

Desafios e Oportunidades do Marketing Digital entre Micro e Pequenos Empreendedores do Noroeste Fluminense

Sofia Pallomares Teixeira¹; Maria Luiza da Costa Firmino¹, Livia Dias de Oliveira Nepomuceno²

¹ Estudante do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense - Itaperuna

² Professora Orientadora, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense - Itaperuna

sofia.pallomares@gsuite.iff.edu.br

Resumo

Com a chegada do Marketing Digital (MD) ou Marketing 4.0 surgiram novas oportunidades e desafios tanto para grandes, quanto para micro e pequenos empreendedores. Algumas diferenças do Marketing Tradicional (MT) para o Marketing Digital são: no MT são usados meios de comunicação considerados clássicos, tais como televisão, rádio, e mídia impressa; já no MD são utilizados canais online, como as redes sociais (Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok, etc.) e canais de busca (Google e Safari por exemplo). De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), atualmente as micro e pequenas empresas (MPEs) representam 27% do Produto Interno Bruto (PIB) e geram 7 a cada 10 empregos no país. Nesse contexto, este projeto tem como principal objetivo mapear os principais desafios e oportunidades dos micro e pequenos empreendedores do Noroeste Fluminense (RJ) na aplicação de ferramentas de MD em seus negócios. Com isso, é possível identificar o quanto as MPEs da região conhecem e utilizam o MD na gestão de suas empresas e os principais desafios e benefícios percebidos com a adoção do mesmo. O levantamento das percepções foi realizado através de uma pesquisa de campo por meio de um questionário aplicado através do Google Forms, onde foram realizadas perguntas para compreender o quanto o MD é conhecido e utilizado pelos respondentes e os principais desafios e oportunidades no uso do MD para os negócios representados. Nos resultados obtidos até o momento (9 empresas), é possível perceber que 11,1% são microempresas, 11,1% são pequena empresa, 55,5% são MEI (microempreendedor individual) e 22,2% não se enquadravam na pesquisa. Dos micro e pequenos empreendedores que responderam ao questionário, todos aplicam o marketing digital em seus negócios, sendo que 42,9% contrataram uma empresa ou profissional na área e 57,1% possuem conhecimentos na área e atuam por iniciativa própria. Quando questionados sobre as principais vantagens do MD comparado ao MT, os mais votados foram: custo-benefício, alcance global, segmentação precisa, flexibilidade e maior visibilidade online. Os maiores desafios encontrados são: as mudanças constantes, gestão de conteúdo, segmentação eficaz e concorrência saturada. Por fim, os benefícios para os negócios mais percebidos foram: aumento da quantidade de clientes, maior visibilidade e divulgação da empresa, melhoria de comunicação com os clientes, acesso a dados valiosos, aumento de possibilidade de parcerias com empresas colaboradoras e possibilidade de expansão geográfica.

Palavras-Chave: Marketing Digital. Marketing 4.0. Micro e Pequenas Empresas. Noroeste Fluminense.