



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO NORTE DO TOCANTINS  
CENTRO DE CIÊNCIAS INTEGRADAS  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

**Lilian Adriana Pereira Cavalcante**

**Pizzaria Delivery de Araguaína: A satisfação do cliente com a qualidade dos serviços**

**Araguaína – TO**

**2025**

**Lilian Adriana Pereira Cavalcante**

**SATISFAÇÃO DO CLIENTE EM UM MICROEMPREENHIMENTO DE PIZZARIA  
DELIVERY EM ARAGUAÍNA-TO**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), na modalidade Artigo Científico apresentado à UFNT – Universidade Federal do Norte do Tocantins –Curso Superior de Tecnologia em Logística, para a obtenção do título de Tecnólogo em Logística.

Orientador (a): Angelita de Oliveira Almeida

**Araguaína – TO**

**2025**

## Ficha catalográfica

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Sistema de Geração de Ficha Catalográfica SGFC-UFNT

**Gerado automaticamente mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

P436s Pereira Cavalcante, Lilian Adriana.  
Satisfação do Cliente em um Microempreendimento de Pizzaria  
Delivery em Araguaína-TO / Lilian Adriana Pereira Cavalcante. -  
Centro de Ciências Integradas - CCI, TO, 2025.  
22 f.

Artigo de Graduação (Graduação - em Logística) -- Universidade  
Federal do Norte do Tocantins, 2025.

Orientador: Angelita de Oliveira Almeida.

1. Microempreendimento de pizza. 2. Processos logísticos. 3.  
Satisfação do Cliente.

**CDD 658.5**

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Lilian Adriana Pereira Cavalcante**

**Satisfação do Cliente em um Microempreendimento de Pizzaria Delivery  
em Araguaína–TO**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), na modalidade Artigo Científico apresentado à UFNT – Universidade Federal do Norte do Tocantins –Curso Superior de Tecnologia em Logística, para a obtenção do título de Tecnólogo em Logística.

Data de aprovação: 24 / 11 / 2025

Banca Examinadora

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Angelita de Oliveira Almeida (Orientadora)

---

Prof.<sup>o</sup> Dr.<sup>o</sup>. David Gabriel de Barros Franco (Examinador)

---

Prof.<sup>o</sup> Dr.<sup>o</sup>. Degson Ferreira (Examinador)

## RESUMO

O microempreendedor individual é uma categoria jurídica, criada pelo governo federal no ano de 2008, para formalizar pequenos negócios, e desde então vem se expandindo no país. Assim, este estudo tem por objetivo demonstrar a satisfação dos clientes de um microempreendimento do segmento de delivery de pizzas localizado no município de Araguaína- TO, bem como apontar como os processos logísticos relacionados ao processo de produção, armazenamento, atendimento, preço e transporte podem impactar diretamente na satisfação dos clientes com relação ao produto consumido, e conseqüentemente na sustentabilidade deste empreendimento no mercado. Esta pesquisa é de natureza aplicada exploratória descritiva e de abordagem qualiquantitativa. Para realizar tal pesquisa, foi aplicado um questionário semiestruturado aos clientes da pizzaria delivery, no qual obteve 30 respostas. Os resultados revelaram elevados índices de satisfação com a qualidade do produto 86,7% dos clientes relataram ser excelente, neste mesmo viés 76,7% afirmaram que a entrega ocorre dentro do prazo estimado, a análise evidencia que para um micro empreendimento ter um bom planejamento e controle dos recursos e insumos é uma estratégia eficaz para atingir a experiência positiva e qualidade percebida do produto/serviço.

**Palavras-chaves:** Microempreendimento de pizza. Processos logísticos. Satisfação do Cliente.

## ABSTRACT

*The Individual Microentrepreneur (MEI) is a legal category created by the Brazilian federal government in 2008 to formalize small businesses, and since then it has expanded throughout the country. This study aims to demonstrate the satisfaction of customers of a microenterprise in the pizza delivery segment located in the municipality of Araguaína, Tocantins, as well as to indicate how logistical processes related to production, storage, customer service, pricing, and transportation can directly impact customer satisfaction and, consequently, the sustainability of this enterprise in the market. This research is applied, exploratory-descriptive in nature, and uses a quali-quantitative approach. To conduct the study, a semi-structured questionnaire was applied to customers of the pizza delivery service, resulting in 30 responses. The results show a high level of satisfaction regarding product quality, customer service, price, and delivery. These factors contribute to understanding that the integration of logistical processes — such as purchasing, supplies, storage, production, packaging, and transportation — is essential for the quality of the final product and directly contributes to operational efficiency, customer satisfaction, and market competitiveness.*

**Keywords:** *Pizza microenterprise. Logistical processes. Customer satisfaction.*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>9</b>
2.1 Desafios e Estratégias enfrentados pelo MEI no mercado.....	10
2.2 PROCESSOS LOGÍSTICOS.....	11
2.3 Satisfação do Cliente.....	13
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>15</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>15</b>
4.1 Caracterização Do Microempreendimento E Perfil Dos Clientes Participantes Da Pesquisa.....	15
4.2 Satisfação Do Cliente Com Relação Ao Produto.....	17
4.3 Satisfação do Cliente com Relação ao Atendimento, Preço e Entrega.....	18
4.4 Sugestões apontadas pelos clientes.....	19
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>20</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>21</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este estudo apresenta como tema os desafios e estratégias relacionados a satisfação de clientes, em um empreendimento caracterizado como microempreendedor individual (MEI) no segmento do ramo de delivery de pizza, no município de Araguaína -TO.

O microempreendedor Individual (MEI) surgiu no Brasil no ano de 2008, por meio da Lei Complementar nº 128/2008, que tem por objetivo formalizar trabalhadores com Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ (Sebrae, 2023). Esta Lei modificou o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei Complementar nº 123/2006), que já tratava da questão das micro e pequenas empresas. Segundo Sebrae (2023), antes do significado do MEI, milhões de trabalhadores autônomos atuavam na informalidade, ou seja, sem acesso ao CNPJ, direitos e amparos sociais e jurídicos. Em 2022, o Brasil chegou à marca de mais de 14 milhões de MEIs inscritos, o que representa um grande avanço, colocando essa categoria jurídica entre as maiores políticas públicas de inclusão produtiva do mundo (Sebrae, 2023).

Entende-se que o MEI é uma importante política pública de inclusão produtiva, permitindo que os trabalhadores possam atuar na formalidade, porém é necessário que os trabalhadores deste segmento estejam constantemente se capacitando com relação a sua atividade produtiva. Segundo Novaes (2007), estas atividades produtivas geralmente incluem assuntos relacionados a gestão de processos logísticos que envolvem as compras, a armazenagem, a produção, o transporte, o que conseqüentemente, irá afetar na satisfação dos clientes.

Assim, este estudo tem por objetivo geral demonstrar a satisfação dos clientes de um microempreendimento do segmento de delivery de pizzas localizado no município de Araguaína- TO. E por objetivos específicos: 1-Apresentar os desafios e estratégias do Microempreendedor Individual no mercado; 2-apontar como os processos logísticos podem impactar na satisfação dos clientes; 3-identificar a satisfação dos clientes com relação a pizzaria.

Processos logísticos são um conjunto de atividades estratégicas e operacionais que garantem o fluxo eficiente de produtos, desde a aquisição de matérias-primas até a entrega ao cliente final. Essas atividades incluem compras, recebimento, armazenagem, controle de estoque, transporte, embalagem, gestão do fluxo de informações e satisfação dos clientes (Ballou, 2006).

A questão problema que permeia esta pesquisa diz respeito ao seguinte questionamento: Como os processos logísticos como compras, armazenamento, produção e transporte influenciam o nível de satisfação dos clientes de uma pizzaria delivery MEI no município de Araguaína-TO?

Até porque a competitividade do setor de pizzas no mercado é um fator que se faz presente. Segundo dados da Associação Pizzarias Unidas do Brasil (APUBRA), em 2024, o setor de pizzarias teve um crescimento de 9,5%, sendo o Brasil o segundo maior mercado no mundo a consumir pizzas, com mais de 5 milhões de unidades por dia (Sebrae, 2025). Estes dados nos mostram os desafios deste setor alimentício no que diz respeito a competitividade. Neste viés, compreender sobre como os processos logísticos, em especial, compras, armazenagem, produção e transporte podem auxiliar para a eficiência operacional e na satisfação dos clientes, fatores estes promissores que podem proporcionar competitividade e sustentabilidade no negócio no mercado.

Nesta linha de raciocínio, este estudo vai de encontro com pelo menos dois Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), preconizados na Agenda 2030, a saber: ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico e ODS 9 - Indústria, inovação e infraestrutura. Pois, reconhecer limitações, pontos fortes, estratégias utilizadas pelo microempreendedor pesquisado, como também apontar cenários que possam contribuir para a otimização dos processos logísticos como um mecanismo de sustentabilidade no mercado poderá contribuir para um nicho de mercado cada vez mais crescente no país.

Tendo em vista o tema escolhido, o resultado deste estudo busca evidenciar questões significativas com relação aos principais desafios relacionados com a otimização dos processos logísticos enfrentados pelo microempreendedor, que possam contribuir para a melhoria da eficiência operacional e para a sustentabilidade do negócio no mercado.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Para pesquisar o que se propôs com este estudo se torna necessário contar com uma teoria que embasa conceitos e fundamentos acerca da gestão dos processos logísticos, especificamente no que diz respeito a compras, armazenagem, produção, transporte e satisfação do cliente. De acordo com Ballou (2006), estes aspectos abrangem a cadeia de suprimentos logísticos, porque estas atividades estão relacionadas com o fluxo de informações de mercadorias, desde a entrada de suprimentos (matéria prima) até o usuário final, ou seja, o consumidor, bem como as respectivas informações inerentes a cada processo. Assim, pretende-

se discutir no subitem 2.1 sobre desafios e estratégias que o MEI enfrenta e utiliza para se manter no mercado; 2.2- sobre processos logísticos e no subitem 2.3 sobre a satisfação do cliente.

## **2.1 Desafios e Estratégias enfrentados pelo MEI no mercado**

A Organização das Nações Unidas (ONU) definiu a data de 27 de junho como o Dia Internacional das Micro Pequenas e Médias Empresas. Com relação ao microempreendedor individual (MEI) é importante destacar seu crescimento nos últimos anos, bem como os desafios e estratégias enfrentados com relação a gestão.

Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços de 2023, as micro, pequenas e médias empresas correspondem a 93,7% de negócios no Brasil.

No estado do Tocantins, os dados da Junta Comercial do Estado do Tocantins (Jucetins, 2023) mostram que das 198.862 empresas com registro ativo no estado, 187.768 estão enquadradas como micro, pequenas e médias empresas, isto corresponde a 94,22% dos negócios com cadastro ativo. Só neste, aproximadamente 10 mil novos microempreendedores individuais (MEI) tocantinenses foram registrados, podendo estes faturarem até R\$ 81 mil anual. (Jucetins, 2023).

Segundo relatado pelo presidente da Jucetins em 2023, Issam Saado, no período da pandemia, o MEI foram a força que impulsionou a economia. Com isso, o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (PRONAMPE), teve importante papel como política pública em impulsionar pequenos negócios que aumentaram na pandemia. Este Programa, segundo dados do Governo Federal, contribuiu para que muitos negócios saíssem da informalidade por meio da sua regularização fiscal, crescimento no mercado local e direitos a dignidade humana (Gov, 2023).

Entretanto, os microempreendedores individuais ainda enfrentam desafios. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), as atuais tensões políticas, mudanças climáticas e transformações digitais, tornam difíceis a sobrevivência das micro e pequenas empresas, gerando problemas na cadeia de suprimentos, como custos mais altos e mercados incertos, o que os colocam em risco (Onu, 2025). Os dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) do ano de 2023, apontam que a falta de um plano de negócio dificulta a permanência dos microempreendedores no mercado, pois compromete o controle dos custos e o fluxo de caixa, principalmente em um mercado cada dia mais crescente (Ipea, 2023). Outros desafios significativos se referem as cargas tributárias e a burocracia para acesso a linhas de credito que

ainda são muito restritos, apesar de já terem sido um pouco reduzidas em relação a outros regimes para o MEI (Ipea,2023).

Assim, aumentar o acesso dos microempreendedores aos serviços financeiros, garantindo crédito em condições adequadas à realidade dessas organizações, como também, a desburocratização e soluções tecnológicas inovadoras, podem propiciar estratégias de integração dos serviços e a sustentabilidade destes negócios no mercado. Também, o plano de negócios é uma importante ferramenta de planejamento e gestão, pois evita falhas, padroniza processos, define estratégias de gestão e mercado, analisa finanças e minimiza riscos e incertezas.

O plano de negócios é o instrumento ideal para traçar um retrato do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor. É por meio dele que você terá informações detalhadas do seu ramo, produtos e serviços, clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo para a identificação da viabilidade de sua ideia e da gestão da empresa (SEBRAE, 2022, s/p).

Atualmente os microempreendimentos individuais contam com o Serviço Brasileiro de Apoio a Pequenas e Micro empresas (SEBRAE), que tem por objetivo fomentar o empreendedorismo no país, sendo o elo entre os microempreendedores e o Governo. Oferece assessoria desde o processo de abertura do empreendimento até formação para uma educação empreendedora, com cursos e eventos voltados para a gestão da qualidade, gestão financeira, inovação digital, gestão de compras e vendas, dentre outros (Sebrae, 2022). Entende-se que estas questões são cruciais para os microempreendedores atuarem e se manterem neste mercado altamente competitivo, pois gerir um microempreendimento com eficiência e eficácia auxilia na tomada de decisões estratégicas para o negócio, o que consequentemente pode assegurar seu crescimento e manutenção no mercado.

## **2.2 Processos Logísticos**

A gestão logística tem se mostrado ao longo dos anos como uma eficiente ferramenta na competitividade empresarial, se relacionando com a eficácia do fluxo de materiais, produtos e informações dentro de uma empresa. Segundo Ballou (2006, p. 24) “os processos logísticos englobam todas as atividades que asseguram a disponibilidade de bens e serviços no local e no momento em que são necessários, com o menor custo possível”. Os processos têm-se mostrado ainda mais estratégicos, inserindo-os no contexto de microempreendedores individuais, no qual muitas das vezes os recursos são limitados, buscando sempre otimizar a eficiência operacional como fator que determina a sobrevivência no mercado.

Para Novaes (2007, p. 35), “os processos logísticos compreendem funções interdependentes, que incluem compras, gestão de estoques, armazenagem, transporte, produção e distribuição”. A integração dessas atividades, otimizam custos e maximizam a satisfação do consumidor, o que é relevante no setor de delivery alimentício, o qual a qualidade do produto e tempo de entrega são fatores indispensáveis para alcançar tal objetivo.

O ponto inicial de todo processo logístico se inicia com compras. Para Bowersox e Closs (2001, p. 97), “a gestão eficaz das compras garante a aquisição de insumos de qualidade, no tempo certo e em quantidades adequadas, contribuindo para a continuidade das operações”. Já Ballou (2006, p. 221) nos mostra que, “o processo de compras é estratégico, pois influencia diretamente o custo final do produto e a qualidade do serviço oferecido”. Desse modo entende-se que em uma microempresa deve levar em consideração fornecedores confiáveis para manter a regularidade no abastecimento, considerando também custos acessíveis, pois assim, evita a falta de matéria prima, contribuiu para a eficiência das operações e para a capacidade em atender bem a demanda.

No que diz respeito aos estoques, compreende-se que estes são um conjunto de materiais, produtos ou insumos disponíveis em uma organização para atender a demanda. No caso de uma pizzaria, podemos dizer que são os insumos perecíveis, como por exemplo, molho, queijo carnes, vegetais; e não perecíveis, como as embalagens, bebidas, enlatados. Assim, uma boa gestão do estoque “[...] é essencial para se ter disponibilidade dos produtos e equilibrar custos, assim reduzindo em perda de perecíveis” (DIAS, 2012, p. 45).

Em negócios de pequeno porte é imprescindível destacar que, estoques em excesso leva a comprometer o capital de giro, e em contrapartida, os baixos níveis de estoques pode levar ao não atendimento da demanda, ocasionando gargalos na produção e conseqüentemente ocasionar a insatisfação do cliente.

Entretanto, estoques implica em espaço físico e custos de armazenagem, pois a “armazenagem não é simplesmente guardar produtos em determinado espaço físico; ela envolve também a conservação, movimentação e disponibilização adequada dos materiais para que estejam acessíveis quando requeridos” (BALLOU, 2006, p.289). Uma armazenagem eficiente pode reduzir desperdícios, custos e perdas. Para microempreendedores do setor alimentício, o processo de armazenagem envolve todo o cuidado de controle de validade, organização do espaço físico e sua higiene.

No que se refere a produção Tubino (2007, p. 29), demonstra que “produção é a função que agrega valor aos recursos através da sua transformação em bens e serviços, devendo ser

planejada e controlada para atender de forma eficaz à demanda do mercado.” Assim, a eficiência operacional em um setor de pizzaria delivery requer que a otimização entre o tempo de produção, a qualidade e os custos estejam sincronizados com uma gestão eficiente voltado para atender a demanda do mercado.

Em um microempreendimento, manter e zelar pelos processos e organização da produção até que o produto chegue ao cliente final é imprescindível. De tal modo, manter um bom gerenciamento da cadeia de suprimentos, requer o uso de processos logísticos bem definidos. Uma boa gestão de seus recursos é importante para uma gestão estratégica competitiva do negócio no mercado.

### **2.3 Satisfação do Cliente**

É importante destacar que a satisfação do cliente é o fator mais relevante para o sucesso de uma empresa, principalmente quando se trata de microempreendedores no ramo de delivery, em que a relação com cliente é mais estreita e direta. De acordo com Kotler e Keller (2012, p. 150), “a satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação entre o desempenho percebido de um produto e as expectativas do cliente”. O valor percebido pelo consumidor do que ele pagou pelo produto e recebeu, pode ser uma das medidas de desempenho do negócio. Quando o desempenho é baixo, há insatisfação, e quando é alto atinge as expectativas ou excede-as, e assim, é gerada a satisfação. Esta satisfação é um fator competitivo de mercado pois a percepção da qualidade de um produto/serviço leva a fidelização, crescimento do negócio, fidelidade e uma divulgação positiva da empresa pelos clientes.

Vender é otimizar todas as etapas dos processos logísticos a fim de que o consumidor final receba seu produto dentro do prazo, com qualidade e com menor custo possível. Ao tanto que Las Casas (2012, p. 22), destaca que “venda é a arte de atender e satisfazer as necessidades e desejos do consumidor por meio da oferta de produtos ou serviços, visando não apenas ao lucro, mas à manutenção de um relacionamento duradouro”. A satisfação e fidelização do cliente por esse viés, não consiste apenas uma troca monetária, mas sim, em buscar oferecer uma experiência única para o consumidor, ou seja, a busca por se destacar diante dos concorrentes.

Com relação a importância do cliente para o empreendimento Kotler e Armstrong (2015, p. 4) ressaltam que “o cliente é o centro das atividades de marketing e sua satisfação é a chave para o sucesso empresarial”. Para um MEI é mais barato manter um cliente fidelizado do que

conquistar novos clientes, pois um cliente satisfeito leva o negócio a crescer em vários aspectos, como por exemplo: Gerador de marketing através da propaganda boca a boca e feedbacks valiosos que ajudam no aprimoramento do produto/serviço. É relevante destacar que com o feedback dos clientes é possível avaliar quais estratégias estão dando certo e quais pontos em seu produto ou serviço precisam ser melhorados.

Compreende-se que em um microempreendimento individual de delivery de pizzas, a longevidade do negócio está ligada a satisfação do cliente com a entrega e qualidade do produto. Segundo Churchill e Peter (2012, p. 136), “a eficiência na entrega é determinante para a percepção de valor do consumidor, sendo a pontualidade e a confiabilidade aspectos centrais para a satisfação”. Sendo um dos pontos mais críticos, a entrega é realizada de modo a atender todas as regiões para que o produto chegue com qualidade esperada e tempo estimado. Já a qualidade do produto leva em consideração o sabor, a temperatura, a embalagem e apresentação. É o conjunto desses elementos que transmite o comprometimento da organização com seu cliente, transformando essa experiência em futuras recompras gerando satisfação para o cliente e uma boa imagem do empreendimento.

O resultado direto da satisfação do cliente está atrelado a fidelização do mesmo. Ao tanto que Kotler e Keller (2012, p. 153), destacam que “clientes satisfeitos tendem a comprar novamente e a recomendar a empresa a outras pessoas, ampliando o alcance do negócio de forma espontânea”. Entende-se que para medir a satisfação do cliente pode ser utilizado diversos meios, a saber: questionários, entrevistas e enquetes. Estes meios são utilizados para avaliação e coleta de dados a fim de identificar pontos que podem levar as suas satisfações ou insatisfações. De acordo com Oliveira (2007), as satisfações são os pontos fortes, ou seja, as vantagens as quais a empresa controla a seu favor perante as oportunidades e ameaças do ambiente em que está inserida, já as insatisfações são os pontos fracos, as desvantagens que podem ser controladas pela empresa, mas que a desfavorece perante as oportunidades se não forem consideradas.

Contudo, para satisfazer a necessidade do cliente é necessário identificar quais processos podem ser fatores geradores de fidelização. Diante do exposto compreende-se que a satisfação do cliente é um fator essencial para a sustentabilidade do microempreendimento do setor de delivery do ramo alimentício. Um dos meios para identificar a satisfação dos clientes é estar atento aos processos logísticos, como por exemplos: Qualidade do produto, atendimento eficiente e pontualidade nas entregas. Estes podem ser fatores que levam ao

microempreendimento apresentarem resultados para os clientes, ocasionando lealdade e fidelização.

### **3- METODOLOGIA**

O estudo de caso se caracteriza como uma pesquisa aplicada exploratória descritiva. Segundo Gil (2008, p.42), “a pesquisa aplicada objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos”. Para Vergara (2016) a pesquisa exploratória propicia uma compreensão mais ampla sobre determinado tema tornando-o mais explícito e a pesquisa descritiva busca expor características específicas de um determinado fenômeno.

Parte-se de uma abordagem quali quantitativa. O caráter quantitativo caracteriza-se por coletar e quantificar respostas, para tratá-las por meio de métodos estatísticos, sendo possível mensurar o grau de satisfação e identificar padrões dos clientes (Richardson, 2017). E o caráter qualitativo, evidencia “o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos” (MINAYO, 2014, p. 21). Esta abordagem permite através da pesquisa realizada com os participantes interpretar a realidade em questão, de forma a valorizar a perspectiva do cliente.

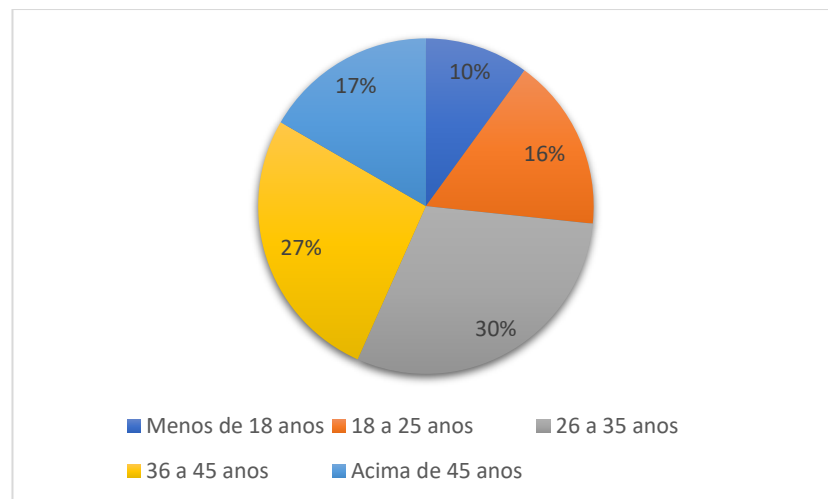
Para tanto fez uso de um questionário semiestruturado, com perguntas abertas e fechadas com temas relacionados, ao perfil dos consumidores, a qualidade e satisfação do produto consumido, a embalagem, conservação e aparência, ao atendimento e a entrega, ao preço, a frequência com que fazem pedidos e ao apontamento de pontos positivos e negativos. O questionário foi enviado aos clientes da pizzaria delivery via WhatsApp no período de 21 a 23 de outubro de 2025, no qual obteve respostas de 30 clientes. Foi composto por 14 questões, sendo 9 questões fechadas e 5 questões abertas, os discursos provenientes das perguntas abertas são apresentados conforme as respostas dos participantes; entretanto, para este estudo, priorizou-se destacar os discursos que não eram repetitivos, a fim de garantir representatividade sem redundância nas análises.

### **4- RESULTADOS E DISCUSSÕES**

#### **4.1- Caracterização do microempreendimento e perfil dos clientes participantes da pesquisa**

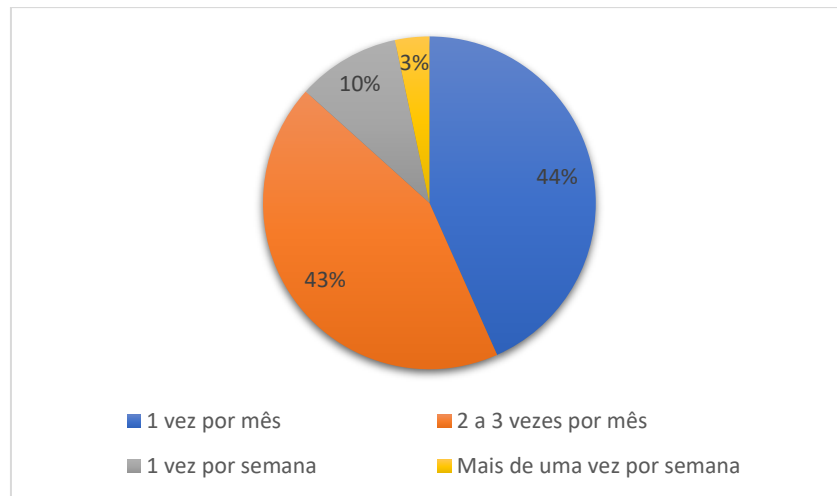
Convém ressaltar que o empreendimento é uma pizzaria delivery, localizada em Araguaína, estado do Tocantins e que atua a cinco anos no ramo de delivery alimentício de pizza, oferecendo serviço de entrega e atendimento com retirada de pedidos no balcão em seu espaço físico. Por se tratar de um micro empreendimento individual (MEI), possui três colaboradores, sendo um pizzaiolo, um motoboy e um atendente. O empreendimento trabalha exclusivamente com pizzas salgadas e doces, com produção própria da massa da pizza, sendo esta produzida diariamente, e apresenta uma média de oitenta a cem pizzas vendidas por semana.

**Gráfico 1:** Perfil da faixa etária dos clientes



Fonte: Elaborado pela autora

Conforme o perfil dos clientes que participaram da pesquisa 70% é do público feminino e 30% do público masculino. Com relação a faixa etária, 10% corresponde ao público com menos de 18 anos, 16% com idade entre 18 a 25 anos, 30% com idade entre 26 a 35 anos, 27% com idade entre 36 a 45 anos e 17% com idade acima de 45 anos, conforme demonstrado no gráfico abaixo.

**Gráfico 2: Consumo das pizzas**

Fonte: Elaborado pela autora

No que refere a frequência com relação ao consumo da pizza, 43% disseram que compram uma vez por mês, 43,3% disseram que compram entre 2 a 3 vezes por mês e 13,6% disseram que compram mais de uma vez por semana.

#### 4.2- Satisfação do cliente com relação ao produto

Com relação a qualidade do produto, ou seja, as pizzas doces e salgadas, 86,7% responderam que a qualidade do produto é excelente e 13,3% responderam que a qualidade do produto é boa e nenhum cliente respondeu que a qualidade do produto é regular. Estas informações podem nos revelar que ter fornecedores confiáveis e insumos de qualidade para o processo de produção das pizzas é fundamental para a qualidade do produto percebida pelos clientes.

A qualidade com que o produto chega e a entrega rápida (Cliente 3). Pizza muito bem recheada, massa fresca, macia (Cliente 5). Boa qualidade, muito gostosa (Cliente 7). O que mais me agrada é que eles sempre nos surpreendem, seja no sabor das pizzas ou no serviço de entrega (Cliente 11). Pizza bem montada e recheada (Cliente 15). O recheio é muito bom (Cliente 16). O sabor da pizza é maravilhoso (Cliente 17). Qualidade do produto (sabor, recheio e quantidade) e a entrega sempre dentro do prazo e as vezes chega mais rápido que o esperado (Cliente 18). Recheio e sabor (Cliente 23). Qualidade de recheio é bem recheada (Cliente 26). O sabor, qualidade e rapidez no atendimento (Cliente 27). O que me agrada é uma pizza de qualidade, e entrega bem organizada (Cliente 28).

Percebe-se que para um micro empreendimento, ter feedbacks positivos é uma estratégia eficaz diante um bom planejamento e controle dos recursos e insumos, pois atingir a experiência

positiva e a qualidade percebida diante do serviço/produto torna o popularmente boca a boca um grande aliado.

Ao tanto que quando questionados se recomendaria a pizzaria em estudo para amigos e/ou familiares 100% dos clientes afirmaram que sim, recomendaria, por diversos motivos, tais como:

Recomendaria, pois a pizzaria é muito boa (Cliente 3). Sim, muito gostosa, um excelente produto (Cliente 5). Sempre recomendo, é a melhor da cidade (Cliente 6). Sim, por que é confiável e deliciosa (Cliente 7). Pois na minha opinião é a melhor pizzaria com o ótimo atendimento (Cliente 9). Sim. Pela quantidade, rapidez no preparo e localização (Cliente 12). Sim. Uma pizza muito boa suculenta com sabor incrível e a massa muito ótima (Cliente 15). Porque a qualidade das pizzas, e do atendimento é excelente (Cliente 18). Sim, já recomendo (Cliente 22). Sempre recomendo, trabalho excelente (Cliente 25).

Estes depoimentos demonstram que realmente a qualidade do produto é um fator primordial que contribui para ampliar o número de clientes e conseqüentemente a venda. Instrumentos estes considerados fundamentais para a sustentabilidade do MEI no mercado, já que a concorrência deste setor alimentício cresce a cada dia.

#### **4.3 Satisfação do cliente com relação ao atendimento, preço e entrega**

Com relação ao atendimento, 93,3% classificou o atendimento como excelente com alto nível de satisfação, enquanto 6,7% classificou o atendimento como bom, não havendo nenhuma resposta com relação ao atendimento regular ou ruim, conforme destacado nestes comentários: “está ótimo” (cliente 3), “perfeito” (cliente 8), “o atendimento é um dos melhores que já usei” (cliente 14), “nota mil” (cliente 29), “o atendimento e a qualidade do produto” (Cliente 4) e “tudo funcionando” (cliente 13). Estes dados e depoimentos nos mostram que atenção e cordialidade e comunicação clara é essencial para preservar um atendimento de qualidade aos clientes, pois clientes bem atendidos tendem a se tornar mais fiéis.

Sobre o preço cobrado pelo produto, 99,7% dos clientes consideraram o preço justo, enquanto 3,3% afirmaram considerar parcialmente justo. Sob a ótica de Minayo (2008) compreender a importância dos valores dados pelo cliente é percebível para associar preço, qualidade, atendimento e confiança do cliente são elementos que dão sentido de realização em se fidelizar no estabelecimento.

Com relação ao tempo de entrega, 76,7% afirmaram que ocorre dentro o prazo, já 20% afirmaram que chega mais rápido que o esperado e 3,3% afirmaram que é um pouco demorado. Estes dados evidenciam que apesar de apresentar clientes que evidenciam que a entrega é um

pouco demorada, porém, a maioria encontra-se satisfeita com relação ao tempo de entrega o que pode considerar como sendo um sinal positivo de que o processo de produção do produto é ágil e de qualidade. Ao tanto que 96,7% afirmaram que a pizza sempre chega com boa temperatura e aparência. Estas informações estão alinhadas com o que Ballou (2006) mostra sobre uma logística eficiente, ou seja, que esta deve garantir a entrega de bens no momento e local com o menor custo possível, sem comprometer o nível de serviço. Tais resultados refletem uma gestão integrada entre produção e transporte, destacando que o controle do tempo de produção e a coordenação logística impactam diretamente na qualidade do serviço entregue ao consumidor (NOVAES; TUNINO, 2007).

#### **4.4- Sugestões apontadas pelos clientes**

Sugestões de melhoria devem ser sempre levadas em consideração, pois contribuem de maneira significativa para que, neste estudo, o MEI possa pensar e planejar ações de oportunidades para priorizar a manutenção ou fidelização de seus clientes, como também, ampliar oportunidades para conquistar mais público.

Neste viés quando questionados sobre possíveis sugestões de melhoria para a pizzaria delivery em análise, obtive-se os seguintes resultados.

Melhorar o tempo de entrega (Cliente 26). Mais variedades (Cliente 14). Faça sorteios com mais frequência, ou algum desconto em uma data especial, isso traz clientes e preserva os que já tem (Cliente 7). Ter um espaço físico para consumo (Cliente 15). Atender os pedidos mais cedo (Cliente 23). Terem sacolas grandes para quando a gente for retirar (Cliente 18). ketchup e maionese de marca melhor (Cliente 20). Mais funcionários, lugar físico para comer (Cliente 10).

Com base nas sugestões apresentadas acima, entende-se que estas devem ser analisadas pela microempreendimento em estudo. Pois conforme Oliveira (2007) e Kotler e Keller (2012), praticar a escuta ativa com os clientes se torna ponto forte, pois isso indica um relacionamento de confiança e proximidade com cliente, permitindo ao microempreendedor uma análise das suas condições internas para satisfazer as necessidades de seus clientes, o que o favorece competitivamente no mercado.

Assim, analisando todo o contexto desse estudo, a eficiência operacional do processo produtivo (como a produção e o armazenamento), o transporte e o relacionamento com os clientes, refletem a integração que existe entre esses processos logísticos com o nível de expectativa e satisfação esperado pelos clientes (Ballou, 2006). Ao tanto que 80% dos clientes

apontaram estar muito satisfeitos com os serviços prestados e entregues pela pizzaria, enquanto 20% apontaram estarem satisfeitos e nenhum apontou estar insatisfeito.

Este grau de satisfação, juntamente com as sugestões de melhoria apontam para um cenário positivo de atuação da pizzaria delivery em estudo, podendo este empreendimento planejar ações apontadas de melhorias para colocá-las em prática.

## **5- CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Considerando os objetivos propostos, o estudo evidenciou que a integração dos processos logísticos especialmente (compras, armazenagem, produção e transporte) influenciam diretamente na qualidade percebida pelos clientes e a sustentabilidade do MEI no mercado, demonstrando que o objetivo geral foi atingido, contribuindo para a eficiência operacional e integração dos processos logísticos, princípios estes defendidos por Ballou (2006) e Novaes (2007), como sendo a importância da coordenação entre as etapas de insumos, produção e distribuição, fatores que garantem a entrega de bens e serviços com qualidade e tempo de entrega.

De forma específica, constatou-se que o micro empreendimento em estudo enfrenta desafios relacionados ao tempo de entrega em períodos de maior demanda e à necessidade de ampliar a variedade do cardápio; ao mesmo tempo, adota estratégias como a produção própria, o controle de insumos e a agilidade no atendimento, que contribuem para manter um nível elevado de satisfação dos clientes. Também foi possível identificar que a qualidade do produto, o atendimento e a entrega constituem os principais fatores de satisfação, confirmando a importância da gestão logística integrada para a experiência positiva do consumidor. Embora os resultados indiquem um desempenho satisfatório, as sugestões apresentadas pelos clientes reforçam pontos de atenção que podem impactar a competitividade do negócio. Assim, o estudo demonstra que a eficiência logística e o foco no cliente são determinantes para o sucesso do micro empreendimento do setor alimentício delivery de pizza. Para pesquisas futuras, sugere-se aprofundar análises sobre custos logísticos em micro empreendimentos do ramo alimentício, realizar comparações entre diferentes pizzarias delivery e investigar o impacto de tecnologias digitais na eficiência operacional de MEIs desse segmento.

## REFERÊNCIAS

- BALLOU, R. H. **Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos / Logística empresarial**. Porto Alegre: Bookman, 2006. p. 24.
- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logística Empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2001.
- CHRISTOPHER, M. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: estratégias para a redução de custos e melhoria dos serviços**. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais: Princípios, Conceitos e Gestão**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- GARVIN, D. A. **Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2015.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- LAS CASAS, A. L. **Administração de Vendas**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- NOVAES, A. G. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição: estratégia, operação e avaliação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia, práticas**. 24. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- TUBINO, Dalvio Ferrari. **Planejamento e Controle da Produção: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- SEBRAE. **Você sabe o que é um microempreendedor individual (MEI)?** Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-um-microempreendedor-individual-mei#:~:text=Pequenos%20empres%C3%A1rios%20formalizados,tributos%20e%20de%20forma%20simplificada>: Acesso em: 10 set. 2025.

SEBRAE. **O perfil do MEI no Brasil.** Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-perfil-do-mei-no-brasil,939b4c36e25f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>: Acesso em: 10 set. 2025.

BRASIL. Ministério da Economia. **MEI na pandemia.** Disponível em:

<https://www.gov.br/memp/pt-br/search?origem=form&SearchableText=MEI%20NA%20PANDEMIA>: Acesso em: 09 set. 2025.

SEBRAE, 2025. <https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/dia-da-pizza-abertura-de-novos-negocios-cresce-95/>

SEBRAE. **Histórico da Lei Geral.** Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/historico-da-lei-geral%2C8e95d6d4760f3610VgnVCM1000004c00210aRCRD> : Acesso em: 25 set. 2025.

SEBRAE. **O microempreendedor individual em Minas Gerais.** Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/sebraeaz/o-microempreendedor-individual-em-minas-gerais%2Ca6afd665675c9410VgnVCM1000003b74010aRCRD> : Acesso em: 25 set. 2025.

<https://www.to.gov.br/secom/noticias/pequenos-e-medios-negocios-representam-94-das-empresas-registradas-no-tocantins-jucetins-faz-recomendacoes-para-microempreendedores/5q04drhzsjls>

por Philipe Ramos/Governo do Tocantins publicado: 27/06/2023: Acesso em: dia mês ano 17 de out. de 2025

UNITED NATIONS. **Micro, Small and Medium-sized Enterprises Day.** Disponível em:

[https://www.un.org/en/observances/micro-small-medium-businesses-day#:~:text=A%20Assembleia%20Geral%20das%20Na%C3%A7%C3%B5es,\(ODS\)%20das%20Na%C3%A7%C3%B5es%20Unidas](https://www.un.org/en/observances/micro-small-medium-businesses-day#:~:text=A%20Assembleia%20Geral%20das%20Na%C3%A7%C3%B5es,(ODS)%20das%20Na%C3%A7%C3%B5es%20Unidas): Acesso em: 17 out. 2025.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) intitulada Agenda 2030: **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: avaliação do progresso das principais metas globais para o Brasil**

[https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/14124/9/Agenda\\_2030\\_ODS\\_9\\_Construir\\_infr\\_estruturas\\_resilientes.pdf](https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/14124/9/Agenda_2030_ODS_9_Construir_infr_estruturas_resilientes.pdf): Acesso em: 16 de out. de 2025.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Estudo evidencia o impacto devastador da pandemia para micro e pequenas empresas.** Disponível em:

<https://www.ipea.gov.br/portal/categorias/45-todas-as-noticias/noticias/13845-estudo-evidencia-o-impacto-devastador-da-pandemia-para-micro-e-pequenas-empresas> . Acesso em: 18 out. 2025.