

A INOVAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS NA MEDICINA VETERINÁRIA

Paulo Marcelo T. Ribeiro(1)

Nathalia Spina Artacho(2)

Juliana Ferreiro Vieira(2)

Andrea Nascimento Araújo Pratti(2)

Adriana F. Garcia(2)

Tadeu Campioni Morone Cardoso(2)

Luana Pavan(2)

Vanessa Ap. Feijó de Souza(3)

Docente dos Programas de Mestrado em Saúde Ambiental e Administração - Centro
Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas(1)

Mestrando do Programa de Mestrado em Saúde e Bem-Estar Animal - Centro
Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas(2)

Docente do Mestrado em Saúde Ambiental - Centro Universitário das Faculdades
Metropolitanas Unidas(3)

A busca de uma estratégia competitiva é uma prática empresarial cada vez mais frequente nas empresas que procuram manter sua participação de mercado ou aumentar a atuação em novos mercados. Atualmente, as estratégias baseadas em diferenciar produtos e serviços para atender públicos distintos cada vez mais exigentes vêm sendo amplamente adotada, de maneira que as inovações continuam sendo fundamentais para o sucesso das empresas no longo prazo. Uma inovação tecnológica de produto pode ser definida como a implantação e comercialização de um produto com características de desempenho aprimoradas de modo a fornecer ao consumidor serviços e produtos novos ou significativamente aprimorados. Nos negócios da medicina veterinária esta tendência aparentemente está presente e aumentou nos últimos anos. Os profissionais da área buscam as inovações para conseguir um diferencial competitivo neste mercado que cresce a cada ano, porém, com forte aumento da concorrência. Assim, o objetivo deste estudo é avaliar a importância da inovação na área da medicina veterinária. Foi elaborado um questionário simples contendo questões fechadas com respostas em escala Likert, variando em frequência de 0 a 5 (0 = jamais até 5 = sempre) visando avaliar o grau de utilização das inovações nas empresas do ramo veterinário. O questionário foi divulgado para profissionais da área na cidade de São Paulo por e-mail e teve 55 respondentes, sendo que 65,6% eram mulheres e 34,5% homens. Um total de 92,8% dos respondentes apresentava idades entre 25 e 44 anos. A maioria dos veterinários que participaram da pesquisa trabalham com pequenos animais e em clínicas (81,8 e 74,5%, respectivamente). O resultado obtido demonstra que os profissionais utilizam a inovação como estratégia importante na sua atividade, sendo que 74,6% disseram utilizar novas tecnologias com menos de cinco anos de mercado, 65,4 ofertam produtos inovadores ou novos no mercado e 60% buscam introduzir melhorias significativas nos produtos ou serviços da empresa. Os resultados obtidos indicam que os médicos veterinários adotam a inovação como diferencial nos negócios

e estão preocupados em fornecer produtos e serviços com novas tecnologias. Os resultados serão confirmados em estudo ampliado utilizando-se maior número de respondentes, de diferentes localidades. Serão incluídas no estudo variáveis relacionadas à gestão de negócios.

Palavras-chave: inovação de produto; diferenciação de produto; médicos veterinários.