



Mi Universidad

Empresa

Nombre del Alumno: Joahan Reyes

Nombre del tema: Estrategias de marketing

Parcial: 4°

Nombre de la Materia: Acción promocional

Nombre del profesor: Guillermo Montesinos Moguel

Cuatrimestre: 6°

ESTRATEGIA DE MARKETING PARA SERVICIOS VETERINARIOS EN BOVINOS. (VetBov Servicios Integrales)

Medicina preventiva

- Vacunación: contra enfermedades como fiebre aftosa, rabia, brucelosis, clostridiosis, etc.
- Desparasitación: control de parásitos internos (nematodos, cestodos) y externos (garrapatas, moscas).
- Control reproductivo: revisión de ciclos estrales, sincronización de celos, palpación rectal.
- Planes sanitarios: diseño de calendarios de vacunación y control sanitario anual.

Diagnóstico y tratamiento

- Diagnóstico clínico y laboratorial: análisis de sangre, orina, heces, pruebas de mastitis, etc.
- Tratamiento de enfermedades: infecciosas, parasitarias, metabólicas y reproductivas.
- Cirugías menores y mayores: como corrección de desplazamiento de abomaso, cesáreas, extirpación de abscesos.

Reproducción y genética

- Inseminación artificial (IA)
- Transferencia de embriones
- Evaluación de fertilidad en toros y vacas
- Control de enfermedades venéreas (IBR, BVD, campilobacteriosis, tricomoniasis)

Producción y manejo zootécnico

- Asesoría en alimentación y nutrición
- Mejora genética
- Manejo de pasturas
- Control de calidad de leche y carne
- Evaluación de condición corporal

Bienestar animal e inocuidad

- Evaluación del bienestar animal: condiciones de manejo, alojamiento, trato.
- Implementación de Buenas Prácticas Pecuarias
- Certificación sanitaria (movilización, exportación, matanza)
- Manejo humanitario en el transporte y sacrificio

Asesoría técnico-económica

- Análisis de productividad
- Diseño de programas sanitarios rentables
- Capacitación al personal
- Evaluación de costos de tratamiento vs prevención

Objetivos Estratégicos de la Empresa

Aumentar la cartera de clientes en un 30% durante el primer año, enfocándose en zonas con alta actividad ganadera.

Posicionar la empresa como referente regional en salud y producción bovina dentro de los primeros dos años.

Ofrecer un portafolio completo de servicios veterinarios integrales, incluyendo sanidad, reproducción, nutrición y bienestar animal.

Desarrollar y consolidar alianzas estratégicas con asociaciones ganaderas y distribuidores de insumos.

Digitalizar el 100% de los registros clínicos y reproductivos de los hatos atendidos en los primeros 18 meses.

Implementar un sistema de fidelización de clientes con seguimiento técnico, promociones y recompensas.

Capacitar a productores y trabajadores ganaderos mediante programas técnicos, talleres y asistencia continua en campo en el primer año.

Análisis del Mercado y Entorno

Cliente Objetivo: productor Pequeño (menos de 50 cabezas), mediano (50–200), y grandes explotaciones.

Ubicación: Zonas rurales con vocación ganadera.

Necesidades: Acceso a servicios médicos confiables, reproducción asistida, prevención sanitaria, manejo productivo y trazabilidad.

Tendencias del Mercado: Creciente demanda de certificación sanitaria y trazabilidad.

Aumento en la conciencia del bienestar animal y productividad sostenible.

Uso creciente de tecnología para seguimiento productivo.

Expansión del enfoque de servicio integral, no solo médico.

Análisis de la Competencia

a) Competencia Directa:

- Veterinarios independientes.
- Clínicas rurales locales.

- Veterinarios sin certificación profesional.

b) Competencia Indirecta:

- Proveedores de insumos con servicios técnicos gratuitos.
- Organismos públicos (campañas oficiales de vacunación y revisión).

c) Ventaja competitiva:

- Servicio profesional certificado.
- Atención integral y personalizada.
- Uso de herramientas digitales.
- Paquetes técnicos flexibles y adaptados por tipo de productor.

ANALISIS FODA

<p>FORTALEZAS</p> <p>Equipo técnico con alta formación</p> <p>Servicios integrales en salud, reproducción y nutrición</p> <p>Atención en campo con movilidad</p> <p>Enlace directo con asociaciones y cooperativas</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>Reconocimiento de marca limitado</p> <p>Alta inversión inicial</p> <p>Recursos humanos limitados al inicio</p> <p>Infraestructura técnica en crecimiento</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Demanda de servicios profesionales</p> <p>Apoyo de programas gubernamentales (BPP, sanidad, PESA)</p> <p>Incentivos a producción sostenible y bienestar</p> <p>Espacios para formación técnica de ganaderos</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Competencia informal sin licencia</p> <p>Escasa cultura preventiva en pequeños productores</p> <p>Condiciones geográficas difíciles</p> <p>Volatilidad en precios de insumos y servicios</p>

