

# MUITO + GESTÃO

**Anais da Semana Científica e de Extensão**

Escola de Negócios - Univali  
Curso de Administração  
Campus de Biguaçu

## **PESQUISA DE SATISFAÇÃO DA EMPRESA MINIMERCADO ZÉ SERAFIM**

Andrielly Amorim De Souza<sup>1</sup>

Maria Albertina S. Bonin<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O trabalho desenvolvido teve como objetivo geral realizar uma pesquisa de satisfação para o Minimercado Zé Serafim, com intuito de saber quais fatores causam satisfação ou insatisfação dos clientes. O Minimercado Zé Serafim é uma empresa do ramo de varejo e que atua há mais de quarenta anos. Situada no interior do município de Biguaçu, o Minimercado Zé Serafim atende os clientes que residem no bairro Três Riachos e região. A competição por clientes está acirrada e o cenário atual conduz empresas ao desenvolvimento de estratégias que sejam responsáveis pelos resultados positivos. Manter os clientes existentes e prospectar novos são os objetivos principais desse trabalho. Estas questões trazem preocupação para a empresa que percebeu a necessidade de conhecer os fatores que causam satisfação ou insatisfação aos seus clientes. A construção do estudo derivou da necessidade de compreender o perfil dos clientes do estabelecimento e suas expectativas em relação aos produtos e serviços prestados. A pesquisa desenvolvida teve abordagem quantitativa e se caracteriza quanto aos fins como descritiva. A entrevista realizada contou com a colaboração de 100 consumidores ativos do Minimercado Zé Serafim. A pesquisa de campo contemplou a aplicação de um questionário com os clientes da empresa e possibilitou identificar como estão sendo avaliados os serviços e atendimento oferecidos pela organização. Para consubstanciar o estudo foram também realizadas pesquisas bibliográfica e documental. A partir da tabulação de dados foram detectados pontos fortes e pontos fracos e foram elaboradas propostas de sugestões de melhorias. A pesquisa mostrou que a expressiva maioria dos clientes pertence ao gênero feminino contemplando a faixa etária de 16 a 25 anos e em mesma proporção, os clientes são maiores de 56 anos. Sobre a escolaridade constatou-se que uma proporção expressiva tem o ensino fundamental incompleto, já a renda familiar apontou que a maioria recebe até dois salários mínimos. Sobre a ocupação profissional, o resultado apontou que 28% são empregados de empresas privadas. Ficou constatado que, de maneira geral, os clientes se mostram satisfeitos com relação aos itens que foram levantados na pesquisa. Em uma interpretação em sentido amplo pode-se considerar que o resultado é positivo. Quanto a variedade de produtos, as formas de pagamento, os preços, o atendimento, a aparência, o horário de atendimento as respostas

Palavras-chave: “Palavras-chave: Marketing, Pesquisa de Satisfação, Cliente.”

<sup>1</sup> Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçu /SC.andriamorim1990@hotmail.com

<sup>2</sup> Profª. Msc. Orientadora, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. mbonin@univali.br