



ANÁLISE DO MARKETING NO APOIO GERENCIAL PARA MICROEMPRESAS DO RAMO DE VESTUÁRIO DE SALINAS/MG

Autor(es): ROGÉRIO SANTOS BRANT, ANA PAULA SILVA, André Ricardo Pimenta Carvalho, Josiara Rodrigues Pinho, Raquel Sesílio Jorge Barreto

Objetivo: Analisar a utilidade do marketing no apoio gerencial para microempresas do ramo de vestuário de Salinas/MG. **Metodologia:** Foi realizada uma pesquisa bibliográfica e de campo respectivamente. Também assumiu caráter de descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa. Utilizou-se amostragem não probabilística, escolhendo-se intencionalmente dezessete microempresários do ramo de vestuário de Salinas/MG, que são vinculados à Associação Comercial da cidade. Os dados foram coletados por meio de questionário estruturado com dez questões fechadas e tabulados no programa Microsoft Excel 7, obtendo-se gráficos ilustrativos das informações adquiridas. Avaliou-se, além das características sócio-demográficas (faixa etária, gênero, nível de escolaridade), as principais práticas do marketing utilizadas pelos microempresários, contribuindo com a gestão empresarial. **Resultados:** Os resultados da pesquisa indicaram que os microempresários consideram que as principais utilidades do marketing no suporte da gestão são: fidelizar os clientes para retê-los, funciona também como instrumento de diferenciação e competitividade, melhorando a satisfação dos clientes e ainda cria valor para a marca, assegurando assim maior consolidação no mercado. **Conclusão:** As ferramentas do marketing garantem vantagens competitivas e contribuem para o aumento da lucratividade das microempresas pesquisadas.

Número de parecer do comitê de ética: 2808