



## Estudo sobre segmentação nas redes de supermercado em Nova Andradina MS

Jamson Justi<sup>1</sup>,  
Beatris Ferreira dos Santos<sup>2</sup>,  
Gilmar Lopes de Oliveira<sup>3</sup>,  
João Roberto Silva<sup>4</sup>,  
Edrilene Barbosa Lima Justi<sup>5</sup>,  
Jadson Justi<sup>6</sup>,

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS/CPNA)  
Universidade Federal do Amazonas (UFAM/ICSEZ)

### Resumo:

**Introdução:** Por meio da segmentação os gestores devem dividir mercados grandes e heterogêneos em segmentos menores que possam ser alcançados de maneira mais efetiva com produtos e serviços que correspondam às suas necessidades específicas.

**Objetivo:** Identificar se as redes de supermercado que atuam em Nova Andradina MS aplicam a segmentação de mercado junto aos seus consumidores. **Metodologia:** Este trabalho utilizou-se de pesquisa quantitativa com aplicação de questionário como instrumento de coleta de dados junto à população de Nova Andradina MS. Para análise dos dados aplicou-se estatística descritiva com intuito de identificar a percepção dos consumidores quanto às redes de supermercados: Abevê, Central Max, Paraíso Alimentos e Flor do Vale Supermercado. **Resultados e Discussão:** Verificou-se que o supermercado de preferência de compra dos consumidores entrevistados é o Central Max, seguido pelo Abevê e pelo Paraíso Alimentos. Essa ordem também reflete a satisfação percebida em relação ao atendimento desses supermercados. O supermercado Flor do Vale se destaca como regular na opinião dos consumidores consultados.

**Conclusão:** Conclui-se que as redes de supermercados pesquisadas desenvolvem o marketing indiferenciado ou de massa nos processos de atendimento e promoções de seus produtos e serviços. Algumas estratégias desse tipo de segmentação são utilizadas por estas redes de supermercado, como o clube de compras, entre outros, em que o comprador se cadastra e obtém descontos de produtos direto no caixa, incentivando a fidelização dos clientes, independente de seus segmentos específicos.

**Palavras-chave:** Segmentação de mercado; Varejo; Supermercado.

<sup>1</sup> Graduado em Engenharia Mecatrônica. Doutorando em Física Ambiental. jamson.justi@ufms.br

<sup>2</sup> Graduanda em Administração. beatrizf1997@gmail.com

<sup>3</sup> Graduando em Administração. gilmarlopes\_oliveira93@outlook.com

<sup>4</sup> Graduando em Administração. jr.joaoroberto@gmail.com

<sup>5</sup> Graduada em Administração. Doutora em Desenvolvimento Regional. edrilene@gmail.com

<sup>6</sup> Graduado em Pedagogia. Mestre em Psicologia. jadsonjusti@hotmail.com