



Nombre del alumno: Isaac roldan Trujillo Hernández

Nombre del docente: M.V.Z Guillermo Montesinos Moguel

Nombre del tema: estrategia de marketing

Nombre de la materia: acción promocional

Nombre de la licenciatura: Medicina veterinaria y zootecnia

Cuatrimestre: 6

Parcial: 4

Fecha de entrega: 27/julio/2025

EFFIPRO BOVIS – Virbac



- Antiparasitario externo (ectoparasiticida).
- Principio **activo**: Fipronil.
- Solución pour-on de 1 L.
- Para control de garrapatas, mosca del cuerno, piojos y otros ectoparásitos en bovinos.

Descripción del mercado objetivo

- Ubicación: Ocosingo, Chiapas.
- Clientes potenciales: Ganaderos medianos y pequeños que manejan ganado de doble propósito (leche y carne).
- Necesidades:
 - Control efectivo de garrapatas, mosca y piojos.
 - Productos de fácil aplicación (como el pour-on).
 - Reducción de pérdidas por infestaciones (anemia, bajo peso, menor producción).
- Comportamiento del cliente:
 - Buscan efectividad comprobada.
 - Valoran la facilidad de aplicación sin necesidad de personal adicional.

Análisis de la competencia

- Competencia directa
 - Ivomec® pour-on (ivermectina)
 - Bayticol® (flumetrina)
 - Ectoline® (fipronil genérico)
- Ventajas de Effipro Bovis
 - Principio activo diferente (fipronil), útil en casos de resistencia a ivermectina.
 - Menor manipulación del ganado.
 - No necesita aguja ni sujeción.
- Desventajas:
 - Costo más elevado que algunos genéricos.
 - Menos conocido entre ganaderos tradicionales.

Oportunidades y amenazas

Oportunidades	Amenazas
Alta incidencia de garrapatas en la región	Competencia con productos más baratos
Mayor demanda de soluciones prácticas (pour-on)	Desinformación o desconfianza hacia nuevos principios activos
Apoyo técnico de veterinarios y distribuidores locales	Aumento de precios por inflación de materias primas
Mayor conciencia en control sanitario por parte de ganaderos jóvenes	Resistencias cruzadas por uso excesivo de productos similares

Objetivos de marketing

- Posicionar Effipro Bovis como una alternativa eficaz contra garrapatas en ganado bovino en el mercado de Chiapas.
- Lograr que el 15% de las ganaderías medianas del municipio adopten el producto en los próximos 6 a 8 meses.
- Aumentar la frecuencia de compra mediante seguimiento técnico veterinario.

Estrategia de marketing

Precio

- Precio competitivo con relación a productos de su tipo (intermedio entre genéricos y marcas premium).
- Se ofrecerá un descuento inicial del 10% a nuevos clientes ganaderos y clínicas veterinarias.

distribución

- Venta en agro-veterinarias locales.
- Venta directa por médicos veterinarios zootecnistas en campañas.
- Posibilidad de comercialización en ferias ganaderas y eventos rurales.

Promoción

- Charlas técnicas con médicos veterinarios en comunidades rurales.
- Demostraciones de aplicación y resultados en ranchos clave (clientes líderes).
- Campañas en Facebook , WhatsApp y grupos ganaderos.
- Promociones: **“Compra 2 litros y recibe una jeringa dosificadora gratuita”**.
- Entrega de trípticos y fichas técnicas a tiendas veterinarias.