



Tema:  
"OS DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO  
NA UNIMEP"



## 11º Simpósio de Ensino de Graduação

### UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE QUALIDADE NOS PRODUTOS E SERVIÇOS EM UMA PAPELARIA EM CAPIVARI-SP

#### Autor(es)

---

VALDIR ANTONIO VITORINO FILHO  
CLEVER EDUARDO ZUIN LOBO  
CLAYTON HENRIQUE SANTOS  
GILVANEI SOUZA DA SILVA  
RITA DE CÁSSIA CRISTOFOLETI

#### Orientador(es)

---

FRANCISCO CARLOS GARCIA

#### Resumo Simplificado

---

**Contextualização:** Este estudo versará sobre a percepção dos consumidores de uma papelaria, localizada em Capivari-SP, onde seus produtos e os serviços são: matérias escolares, peças para computadores, os serviços são, mas flexível possível, como encadernação, fotocópia, recarga de cartucho para computadores. Para Campos (1999 p. 13) primeiro devemos reconhecer quais são os fins (resultados) desejados para uma empresa. Como o objetivo de uma organização humana é satisfazer as necessidades das pessoas, então o objetivo, o fim, o resultado desejado de uma empresa é a qualidade total. Segundo Chiavenato, Sapiro (2003) os consumidores de hoje em dia estão mais exigente em relação aos produtos e sua qualidade, muitos estão optando por pagar um pouco mais caro desde que o produto tenha uma duração maior e isso vem obrigando os fornecedores dos mesmos a melhorarem sua qualidade de serviço e de produto, a maioria dos clientes não tolera mais um produto de “qualidade” mediana esses são os chamados produtos de qualidade convencional, onde as organizações adotam o sistema de qualidade total ou acabaram ficando para trás na corrida competitiva de mercado. **Objetivo:** O objetivo da pesquisa é analisar a percepção dos consumidores de uma papelaria, localizada em Capivari-SP. **Método:** Foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o tema de serviços e qualidade, para criação de um questionário fechado, sendo que a empresa possui um fluxo médio de 100 clientes por dia, sendo selecionados de forma aleatória, e não probalística, 40 clientes da empresa alvo (o que equivalem a 40% do total de clientes diários, e aproximadamente 2% do total de clientes mensais), no primeiro semestre de 2013, com 20 questões. **Resultados:** Alguns dos resultados que pode-se destacar são: com relação aos produtos escolares, 22,5% assinalaram a alternativa muito bom, 37,5% bom, 20% regular, e 20% disseram não consumir esse tipo de produto quando procuram a papelaria; para os produtos de informática, 27,5% consideram muito bom, 20% bom, 15% regular e 37,5% não consomem; sobre a variedade de marcas, 60% consideram entre muito bom e bom; quando perguntado sobre a sinalização do local, um número expressivo de 23% consideram como regular; já sobre a qualidade no atendimento, 62,5% está entre muito bom e bom, 30% regular e 7,5% não opinaram; sobre os serviços prestados via e-mail, 55% não utilizam esse tipo de serviço (exemplo enviar arquivos para cópias); para os serviços de recarga, notou-se que dos clientes entrevistas pouco utilizam o serviço, sendo que 75% dos clientes não utilizam; o atendimento no caixa foi considerado como 62% entre muito bom e bom; a rapidez no atendimento como 57% das respostas “bom”; para os serviços de copiadora, com 88% entre muito bom e bom; já a forma de pagamento foi avaliada em sua maioria como regular (45%); sobre a localização da empresa, 88% consideram como muito boa e boa. **Considerações Finais:** Percebe-se que alguns clientes não utilizam todos os serviços oferecidos pela empresa, tendo assim uma oportunidade de ampliar seus negócios, divulgando mais os seus serviços para outros clientes; no geral as questões colocadas foram bem avaliadas, tendo um destaque não tanto favorável à questão das formas de pagamentos, podendo a empresa avaliar a possibilidade.