



“UNIVERSIDAD DEL SURESTE”



ACCIÓN PROMOCIONAL

ENSAYO: LAS OFERTAS, LA ERA DIGITAL Y LAS NUEVAS
DEMANDAS DEL CLIENTE

DOCENTE: MARIA DE LOURDES DOMINGUEZ FIGUEROA

ALUMNA VIVIANA GUADALUPE CRUZ HERNANDEZ

19/05/2023

INTRODUCCION

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente, en cualquier sistema económico, ya sea de economía planificada o libre mercado, la oferta juega un papel fundamental en la determinación del precio, ya que es la interacción de esta con la demanda en ese momento la que podrá trasladar al precio la cuantificación y valoración de los productos y servicios a las necesidades de los demandantes, Por otra parte, en ocasiones la oferta no viene dada por acciones del mercado, sino que viene impuesta por alguna institución (Estado, Administración y Organización) para poder suplir unas necesidades, esto se produce aunque no haya demanda, e incluso en ocasiones los productores pactan ofrecer unos mismos bienes a un precio similar, rompiéndose la cadena de libre mercado y quebrando la competencia.

El vínculo entre los humanos y los animales se ha transformado con el tiempo, el cual se inició como una relación de beneficio mutuo entre el hombre y animales domesticados, este proceso ha beneficiado empresas veterinarias, al igual que la llegada de nuevos dispositivos, Computadoras, celulares, tv, herramientas digitales, redes sociales y medios de comunicación, en cuanto al mercado veterinario y es por esto que ha evolucionado los métodos de aplicación de ofertas, Las ventajas del uso de herramientas digitales son: ahorro de trabajo y tiempo, mayor atención al cliente, mejora la comunicación con el cliente, permite llevar un buen control en la empresa, promueve mayor productividad, información personalizada, sugerencias acordes intereses, publicidad, mejor dirigida, acceso a información en segundos, crea dependencia los medios de comunicación, disminución de interacción personal con el cliente, reduce la creatividad, dilemas éticos, marginación de comunidades que no tienen acceso a nuevas tecnologías, reduce seguridad, requiere de actualización periódica, la demanda de clientes actuales en cuanto a productos: medicamentos como vitaminas y desparasitantes, vacunas productos de limpieza, como cepillo dental, peines, ropa, spa, servicios como guardería , estética canina, debido a la innovación de la empresa veterinaria, y la demanda de clientes 10 a 20 años atrás eran bajos ya que no le daban la misma importancia a sus mascotas, eran escasas las personas que le compraba alimento balanceado y adecuado para ellos en cuestión de animales domésticos.

CONCLUSION

Gracias a la innovación de herramientas digitales la de clientes, empresas veterinarias obtienen beneficios, en cuanto a calidad de servicio, servicios ofrecidos, productos como medicamentos, de higiene, alimentos, logrando mayor productividad y satisfacción del cliente.

BIBLIOGRAFIA

[Herramientas digitales para facilitar el trabajo en el sector veterinario \(bewe.io\)](#)

[▷ Ventajas y desventajas de nuestra era digital - Mercadology](#)