



ANEXO RESUMEN

Título del trabajo: Desarrollo de un Plan de Marketing para una veterinaria de la Ciudad de Bahía Blanca

Nombre y apellido del alumno: Blanco Jimena Yanel

Nombre y apellido del tutor: Gómez Liliana Julia

Correo electrónico del alumno: jime_blanco2013@yahoo.com.ar

Palabras Claves: Veterinaria- Diferenciación-Rentabilidad - Productos- Servicios.

Resumen

Durante los últimos años la tasa de crecimiento, en lo que tiene que ver con la tenencia de mascotas ha aumentado considerablemente. Esta situación sumada con el valor económico y sentimental que los propietarios colocan sobre sus mascotas ha mostrado la necesidad de un sistema de prestación de servicios veterinarios que cubra con las expectativas del mercado y el entorno en donde se le brinde todo tipo de atención a la mascota y que tengan una gran variedad de productos especializados para cubrir las necesidades básicas y expertas.

Como objetivo del trabajo se planteó analizar la situación actual y realizar propuestas de mejoras a través de la elaboración de un Plan de Marketing para reforzar el posicionamiento y mejorar la rentabilidad de una veterinaria radicada en la ciudad Bahía Blanca.

Se realizó un análisis de la situación actual de la veterinaria, con la finalidad de obtener la información necesaria sobre su funcionamiento. Dicha información se recopiló por medio de entrevistas personalizadas con los propietarios y empleados del negocio.

Para el análisis de la situación externa se llevó a cabo un estudio de campo con el objetivo de conocer a la competencia. Éste se realizó en base a exámenes de informes publicados del sector.

Por último, para cumplir con los objetivos planteados se encuestó a los clientes para conocer sus preferencias respecto de los productos y servicios brindados y poder detectar posibles mejoras.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN



Finalizado el trabajo, llegamos a la conclusión que la implementación de las estrategias de diferenciación y desarrollo de producto, como también el programa de comunicación, será muy beneficioso para la empresa ya que le permitirá aumentar el volumen de ventas, controlar los gastos y optimizar los ingresos; como así también lograr una mayor fidelización de los clientes. Si bien esto implica un costo adicional, permitirá obtener resultados positivos al finalizar el período.