



INOVAÇÃO DE MARKETING NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO DO SETOR VAREJISTA DE VESTUÁRIO FEMININO EM SÃO FELIPE-BA

Rosane Resende dos Anjos¹; Andrea de Oliveira Silva².

¹Graduanda em Administração (UNIMAM), UNIMAM, rosaneresendeanjos@gmail.com; ²Mestra em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente (UNIMAM), UNIMAM, andreaosilva@yahoo.com.br.

A inovação de marketing refere-se ao ato de inovar mediante a qualquer ferramenta de marketing, como a formação de preços, posicionamento, promoção, e criação do produto ou embalagem, podendo assim proporcionar vantagem competitiva para as organizações presentes no mercado. Desse modo, nota-se que a temática é uma pauta de extrema relevância, tendo em vista que a inovação de marketing possui métodos que podem fazer com que uma empresa se destaque mediante à concorrência. Nessa perspectiva, o presente estudo tem como objetivo geral analisar as inovações de marketing praticadas pelas micro e pequenas empresas do setor varejista do segmento de vestuário feminino no município de São Felipe-BA e, especificamente, pretende-se identificar quais ações de inovação de marketing, segundo o Manual do Oslo, praticados pelas empresas varejistas; comparar as inovações de marketing aplicadas pelas micro e pequenas empresas do setor varejista do segmento de vestuário feminino; e verificar os benefícios da inovação de marketing nas empresas estudadas. Assim sendo, no que se refere aos pressupostos metodológicos, definiu-se o tipo de pesquisa, quanto aos objetivos, como sendo estudo descritivo com abordagem qualitativa, e seu delineamento constitui-se como um estudo de caso. Quanto aos instrumentos de coleta de dados, será utilizado um questionário online disponibilizado aos colaboradores que aceitarem participar da pesquisa, bem como, entrevistas aplicadas aos gestores das micro e pequenas empresas varejistas de vestuário feminino em São Felipe-BA. Portanto, os resultados esperados com essa pesquisa são: constatar as ferramentas de inovação de marketing utilizadas pelas empresas varejistas, para que assim, seja possível realizar um comparativo entre as MPEs do município e, se tais utilizaram algum método de inovação de marketing, evidenciar as vantagens competitivas dessas empresas.

Palavras-chave: Inovação de Marketing. Vantagem Competitiva. Setor Varejista.