Nombre de alumno: Daniela Itzel López Rendón.

Nombre del profesor: Guillermo Montesinos Moguel.

Nombre del trabajo: Ensayo.

Materia: Acción Promocional.

Grado: 6°

Grupo: Medicina veterinaria y zootecnia.

Ocosingo, Chiapas 25 de mayo del 2025.

IMPORTANCIA DEL MARKETING EN LA MEDICINA VETERINARIA

El marketing es un proceso por el cual una empresa se identifica, anticipa y satisface las necesidades del consumidor, todo este proceso se realiza a través de la creación, promoción y distribución de los productos o servicios que ofrece una empresa o emprendedor, lo que se define como un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos o grupos obtienen lo que necesitan y desean por medio de la creación e intercambios de valor con otros.

El marketing es de importancia ya que es crucial en negocios y nuestra vida cotidiana, ya que esto influye de manera constante, tanto en la inteligencia artificial y redes sociales, esto crea experiencias que acompañen al cliente, tanto en descubrir el producto y en la adquisición del mismo, e influye en nuestra rutina diaria, de manera personal o empresarial el marketing es fundamental en nuestro comportamiento. Existen distintos tipos de marketing como son **Marketing digital:** Su objetivo es la utilización de plataformas digitales para promocionar productos o servicios. ***Marketing directo:*** *Es una estrategia de comunicación y ventas que se establece con la conexión inmediata y personalizada.* ***Mar*****keti*****ng relacional:*** Esta centrada en la creación y mantenimiento de relaciones en un largo plazo entre empresas y sus clientes. **Marketing de contenidos:** Se crea contenido relevante y valioso para atraer y retener a cierta audiencia. **Neuromarketing*:*** Se emplean varias técnicas de marketing para entender como los consumidores, se enfocan en la percepción, atención y emoción de optimizar su campaña. **Marketing sensorial*:*** Es en el que se involucran los cinco sentidos (vista, oído, olfato, gusto y tacto) para generar experiencias y se fortalezca la conexión emocional de la marca, que se percibe y se toma decisión en la compra de parte del consumidor.

Retrieved May 25, 2025, Menciona que el marketing son un conjunto de técnicas o estrategias que se utilizan para estudiar el comportamiento de los mercados, gestión comercial de la empresa y como tal las necesidades de los consumidores. Por eso dice que el marketing se considera como un conjunto de acciones o aspectos estratégicos

que se desarrollan de forma planificada, por lo tanto, (Philip Kotler 1998) padre del marketing mencionaba que la definición y procesos han evolucionado tanto como las estrategias que se adapten al mercado, nuevas tendencias y hábitos de los consumidores. El marketing se está convirtiendo en el poder de las ventas y se encuentra en momento de cambios y evolución, sus principios se están actualizando, así como las pautas y herramientas utilizadas para cualquier aplicación.

Esto consta de una enorme amplitud de ramificaciones como segmentos en función, todo tipo de marketing satisfacen a las necesidades de la empresa y cubrir con las necesidades de los consumidores como de fidelizar a ciertos potenciales, o clientes, por lo tanto, si una empresa o marca no genera estrategias de marketing no satisface la demanda es decir que no genera nuevas necesidades en el consumidor. (Kotler 2008) menciona que el marketing se centra en identificar las necesidades y deseos del mercado y así ofrecer soluciones que satisfacen las necesidades que tienen valor para el cliente.

(Kotler y Armstrong, 2008) crea relaciones sólidas y duraderas con los clientes por medio de la comunicación y entrega del valor, (Arqués-Salvador, 2006) menciona el marketing al entorno teniendo en cuenta los factores como la competencia, tecnología y preferencias del consumidor, (McCarthy,1964) hace ver que las empresas realizan diferentes estrategias de marketing con el fin de alcanzar sus objetivos que incluyan la publicidad, promociones, distribución y gestión la marca o empresa.

Philip Kotler dice que para que se produzca este intercambio, se refiere a que se cumpla el objetivo del marketing, pero que se cumplan las cinco condiciones

-Debe de haber dos partes (Vendedor y cliente).

-Cada parte debe de tener algo de valor para la otra persona, es decir que el vendedor ofrezca un producto que el cliente necesite y satisfaga alguna necesidad.

-Cada parte debe comunicar y entregar, es decir vendedor comunica las bondades del producto y así comunicar al cliente su conformidad o disconformidad.

-Cada parte es libre de aceptar o rechazar la oferta, se refiere a que el vendedor ofrece libremente sus productos y el cliente es dueño de aceptar o no lo que ofrece.

-Cada parte debe creer que es apropiado, es decir que si el vendedor considera pertinente vender un determinado producto, el cliente debe considerar si es pertinente comprarlo.

El marketing tiene responsabilidad social e incluye la compresión de temas de interés hacia el público tanto como del contexto ético, medioambiental, legal y social de las actividades del marketing.

En la actualidad el marketing se ve influenciado y cada ves es de manera mas competitiva para el desarrollo de nuestra empresa o negocio, ya que se ha convertido en una herramienta indispensable para cualquier negocio o servicio que quiera tener éxito y que se conozca, lo utilizado es el marketing digital el cual tiene la capacidad de llegar a cierta audiencia segmentadas y personalizadas lo cual revoluciona la forma en la que los negocios interactúan con los clientes, todo es basado desde la creación de la marca, empresa o negocio ya que esto nos ofrece ciertas posibilidades para el crecimiento de estos, al tener un conocimiento básico del marketing podemos tener distintas estrategias disponibles y darle cierta importancia a los resultados de esta, y así tomar cierta decisión informada y logar el objetivo del negocio, y debemos de tener en cuenta que el marketing está en constante evolución por lo tanto debemos de conocer a nuestro entorno, mercado y público para seguir adaptando estrategias de acuerdo a la situación, esto ya no es de si se quiere emplear o no, se aplica en la empresa para la venta y desarrollo del negocio. Por eso el marketing es más que una herramienta de trabajo ya que nos permite vender productos u ofertar servicios, ya que esto es una manera de conectar con las personas y así logar entender su necesidades para poder ofrecerles soluciones o un producto que satisface esa necesidad, considero que el marketing se emplee de la mejor manera genera un impacto positivo y notorio para nuestra empresa y para la sociedad, siempre y cuando se haga uso de la ética y responsabilidad, ya que en la comunidad donde se implementa dicha empresa se torna

más competitiva y digitalizado gracias a que se emplea el marketing y ha logrado evolucionar tanto el vendedor como los consumidores, por lo tanto es de importancia interpretarlo y hacer su uso de manera consiente para generar éxito en lo que ofertamos al público, generando mayor ventas, se haga conocido la empresa y cause satisfacción.

Referencia Bibliográfica

- ¿Qué es el Marketing? El elemento indispensable para tu empresa. (2024, September 30). *ENAE Business School*. https://www.enae.es/blog/el-marketing-un-elemento-indispensable?_adin=0744975955
- *MARKETING: Qué es el Marketing*. (n.d.). PuroMarketing. Retrieved May 25, 2025, from https://www.puromarketing.com/que-es-marketing
- Islas, D. S. (2024, November 24). Introducción al marketing: qué es el marketing, tipos y cómo ayuda a tu negocio. *Blog de Wix*. https://es.wix.com/blog/que-es-marketing
- Mercado, E., & Demanda, L. (n.d.). *Introducción al Marketingg*. *Conceptos básicos*. Rua.Ua.Es. Retrieved May 25, 2025, from https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20592/1/Tema1_marketing_STUD.pdf