

RESUMO SIMPLES - CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

OS DESAFIOS PARA A APLICAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA MICROEMPRESAS

Isabella Sertorio De Faria (isabellasertorio@gmail.com)

Nicolle Teodoro Cruz (niteocruz@gmail.com)

Luiz Cláudio Da Silva Pinto (luizclaudio_adm@outlook.com)

Milena Rosa Lopes Lozano (milena.lozano@ead.eduvaleavare.com.br)

O microempreendedor atua de forma autônoma sendo considerado como pequeno empresário,

tendo um faturamento limitado e estrutura reduzida. Já as estratégias de marketing são técnicas que

possibilitam o planejamento e aplicação de ações estratégicas para ampliar a visibilidade, identificar as demandas de mercado e do público-alvo, garantindo um posicionamento eficaz da marca, buscando auxiliar o microempreendedor a alcançar suas metas comerciais e fidelizar clientes. Nesse viés, por meio de revisão bibliográfica de artigos científicos e literatura, buscou-se identificar os principais desafios que as microempresas enfrentam para desenvolver estratégias de marketing e quais restrições e impedimentos são mais recorrentes ao implementar práticas mercadológicas eficientes e quais alternativas para enfrentá-los. Com base no levantamento realizado pode se observar que os microempreendedores frequentemente associam o marketing exclusivamente à propaganda, negligenciando seu papel estratégico na criação

de valor, fortalecimento da marca, aumento da competitividade e fidelização de clientes. Observou-se que o uso das redes sociais se mostra uma ferramenta essencial para ampliar a visibilidade da marca e alcançar resultados de forma econômica. Entretanto, os principais desafios enfrentados pelos microempreendedores incluem: falta de conhecimento e capacitação, orçamento limitado, escassez de tempo e recursos, planejamento

inadequado, resistência e dificuldade na adoção do marketing digital. Diante disso, observa-se que para superar tais desafios o Microempreendedor deve buscar alternativas para capacitação, utilizar

ferramentas digitais para desenvolver um planejamento de marketing adequado à realidade da sua

empresa, pois tais investimentos contribuirão de forma significativa para o crescimento e

sustentabilidade do negócio.

Palavras-chave: microempresas; marketing; competitividade; estratégias e dificuldades.