



**Nombre de alumno(a): Deysi Nayeli  
Jimenez Lorenzo**

**Nombre del profesor: MVZ. Guillermo  
Montesinos Moguel**

**Nombre del trabajo: Estrategia de  
marketing**

**Materia: Acción promocional**

**Grado: 6°**

**Grupo: Medicina Veterinaria y  
Zootecnia**



# "VetExpress"

VetExpress es un servicio veterinario móvil que ofrece atención médica integral para mascotas directamente en el domicilio del cliente. Nuestro objetivo es brindar comodidad, rapidez y cuidado de calidad para animales domésticos, con un enfoque centrado en la prevención, diagnóstico temprano y bienestar animal.

## Análisis del Mercado

### Mercado objetivo

Nuestros públicos objetivos son:

- ° Propietarios de mascotas (perros, gatos, principalmente) en zonas urbanas.
- ° Personas con dificultades de transporte o movilidad.
- ° Dueños con horarios laborales ajustados.
- ° Familias con múltiples mascotas.
- ° Adultos mayores y personas con discapacidad.
- ° Ubicación: Zonas urbanas y suburbanas de clase media a alta.
- ° Intereses: Bienestar animal, tecnología, conveniencia, salud preventiva.

## Análisis FODA

### Fortalezas (F)

- ° Servicio a domicilio, alta conveniencia.
- ° Ahorro de tiempo y reducción de estrés para mascotas.
- ° Profesionales certificados y con trato humano y empático.
- ° Uso de tecnología para agendamiento y seguimiento.

### Oportunidades (O)

- ° Creciente tendencia hacia el cuidado responsable de mascotas.

- Mercado en expansión: aumento en la tenencia de mascotas.

- Poca competencia directa en servicios móviles.

- Alianzas potenciales con tiendas de mascotas y grooming.

#### Debilidades (D)

- Mayor costo operativo por transporte y logística.

- Limitaciones en procedimientos complejos que requieren infraestructura clínica.

#### Amenazas (A)

- Competencia de clínicas veterinarias tradicionales.

- Desconfianza inicial de los clientes frente a un modelo nuevo.

- Cambios regulatorios en servicios médicos domiciliarios.

#### Análisis de la Competencia

##### Competencia directa:

- Otras clínicas veterinarias móviles, aunque aún escasas.

- Veterinarios independientes que ofrecen visitas a domicilio.

##### Competencia indirecta:

- Clínicas veterinarias tradicionales.

- Plataformas digitales de consulta remota (telemedicina veterinaria).

##### Ventajas competitivas de VetExpress:

- Plataforma digital propia para reservas, pagos y seguimiento.

- Paquetes de salud preventivos anuales.

- Atención personalizada y seguimiento continuo.

#### Objetivos de Marketing

### Objetivo General:

Posicionar a VetExpress como el servicio veterinario móvil líder en la ciudad durante el primer año de operaciones.

### Objetivos específicos:

- ° Alcanzar 1,000 clientes activos en los primeros 12 meses.
- ° Generar una tasa de retención de clientes del 70% al finalizar el primer año.
- ° Lograr un 90% de satisfacción del cliente según encuestas trimestrales.

### Estrategia de Marketing

“VetExpress: cuidado veterinario confiable, sin salir de casa.”

Queremos posicionarnos como una opción cómoda, moderna y profesional para el cuidado de las mascotas.

### Mezcla de Marketing

#### Producto

- ° Consultas generales y urgencias menores.
- ° Vacunación, desparasitación y chequeos.
- ° Servicios preventivos por suscripción.
- ° App con historial médico y recordatorios.

#### Precio

- ° Precios competitivos y transparentes.
- ° Paquetes por servicio o suscripción mensual/anual.
- ° Promociones por referidos y descuentos por fidelidad.

#### Plaza (Distribución)

- ° Atención en domicilio en toda el área metropolitana.

- Presencia digital mediante sitio web y app móvil.

- Reservas vía WhatsApp, web y app.

## PROMOCION

- Lanzamiento con campaña en redes sociales.

- Publicidad segmentada en Instagram, Facebook y Google Ads.

- Alianzas con pet shops y criadores

- Participación en ferias de adopción y eventos pet-friendly.

- Influencers locales para generar confianza y visibilidad.

## Marketing digital

- SEO y SEM: Optimización de página web para búsquedas locales (ej. “veterinario a domicilio en la ciudad).

- REDES SOCIALES: Contenido educativo, casos de éxito, tipos de salud animal.

- Email marketing: Recordatorios de vacunación y promociones personalizadas.

- Blog: Publicaciones semanales sobre cuidados preventivos.

## FIDELIZACION

- Programa de puntos por cada consulta.

- Membresías anuales con beneficios (consultas gratis, vacunas incluidas, regalos).

- Seguimiento personalizado pos consulta.

## Indicadores de Éxito

- N° de consultas mensuales.

- Tasa de retención y recompra.

- Crecimiento de seguidores en redes sociales.

° Valor promedio por cliente.

° Resultados de encuestas de satisfacción.

## Conclusión

VetExpress buscamos revolucionar el acceso a la atención veterinaria integrando tecnología, comodidad y calidad humana. Mediante una estrategia integral que combina marketing digital, alianzas locales y fidelización, lograremos posicionarnos como líderes en un mercado en expansión y cada vez más demandante de servicios personalizados y eficientes.