

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING NAS MICROEMPRESAS (ME's)

Ana Beatriz Silva Costa

Maria Eduarda Vicente Rodrigues

Millena Nayumi Hirahata

Ranieri Augusto Ferreira Pinto

Thales Perico Errador

Resumo: O marketing é essencial para o sucesso de qualquer negócio, pois promove o engajamento em vendas e fortalece o reconhecimento da marca. Este artigo apresenta uma análise de três microempresas - Fascinatto Sorvetes, Ótica Império da Visão e Fiutinha Churrasco - com base em questionários, visando demonstrar a importância do marketing, independentemente do setor. Os resultados evidenciam que o marketing é uma necessidade estratégica para as empresas, sendo que duas delas, Ótica Império da Visão e Fiutinha Churrasco, destacam-se por investirem na área para buscar melhorias. Em contrapartida, a ME Fascinatto Sorvetes apresenta menor crescimento e investimento em marketing, o que impacta seu desenvolvimento.

Palavras-Chave: Marketing. Microempresa. Análise de Mercado.

Abstract: *Marketing is essential to the success of any business, as it promotes sales engagement and strengthens brand recognition. This article presents an analysis of three micro-enterprises - Fascinatto Sorvetes, Ótica Império da Visão and Fiutinha Churrasco - based on questionnaires, aiming to demonstrate the importance of marketing, regardless of the sector. The results show that marketing is a strategic necessity for companies, and two of them, Ótica Império da Visão and Fiutinha Churrasco, stand out for investing in the area to seek improvements. On the other hand, ME Fascinatto Sorvetes presents lower growth and investment in marketing, which impacts its development.*

Keywords: *Marketing. Micro-enterprise. Market Analysis.*

1 INTRODUÇÃO

O marketing é uma das ferramentas mais eficazes para conectar produtos e serviços ao público. Embora suas raízes sejam antigas, ele é uma área de estudo relativamente recente, com pesquisas mais aprofundadas sendo feitas há pouco mais de um século. A partir da década de 1950, com o crescimento dos shopping centers,

o marketing ganhou destaque mundial. Atualmente, com as redes sociais possibilitando maior alcance e engajamento, o marketing se tornou indispensável. Durante e após a pandemia de COVID-19, muitos empreendedores precisaram se reinventar ou abrir novos negócios, fazendo do marketing digital uma estratégia crucial para atingir clientes em um cenário altamente tecnológico. Empresas que deixam de investir em marketing digital enfrentam dificuldades para atrair novos consumidores. Ainda que algumas empresas se sustentem pelo boca-a-boca ou por clientes fidelizados, a expansão de um negócio hoje depende de uma estratégia de marketing bem planejada e eficiente.

Por isso, é fundamental estudar e desenvolver um plano estratégico para definir as melhores formas de divulgação para a empresa, buscando alcançar novos níveis de lucro e visibilidade para a marca. Destinar uma parte da receita ao marketing é essencial, pois uma estratégia bem planejada não apenas impulsiona os lucros, mas também traz inúmeros benefícios para o negócio.

Neste artigo, analisamos três microempresas de diferentes setores para entender os desafios que enfrentam e avaliar a importância do marketing dentro de uma microempresa.

OBJETIVO

Analisar a importância do marketing nas Microempresas (ME's).

3 MARKETING

O Marketing é uma área dedicada à geração de valor em torno de produtos, serviços ou da própria marca de uma empresa, com o objetivo de conquistar e fidelizar clientes. Ele busca identificar necessidades e desejos não atendidos no mercado, além de medir e quantificar seu tamanho e potencial de lucro.

As empresas têm como visão vender cada vez mais, entretanto existem organizações que adotam o marketing, mas não com o objetivo de lucrar em cima, como, por exemplo, ONG's e instituições públicas. Nesses casos o retorno esperado é um incentivo para tal propósito ou em forma de engajamento e fortalecimento de sua marca.

Os principais objetivos do marketing incluem vender, fidelizar clientes, aumentar a visibilidade, gerenciar a marca, construir boas relações, educar o mercado e engajar colaboradores. Um dos conceitos mais importantes dessa área é o Mix de Marketing, ou os 4 P's, que se baseia em quatro pilares: Preço, o valor financeiro cobrado pelo produto ou serviço; Praça, que se refere ao local de distribuição; Promoção, que determina como o produto ou serviço será promovido; e Produto, que pode ser um item físico, digital ou um serviço oferecido ao consumidor final.

Cada um desses pilares tem um papel fundamental para o marketing de uma empresa, ajudando a posicionar a marca no mercado de acordo com seus objetivos.

3.1 MICROEMPRESAS

As microempresas (ME's) são definidas como organizações que atuam com Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) e se enquadram na classificação de ME por possuir um faturamento bruto anual de até R\$360 mil, ou seja, uma média de R\$30 mil mensal para despesas e gastos gerais. Com relação ao número de colaboradores, é destacado por Vitor Torres, que varia em duas partes. A ME que opera dentro da área industrial, deve conter no máximo dezenove colaboradores, e a ME prestadora de serviços com até nove colaboradores.

Nas microempresas, é comum que os empreendedores utilizem o Simples Nacional, pelo fato de ser menos burocrático, tornando possível, por exemplo, pagar todas as suas taxas e impostos mensais com apenas uma guia denominada de Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS).

Segundo Vitor Torres, uma microempresa (ME) tem no total até oito impostos que devem ser pagos, os quais são definidos de acordo com o regime tributário escolhido, ou em alguns casos, são definidos de acordo com sua atividade, o que ressalta a importância de um contador. Os impostos a serem pagos são: Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ), Imposto Sobre Serviços (ISS), Contribuição Social sobre o lucro Líquido (CSLL), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), Programa de Integração Social (PIS) e Programa de Formação do Patrimônio do

Servidor Público (PASEP), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), cobrado apenas de indústrias, e a Contribuição Previdenciária Patronal (CPP).

Uma microempresa pode adotar qualquer natureza jurídica, com ou sem sócios, o que resulta em diferentes tipos de estrutura societária. Essas definições impactam diretamente as regras jurídicas de constituição da empresa, a estrutura societária e as responsabilidades dos sócios em relação às dívidas e obrigações.

3.2 Óticas Império da Visão

A Óticas Império da Visão começou suas operações em 2020, no auge da pandemia de COVID-19. Felipe Cardoso, proprietário da empresa, iniciou o negócio ao lado de sua mãe, Adriana Cardoso, que já era dona das Óticas Analuh. Devido às restrições impostas pelos protocolos sanitários da Organização Mundial da Saúde, a loja física teve que permanecer fechada. Foi nesse cenário que Felipe teve a ideia de criar um "delivery de óculos", levando os produtos diretamente às residências dos clientes. O processo funcionava assim: os clientes entravam em contato pelas redes sociais para escolher os modelos de óculos e Felipe os entregava em casa, onde também mostrava o catálogo completo. Essa abordagem facilitou as vendas, já que sua mãe possuía um laboratório próprio, capaz de fabricar as lentes.

Após o sucesso dessa estratégia de vendas, Felipe inaugurou uma loja física no bairro Vila Haro, em Sorocaba. Atualmente, a empresa conta com quatro colaboradores. Suas atividades econômicas incluem o comércio varejista de artigos ópticos e outras atividades de prestação de serviços para outras empresas. A Óticas Império da Visão é uma microempresa, com razão social registrada como Adriana Cardoso, e o nome fantasia é Império da Visão.

3.3 Fascinatto Sorvetes

A Fascinatto Salto de Pirapora foi criada de uma necessidade familiar em fixar residência na cidade de Salto de Pirapora, interior do estado de São Paulo, visto que já tinham uma afinidade com a cidade. No ano de 2018 adquiriram um terreno no município e no ano de 2019 construíram a casa dos sonhos da família com intenção

de fixar residência, pois o fundador tinha uma rotina de trabalho que demandava mudanças de residência constantes para atender as necessidades do serviço. A vontade do fundador era de ter a sua própria empresa para que assim pudesse ter mais tempo com sua família e dessa vontade nasceu a Fascinatto Salto de Pirapora. A empresa constitui-se de quatro colaboradores na alta temporada (verão) e sua atividade econômica é de varejo no geral e sua razão social é WPS Sorvetes Ltda e o nome fantasia é Fascinatto Sorvetes.

3.4 Fiutinha Churrasco

A empresa passou por várias mudanças desde quando o casal Silvana Salema e Marcos Casagrande decidiram abrir a empresa, a ideia surgiu da vontade do casal de entrar no ramo alimentício. Em 2021 eles começaram vendendo churrasco aos finais de semana, no mesmo ano eles progrediram para as vendas de marmitex e somente no ano de 2023 eles abriram um estabelecimento para vendas e retiradas de marmitex diariamente. O estabelecimento fica na Vila Dálmatas, na cidade de Sorocaba, interior de São Paulo. Há apenas um funcionário contratado formalmente, os demais funcionários são por tempo determinado (por contrato) ou *freelancer*, e esses funcionários ficam trabalhando na venda e/ou na produção dos produtos. A sua atividade econômica é a fabricação de massas alimentícias, sua razão social é Fiutinha Churrasco Ltda e o nome fantasia é Fiutinha Carnes Assadas e Salgados.

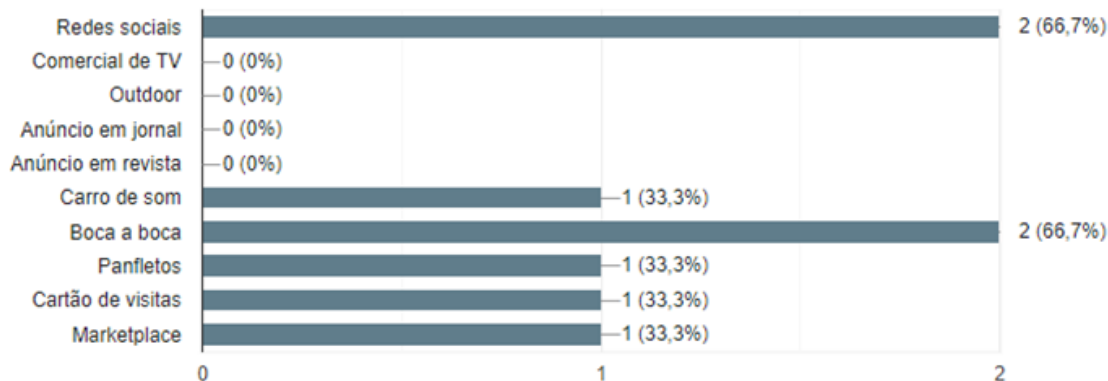
3.5 PESQUISA DE CAMPO

A primeira etapa do desenvolvimento deste artigo consistiu a pesquisa teórica e a segunda etapa na elaboração de um formulário com perguntas destinadas a compreender o marketing já praticado pelas microempresas selecionadas, bem como suas metas. Para isso, foi criado um questionário digital utilizando o *Google Forms*. Em seguida, entramos em contato com as empresas para que pudessem responder à pesquisa e assinar os termos de consentimento para o uso de imagem.

Durante o período de aula, foram realizadas visitas a duas das empresas: Óticas Império da Visão e Fiutinha Carnes Assadas e Salgados. No caso da terceira

microempresa, Fascinatto Sorvetes, não houve visita presencial; os dados foram coletados apenas por meio do envio do link do questionário. Após isso, fizemos a análise e tabulação dos dados obtidos.

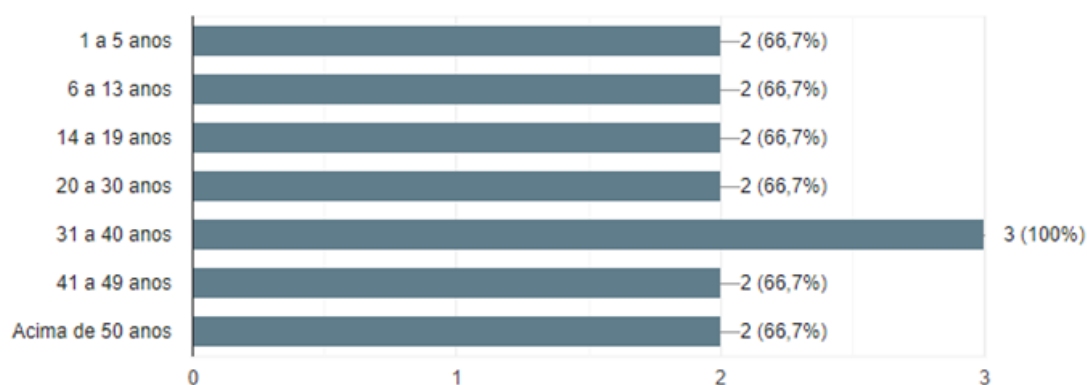
Gráfico 1: Qual o tipo de marketing é utilizado na empresa?



Fonte: Dos próprios autores, 2024.

De acordo com os dados do gráfico, é possível observar que as empresas costumam utilizar com mais frequência as redes sociais (66,7%) e o boca a boca (66,7%) para fazer o marketing do seu produto ou serviço.

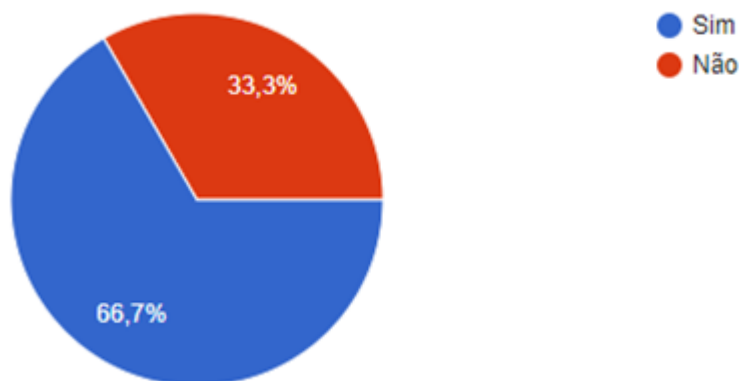
Gráfico 2: Qual é a faixa etária que você pretende alcançar?



Fonte: Dos próprios autores, 2024.

As empresas pretendem atender todos os gêneros, porém a faixa etária que mais elas atendem é entre 31 e 40 anos. Ressaltando também que 100% destes clientes estão localizados nas proximidades dessas microempresas.

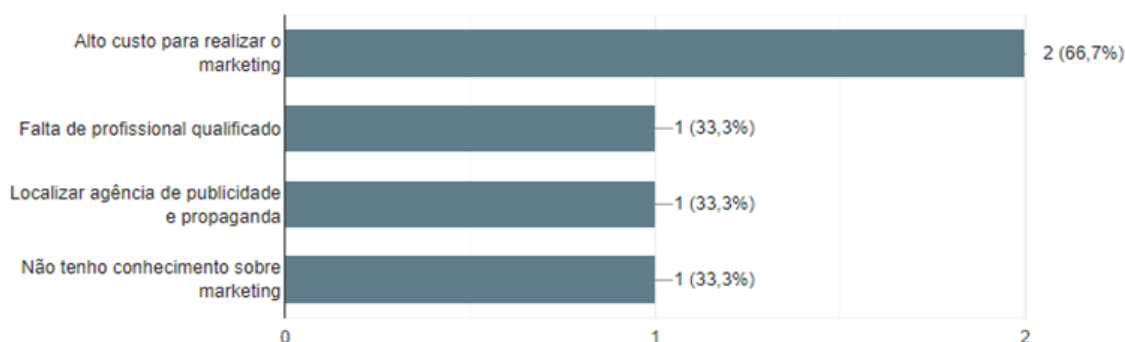
Gráfico 3: Você realiza pesquisa de mercado?



Fonte: Dos próprios autores, 2024.

A partir dessa pergunta concluímos que a maioria, ou seja, duas das microempresas Fascinato Sorvetes e Óticas Império da Visão realizam pesquisa de mercado com frequência para analisar toda a parte do marketing e o público da organização, visando o crescimento e o maior alcance da sua divulgação referente ao produto/serviço fornecido.

Gráfico 4: Quais são as principais dificuldades que você enfrenta na implementação do marketing?

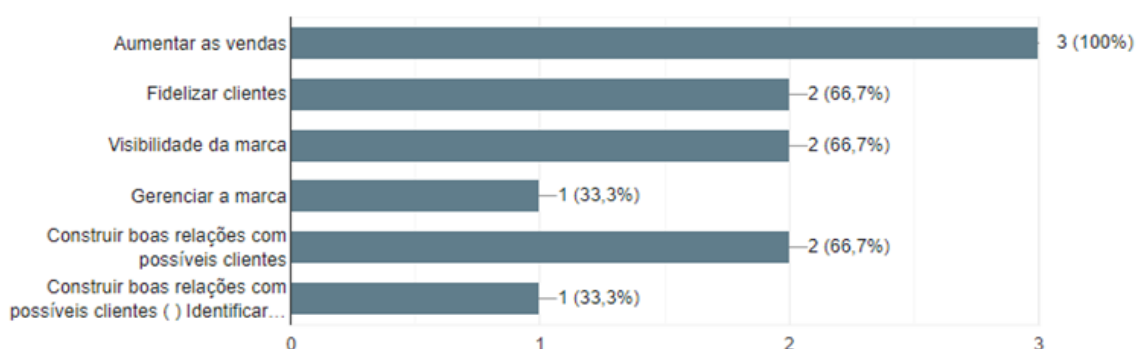


Fonte: Dos próprios autores, 2024.

Em relação às dificuldades enfrentadas para implementar o marketing dentro de uma organização, a principal, apontada pelas três microempresas, foi o alto custo para realizar o marketing. Esse desafio se deve, em grande parte, ao elevado valor

necessário para contratar um profissional ou equipe dedicada exclusivamente à área de marketing, além dos custos associados ao uso de plataformas digitais para a publicação de anúncios. Para alcançar um bom número de visualizações, é preciso investir nas próprias ferramentas de publicidade dessas plataformas, o que também contribui para o aumento das despesas.

Gráfico 5: Quais são os objetivos da empresa com o marketing já estabelecido?

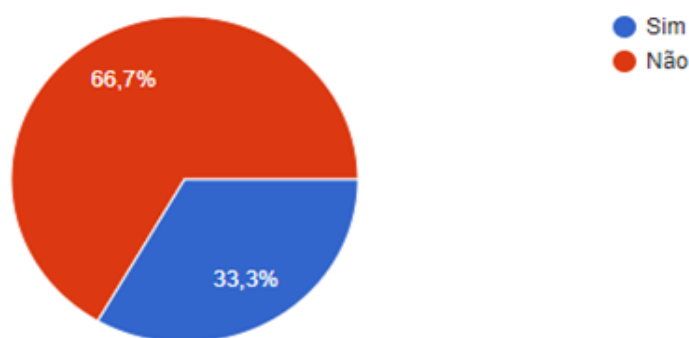


Fonte: Dos próprios autores, 2024.

A partir da análise dos dados tabulados neste gráfico, podemos observar que 100% das empresas possuem o intuito de utilizar o marketing que elas já têm, para aumentar suas vendas. Enquanto duas dividem o mesmo interesse em fidelizar clientes, aumentar a visibilidade da marca e construir uma boa relação com os clientes.

Apenas a microempresa Óticas Império da Visão demonstrou interesse em gerenciar sua própria marca por meio de uma estratégia de marketing já estruturada. A ME Fiutinha Churrasco, por sua vez, pretende contratar uma empresa especializada para desenvolver seu marketing. Já a Fascinato Sorvetes não especificou planos de contratar um profissional ou equipe especializada para cuidar do marketing de sua loja.

Gráfico 6: Você acha que possui o conhecimento suficiente para realizar o próprio marketing da sua empresa?

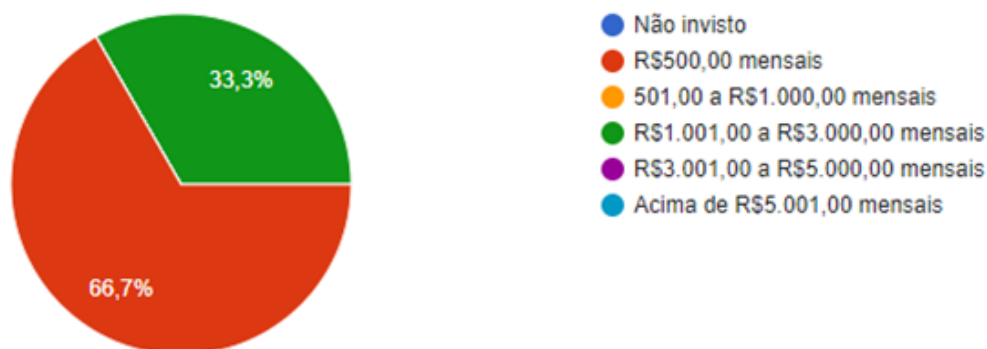


Fonte: Dos próprios autores, 2024.

A resposta evidencia que a maioria das empresas entrevistadas, incluindo Fascinatto Sorvetes e Fiutinha Churrasco, não possui o conhecimento necessário para executar seu próprio marketing de forma eficaz. Isso se deve, em parte, ao fato de serem lideradas por pessoas mais velhas, que geralmente têm menor familiaridade com os meios digitais e as ferramentas modernas para impulsionar seus negócios. Além disso, a falta de tempo para se dedicar ao estudo dessa área específica resulta em um marketing superficial, que não gera o retorno desejado.

Os entrevistados concordaram sobre a importância de investir em marketing para seus negócios. Afinal, o marketing agrega valor aos produtos, serviços e à marca, facilitando a conquista e fidelização de clientes, o que contribui diretamente para o crescimento da empresa.

Gráfico 7: Quanto você investe no marketing da sua empresa?



Fonte: Dos próprios autores, 2024.

66,7% investem R\$500,00 mensais, sendo elas a Fascinatto Sorvetes e Fiutinha Churrasco e apenas a empresa Óticas Império da Visão investe de R\$1.001,00 a 3.000,00 mensais.

A última pergunta era uma pergunta aberta, onde os empresários poderiam dar a sua opinião: “Para você o marketing da sua empresa funciona bem e traz novos clientes, ou você acha que poderia ser mudado e utilizar outras estratégias para melhorá-lo?”

As respostas a essa pergunta mostram que a empresa Fiutinha Churrasco acredita que pode aumentar suas vendas ao atrair mais o público jovem. A Fascinatto Sorvetes, por sua vez, respondeu apenas com um "sim". Já a Óticas Império da Visão relatou que, após uma experiência insatisfatória com uma empresa de marketing — que não trouxe o retorno esperado e apresentou dificuldades de comunicação com seus colaboradores — optou por fazer seu próprio marketing. Desde então, a empresa tem obtido resultados mais positivos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O marketing é essencial para o desenvolvimento de uma empresa, pois permite identificar e atender necessidades e desejos do mercado. Para as microempresas, ele atua como um agente fundamental para impulsionar o negócio.

Com base nas informações analisadas, é evidente que o marketing é uma necessidade estratégica para as microempresas, que buscam aprimorar seu sistema de divulgação para alavancar produtos ou serviços, atrair novos clientes e fidelizar os já existentes. Contudo, algumas microempresas enfrentam obstáculos para incorporar o marketing devido a limitações como falta de conhecimento, alto custo de investimento ou escassez de profissionais qualificados. Esses desafios dificultam o crescimento, uma vez que a contratação ou terceirização de profissionais de marketing muitas vezes está fora do orçamento dessas empresas, limitando seu investimento em publicidade.

A análise dos dados revela alguns desafios específicos para a microempresa Fascinatto Sorvetes, que pode enfrentar dificuldades em seu crescimento. Além de não contar com uma estratégia de marketing qualificada, a empresa oferece produtos que não se alinham ao ramo de sorvetes, o que pode prejudicar sua identidade e atratividade no mercado.

Por outro lado, a Óticas Império da Visão conta com uma estratégia de marketing eficaz, gerida por uma funcionária qualificada. Embora tenha enfrentado problemas no passado com uma empresa terceirizada de marketing — que não entregou o retorno esperado e apresentou falhas de comunicação —, a decisão de manter uma colaboradora interna tem proporcionado resultados satisfatórios e um bom desenvolvimento da marca.

A Fiutinha Churrasco, por sua vez, tem um marketing atualmente limitado, mas demonstra grande interesse em expandir essa área. No entanto, enfrenta restrições físicas no espaço de produção, o que impede um aumento imediato na quantidade de pedidos. Os proprietários consideram, no futuro, abrir uma unidade em um local maior, com espaço para atendimento no local e expansão das entregas.

Conclui-se, a partir desses relatos, a importância do marketing para as microempresas. Das empresas analisadas, a Óticas Império da Visão e a Fiutinha Churrasco apresentam boas perspectivas para desenvolver suas estratégias de marketing e expandir os negócios. Em contrapartida, a Fascinatto Sorvetes, com pouca atenção ao marketing, pode enfrentar um declínio nas vendas, com o risco de fechar as portas caso não adapte sua abordagem.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Danilo. **O que é Outbound Marketing**. Disponível em: <https://www.salesforce.com/br/blog/outbound-marketing/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

BRASIL, Salesforce. **Marketing de Guerrilha: entenda o que é e como fazer**. Disponível em: <https://www.salesforce.com/br/blog/marketing-de-guerrilha/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

CALIXTO, Gabriel. **Papel do marketing e Importância**. Disponível em: <https://juniorfea.com.br/papel-do-marketing-e-importancia/>. Acesso em: 27 jul. 2024.

CARVALHO, Nino. **Como surgiu o Marketing? Quem o criou e quais as suas origens**. Disponível em: <https://ninocarvalho.com/blog/como-surgiu-o-marketing-quem-criou-origens/>. Acesso em: 7 out. 2024.

CASTRO, Ivan Nunes. **Entenda o que é Merchandising na prática e aprenda a fazer uma estratégia eficaz**. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/merchandising/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

CONTABILIDADE, Mandu. **Qual a diferença entre MEI, ME, PME, EPP**. Disponível em: <http://www.manducontabilidade.com.br/boletim/qual-a-diferenca-entre-mei-me-pme-e-epp-700#:~:text=Para%20ser%20categorizado%20como%20MEI>. Acesso em: 18 mar. 2024.

GOMES, Gustavo. **Indicadores de Marketing: 17 métricas que você precisa conhecer**. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/indicadores-de-marketing/>. Acesso em: 27 jul. 2024.

GOULART, Beatriz. **Tipos de Marketing: Conheça os 10 principais e como aplicá-los na sua empresa**. Disponível em: <https://www.nomus.com.br/blog-industrial/tipos-de-marketing/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

KUAZAQUI, Edmir. **Considerações sobre o Plano de Marketing para as Microempresas Brasileiras**. Disponível em: <https://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/87/159>. Acesso em: 28 mai. 2024.

MARTINS, Carlos. **Como Avaliar o Sucesso do Marketing**. Disponível em: <https://blog.advantagemarketing.com.br/como-avaliar-o-sucesso-do-marketing>. Acesso em: 27 jul. 2024.

PATEL, Nell. **Ambiente de Marketing: Entenda o que é e cada um de seus fatores**. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/ambiente-de-marketing/>. Acesso em: 27 jul. 2024.

PLATAFORMA, Ramper. **6 exemplos de indicadores de marketing: avalie resultados e melhores suas vendas.** Disponível em: <https://ramper.com.br/blog/exemplos-de-indicadores-de-marketing/>. Acesso em: 27 jul. 2024.

RECH, Maurício. **Como analisar os resultados do marketing digital.** Disponível em: <https://aconcaia.com/blog/como-analisar-os-resultados-do-marketing-digital>. Acesso em: 27 jul. 2024.

SEBRAE. **4 Ps do Marketing: Entenda o que são e qual a sua importância.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/4-ps-do-marketing-entenda-o-que-sao-e-qual-a-sua-importancia,3869c47a332ae710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 7 out. 2024.

SERASA. **Empresa ME: Guia completo sobre a microempresa.** Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/blog-pme/empresa-me-guia-completo/>. Acesso em: 7 mai. 2024.

STUMPF, Kleber. **Rendimento Bruto: O que é, como funciona e como calcular.** Disponível em: <https://www.topinvest.com.br/glossario/rendimento-bruto/>. Acesso em: 28 mai. 2024.

TORRES, Vitor. **ME (Microempresa): O que é? Como funciona? Como abrir?** Definição de microempresa. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-microempresa-e-qual-a-diferenca-com-outros-tipos/>. Acesso em: 7 mai. 2024.