

AS 6 ORIENTAÇÕES BÁSICAS **PARA GERENCIAR UMA** MICROEMPRESA



Rua A, Bairro Feira VI - FSA -BA

Joselito Viana (Org.)
Almir dos Santos Junior
Danyele Fernandes Santana de Souza
Elidiane Borges Pereira
Vitória Vidal de Oliveira Mendes

AS 6 ORIENTAÇÕES BÁSICAS PARA GERENCIAR UMA MICROEMPRESA

Joselito Viana (Org.)
Almir dos Santos Junior
Danyele Fernandes Santana de Souza
Elidiane Borges Pereira
Vitória Vidal de Oliveira Mendes

As 6 orientações básicas para gerenciar uma microempresa



Feira de Santana - Bahia

2021

Copyright © 2021 by Joselito Viana (Org.), Almir dos Santos Junior, Danyele Fernandes Santana de Souza, Elidiane Borges Pereira e Vitória Vidal de Oliveira Mendes

Projeto gráfico e Editoração eletrônica: *Editora Zarte*

Capa: *Erica Silva sobre a fotografia de Anna Beatriz Novais Santana*

Ilustrações: *Elidiane Borges Pereira*

Revisão textual: *Ilma Tosca*

Revisão de provas: *O Organizador*

Conselho Editorial

Danilo Uzêda da Cruz

Maria de Lourdes Novaes Scheffler

Mariana Fagundes de Oliveira

Maria Victória Espiñeira González

Zenaide de Oliveira Novais Carneiro

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S463 As 6 orientações básicas para gerenciar uma microempresa / Joselito Viana [organizador] ; Almir dos Santos Junior, Danyele Fernandes Santana de Souza, Elidiane Borges Pereira, Vitória Vidal de Oliveira Mendes [autores]. – Feira de Santana : Editora Zarte, 2021.
140 p.: il.

E-book

Formato: PDF

ISBN 978-65-88707-25-8

1. Microempresa – Administração. 2. Marketing. 3. Markup. 4. Mercado. 5. Vendas.

6. Fidelização de clientes. I. Viana, Joselito, org. II. Santos Junior, Almir dos.

III. Souza, Danyele Fernandes Santana de. IV. Pereira, Elidiane Borges. V. Mendes, Vitória Vidal de Oliveira.

CDU: 65.017.32

Luis Ricardo Andrade da Silva – Bibliotecário – CRB 5/1790



Todos os direitos desta edição reservados à

Editora Zarte

Rua Nacional nº 300 A, Parque Ipê

44054-064 — Feira de Santana, BA

Telefone: (71) 99116-6034 WhatsApp

E-mail: zartegraf@gmail.com

<http://blog.editorazartefsa.com>

Dedico este livro aos meus filhos
Bernardo, Natalie, Pedro e Victor
e meu neto Felipe, aos quais amo
muito.

Lista de Figuras

FIGURA 1 — Simplificação do conceito do marketing;

FIGURA 2 — Ciclo de relacionamento ideal B2C;

FIGURA 3 — Modelo de percepção da satisfação pelo cliente;

FIGURA 4 — Curva ABC.

Sumário

Prefácio 11

Introdução 15

1|Como implantar a mercadologia na microempresa 25

2|Como calcular o preço de venda usando MARKUP 43

3|Como planejar suas vendas 53

4|Como fidelizar o cliente 67

5|Como precaver seu negócio para não morrer 81

6|Como a consultoria pode colaborar com as MPE'S 97

Resumo prático 107

Prefácio

*Profa. Dra. Aliger dos Santos Pereira**

“Ganhe um propósito no seu dia lendo pensamentos de pessoas que compartilharam suas experiências e deixaram um legado.melhora o seu dia e estimula a fazer coisas boas!”(PHILIP KOTLER).

Começo agradecendo o convite do Prof. Dr.Joselito Vianapelo convite para realizar o Prefácio deste livro, utilizando a frase de Philip Kotler (supra). Afinal, ao elaborar um livro com conhecimento e experiências de estudantes é uma maneira de deixar um legado, que auxiliará os microempreendedores a melhorarem suas atividades empresariais.

Esta obra denominada “As 6 orientações básicas para gerenciar uma Microempresa” possui 6 textos inter-relacionados mais um resumo prático, que exemplificam de forma objetiva, assuntos relacionados com as Microempresas, que são as principais geradoras de empregos no país (Brasil).

*Pesquisadora, autora, docente da Universidade Estadual da Bahia - UNEB e Instituto Federal da Bahia - IFBA.

O primeiro capítulo mostra que o micro empresário deve adentrar na área mercadológica de forma a realizar um diagnóstico do seu Mix de Marketing para se tornar mais competitivo no mercado, o qual atua.

O segundo capítulo nos leva a entender que após o conhecimento do mercado, o micro empreendedor deve saber calcular o seu **Markup**, ou seja, o índice de custo de seu produto e/ou serviço, para assim definir o seu preço de venda. O cálculo deste índice é baseado na ideia de “preço margem”, que consiste em somar o custo unitário de um produto (o que inclui suas despesas operacionais) a uma margem de lucro.

Após calcular de forma prática o markup é necessário realizar vendas (Capítulo 3) e fidelizar o cliente de forma constante, (Capítulo 4). Todas estas etapas e estratégias são realizadas para manter o negócio sempre funcionando e sobrevivendo no mercado, (Capítulo 5). E o capítulo 6?

Caso o micro empresário tenha qualquer dúvida e necessite de alguma assessoria, pode solicitar uma consultoria, utilizando por exemplo, as Empresas Juniores existentes nas Universidades.

O livro conclui na sua obra, o item denominado **“RESUMO PRÁTICO”**. Este tem conteúdo que é apresentado de forma bem lúdica, com desenhos e charges que mostram exemplos **que foram citados nos textos anteriores**.

Em suma, este livro busca trazer algumas ferramentas de auxílio aos micros empresários na área mercadológica e de gestão empresarial, com técnicas, princípios e/ou

práticas que são utilizados para aumentar o comércio e a venda destes, mais concretamente a procura de produtos e serviços dos microempreendedores, buscando assim uma análise da gestão comercial das empresas. A sua intenção é identificar algumas ferramentas estratégicas de mercado, para atrair e para fidelizar clientes já existentes providos por estas organizações, não deixando, com isso, de atrair novos compradores.

Sucesso ao organizador e discentes autores pela iniciativa de elaborar a obra. Parabéns!