

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

NOMBRE DEL DOCENTE: Víctor González Salas

NOMBRE DEL ALUMNO: Leonel Antonio Roblero Gonzalez

MATERIA: desarrollo empresarial



TRABAJO: capítulo 7

GRADO: Sexto cuatrimestre

FECHA: 13/julio/2020

Mi empresa, es una agroveterinaria

Objetivos de Marketing: corto plazo: iniciar con venta de alimentos para, pollos, perros, gatos, cerdo, etc, las vacunas esenciales para diferentes animales.

Mediano plazo: ofrecer estética para sus mascotas, surtir un poco más sobre medicamento.

Largo plazo: tener todos los equipos necesarios, para realizar operaciones, tener a un trabajador que se encargue de la estética.

Consumo aparente

Número de clientes potenciales:4 000

Consumo unitario aparente:

1235 clientes compran alimento para perro

850 clientes compran alimento para pollos

515 cliente llegan a vacunar a sus animales

400 clientes compran fertilizante

375 cliente compran líquido para pasto

235 cliente compran alimento para gatos

220 clientes compran alimentos para cerdos

170 clientes compran insecticida

Demanda potencial:

Corto plazo: poner veterinaria en huehuetan y surtir todo el municipio y parte baja

Mediano plazo: poner otra veterinaria en Tapachula

Largo plazo: tener 3-4 veterinaria trabajando todas por igual.

Participación de la competencia en el mercado

San francisco	Huehuetan estación	nunca está el medico
El ranchito	Huehuetan pueblo	Buen médico, pero no encontramos lo necesario
.		

Publicidad: Repartir volantes, pegar carteles o pintar en paredes sobre la veterinaria, pagar a un carro que lo anuncie, pasar por la radio, publicarlo en el periódico, crear una página y promocionarlo por redes sociales.

Promoción de venta: en la compra de cierta cantidad, un baño gratis para tu perro, eso nos ayuda a dar a conocer los baños, para que después el cliente ya lo pague.