

REPOSICIONAMENTO PARA CLINICA VETERINÁRIA E PET SHOP

Pesquisador(es): COSTA, Greiciani; SILVA, Alex R.; TONIAL, Graciele; SAVARIS, Charles; FISCHER, Augusto.

Curso: Administração

Área: Area das Ciencias Sociais Aplicadas

Resumo: Este trabalho trata-se de um plano de reposicionamento de uma clínica veterinária e pet shop, e tem como objetivo realizar um diagnóstico estratégico, para posterior desenvolvimento de um plano de melhoria, tanto no setor comercial como no financeiro. Visando melhorar os índices de crescimento e expansão comercial, busca-se reposicionar o negócio no mercado pet, adaptando a empresa as mudanças mercadológicas e as novas necessidades dos consumidores. Entende-se necessário este estudo, pois, as organizações necessitam melhorar a forma de gerenciar seus projetos e atender à dinâmica de um mercado de grande competitividade. Os dados foram analisados por meio do levantamento dos dados financeiros de 2018, a partir das transações de vendas de mercadorias e dos serviços da Clínica Veterinária e pet shop, foi utilizado o software Excel, para assim identificar índices sobre a margem de contribuição de cada produto e serviço. Os resultados demonstram que os serviços apresentam maior margem de contribuição e que são mais rentáveis para a empresa são os serviços de banho e consultas e cirurgias de Orquiectomias, nos quais os custos de produção giram na sua maioria da mão de obra e menor sobre materiais e mercadorias. A partir destas análises foi elaborado um plano de ação com melhorias, dentre eles ampliar o investimento em marketing, redução de custos, aumentar o número de clientes, e fidelizar os clientes atuais.

Palavras-chave: Reposicionamento de Mercado. Diagnóstico Estratégico. Mudanças no mercado Pet Shop.

E-mails: ; graciele.tonial@unoesc.edu.br .

