



**Nombre de alumno: Adrián Vega
Sánchez**

**Nombre del profesor: Guillermo
Montesinos Moguel**

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Acción Promocional

**Grupo: Medicina en Veterinaria y
Zootecnia**

Ocosingo, Chiapas 25 de mayo de 2025

La acción promocional como fuente de clientes y crecimiento en las clínicas veterinarias

Mucha gente del ámbito de la veterinaria al llegar a pensar acerca de realizar un negocio, tales están los ejemplos como las clínicas o en el caso de mi salón, de hacer crecer su rancho. Sin embargo, al no tener conocimiento acerca de cómo funcionan la promoción o tener alguna estrategia de negocio imposibilita el añorado sueño de tener su rancho completamente tecnificado.

Por ello, este escrito se enfocará sobre la importancia del marketing en el ámbito de la veterinaria y su impacto en el aspecto social de la misma.

Antes de llegar a los puntos a abarcar. Se deberá recopilar los conceptos de marketing y promoción. De acuerdo a la American Marketing Association se refiere a “La actividad, el conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tengan valor para los clientes, los socios y la sociedad en general”. (American Marketing Association, 2025). Entendido el punto anterior situándolo de manera corta se refiere a la actividad de crear ciertas ofertas a sección de la población con tal de incentivarlo a comprar.

Por otro lado, tenemos a la promoción. La definición que plasma marketing directo es la siguiente “Elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos. (MarketingDirecto, 2022)

Recopilando los datos anteriormente mencionados, podemos destacar que la promoción es una actividad derivada del marketing y por ende debe ser implementado en cualquier negocio o empresa que tenga como objetivo el crecer y llegar a mayor extensión de su público (Que, en teoría, debería ser la gran mayoría de empresas).

Dado por hecho los conceptos, se dará a denotar la importancia de estos conceptos y del marketing en general. Se empezará con los datos recopilados por la organización American Veterinary Medical Association, el cual presenta un índice del 60 por ciento de sus practicas veterinarias en Estados Unidos gracias a la implementación de estrategias digitales y programas de lealtad. Mencionado lo anterior podemos recalcar como tambien juntar las nuevas tecnologías al marketing pueden inclusive potenciar de receptividad de clientes.

En relación con el tema anterior, se llega tambien al tema de las redes sociales, el cual gracias a estas se a designado un apartado en especial. Que en este caso seria el de la concientización y educación. Este caso en particular además de hacer alusión a tu persona, se lleva acabo el aspecto de la educación e interiorización de temas en específicos. Un ejemplo de ello es la cuenta “Mauthevetdoctor” el cual interioriza y concientiza al espectador algunas actividades realizadas como Veterinario de animales compañía no convencionales.

De acuerdo a la agencia Garra, una forma de atraer clientes es el de superar las expectativas de la persona por medio de servicios únicos, ambientes acogedores y la capacitación del personal interiorizado al sector veterinario. El cual siguiendo con anteriores puntos referidos te da un numero en aumento de clientes ya sea mayor o menor depende del empeño enfocado a este punto.

Pese ya haber dado varios aspectos, todas estrategias deben de seguir el código de ética de la Medicina Veterinaria. Dado que, pueden existir ciertos métodos poco. Tales como el “Bait and switch”, las rebajas que perjudiquen a otros veterinarios. En donde claramente el código testifica que “El veterinario seguirá las normas de profesionalismo, será honesto en toda interacción profesional y reportará a las entidades apropiadas aquellos veterinarios que sean deficientes en carácter o en competencia.”. (Colegio de Médicos Veterinarios de Puerto Rico, 2014)

En conclusión, en la actualidad mucha de las veterinarias o ranchos acá en Ocosingo se han visto en el aspecto del marketing de manera precaria o inclusive deficiente. Teniendo muy pocas excepciones, por lo que, el implementar algunas estrategias siendo mas específicos en el apartado tecnológico podría tener un resultado satisfactorio de alcance que no solo seria de la misma región de Chiapas, si no tambien a varios estados del país. ¿Así que, se encuentra dispuesto a implementar estos cambios en su emprendimiento?

Referencias

- American Marketing Association. (2025, 9 mayo). *What is Marketing? — The Definition of Marketing — AMA*. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Colegio de Médicos Veterinarios de Puerto Rico. (2014). *Código de ética* (2014.^a ed.). <https://www.cmvpr.org/wp-content/uploads/2017/05/7.-C%C3%B3digo-de-%C3%89tica.pdf>
- MarketingDirecto. (2022, 9 junio). *Promoción*. Marketing Directo. <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/promocion>
- AVMA News. (2024). *Journal Of The American Veterinary Medical Association*, 262(6), 755-770. <https://doi.org/10.2460/javma.262.6.755>