

# Universidad del sureste

## Lic. Medicina Veterinaria y Zootecnia

En cumplimiento de la materia de Acción  
promocional.

Presentado por la alumna Priscila Alejandra  
Muñoz de León

Dirigido al docente MVZ. M<sup>a</sup> del Lourdes  
Dominguez Figueroa.

Para el desarrollo al tema Las ofertas, la era  
digital y las nuevas demandas del cliente.

Tapachula de Córdoba y Ordoñez a 16 de Mayo  
del 2023.

En el mundo del marketing o mercadotecnia conocemos un sinfín de estrategias utilizadas para mejorar la competencia y la prevalencia en el mercado; una de las mas importantes es la oferta.

En el siguiente ensayo tendremos la oportunidad de conocer un poco mas sobre la metodología de aplicación de las ofertas en las empresas del giro veterinario, las ventajas y desventajas que representan el uso de las herramientas digitales para la de acción promocional, y las demandas de los clientes actuales vs clientes de 10 o 20 años anteriores.

Conocer las diferentes estrategias de mercadotecnia en el ámbito veterinario es sumamente importante para el desarrollo correcto de la vida laboral aun e inclusive si nuestra finalidad no es meramente emprender. El desarrollo correcto desde el conocimiento de las herramientas o estrategias de mercado que podemos utilizar a nuestro favor es imprescindible para darle un entorno adecuado a nuestra carrera en el ámbito laboral.

## Definamos oferta como...

“Medio promocional que ofrece al consumidor cierta rebaja del precio marcado en el artículo. El propósito básico de la oferta es estimular directamente a los minoristas a manejar la mercancía de un fabricante. Son pagos en efectivo o mercancía. “

Pero ¿Cómo ha ido avanzando la metodología de las ofertas con el paso de los años?

El ámbito veterinario es sumamente competitivo en el rubro comercial, permanecer en el mercado puede ser toda una odisea considerando la frecuencia con la que cada vez se aperturan los locales comerciales lo cual convierte a la prevalencia un acto de supervivencia.

¿La estrategia perfecta para permanecer? Competir ¿Cómo? Con ofertas.

Pero ¿Qué vuelve a las ofertas algo tan importante?  
Básicamente su importancia reside en como poder obtener el mejor precio por el servicio o producto que obtendríamos convencionalmente. Aunque las ofertas no solo son cuestión del vendedor sino también del cliente.

Es un hecho que a diferencia de otros diferentes tipos de comercio, el rubro veterinario es un poco más complejo de manejar, puesto que no solo cubre el comercio de productos sino también el comercio de una lista extensa de servicios.

Involucrar una oferta entonces se vuelve un poco más complicado, ya que se vuelve una labor tanto del vendedor como del cliente.

El cliente debe ser muy perspicaz para poder analizar como aprovechar a su favor las ofertas que el vendedor pueda ofrecerle, aunque esa no es toda la labor; debe saber identificar que oferta realmente le es benefactoria y quien de todos los prestadores de servicio se vuelve más conveniente.

Por su parte el vendedor debe estudiar lo suficiente el mercado para poder competir en cuestión de precios así como también buscar un indicativo diferenciador que lo posicione por encima de su competencia y provoque que el cliente decida escogerlo. Para poder conseguirlo debe averiguar y aprender cuáles son las necesidades del cliente para saber como poder satisfacerlas de manera benefactoria para ambos. Al final el principal objetivo de las ofertas es aumentar el margen de ganancias y crecer en el mercado.

Las redes sociales en el mundo veterinario.

En los últimos años hemos visto un desarrollo brutal de las redes sociales en muchos aspectos. Durante la pandemia aprendimos que no solo necesitamos un espacio comercial físico si no también podemos gozar del privilegio que actualmente nos otorgan las redes sociales como herramienta para acrecentarnos en el mercado comercial.

Con la llegada del Ecommerce aprendimos a utilizar las redes sociales a nuestro favor y descubrimos en todos nosotros un lado emprendedor. Evidentemente no todo fue meramente positivo, pues con el desarrollo de las tiendas en línea entendimos el concepto de “Inovar” a persè.

Podremos discernir entonces entre las ventajas y las desventajas que estas nos proporcionan. Desde las ventajas podremos enumerar la oportunidad que tenemos de ampliar nuestros márgenes de venta, tener la posibilidad de darnos a conocer de una forma más extensa mediante estrategias publicitarias que han sido desarrolladas por las agencias de publicidad, el uso de redes sociales acerca al vendedor y cliente mediante el contacto digital, le permite al vendedor poder mostrar la calidad de sus servicios mediante material gráfico y poder realizar una estrategia dinámica que lo acerquen a su clientela. La intervención de las redes sociales en la estrategia de mercado es meramente darle difusión a los servicios y al comercio de productos para acrecentar las ventas.

Evidentemente no todo es miel sobre ojuelas, también existen desventajas con las redes sociales. Desde el lado de las desventajas podríamos hablar sobre cómo no todas las empresas están preparadas para el uso de redes sociales.

Los vendedores mas antiguos podrian no conocer lo suficiente sobre los dispositivos electronicos y su uso, asi como tambien desconocer como funciona la mayoria de las plataformas digitales destinadas al Ecommerce, aun cuando podrian contratar a una empresa de publicidad para el manejo de redes sociales significaria quizas un gasto o inversion dificilmente costeable para la adminstracion, para finalizar en el peor de los casos podriamos ennumerar de como podria no tener la difusion esperada y que la publicidad digital no llegue al publico indicado o esperado.

La demanda de los clientes actuales.

La brecha generacional tambien es algo latente entre la relacion cliente-vendedor. Como se menciono anteriormente una hecho imprescindible para el mercado es la innovacion. La constante innovacion.

Estableciendo un parametro generacional de los ultimos 20 años, las tecnicas de manejo, los productos, las estregias publicitarias y los servicios han cambiado y progresado a gran escala.

Pero ¿Qué es lo que realmente le interesa al cliente? Obtener el mejor servicio al mejor precio, como ya antes se menciono. La prevalencia en el mercado ha sido fijada por la necesidad del consumo estipulada por el cliente donde quien ofrece mas por menos es elegido por sobre el resto.

Señalando la necesidad de innovacion el cliente ha buscado quien le ofrezca comodidad y labor. Nos referimos a que el cliente actualmente demanda a quien le ofrezca un servicio que le produzca mas comodidad (En una relacion tiempo y espacio) y que cubra campos desde la salud integral hasta la

salud estetica de su mascota. ¿Se ha convertido entonces el cliente mas exigente con el paso de los años? Por supuesto.

Nuestro cliente actual por ejemplo siempre eligira quien le ofrezca un servicio mas estetico y elaborado, a diferencia de los clientes generacionales de hace 10 o 20 años donde mayormente importaba el indole integral del servicio.

Con tanta informacion al alcance del cliente, el logra tener la informacion suficiente para poder discenir entre los prestadores de servicios a quien le es mas conveniente. Es incluso preciso mencionar que esto potencializa el proceso de competencia entre comercios volviendo asi mas facil identificar como poder destacar en el mercado, pero tambien prillando al vendedor a innovar para sobrevivir frente a la competencia.

Haciendo un poco de énfasis en las estrategias de mercadotecnia es preciso señalar que conocer acerca de las diferentes estrategias que engloba la acción promocional es imprescindible para poder tener un mejor y más estructurado manejo comercial. Concluyendo en que al igual que todos los diferentes tipos de comercios, en el rubro veterinario es sumamente importante la capacitación y la innovación tanto de conocimientos como de servicios para poder destacar y ofrecer un mejor sistema en calidad, atención, servicios integrales y estéticos, así como productos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

## Fuentes bibliograficas

Antologia educativa institucional de Accion Promocional de la Univeridad del Sureste.

<https://www.ujed.mx/oferta-educativa/medico-veterinario-zootecnista/campo-de-trabajo>