



# DIRECIONADORES ESTRATÉGICOS DE MARKETING: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA JEAN PRODUTOS MÉDICOS LTDA-ME

Thiago Moises da Silva  
Prof. Ma. Nicéia Wünsch



## INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

As pequenas empresas têm desafios constantes na livre competição do mercado, tendo de atender o cliente satisfatoriamente, bem como enfrentar a concorrência, o que não exime essas organizações de terem uma estrutura organizada e um futuro planejado para seu negócio.

Neste sentido, o objetivo deste estudo é elaborar um planejamento estratégico de marketing, visando a construir estratégias para busca de novos clientes e mercados, a fidelização dos já existentes e agregar novos conhecimentos mercadológicos por meio da análise do ambiente, estratégias, implementação de estratégia e estruturação de indicadores para avaliação e controle das estratégias aplicadas.

## METODOLOGIA

- Qualitativa;
- Descritiva e exploratória;
- Bibliográfica e estudo de caso;
- Observações em campo;
- Entrevista semiestruturada.

## REFERÊNCIAS

- COBRA, Marcos. 2009.
- DIAS, Sergio Roberto (Coord.). 2003.
- DRUCKER, Peter F. 2006.
- GRACIOSO, Francisco. 2007.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. 2006.
- LAS CASAS, Alexandre L. 2001.
- PORTER, Michael E. 1986.
- REBOUÇAS, Djalma de Pinho de Oliveira. 2007.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

A elaboração de um planejamento estratégico de marketing aumenta a probabilidade de que, no futuro, a organização esteja no local certo, na hora certa, independente do porte da empresa, o plano estratégico indica a direção certa.

A empresa Jean Produtos Médicos Ltda-ME vem se preocupando com o mercado de atuação, o que levou ao desenvolvimento de estratégia de marketing para ampliação do negócio.

O objetivo abaixo representa uma construção de estratégia mercadológica com ênfase para o alcance desse resultado:

### Objetivo 1: Penetração de mercado em órgãos públicos.

- Participação em convite, tomada de preço, concorrência, pregão eletrônico e pregão presencial.
- Garantir a participação de 20 editais por mês.
- Obter conhecimento da Lei Geral para ME e EPP, instituída pela Lei Complementar nº 123/2006.

Por isso, para o desenvolvimento do objetivo 1, foi aplicado um PDCA para este, conforme figura abaixo:



Uma estratégia como essa trará resultados positivos para o desempenho do negócio empresarial.