

Caso Práctico N° 2

POSICIONAMIENTO Y ESTRATEGIA

1. Analice posibles posicionamientos para las actividades indicadas más abajo, teniendo en cuenta las estrategias genéricas de negocios de M. Porter (Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque o especialista) y cual podría ser su mercado objetivo, segmentos, los productos y servicios ofrecidos y sus características y la ventaja competitiva. Las actividades son:
 - a. Un profesional veterinario dedicado a su profesión, como asesor independiente.
 - b. Un productor ganadero de cría bovina
 - c. Un invernador
 - d. Un veterinario con Veterinaria propia, unipersonal o asociado con otros colegas
2. Proponga ideas que permitan aplicar a su profesión las siguientes alternativas de diferenciación, de manera que sean reconocidas y valoradas por el cliente:
 - a. Atributos del servicio
 - b. Servicios complementarios
 - c. Recursos humanos
 - d. Imagen
 - e. Canal de distribución
3. ¿Mediante qué acciones concretas se le ocurre que un veterinario recién recibido – Ud. en un tiempo- podría lograr posicionarse en el mercado?