

IMPLEMENTAÇÃO DE ALTERNATIVAS PARA A EMPRESA VISTA SKATEBOARD: um estudo de caso

Wildner Ribeiro de Oliveira¹, Thamires Bianca Oliveira da Silva¹, Joaquim Jacinto Rosa Neto¹

¹Discentes do Curso de Administração do Instituto Luterano de Ensino Superior de Itumbiara-GO, *wildner7ster@gmail.com.

PALAVRAS-CHAVE: Revista, Dilema, Estratégias.

INTRODUÇÃO

A empresa Vista Skateboard enfrenta um dilema, entre a decisão de permanecer distribuindo suas revistas gratuitamente, faturando somente pela venda de anúncios, ou se passaria a cobrar por unidade comercializada para aumentar as receitas. Ainda, havia a possibilidade de criar publicações on-line da revista, já que as dificuldades financeiras e a sobrevivência da revista no mercado foram os motivos principais para o aparecimento do problema. Portanto, o presente trabalho tem como objetivo apresentar as possíveis alternativas, bem como vantagens e desvantagens de cada uma, que a empresa Vista possui para superar o problema enfrentado.

METODOLOGIA

A pesquisa do trabalho foi bibliográfica, uma vez que se deu em livros, artigos, dissertações, teses e em sites da internet, com o objetivo de angariar a maior quantidade de informações, de modo a contribuir na implementação de possíveis alternativas que a empresa em questão possui para resolver o problema. Cabe ressaltar que todas as alternativas elencadas foram desenvolvidas interdisciplinarmente, devido ao fato de abordar diversos campos da administração, como estratégia, custos, logística, marketing, sistema de informação, entre outras temáticas que contribuem para a obtenção de conhecimento.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para tomar tal decisão, a empresa precisa reavaliar a sua estratégia empresarial, que segundo Kluyver e Pearse II (2010) “[...] diz respeito a posicionar uma organização para a obtenção de vantagem competitiva. Envolve escolhas a respeito de que setores participar,

quais produtos e serviços oferecer e como alocar recursos corporativos”.

Neste sentido, tem-se como possíveis alternativas: manter a distribuição gratuita, porém modificando a configuração do faturamento (alterar os valores cobrados pelos espaços negociados e/ou passar a ter tiragens trimestrais, ao invés de mensais); cobrar por unidade produzida (fazer um estudo do impacto dessa decisão, já que sempre foi gratuita); criar uma versão on-line da revista (analisar se será feita em site próprio ou em mídias sociais já estabelecidas e ainda os custos envolvidos) e por fim, a associação das alternativas propostas.

CONCLUSÕES

Existem diversas alternativas para o problema enfrentado pela revista Vista Skateboard. No entanto, em virtude de tudo o que foi exposto, a alternativa encontrada que representaria uma melhor solução para o problema, seria manter a distribuição gratuita e a criação de um site, para disponibilizar a versão on-line da mesma.

A produção e distribuição em rede representam uma revolução sobre a mídia impressa, visto que as notícias podem correr nos quatro cantos do planeta em questão de segundos, podendo ainda ser atualizadas instantaneamente, o que não acontece com o texto impresso (Manta, 1997).

KLUYVER, Corlenis A. de; PEARSE II, John A. **Estratégia: uma visão executiva.** Tradução Sônia Midori Yamamoto; Revisão técnica Henrique Machado Barros. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

MANTA, A. **Guia do jornalismo na Internet.** 1997. Trabalho de Conclusão de Curso. (Comunicação) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1997.