensagens

Giovanni Pubblicidade <giovannipubblicidade@gmail.com>

18 de abril de 2023 às 14:38

Para: "falecomsuaamigahoramiga@gmail.com" <falecomsuaamigahoramiga@gmail.com>

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Pesquisa de Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados

Você está sendo convidado(a) a participar do Projeto de Pesquisa "Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados", em formato de entrevista. Este projeto é de responsabilidade do pesquisador Giovanni Diniz Perrone, voltado para um trabalho de pós-graduação de UX/IHC da PUC-Rio e realizado para a marca Quero Estampar, tendo por objetivo descobrir de que forma e por quais canais e/ou sistemas os clientes de estamparias e lojas de presentes personalizados preferem fazer seus pedidos, identificando quais desejos e necessidades já são atendidos pela Quero Estampar e quais não são.

Leia cuidadosamente o que se segue e questione o pesquisador sobre qualquer dúvida que você tiver. **Você tem total direito de não concordar em participar da pesquisa ou não concordar apenas com alguns tipos de estudos que serão feitos durante a entrevista (exemplo: captura de áudio)**, nesse caso a captura será feita em forma de texto, transcrito manualmente pelo pesquisador.

Caso se sinta esclarecido(a) sobre as informações que estão presentes neste termo e aceite fazer parte do estudo, **responda este e-mail concordando com sua participação**.

1. Todos os dados serão coletados e armazenados em computadores seguros e utilizados única e exclusivamente para os fins desta pesquisa e objetivos descritos neste termo, após o uso, serão excluídos permanentemente;
2. A privacidade e o anonimato dos participantes serão preservados em quaisquer materiais divulgados com os resultados da pesquisa, seja para a Quero Estampar, para a PUC-Rio ou em quaisquer outras formas de divulgação;
3. O participante pode interromper a captura dos dados em qualquer momento, segundo sua disponibilidade e vontade, sem precisar prestar esclarecimentos ao pesquisador;
4. Caso ocorra algum dano comprovadamente decorrente da participação no estudo, os voluntários poderão pleitear indenização, segundo as determinações do Código Civil (Lei nº 10.406 de 2002) e das Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde;
5. Cada entrevistado receberá uma caneca branca de cerâmica personalizada a seu gosto, sem que haja nenhum custo para o entrevistado;
6. O pesquisador estará disponível para esclarecimentos após a sessão de captura de dados, pelo e-mail: [giovannipubblicidade@gmail.com](mailto:giovannipubblicidade@gmail.com) ou telefone (21) 96690-8405.



21 96690-8405

Portfólio: [www.behance.net/giovannipu3912](http://www.behance.net/giovannipu3912)

Sua Melhor Amiga Oficial <falecomsuaamigahoramiga@gmail.com>

18 de abril de 2023 às 16:32

Para: Giovanni Pubblicidade <giovannipubblicidade@gmail.com>

De acordo.

BARBARA AMARANTE  
SUA MELHOR AMIGA



Giovanni Publicidade &lt;giovannipublicidade@gmail.com&gt;

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - PESQUISA PUC-Rio + Quero Estampar**

2 mensagens

Giovanni Publicidade <giovannipublicidade@gmail.com>  
Para: camihood22@gmail.com

19 de abril de 2023 às 11:01

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Pesquisa de Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados

Você está sendo convidado(a) a participar do Projeto de Pesquisa "Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados", em formato de entrevista. Este projeto é de responsabilidade do pesquisador Giovanni Diniz Perrone, voltado para um trabalho de pós-graduação de UX/IHC da PUC-Rio e realizado para a marca Quero Estampar, tendo por objetivo descobrir de que forma e por quais canais e/ou sistemas os clientes de estamparias e lojas de presentes personalizados preferem fazer seus pedidos, identificando quais desejos e necessidades já são atendidos pela Quero Estampar e quais não são.

Leia cuidadosamente o que se segue e questione o pesquisador sobre qualquer dúvida que você tiver. **Você tem total direito de não concordar em participar da pesquisa ou não concordar apenas com alguns tipos de estudos que serão feitos durante a entrevista (exemplo: captura de áudio)**, nesse caso a captura será feita em forma de texto, transcrito manualmente pelo pesquisador.

Caso se sinta esclarecido(a) sobre as informações que estão presentes neste termo e aceite fazer parte do estudo, **responda este e-mail concordando com sua participação**.

1. Todos os dados serão coletados e armazenados em computadores seguros e utilizados única e exclusivamente para os fins desta pesquisa e objetivos descritos neste termo, após o uso, serão excluídos permanentemente;
2. A privacidade e o anonimato dos participantes serão preservados em quaisquer materiais divulgados com os resultados da pesquisa, seja para a Quero Estampar, para a PUC-Rio ou em quaisquer outras formas de divulgação;
3. O participante pode interromper a captura dos dados em qualquer momento, segundo sua disponibilidade e vontade, sem precisar prestar esclarecimentos ao pesquisador;
4. Caso ocorra algum dano comprovadamente decorrente da participação no estudo, os voluntários poderão pleitear indenização, segundo as determinações do Código Civil (Lei nº 10.406 de 2002) e das Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde;
5. Cada entrevistado receberá uma caneca branca de cerâmica personalizada a seu gosto, sem que haja nenhum custo para o entrevistado;
6. O pesquisador estará disponível para esclarecimentos após a sessão de captura de dados, pelo e-mail: [giovannipublicidade@gmail.com](mailto:giovannipublicidade@gmail.com) ou telefone (21) 96690-8405.



21 96690-8405

Portfólio: [www.behance.net/giovannipu3912](https://www.behance.net/giovannipu3912)Camila Silva <camihood22@gmail.com>  
Para: Giovanni Publicidade <giovannipublicidade@gmail.com>

19 de abril de 2023 às 11:57

Concordo com os termos esclarecidos.  
[Texto das mensagens anteriores oculto]



Giovanni Pubblicità <giovannipubblicita@gmail.com>

## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - PESQUISA PUC-Rio + Quero Estampar

2 mensagens

Giovanni Pubblicità <giovannipubblicita@gmail.com>  
Para: naninha.silvania@gmail.com

19 de abril de 2023 às 19:46

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Pesquisa de Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados

Você está sendo convidado(a) a participar do Projeto de Pesquisa "Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados", em formato de entrevista. Este projeto é de responsabilidade do pesquisador Giovanni Diniz Perrone, voltado para um trabalho de pós-graduação de UX/IHC da PUC-Rio e realizado para a marca Quero Estampar, tendo por objetivo descobrir de que forma e por quais canais e/ou sistemas os clientes de estamparias e lojas de presentes personalizados preferem fazer seus pedidos, identificando quais desejos e necessidades já são atendidos pela Quero Estampar e quais não são.

Leia cuidadosamente o que se segue e questione o pesquisador sobre qualquer dúvida que você tiver. **Você tem total direito de não concordar em participar da pesquisa ou não concordar apenas com alguns tipos de estudos que serão feitos durante a entrevista (exemplo: captura de áudio)**, nesse caso a captura será feita em forma de texto, transcrito manualmente pelo pesquisador.

Caso se sinta esclarecido(a) sobre as informações que estão presentes neste termo e aceite fazer parte do estudo, **responda este e-mail concordando com sua participação**.

1. Todos os dados serão coletados e armazenados em computadores seguros e utilizados única e exclusivamente para os fins desta pesquisa e objetivos descritos neste termo, após o uso, serão excluídos permanentemente;
2. A privacidade e o anonimato dos participantes serão preservados em quaisquer materiais divulgados com os resultados da pesquisa, seja para a Quero Estampar, para a PUC-Rio ou em quaisquer outras formas de divulgação;
3. O participante pode interromper a captura dos dados em qualquer momento, segundo sua disponibilidade e vontade, sem precisar prestar esclarecimentos ao pesquisador;
4. Caso ocorra algum dano comprovadamente decorrente da participação no estudo, os voluntários poderão pleitear indenização, segundo as determinações do Código Civil (Lei nº 10.406 de 2002) e das Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde;
5. Cada entrevistado receberá uma caneca branca de cerâmica personalizada a seu gosto, sem que haja nenhum custo para o entrevistado;
6. O pesquisador estará disponível para esclarecimentos após a sessão de captura de dados, pelo e-mail: [giovannipubblicita@gmail.com](mailto:giovannipubblicita@gmail.com) ou telefone (21) 96690-8405.



21 96690-8405

Portfólio: [www.behance.net/giovannipu3912](http://www.behance.net/giovannipu3912)

Silvânia Soares <naninha.silvania@gmail.com>  
Para: Giovanni Pubblicità <giovannipubblicita@gmail.com>

19 de abril de 2023 às 20:05

Concordo

Silvânia Soares ♥  
21 97045-3849  
[Texto das mensagens anteriores oculto]





Giovanni Publicidade &lt;giovannipublicidade@gmail.com&gt;

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - PESQUISA PUC-Rio + Quero Estampar**

2 mensagens

Giovanni Publicidade <giovannipublicidade@gmail.com>  
Para: noelysouza14@hotmail.com

20 de abril de 2023 às 09:56

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

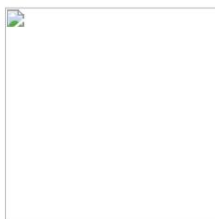
Pesquisa de Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados

Você está sendo convidado(a) a participar do Projeto de Pesquisa "Preferência do Público em Relação a Atendimento e Sistemas de Estamparias e Lojas de Presentes Personalizados", em formato de entrevista. Este projeto é de responsabilidade do pesquisador Giovanni Diniz Perrone, voltado para um trabalho de pós-graduação de UX/IHC da PUC-Rio e realizado para a marca Quero Estampar, tendo por objetivo descobrir de que forma e por quais canais e/ou sistemas os clientes de estamparias e lojas de presentes personalizados preferem fazer seus pedidos, identificando quais desejos e necessidades já são atendidos pela Quero Estampar e quais não são.

Leia cuidadosamente o que se segue e questione o pesquisador sobre qualquer dúvida que você tiver. **Você tem total direito de não concordar em participar da pesquisa ou não concordar apenas com alguns tipos de estudos que serão feitos durante a entrevista (exemplo: captura de áudio)**, nesse caso a captura será feita em forma de texto, transcrito manualmente pelo pesquisador.

Caso se sinta esclarecido(a) sobre as informações que estão presentes neste termo e aceite fazer parte do estudo, **responda este e-mail concordando com sua participação**.

1. Todos os dados serão coletados e armazenados em computadores seguros e utilizados única e exclusivamente para os fins desta pesquisa e objetivos descritos neste termo, após o uso, serão excluídos permanentemente;
2. A privacidade e o anonimato dos participantes serão preservados em quaisquer materiais divulgados com os resultados da pesquisa, seja para a Quero Estampar, para a PUC-Rio ou em quaisquer outras formas de divulgação;
3. O participante pode interromper a captura dos dados em qualquer momento, segundo sua disponibilidade e vontade, sem precisar prestar esclarecimentos ao pesquisador;
4. Caso ocorra algum dano comprovadamente decorrente da participação no estudo, os voluntários poderão pleitear indenização, segundo as determinações do Código Civil (Lei nº 10.406 de 2002) e das Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde;
5. Cada entrevistado receberá uma caneca branca de cerâmica personalizada a seu gosto, sem que haja nenhum custo para o entrevistado;
6. O pesquisador estará disponível para esclarecimentos após a sessão de captura de dados, pelo e-mail: [giovannipublicidade@gmail.com](mailto:giovannipublicidade@gmail.com) ou telefone (21) 96690-8405.



21 96690-8405

Portfólio: [www.behance.net/giovannipu3912](https://www.behance.net/giovannipu3912)Noély Souza <noelysouza14@hotmail.com>  
Para: Giovanni Publicidade <giovannipublicidade@gmail.com>

20 de abril de 2023 às 12:42

Eu concordo.

Enviado desde mi iPhone

Em 20 abr. 2023, a la(s) 09:56, Giovanni Publicidade &lt;giovannipublicidade@gmail.com&gt; escreveu:

[Texto das mensagens anteriores oculto]