

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



## COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E AS EMPRESAS DESTAQUE DO MUNICÍPIO DE SÃO MIGUEL DO OESTE/SC NO ANO DE 2020

Pesquisador(es): Ceretta, Rafael (autor principal); Visintainer, Nilson Renê (orientador)

Instituição de Ensino Superior/Curso: Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc),  
Curso de Administração

Área: Área das Ciências Sociais .

**Introdução:** Quais os estabelecimentos são mais lembrados pelos consumidores de São Miguel do Oeste, SC? Conquistar e manter novos clientes tem sido a tônica das empresas na atualidade, seja para impulsionar o crescimento das pequenas, médias e grandes empresas ou para aumentar suas vantagens competitivas. As empresas têm como objetivo principal a obtenção de lucros por meio de suas transações e, para alcançar essa meta, oferecem produtos e serviços ao mercado consumidor, buscando diferenciar-se em relação à concorrência para conquistar, reter e fidelizar a maior quantidade possível de clientes. **Objetivo:** Identificar os estabelecimentos mais lembrados pelos consumidores de São Miguel do Oeste, SC, considerando ano de 2020, Como método, adota-se a pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa, sendo caracterizado como um estudo de campo, realizado mediante aplicação de questionário. Se analisam temáticas como comportamento do consumidor, fatores influenciadores e processo decisório de compra. **Método:** Em termos de estruturação, o artigo está dividido em cinco seções, sendo que, além da introdução e conclusão, apresentam-se os métodos utilizados para realização da pesquisa, seguido da apresentação e análise dos resultados. Para a consecução do estudo, foi utilizada a pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa, sendo caracterizado ainda como um estudo de campo, realizado mediante aplicação de questionário. A população de estudo foi composta por homens e mulheres acima de 18 anos, selecionada por conveniência, sendo composta por 64 indivíduos que residem no município de São Miguel do Oeste/SC e realizam compras no mesmo. Os critérios para participação na pesquisa foram o aceite do indivíduo, idade superior a 18 anos e residir no município selecionado.

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



Para coletar os dados foi aplicado um questionário com 18 perguntas, na modalidade "Questionário online" no google acadêmico, realizada conforme os objetivos específicos do estudo. Ademais, o questionário foi estruturado com uma relação fixa de perguntas, sendo que tanto a ordem como a redação permaneceram invariáveis para todos os sujeitos (GIL, 2008).

Os dados foram analisados por meio de tabulação simples, mediante estatística descritiva, através da elaboração de tabelas e gráficos com auxílio de planilha eletrônica, sendo os dados obtidos analisados por meio de estatística descritiva.

**Resultados:** Apesar das dificuldades, de acordo com as pesquisas realizadas, o reconhecimento das empresas de São Miguel do Oeste – SC perante o mercado consumidor está sendo bom, muitas pessoas comentam sobre a diversidade de produtos nas lojas, sobre pontos ganhos nas compras, sobre atendimento rápido, descontos exclusivos, tudo isso engloba o marketing, empreendedorismo e administração de empresas, pilares fundamentais para um bom negócio.

**Conclusão:** O estudo teve como objetivo identificar os estabelecimentos mais lembrados pelos consumidores de São Miguel do Oeste/SC, considerando o ano de 2020, buscando também contribuir com o desenvolvimento e aprofundamento científico na linha de pesquisa com ênfase no referido município. Em relação aos fatores determinantes na escolha das empresas destaque, os resultados evidenciaram que variáveis como preço, atendimento e qualidade são os mais mencionados, enquanto que a marca foi a variável menos representativa, o que permite caracterizar a amostra como pouco afetada pela marca ou nome da organização. No que se refere à pandemia da COVID-19 e como as empresas estão conseguindo suportar esta fase, não há como não ressaltar a imprescindibilidade do comércio eletrônico e a utilização da internet como principal ferramenta de venda e marketing, apesar de a maior parte da amostra preferir realizar compras em lojas físicas. Com os dados obtidos, foi possível concluir que, apesar de todas as interferências da crise gerada pela pandemia em 2020, o comércio local continua se destacando, gerando, inclusive, novos empregos, sendo que, no que se refere ao comportamento dos consumidores locais, estes são influenciados, especialmente,

# II CIRCUITO REGIONAL

## DE PESQUISA, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

### Megatendências, Perspectivas e Desafios na Formação Profissional

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



pelo valor (preço + qualidade) e atendimento, o que pode auxiliar as organizações a direcionarem seus esforços para atender, especialmente, estas necessidades.

**Palavras-chave:** Marketing. Comportamento do consumidor. Pandemia COVID-19. Influências.

**E-mails:** rafael.ceretta@hotmail.com

