



Mi Universidad

Ensayo

Nombre del Alumno: Daniela Lopez Alvaro

Nombre del tema: Importancia de marketing en la industria veterinaria

Parcial: Primero

Nombre de la Materia: Desarrollo empresarial

Nombre del profesor: Guillermo Montesinos Moguel

Nombre de la Licenciatura: Medicina veterinaria y zootecnia

Cuatrimestre: Sexto

LA IMPORTANCIA DEL MARKETING EN LA INDUSTRIA VETERINARIA

El marketing es una herramienta que puede ser utilizada para actividades, estrategias y procesos que pueden ser utilizados para empresas o personas que se quieren hacer notar en el mercado y así mismo construir relaciones en el mercado que hacen que puedan ser tardadas con los clientes, se trata de vender u ofrecer servicios que son empleados media empresas o personas.

El mundo cada vez se ha vuelto mas competitivo pero el marketing es buena herramienta para poder mejorar la productividad, en el ambito de la veterinaria se puede usar como diferentes herramientas, se puede emplear en clinicas veterinarias, laboratorios y distribuidores de farmaceutica, puede garantizar un crecimiento sostenible y fidelidad de sus clientes.

Lo que se busca en el marketing enfocado en la medicina veterinaria es poder entablar un vinculo con el dueño de la mascota a travez de redes sociales en donde se pueda educar, informar y generar confianza mediante el contenido relacionado, incentivando a consultas y una atencion continua con la mascota.

La presencia online puede tambien hacer que se tome la decisión adecuada para ver quien seria la opcion ideal para tratar a su mascota tomando en cuenta que es lo primordial que busca un dueño responsable.

La medicina veterinaria se ha crecido en muchos ambitos gracias al marketing siempre y cuando se le de un uso correcto y informativo, ya que tambien de ello se deriva la competencia en el ambito laboral.

El marketing permite a las empresas veterinarias diferenciarse mediante la construcción de una marca sólida, el diseño de una experiencia de cliente única y el uso de mensajes que reflejen sus valores y propuesta de valor, la atención personalizada y la presencia online bien gestionada pueden ser decisivos para que un cliente elija un servicio sobre otro.

La medicina veterinaria ha evolucionado en una manera de gran importancia ya que se ha especializado en cirugías, hasta avanzadas terapias o en la manera farmacéutica el marketing es esencial para la promoción de estos servicios, dar conocimiento hacia las personas y concentrarlas y así mismo tener más demanda en el mercado.

Si se hace una estrategia que no está completamente planificada puede hacer que no se llegue al público deseado o bien algunas ofertas tengan poca demanda tales como sería la adopción de mascotas lo cual reduce el impacto en la salud animal.

Las herramientas que han ayudado el marketing en la medicina veterinaria principales son: google Ads, SEO, gestión de reseñas, CRM (Customer Relationship Management) y plataformas de citas online permiten una mayor eficiencia en la captación y fidelización de clientes.

(zootecnia, 2024)

El marketing puede ser un canal para poder transmitir valores éticos y prácticas sostenibles que demuestren el compromiso con el bienestar animal, en donde también influye la ética profesional de los médicos veterinarios, en donde estos elementos se pueden relacionar a manera de generar la reputación de diferentes productos o servicios.

Hace que se pueda conectar de manera sentimental y ocasionar un mejor pensamiento para generar un bienestar entre ambos aspectos (Veterinario, paciente y dueño) que al final se obtenga el mejor resultado y así mismo generar una mejor sociedad.

El marketing se puede ver como un lujo o como una herramienta secundaria, puede generar un entorno dinámico, exigente y profundamente conectado con las personas que ocasiona siempre el bienestar animal.

Mejorar la calidad de vida de los animales, generar conciencia y accesos a servicios de salud para los animales es lo primordial y lo que se busca dar a conocer puede ser exigente pero de un gran valor.

Una buena estrategia de marketing ayuda a que los dueños de mascotas elijan una clínica en lugar de otra, especialmente si la comunicación transmite confianza, profesionalismo y cercanía.

(ALEGRÍA, 2024)

A través de publicaciones en redes sociales, blogs o campañas informativas, las clínicas pueden enseñar a los dueños de mascotas sobre vacunación, desparasitación, nutrición y otros aspectos fundamentales. Esta labor educativa no solo posiciona a la clínica como una autoridad en salud animal, sino que también mejora la calidad de vida de las mascotas mediante la prevención.

Cada vez hay más clínicas veterinarias, laboratorios, tiendas de mascotas y profesionales independientes. Para destacar, es esencial definir una marca sólida y coherente. El marketing permite construir esa identidad, comunicar una propuesta de valor única y diferenciarse de la competencia, ya sea por la calidad del servicio, la atención personalizada, la tecnología utilizada o los valores del negocio.

Se puede destacar que el uso de esta herramienta siempre será buena si se da de manera correcta principalmente para poder hacer crecer la industria de la veterinaria y así mismo seguir mejorando y avanzando en el campo para tener un mejor desarrollo en el ámbito y brindando el bienestar animal para todo lo que lo rodee

Se pondrá siempre como prioridad siempre mejorar y brindar el servicio con ética que ayude al mejoramiento sin hacer alguna alteración en el ámbito laboral y ayudar mientras este en las posibilidades empleadas

Trabajos citados

zootecnia, e. (2024). *La importancia del marketing de referencia en la veterinaria*. Mexico :
Marketing veterinario .

ALEGRÍA, S. (2024). *El papel del marketing en la promoción de productos veterinarios*. Colombia :
garra.

