

# 2+2 MI NEGOCIO VETERINARIO

## ¿Innovar en la veterinaria?:

Adaptabilidad e innovación son las habilidades que Javier Paoloni nos invita a entrenar con ideas concretas.

## Más allá de la manga:

Antonio Castelletti propone acciones creativas para veterinarios dedicados a grandes animales.

## Parásitos internos y externos:

Analizamos la actualidad y tendencias a futuro en la prevención y control de enfermedades parasitarias.

## Invertir para crecer:

Desde Mercedes, Buenos Aires, Alejandro Carballo nos cuenta cómo avanza Veterinaria La Marca.



## ¿CUÁNTO VALE UNA BUENA EXPERIENCIA?

Dejando en claro que los clientes recurrentes deben ser la base fundamental del ingreso mensual de las veterinarias, la consultora Eliana Mogollón propone estrategias de fidelización reales y prácticas. ¿Por dónde empezar? **Páginas 36 a 38.**



[www.msd-salud-animal.com.ar](http://www.msd-salud-animal.com.ar)



**1 de cada 5 perras castradas** puede desarrollar **incontinencia urinaria**. Hoy existe una solución para tu paciente simple, natural y segura.



NUEVO



Holliday

## TORACARD® Diurético

Para tratar signos clínicos vinculados a la insuficiencia cardíaca congestiva.

Su principio activo es Torasemida, entre 10 y 14 veces más potente que otro diurético.

✓ Fácil administración en gotas    ✓ Mayor adherencia al tratamiento



Líderes en cardiología veterinaria

Conozca más ingresando en [www.holliday-scott.com](http://www.holliday-scott.com)



El **único** que habla un idioma que solo vos entendés.



### Canis. Único, como tu paciente.

Es el único antiparasitario endectocida con acción contra cestodos.

Previene parasitosis y zoonosis parasitarias. Por su práctica aplicación tópica, saltea la vía digestiva sin riesgo de vómitos ni rechazos, asegurando una protección sostenida contra parásitos externos e internos (adultos y larvas).

Antiparasitario externo e interno. Único contra gusanos planos y redondos. Todo en una única aplicación tópica.

 LABYES



[labyes.com](http://labyes.com)

**canis**  
Único, como tu perro.



## NUTRICIÓN SALUD BASADA EN LA CIENCIA QUE POTENCIA EL CUIDADO QUE LE BRINDA A SUS PACIENTES.

Su experiencia y cuidados, junto con nuestros 50 años de conocimiento científico en nutrición salud, resultan en las mejores soluciones para sus pacientes.



VETERINARY HEALTH NUTRITION

[www.royalcanin.com/ar](http://www.royalcanin.com/ar)



# AL AGUA PERRO



Consulta con tu médico veterinario

## Epiotic Spherulites

- Previene la otitis.
- Limpia el conducto auricular y contribuye a su secado luego del baño.
- Elimina los detritus celulares y el exceso de cerumen.
- Calma el picor y la irritación producida por la otitis.
- Reduce el dolor y la inflamación.





Siempre hay una  
**PRIMERA VEZ...**

Y en tu PRIMERA VETERINARIA,  
te acompaña Krönen.



kronenvet



kronen.distribuidora

www.kronenvet.com.ar | ventas@kronenvet.com.ar | Línea gratuita: 0800 222 1729 / 0810 666 1155

**krönen**  
VETERINARY SUPPLIER

Bruno ya es parte del Club Emprendedor  
y nos cuenta su experiencia



“

La amplia gama de productos del **Club de Emprendedores de Krönen** cumple muy bien con las exigencias del nuevo mercado y la app nos brinda **precio, stock** y la posibilidad de hacer **pedidos en cualquier momento** y recibirlos entre 24 y 48 horas.

”

Bruno Cesa | VETERINARIA B&F | Burzaco, Buenos Aires.



**¡Vos podés ser el próximo!**

Sumate al Club  +54 9 221 6374218

BROUWER



zoovet

TECNOVAX  
Sanidad Animal

Old Prince  
ESPECIALISTA EN PROTEINAS NOVELES



Boehringer  
Ingelheim

# Hacia un nuevo punto de equilibrio

Escribe  
**Luciano Aba**  
Editor de la Revista 2+2.



**A** lo largo de todo 2021, desde esta **Revista 2+2** destacamos la importancia de abordar la sustentabilidad de las clínicas y comercios veterinarios desde 3 aspectos bien concretos: el servicio médico profesional que se brinda; la atención a los clientes y el bienestar no solo del negocio como tal, sino también de los veterinarios que los llevan adelante. ¿Es sencillo? Claro que no.

Conocemos los pormenores del sector.

Sabemos que no es lo mismo una veterinaria dedicada a la atención de perros y gatos en Rosario, Santa Fe, que una orientada a los bovinos en Curuzú Cuatiá, Corrientes.

Lo sabemos, pero seguimos considerando que su gestión y tendencias a futuro tienen puntos en común. Por eso estamos orgullosos de haber contado durante todo el año con la participación de columnistas que conocen el día a día de la actividad, para acercar contenidos de alta relevancia mirando lo que viene.

Con esta edición de noviembre, son 6 las salidas de la **Revista 2+2** en 2021 y ustedes ya tienen la posibilidad de repasar todos sus contenidos ingresando en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar) o bien escaneando el Código QR que completa esta editorial con la cual comenzamos a cerrar el año.

## VETERINARIA = EMPRESA

Para repasar la gestión administrativa en las veterinarias fue clave contar con el soporte de los consultores José Luis Villalunga (ESP) y Javier Sánchez Novoa (ARG).

Con ellos aprendimos que la gestión eficiente de las empresas veterinarias es posible, aunque para ello es clave planificar acciones y evaluar los impactos sobre las diferentes dimensiones.

Repasamos los principales indicadores de la gestión de una clínica, dejando en claro que conocer al menos los ingresos globales (\$) de la empresa, la cantidad de clientes activos y el número de visitas promedio mensual de visitas, es hoy imprescindible.

Se puede planificar, se pueden instalar planes de salud y se puede evaluar correctamente si conviene o no comprar nueva tecnología. Todo esto es tan posible como entender de qué manera toman las decisiones las personas que ingresan en la veterinaria y así prever acciones estratégicas.

También este año sumamos la participación de la consultora Eliana Mogollón (COL), quien no solo puso sobre el tapete el rol de los mentores en la industria veterinaria, sino que logró dejar en claro que: cuantas más estrategias estructuradas tengamos, menos será la frustración por objetivos no cumplidos en el campo laboral.

Propuestas claras y concretas como la realizada en el artículo de tapa de esta edi-

ción de noviembre: ¿Vale la pena invertir en la buena experiencia de los clientes dentro de las veterinarias? Si, claro que sí. Y hasta con números nos lo cuenta Eliana.

## VETERINARIOS = PERSONAS

Invalorable fue el soporte de Javier Paoloni (ARG), MV referente de Veterinaria Vida en Río Cuarto Córdoba, quien no solo fue uno de los primeros en abordar este año la problemática del Burn Out a través de este medio, proponiendo herramientas concretas para reconocer sus signos de manera precoz, sino que también planteó la necesidad (y el paso a paso para hacerlo) de trabajar en equipo en las veterinarias.

Además, y en el marco del pensamiento estratégico, de la mano de Paoloni comprendimos la importancia de reconocer oportunidades, diferenciarse y comunicar ventajas competitivas son tres claves que, aplicadas en conjunto, conducen a veterinarias rentables, pacientes satisfechos y veterinarios felices.

## TAMBIÉN EN EL CAMPO

De la mano de los MV Antonio Castelletti (ARG) y Carlos López Delfino (ARG), pudimos profundizar en contenidos específicos para profesionales y empresas veterinarias dedicadas a grandes animales.

En este marco, lograron desarrollar conceptos estratégicos en cuanto a la imagen e identidad profesional resaltando la im-

portancia de visualizar qué ven los clientes cuando les hablamos.

¿Querés repasar todos estos materiales? Podés hacerlo escaneando el Código QR que completa este artículo.

¿Qué tipo de marketing tienen que poner en marcha para ser el primer nombre cuando se piensa en un veterinario?

¿Cómo organizar y gestionar el manejo del dinero? ¿Podemos trabajar en ciclos de venta en la veterinaria de grandes animales? Estos son algunos de los interrogantes que se fueron resolviendo siempre con el objetivo de destacar el potencial que todavía tienen por delante quienes se dedican a la atención de grandes animales.

## Y EN EL CONSULTORIO

Claro que la gestión, administración y el marketing de las veterinarias se deben sustentar en conceptos técnicos de calidad, que sean transmitidos de manera correcta a los clientes. Por eso ha sido tan relevante, una vez más, contar con los aportes del Vet. Esp. MSc. Pablo Borrás en este 2021.

Vacunación y cachorros; zoonosis y enfermedades no convencionales; control de parásitos externos; enfermedades transmitidas por vectores y muchos más fueron los temas que Borrás desarrolló junto a referentes y que, además, ya están disponibles en “Mi Negocio Veterinario”, el Podcast de la **Revista 2+2**, tanto en Spotify como en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar).

Finalmente, destacar el aporte de Natalia Luka, directora de Dra. Luka Medicina Felina y Regenerativa, quien se sumó a este medio para darle visibilidad y propuestas concretas a los veterinarios frente a un tema clave: la incorporación de los gatos en las familias argentinas es una realidad. Sin embargo, son muchos los que no llegan a la consulta veterinaria, ni reciben medicina preventiva.

Para ello, se requiere planificación, educar a los tutores de los animales, programar visitas, adecuar las instalaciones y una apuesta decidida por lograr que cada vez más gatos lleguen a la consulta.

Con foco tanto en la primera visita de los gatos, como en el tratamiento de aquellos de ya avanzada edad, Natalia Luka sumó conceptos estratégicos, con herramientas prácticas para que los lectores de esta revista sigan creciendo.

¿El objetivo? Encontrar un nuevo punto de equilibrio entre el saber profesional, el buen trato con los clientes, la rentabilidad del negocio y la sustentabilidad emocional y personal de los veterinarios que ofrecen sus servicios. **▮**

Escaneá este QR y  
accedé a todas las  
ediciones de 2021



**2+2** es una publicación propiedad de Asociación de Ideas S.R.L., Cangallo 830, depto. A, Martínez (1640), Buenos Aires, Argentina. Tel/fax: (011) 4717-2153.

Los artículos firmados no representan necesariamente la opinión de esta publicación, como así tampoco los contenidos vertidos en las publicaciones. Los editores no asumen responsabilidad alguna por su contenido o autoría. Prohibida la reproducción total o parcial de todo material incluido en esta publicación sin previa autorización escrita de la editorial. ISSN: en trámite. Registro de propiedad intelectual: en trámite.

**DIRECTOR**  
Luciano Aba

**PRODUCCIÓN**  
Nicolás de la Fuente

**DIRECCIÓN DE MARKETING**  
Margarita Briceño

**REDACCIÓN**  
Guadalupe Varelli

**PUBLICIDAD**  
[info@dosmasdos.com.ar](mailto:info@dosmasdos.com.ar)

## NUESTRAS VÍAS DE CONTACTO

@revistadosmasdos  
 @dosmasdosrevista  
 [info@dosmasdos.com.ar](mailto:info@dosmasdos.com.ar)  
 [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar)  
 Mi Negocio Veterinario

## ¿NO RECIBISTE ESTA REVISTA EN TU DOMICILIO?

Suscribite en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar) para recibir GRATIS todas las ediciones.



# Comunicar y agregar valor en el consultorio



Escribe  
**Javier Sánchez Novoa**  
MERCADER Consultora en  
Gestión Veterinaria.  
javier.sanchez@  
consultoramercader.com.ar

*De forma verbal, corporal y actitudinal comunicamos quiénes somos y cómo hacemos nuestro trabajo. Una buena o mala comunicación puede determinar sumar o perder clientes.*

Por qué es necesario pensar en la comunicación que ocurre dentro del consultorio veterinario?  
¿No comienza y termina en la conversación con el/la cliente/a?  
La realidad es que no, tengo que decirte que hay mucho más que eso, y ese “más” es el que va a definir la generación de valor. Pero ordenemos un poco los conceptos relacionados con el proceso de comunicación en el consultorio.  
Dentro de los elementos que componen

la comunicación entre tu clínica veterinaria y tu cliente se encuentra la que se genera a partir de vos como actor clave en el proceso y también la que transmite el serviespacio, que es el lugar donde se genera la “producción del servicio” (Ver Recuadro).  
Entre vos como profesional y tu cliente, el tutor de la mascota, se producen dos tipos de comunicación, la verbal (palabras) y la no verbal (tu cuerpo), que van a representar el 80% de toda la información que le transmitas.

El 20% restante estará determinado por el serviespacio.  
Para que este proceso sea eficiente la comunicación debe ser, por un lado, efectiva, es decir que el mensaje llegue correctamente al receptor.  
Por otro lado, debe ser asertiva, lo que implica valerse de la inteligencia emocional para poder llegar al interlocutor de forma armoniosa, buscando un equilibrio entre los dos puntos negativos, la pasividad y la agresividad. Este tipo de comunicación

hace que nuestros puntos de vista, deseos y sentimientos puedan llegar de forma honesta, sincera y con respeto al interlocutor.

### AGRESIVO, PASIVO O ASERTIVO

Para entender mejor qué es la comunicación asertiva, veamos un ejemplo. Cuando llega un cliente a la clínica y plantea un posible diagnóstico para la patología de su mascota que encontró en Internet, vos podés reaccionar de varias formas:

- » **Agresivamente:** Te enojás, te sentís ofendido y expresás este enojo a través de señales verbales y no verbales. Sin escuchar su punto de vista, das por terminada la consulta o continuás pero habiendo generado un clima negativo.
- » **Pasivamente:** Hacés de cuenta que lo escuchás, pero en realidad no lo estás haciendo ya que no le das valor a sus palabras, pasás por alto todo lo que te dice. Aunque no lo digas, esto también será comunicado con tus acciones y el cliente podrá registrarlo. Como no tenés una escucha activa hacia tu cliente y lo que tiene para decirte, lo menospreciás con tu actitud y le hacés sentir que el poder es tuyo.

### Cuadro N° 1: Elementos que componen la comunicación en el consultorio.



### Comunicación

Comunicación Verbal

Com. No Verbal

Comunicación Efectiva  
Comunicación Asertiva

Serviespacio

- » **Asertivamente:** Escuchás lo que tiene para decirte, buscás la forma de entender su preocupación, empatizás con tu cliente e intercambias información. Le transmitís que lo felicitás por el interés que tiene por su mascota y lo ayudás a completar la información que necesita. No lo subestimás y valorás su colaboración.

¿Complicado? No, solo debemos comenzar a cambiar el chip al momento de comunicarnos con los clientes. No es algo menor, incluso tenés que saber que el flujo

de comunicación es continuo y está formado por cuatro actores, físicos y reales, como se ve en el Cuadro N° 1.

### GENERAR VALOR

Vamos a introducir un concepto que apenas nombramos al comienzo de la nota y es muy relevante: la comunicación genera valor. Fijate qué importante es gestionarla activamente en el consultorio. Sé lo que me vas a decir: ¡Yo estudié Ciencias Veterinarias, no marketing! y te contesto lo mismo en cada nota, ya no basta con ser el mejor profesional, también hay que saber comunicarlo. De esa manera vas a poder generar las experiencias positivas que serán

las que van a determinar el momento de la verdad (cuando el cliente entra en contacto con tu servicio y te evalúa) y en consecuencia la generación de valor.

La generación de valor en los servicios veterinarios y su comunicación no tiene nada que ver con el dinero o los honorarios. Radica en eso que hacés diferente, eso que vos creás que hace que sea muy difícil para tus competidores igualarte, por eso tenés que conocer qué variables intervienen en este concepto clave.

En este caso te invito analizar el concepto

TestearLab

PROMOCIÓN PETX

+10% BM

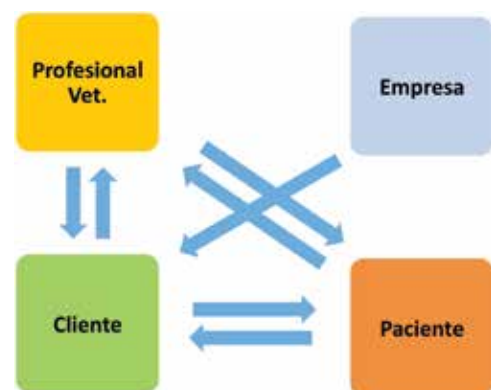
El mejor precio del mercado en test de **EHRlichia CANIS.**



**Hacé tus pedidos con nosotros**

✉ [info@distribuidoracto.com.ar](mailto:info@distribuidoracto.com.ar)  
☎ +54 11 4137-7644 / 7645 / 7646 / 7647

Cuadro N° 2: Flujo de comunicación.



de valor asociado a vos como comunicador/a. Víctor Küppers nos ayuda con esta ecuación:

#### Ecuación de valor

Valor = (conocimientos + habilidades) x actitud

Lo interesante de esta ecuación de generación de valor es que deja en claro que si bien es fundamental contar con habilidades técnicas, conocimientos y experiencia profesional, eso no es todo. La actitud es un factor multiplicador, si tu actitud es baja o nula al momento de comunicarte con tu cliente, la generación de valor es cero más allá de que cuentes con amplios conocimientos técnicos (como ya sabemos, todo número multiplicado por cero es igual a cero).

Hoy el cliente busca algo más que conocimientos, busca ser escuchado y sentirse valorado, todo evoluciona, ¿Vos evolucionaste?

#### ESTÁ EN TUS MANOS

La comunicación es un proceso complejo que abarca muchas aristas y donde la actitud es clave, especialmente en la profesión veterinaria, donde los productos y servicios que se ofrecen están relacionados a la salud de las mascotas del cliente.

Lo positivo de todo esto es que adoptar una correcta actitud en la comunicación depende de vos. Tenés que trabajar en seguir perfeccionando los procesos comunicativos, el asertividad y la escucha activa.

Te invito a seguir abriendo el foco en la observación y seguir optimizando la comunicación hacia tu cliente. Tené en cuenta estas sugerencias y nunca subestimes la visión del cliente, que es quien finalmente pone en marcha el motor de tu empresa.

¡Manos a la obra! 🐾



### ¿Qué comunicás con tu serviespacio?

El serviespacio, ese lugar donde ocurre la venta del servicio o producto, es otra forma de comunicación. Es silenciosa pero continuamente le toca el hombro a tu cliente y le dice: "mirá, somos esto".

Los espacios de tu veterinaria comunican tu esencia. ¿Da lo mismo comunicar prolijidad, orden y pulcritud? ¿Acaso el cliente no lo ve? Sí, lo ve todo. Para esto te invito hacer un ejercicio que te ayudará a determinar qué estás comunicando a tus clientes con tus instalaciones.

Comencemos un tour por tu clínica desde la puerta. Observá cómo está tu vidriera, revisá la limpieza, el estado general y los vinilos o cualquier cartel que hayas pegado. Hacé lo mismo con la puerta de entrada a la veterinaria. Luego pasemos al salón. Chequeá con ojos de cliente la intensidad de la luz, el orden, los aromas, el piso y todo lo que el cliente puede observar ya que aquí es donde comienza a evaluarte.

Vayamos hacia el mostrador y hacé el mismo ejercicio. Observá y preguntate si es una barricada para apoyar los productos y papeles que no sabés dónde poner o si es un espacio ordenado y amigable para el cliente.

Chequea constantemente el estado de los baños, importantísimo.

Luego ingresá a tu consultorio y revisá todo: luz, orden, limpieza, camilla, escritorio, aroma, mesada, orden de la medicación, todo esto también habla de vos. Es claro que al cliente le interesa que le soluciones la necesidad de su mascota, pero también valora el entorno y se forma una imagen de vos como profesional a partir de esos datos que recibe aún sin darse cuenta.

Por último, te recomiendo que capacites a tu equipo de atención al cliente, conversen sobre estos puntos de chequeo y elaboren un check list para controlar todas estas áreas a partir de una tabla y se asignen responsables de la ejecución.

#### ACCEDÉ A TODAS LAS NOTAS DE JAVIER SÁNCHEZ NOVOA EN ESTA REVISTA 2+2

Escaneá con tu celular el Código QR y accedé al listado y detalle completo de todas y cada una de las notas que Javier Sánchez Novoa, director en MERCADER Consultora en Gestión Veterinaria, compartió durante 2021 en este medio.

Encontrá más información en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar).



# Panacea® mobile

La comunidad veterinaria, + fuerte.

## Nueva App:

Panacea amplía sus canales de comunicación con los Médicos Veterinarios.



DISPONIBLE EN  
Google Play



La distribuidora de productos veterinarios anunció que la aplicación comercial ya puede ser descargada por sus clientes para seguir fortaleciendo un vínculo cada vez más ágil y estrecho.

**Panacea®**  
comunidad veterinaria

(5411) 4715 - 8400

info@panacea.com.ar

PANACEA, Parque Industrial Tigre. Austria 796.

DISPONIBLE EN

# ¿Cómo innovar en la veterinaria?

Innovación y adaptabilidad son dos capacidades que se pueden entrenar. Para eso se necesita tiempo, perseverancia y procesos. En este artículo te presentamos algunas claves para ejercitarlas e ideas bien concretas para poner en práctica.



Escribe  
**Javier Paoloni**  
Director Veterinaria Vida, Río  
Cuarto, Córdoba.  
veterinariavida@hotmail.com.

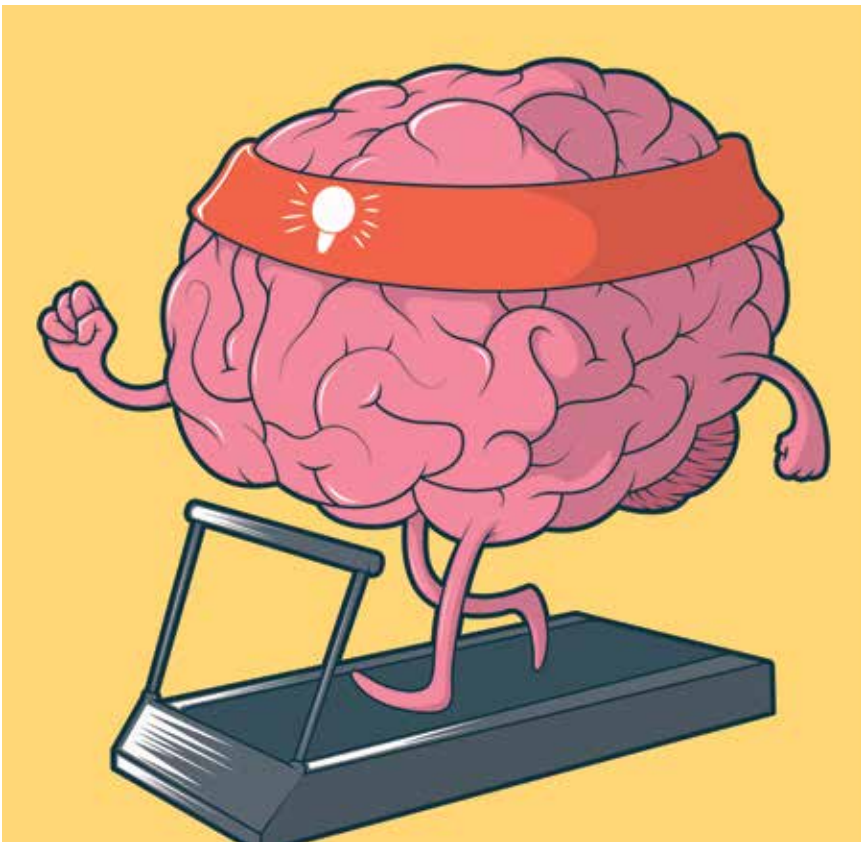
Si les digo que podemos entrenar para ser innovadores y creativos, y que también podemos ir al mismo gimnasio para desarrollar una gran capacidad de adaptación a los cambios, ¿me creen? Trataré de explicarles bien alejado de la intelectualidad por qué los veterinarios “tenemos que creer”.

La innovación y la adaptabilidad son competencias socioemocionales del grupo de las intrapersonales que todos podemos aprender, desarrollar y con el paso de los años, eficientizar. Se aprenden y se mejoran como alguna vez aprendimos a manejar...

Ahora nos sale de manera fluida, casi que automáticamente todo lo que es la conducción del vehículo y disfrutamos de hacerlo. ¿Por qué?

Porque nuestro cerebro tiene la capacidad de generar nuevas neuronas diariamente (neurogénesis) y muchas de estas pueden migrar (neuroplasticidad) hacia la zona cerebral entrenada y crear miles de interconexiones dando lugar a verdaderos circuitos neuronales capaces de permitirnos coordinar simultáneamente múltiples procesos físicos y cognitivos. Mientras más entrenamos la acción, más eficientemente la desarrollaremos. Así funciona nuestro cerebro.

“**Dentro de la veterinaria, podemos innovar en atención al cliente, en tecnología, en las formas de relacionarnos con la gente, en el trabajo en equipo... podemos innovar donde decidamos hacerlo.**”



Entonces ¿cómo puedo entrenar mi innovación y adaptabilidad?

Para bajar la panza en el gimnasio o tonificar un grupo muscular o recuperarnos de una lesión necesitamos tiempo y perseverancia en el “gym”, y necesitaremos lo mismo para ser innovadores: tiempo, perseverancia y procesos.

La innovación es un proceso que tiene sus pasos y va evolucionando con el tiempo.

No nos transformaremos en innovadores de la noche a la mañana ni bajaremos “la panza” en el gimnasio de la noche a la mañana.

Innovación es crear algo completamente nuevo, puede ser un producto,

un proceso o un servicio. O cambiar algo existente por algo mejor.

La creatividad es hacer reales cosas que no existen y se nutre de la imaginación, la innovación se alimenta de ambas.

## ¿CÓMO HACER TERRENAL LA INNOVACIÓN EN LA VETERINARIA?

Dentro de la veterinaria, podemos innovar en atención al cliente, en tecnología, en las formas de relacionarnos con la gente, en el trabajo en equipo... podemos innovar donde decidamos hacerlo. El límite nos lo pondrá nuestra creatividad. Les comparto ejemplos concretos:

1 Podemos utilizar la innovación para crear experiencias inolvidables en el cliente, hacer que se sienta feliz al concurrir a nuestra veterinaria y ser felices al recibirlo. Hace algunos años pusimos en práctica una idea innovadora que hemos ido mejorando: a los clientes mayores de 65 años les hacemos un breve cuestionario con el que determinamos, entre otras cosas, si les gusta o no el tango. El 100% contesta que le encanta.

Bueno, nosotros no solo los recibimos con tango cuando vienen a la consulta, sino que lo hacemos con el que más les gusta. Uno de los más nombrados es Naranjo en Flor. Me gustaría que estuvieran en nuestro consultorio cuando lo escuchan; que vean sus expresiones, sus sentimientos.

El 14,3% de los habitantes de Argentina tiene más de 65 años, son cerca de 7 millones

**KITS  
PARA GANAR  
2da. ETAPA**

**5+2  
40%  
BONIFICACIÓN**

**OCTUBRE  
NOVIEMBRE  
DICIEMBRE**



**Pedilo por transfer, contanos que viste la promo en REVISTA 2+2 y te llevás un regalo sorpresa**

### 1° KIT ANTIPARASITARIOS EXTERNOS

- Shampoo Tradicional Pulguicida y Garrapaticida x 250 c.c.
- doublè (shampoo + enjuague) x 250 c.c.
- Shampoo Aqua Ecto x 250 c.c.
- Shampoo Amitraz 0,25% x 250 c.c.



### 2° KIT BELLEZA

- Shampoo Cachorros x 250 c.c.
- Shampoo Máximo Color Blanco x 260 c.c.
- Enjuague Especial x 250 c.c.
- Shampoo Algas x 250 c.c.



### 3° KIT MEDICADOS

- Shampoo Medicado x 250 c.c.
- Shampoo A2 x 250 c.c.
- Shampoo Clorhexidina x 250 c.c.
- Shampoo Potenciado x 250 c.c.



### 4° KIT PELUQUERIA

- Shampoo Perfumado x 5 Lts.
- Jabón Líquido con Glicerina x 5 Lts.
- Lociones x 950 ml (a elección)
- Shampoo Tradicional x 1 Lts.



### 5° KIT LOCIONES

- Lociones x 130 c.c. (a elección)  
MAXIMO - SHARA - BEBES - ELIAN - CANDELA  
MIX FRUTAL - CAMILO



### 6° KIT GROOMERS EXPERT

- Shampoo Groomers Expert x 250 ml
- Enjuague Extra Brillo Groomers Expert x 250 ml
- Máximo Brillo a Gatillo x 130 ml
- Shampoo con aceite de Jojoba x 250 ml
- Loción Desatanudos x 130 ml



# 7 #

MILLONES

Son los habitantes del país que tienen más de 65 años, el 14,3% de la población. ¿No les parece que hay que contemplar ideas nuevas orientadas a ese segmento de clientes?



En @veterinaria.vida se pueden ver las nuevas instalaciones en Río Cuarto, Córdoba.

de personas ¿no habrá que hay que contemplar ideas nuevas orientadas a ese segmento?

2

Podemos innovar en tecnología incorporando equipos de laboratorio, por ejemplo, que den resultados en minutos y cambiar nuestro modelo de negocio, haciéndolo ágil, veloz y preciso. De esta manera, por ejemplo, eliminamos la segunda consulta y evitamos un nuevo viaje del cliente hasta la veterinaria, algo muy valorado por quienes viven lejos, no tienen movilidad propia o no quieren salir de su casa (tremendamente importante en la pandemia).

La innovación siempre nos acercará a la tan ansiada diferenciación en un mercado hiper poblado de oferta veterinaria.

3

Podemos utilizar la conectividad para incrementar la innovación, para enfrentar ideas distintas y crear nuevas. Por ejemplo, conectándonos con especialistas de nuestra propia ciudad, de otras provincias del pao incluso de otros países para interconsultar en casos complicados.

El desafío es innovar colectivamente, y aquí podemos entender la importancia de trabajar en equipo y con equipos motivados y con diversidad. En ediciones anteriores de esta **Revista 2+2** hemos hablado del trabajo en equipo, les sugiero que releen la edición donde lo hicimos.

Podemos innovar de muchas maneras, hay que dar el primer paso. Tenemos que hacer terreno la innovación.

## REACCIÓN O ADAPTABILIDAD

Un cuerpo rígido frente a un golpe se rompe, uno flexible, probablemente no, quizás lo absorba, sienta el golpe, pero no se rompa. A un cerebro con pensamientos rígidos frente a cambios vertiginosos, le será difícil adaptarse. A uno con pensamientos flexibles le será más fácil.

Un cerebro sometido al influjo permanente del cortisol, adrenalina y noradrenalina va moldeando pensamientos rígidos, se torna reactivo, reacciona a estímulos positivos o negativos. Reaccionar no es responder. Un cerebro en estrés crónico, reactivo y rígido de pensamientos tendrá poca adaptabilidad. Un cerebro en bienestar será receptivo a nuevas ideas y creará nuevas ideas, decidirá cómo responder a estímulos positivos o negativos, se tomará su tiempo para hacerlo y tendrá una enorme capacidad de reconocer cambios y adaptarse. O algo mejor: creará cambios, porque la innovación los crea.

Nuestra adaptabilidad estará directamente ligada a la flexibilidad de nuestros pensamientos. La flexibilidad de estos pensamientos es inversamente proporcional al nivel de estrés crónico que desarrollemos.

¿Cuándo un cerebro se torna flexible en sus pensamientos? Cuando las hormonas del bienestar y el buen dormir (dopamina, endorfinas, serotonina y melatonina) se producen en concentraciones adecuadas

¿Cuándo se incrementa la producción de estas hormonas beneficiosas? Realizando actividades placenteras. Viajar, practicar un deporte, caminar, correr, vacacionar, tomarse un mate al lado de un lago, al lado del mar o un whisky, no lo sé, ustedes sabrán qué actividades les dan placer, son esas las que hay que hacer para antagonizar la vorágine del día a día.

Tomémonos tiempo para nosotros. ¡Nos lo merecemos! Todo tiene que ver con todo:

La innovación, la adaptabilidad, la motivación, el trabajo en equipo, el liderazgo, la orientación al logro, la empatía, la comunicación efectiva no son compartimentos estancos.

Al contrario, están interrelacionados y así como el cerebro crea conexiones neuronales en determinadas zonas “entrenadas”, nosotros podemos crear interconexiones entre estas competencias socioemocionales para desarrollar la profesión con felicidad, rentabilidad e impacto social positivo.

Porque un equipo de trabajo motivado, feliz, segregando las hormonas “del bienestar”, alejado del estrés crónico, será un equipo que brinde respuestas superlativas, será un equipo capaz de innovar colectivamente, de alinearse detrás del líder y aportar ideas nuevas. Será un equipo con adaptabilidad y empatía que se anticipará a lo que el cliente quiere, o se lo ofrece de una manera distinta, única e inigualable.

En este momento estoy en el gimnasio cerebral porque para mantenerlo “en forma” hay que ejercitarlo todos los días, estudiando, actualizando conceptos... pero también a veces hay que dejarlo descansar, para que se recupere, se oxigene y cree nuevas ideas.

Estoy en el km 1.200 de un viaje de 3.000 en moto, estoy en mi fábrica de serotonina.

¿Cuál es tu fábrica?

ACCEDÉ A TODAS LAS NOTAS DE JAVIER PAOLONI EN ESTA REVISTA 2+2

Escaneá con tu celular el Código QR y accedé al listado y detalle completo de todas y cada una de las notas que el MV Javier Paoloni, referente de Veterinaria Vida, compartió durante 2021 en este medio.

Encontrá más información en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar).



# La calma de estar protegidos

## La línea más completa de antiparasitarios para mascotas

Contra pulgas, garrapatas y parásitos internos



### Fleanet™

Fleanet Dog | Cat  
Pipetas  
Antiparasitario Externo, Pulguicida, Garrapaticida



### Aprax™

Aprax Razas Medianas | Razas Grandes | Suspensión  
Comprimidos Saborizados · Suspensión Oral Saborizada  
Antiparasitario Interno de Amplio Espectro



### Ectopills™

Aprax Ectopills  
Comprimidos Saborizados  
Antiparasitario Externo, Pulguicida, Larvicida



### Dermapet™

Dermapet Ectocare  
Shampoo Medicado  
Contra pulgas, piojos y garrapatas

zoovet®



MASCOTAS SANAS Y PROTEGIDAS  
= DUEÑOS FELICES

# ¡COMPRÁ ZOOVET Y GANÁ!

Pets-Protector

spinoma  dúo



## T.I. / FIP FORTE / PIP PLUS / PI

Comprando 100 unidades de antiparasitarios externos obtenés una chance para el sorteo de un Toyota® Yaris® 0Km.

Modelo Toyota® Yaris®  
XLS 1.5 CVT 4p (patentado).

CONSULTÁ A TU VENDEDOR  
O DISTRIBUIDOR HABITUAL



IMAGEN ILUSTRATIVA.



SORTEA EL 30/03/2022 POR PÁGINA SORTEA2 BAJO SUPERVISIÓN DE ESCRIBANO PÚBLICO.  
VÁLIDO SÓLO PARA LA REPÚBLICA ARGENTINA. PERÍODO 01/06/21 AL 28/02/22. ESCANEÁ EL CÓDIGO QR Y CONSULTÁ BASES Y CONDICIONES.

✉ ventas@zoovet.com.ar    📞 +54 342 504 9919    📞 +54 342 451 1500

📺 📷 📱 zoovet.com.ar

# ¿Cómo dar precios de un servicio veterinario?

Transmitir correctamente esta información es clave en la relación que se establece con los clientes actuales o potenciales. En este artículo encontrarás algunos consejos para hacerlo con eficacia.



Escribe  
**José Luis Villaluenga Besaya**  
Docente del Posgrado de Gestión y Marketing Veterinario en VetesWeb  
jlwillaluenga@rentabilidadveterinaria.es

En nuestras clínicas veterinarias ofrecemos y vendemos a nuestros clientes dos tipos de bienes: servicios y productos. Una prueba diagnóstica, una cirugía, una limpieza de boca o una consulta son ejemplos de servicios.

Un saco de alimentación balanceada, un collar antiparasitario, una pipeta, un arnés o un transporte son ejemplos de productos (Ver Cuadro N° 1).

Los servicios son intangibles, necesitan de personas para administrarlos, siguen un proceso o procedimiento de aplicación con los clientes por lo que, psicológicamente, el precio no suele ser el factor decisor sino todo lo que lo rodea: procedimiento que explica cómo se da ese servicio, persona que lo realiza, valor añadido, diferenciación.

Hay algunas situaciones que vivimos de forma cotidiana en nuestros consultorios que implican informar un precio. Los clientes se acercan hasta la clínica o llaman por teléfono para consultar cuánto cuesta una consulta, la castración de un gato o una perra, una limpieza de boca.

También se acercan hasta la clínica clientes nuevos con las mismas consultas.

Es habitual que al dar el presupuesto de un servicio a un nuevo cliente o a un cliente activo en nuestra clínica nos respondan que somos más caros que tal otra clínica veterinaria o nos pidan que bajemos el precio porque les parece caro.

A continuación, compartimos una guía de cómo manejar estas situaciones ya sea

telefónicamente o de forma presencial en nuestra clínica.

### LLAMADAS TELEFÓNICAS

Es importante diferenciar entre clientes activos y potenciales.

Cuando llama un cliente que ya conocemos y ha contratado servicios con anterioridad, lo primero que tenemos que hacer es intentar que venga personalmente a la clínica para que le expliquemos en qué consiste aquello por lo que consulta. Si no logramos esa visita, recomiendo seguir estos cinco pasos:

- 1. Explicar detalladamente el procedimiento clínico del servicio.
- 2. Preguntar si tiene alguna duda al respecto.
- 3. Dar el precio.
- 4. "Técnica del silencio": esperar 10 segundos a la respuesta del cliente.
- 5. Actuar en consecuencia. Si la respuesta es positiva, dar cita para el servicio. Si hay objeciones, tratar de rebatirlas y cerrar la cita. Si no, dejar la puerta abierta para más adelante (en una visita física a nuestra clínica).

| CUADRO N° 1: ¿CUÁL ES LA DIFERENCIA?                                                                                                          |                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Productos                                                                                                                                     | Servicios                                                                                                                 |
| Son tangibles: se pueden tocar, ver, oler y/o probar antes de comprar.                                                                        | Son intangibles: se conocen mientras se recibe, no antes, no se pueden medir.                                             |
| Se pueden usar y comprar sin la intervención de personas, no necesitamos de ellas para su disfrute.                                           | Los ofrecen y administran personas.                                                                                       |
| El precio es más importante a la hora de la decisión de compra porque es objetivo, sin intervención de personas que modifiquen su percepción. | El precio es más relativo porque la persona que lo realiza da valor añadido o no al precio.                               |
| El producto es el mismo en cada veterinaria.                                                                                                  | Los procesos y procedimientos son diferentes en su administración según las empresas.                                     |
| Son homogéneos. El mismo saco de pienso solo varía en precio, no en más atributos.                                                            | Son heterogéneos. El precio tiene que ver con muchos factores relacionados con personas, materiales, procedimientos, etc. |



**BRAVECTO®**

PASÁ ESTE VERANO CON BRAVECTO  
Y OLVIDATE DE LAS PULGAS, GARRAPATAS Y SARNAS

Protegé a tu mascota durante todo el verano,  
con 1 sola dosis. Bravecto® dura hasta 3 veces más  
que cualquier pipeta o comprimido del mercado  
contra pulgas, garrapatas y sarnas.

ESCANEA EL CÓDIGO QR  
Y ENTERATE  
MÁS SOBRE  
ESTA HISTORIA



12 DOCE SEMANAS  
DE PROTECCIÓN

[bravecto.com.ar](http://bravecto.com.ar)

MSD  
Salud Animal

Cuando se trata de personas que aún no son clientes, mi recomendación es nunca dar el precio de un servicio veterinario de nuestra clínica. La única excepción son las consultas de urgencias en las que, tanto a clientes como a no clientes, hay que decir claro el precio orientativo de la consulta y los procedimientos médicos que necesiten ser realizados.

Tenemos que intentar que la persona interesada venga a nuestra clínica dándole una cita para consulta, que en este caso será gratuita. A su llegada, algún veterinario del equipo le atenderá y explicará. Es conveniente guardar de 5 a 10 minutos para este tipo de consultas, en caso de ser habituales.

¿Por qué? Porque el cliente que llama a una clínica solicitando precio de un servicio veterinario, probablemente llame a varias clínicas y elija el más económico. Puede ser un cliente o un "cliente misterioso" que quiere conocer nuestros precios, como un consultor veterinario o un veterinario competidor.

#### VISITAS FÍSICAS A LA CLÍNICA

Cuando se trata de clientes activos de nuestra clínica, tendrán confianza en nosotros y gozarán de credibilidad en lo que les comentemos, por lo que será más fácil convencerlos.

Lo recomendable es que sea un veterinario, quien explique en la consulta el procedimiento de ese servicio, paso a paso y de forma detallada.

Pongamos por ejemplo la castración de una perra.

En este caso diremos detalladamente: "haremos un preoperatorio consistente en una analítica sanguínea, una radiografía y un ECG, para valorar el estado del animal, previo a la limpieza, porque su perro tiene ya 8 años. Posteriormente, le administramos un sedante para que se duerma y luego procederemos con la anestesia inhalatoria (como en los seres humanos). La voy a intervenir yo y durante la cirugía, que durará 1 hora, estará monitorizada continuamente por otro veterinario. La incisión que realizamos es mínima, 5 centímetros. Después de la operación, la llevamos a una jaula individual y controlamos su estado hasta que despierte comprobando que ha orinado y eliminado la anestesia. Cuando venga usted por ella, por la tarde, estará despierta y sin dolor. Le pondremos un collar isabelino (para que no se lama la herida y evitemos infecciones) y en una semana la veremos en consulta y eliminaremos los puntos".

Luego daremos espacio para que el tutor pregunte y evacúe todas sus dudas y, si acaso, resolverlas.

De ser posible, el veterinario nunca de-

### Consejos prácticos para veterinarios

Les comparto algunos datos y consejos bien concretos para entender por qué informar el precio de un servicio veterinario no es lo mismo que decir cuánto cuesta una bolsa de alimentos.

1. El precio no es el principal decisor para una gran mayoría de los clientes al momento de contratar un servicio veterinario. Al tratarse de algo intangible, las personas que intervienen, la imagen de la clínica y otros factores influyen en la percepción de valor.
2. Si bien hay "clientes precio" que buscan a quien menos cobre, debemos valorar si nos interesan, según nuestro modelo de negocio. Si el modelo no es de precios bajos o *low cost*, esos clientes no nos interesan. Además, fidelizar a este tipo de personas es imposible ya que se irán ante la primera oferta más barata que encuentren.
3. El precio es el 3º motivo de abandono de una clínica veterinaria. El 1º es una mala comunicación entre el personal y los clientes o un error médico importante. El 2º son los componentes ambientales (no se puede estacionar, la clínica está sucia, desordenada, huele mal, hace calor, la sala de espera es muy pequeña y hay mucha gente, etc.).
4. Fijar bien los precios de tus servicios veterinarios es fundamental y vital, porque es la única variable del marketing-mix de los servicios (*las 7 P's*) que genera ingresos, mientras que el resto son gastos.
5. Se debe ofrecer siempre el servicio veterinario "Premium". Por ejemplo: Preoperatorio + Cirugía + Consulta de revisión posterior. Si el cliente quiere pagar menos y puede estar justificado (la mascota tiene menos de 1 año y está sana) puede reducirse el precio eliminando el preoperatorio. Es modificar el servicio, y como consecuencia baja el precio; pero el servicio es diferente.
6. Frente a un cliente que nos dice, después de explicar el procedimiento y darle el precio, que en otra clínica se lo hacen más barato (y no está justificado lo anterior), debemos explicarle que en nuestro centro tenemos altos estándares de calidad y de atención al cliente y que consideramos que tenemos que proceder así. No importando que se vaya.

bería dar el precio sino el auxiliar. Ante la pregunta del propietario, después de explicar el servicio, del precio, simplemente decir que no lo sabe, que se lo dirá el auxiliar fuera. Incluso sería recomendable dar un presupuesto y explicarlo detalladamente.

Si el cliente acepta el presupuesto y decide ir hacia delante, fijar la cita para la cirugía y explicar las condiciones y normas que debe de seguir la mascota antes de la misma (reforzar entregando información sobre cómo proceder y respuestas a determinadas dudas que puedan surgir).

Si el cliente dice que lo pensará o cualquier otra respuesta de no aceptación, in-

tentar rebatir y convencer pero sino fuera posible, dejarlo.

No vayamos a forzar mucho y perder a ese cliente.

En caso de tratarse de personas que aún no son clientes de la clínica, deberían de ser atendidos por un veterinario que explique el proceso, aunque en menos tiempo que el anterior si se trata de una consulta gratuita otorgada como respuesta a una llamada telefónica, y luego el auxiliar darles el precio.

Aquí sí se puede forzar un poco más si hay actitudes de no aceptación, porque el cliente no es nuestro aún. Si no vuelve, tampoco estaba en nuestro fichero. 

#### ACCEDÉ A TODAS LAS NOTAS DE JOSÉ LUIS VILLALUENGA EN ESTA REVISTA 2+2

Escaneá con tu celular el Código QR y accedé a todas las notas que José Luis Villalunga, consultor español en gestión de Centros Veterinarios, compartió durante 2021 en este medio.

Encontrá más información en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar).



**BRAVECTO®**

## PASÁ ESTE VERANO CON BRAVECTO Y OLVIDATE DE LAS PULGAS, GARRAPATAS Y SARNAS



**Protegé a tu mascota durante todo el verano, con 1 sola dosis. Bravecto® dura hasta 3 veces más que cualquier pipeta o comprimido del mercado contra pulgas, garrapatas y sarnas.**

ESCANEA EL CÓDIGO QR  
**Y ENTERATE  
MÁS SOBRE  
ESTA HISTORIA**



**DOCE SEMANAS  
DE PROTECCIÓN**

[bravecto.com.ar](http://bravecto.com.ar)

**MSD**  
Salud Animal

# Bravecto ya abrió la temporada de verano

*Por medio de una campaña multiplataforma, MSD Salud Animal difunde y pone a disposición de los profesionales veterinarios, materiales orientados a prevenir la presencia de pulgas y garrapatas en perros y gatos.*

De la Redacción de Revista 2+2

“Pasá el verano con Bravecto y olvidate de las pulgas, garrapatas y sarnas”. Bajo este slogan principal, MSD Salud Animal lanzó una campaña multiplataforma con el objetivo de que tutores de perros y gatos protejan a sus animales durante todo el verano con 1 sola dosis de su comprimido masticable.

“Bravecto dura 3 meses más que cualquier pipeta o comprimido del mercado contra pulgas garrapatas y sarnas”, se asegura en los distintos materiales de una acción que presenta un novedoso formato, con la creación de una historia animada, donde sus protagonistas buscan alertarse entre sí (y los de su especie), sobre los riesgos que representan para ellos -y las familias con las que conviven- las pulgas y las garrapatas.

Si bien ya se puede acceder a más infor-

mación sobre el tema desde [www.bravecto.com.ar](http://www.bravecto.com.ar), quienes deseen contar con los materiales generados por MSD Salud Animal pueden ya descargarlos para compartir en sus distintas redes escaneando el Código QR que completa este artículo.

### MUCHO MÁS QUE PALABRAS

Como se dijo, la nueva campaña de MSD Salud Animal para Bravecto refuerza de manera innovadora y divertida una serie de conceptos estratégicos para comprender cómo pulgas y garrapatas afectan hoy la salud de los animales.

“¿Sabías que un perro con pulgas hace una casa con pulgas?”. Esta es tan solo una de las preguntas que se hacen los personajes del Spot de Bravecto, poniendo en el centro de la escena cómo, si bien las pulgas ponen huevos sobre su piel, después se desparrraman por todo el hogar.

“Cientos de huevos por día. Lleno de huevos y pulgas”, repite la campaña que también pone el foco sobre otro mito...

“¿Sabías que tu vecino tiene garrapatas? ¿Sabías que pueden pasar de una casa a la otra?”, alertan los protagonistas de una acción que ya está disponible no solo en YouTube, sino también en distintas redes sociales, páginas web y medios de comunicación con alcance nacional.

Destacando la relevancia de la

consulta y el asesoramiento, la iniciativa de MSD destaca también que pulgas y garrapatas son capaces de transmitir distintos tipos de enfermedades, a la vez que resalta la importancia de avanzar también en su prevención y control, específicamente en los gatos.

“Aunque te las quites van a seguir apareciendo. No, no vienen del perro. Vienen del piso y también del sillón”, concientizan en el spot orientado a los tutores de los felinos. Y se refuerza: “¡Para exterminarlos de la casa se necesitan 3 meses de protección, pero hay que tratar también al gato!”.

Vale decir aquí que los felinos deben ser tratados con Bravecto Spot On Gatos, que también brinda 12 semanas de protección contra pulgas y garrapatas.

### PARA NO OLVIDARSE

Finalmente, los personajes de la campaña Bravecto verano que recientemente lanzó MSD Salud Animal, insisten en el “temor” que genera en los animales el hecho de que sus tutores olviden aplicarle su pipeta mensual, reforzando la importancia de las 12 semanas de protección que brinda su comprimido masticable en la prevención y el control de pulgas, garrapatas y sarnas.

Una vez más, Bravecto innova en su estrategia de comunicación, simplifica los mensajes y apunta de lleno a incrementar por medio de su tecnología la prevención y el control de estas problemáticas en perros y gatos, pensando también en el bienestar de las familias con las que estos conviven. 

Conocé los materiales de la campaña y usalos en tus redes sociales



# FAWNA<sup>®</sup>

## Patagonic Taste

Complete & Natural  
Food for free spirit dogs & cats



CON SALMÓN DEL PACÍFICO  
Zapallo y Frutos Rojos

MÁS PROTEÍNAS | MENOS CARBOHIDRATOS | CON PREBIÓTICOS & PROBIÓTICOS NATURALES



# Feromonas en el manejo amigable del gato

*Son sustancias químicas que liberadas al ambiente actúan como mensajes que ayudan a organizar y dar estabilidad a la vida de los gatos. Es una forma de comunicación entre individuos de la misma especie.*



Escribe  
**Dr. Rubén Gatti**  
M.V. EMF (\*). Director del Centro de Medicina Felina Buenos Aires. Director de los Posgrados 1 y 2 de Medicina Felina de Vetes Web.

Las feromonas son sustancias químicas que liberadas al ambiente actúan como mensajes que ayudan a organizar y dar estabilidad a la vida de los gatos. Es una forma de comunicación entre individuos de la misma especie. Estas sustancias químicas (principalmente ácidos grasos) se producen en di-

versas glándulas sebáceas y sudoríparas de distintas zonas de la piel y otros órganos del gato. Las diferentes feromonas cumplen importantes funciones en la vida de los gatos como las que se detallan en el artículo completo al que podés acceder escaneando el Código QR que acompaña este artículo.

**INDICACIONES PARA LA UTILIZACIÓN DE LAS FEROMONAS FELINAS**

- » Situaciones frustrantes de un ambiente monótono donde los gatos no puede desarrollar su comportamiento específico.
- » Situaciones de conflicto con otros gatos del ambiente.

- » Presencia de personas extrañas a las habituales.
- » Llegada de un nuevo gato, otro animal o un bebé humano.
- » Cambio de territorio ya sea permanente o momentáneo.

Todas estas situaciones pueden desencadenar varios tipos de comportamientos anormales, como un aumento de la marcación con orina en aerosol o con arañado de muebles, agresiones, aumento del tiempo de esconderse, disminución del juego, del consumo de alimento, etc.

Las feromonas pueden ayudar a bajar el estrés y evitar ese comportamiento natural pero inconveniente para sus propietarios.



Rubén Gatti: "Tratemos que el paciente felino tenga la mejor calidad de vida posible".

**ENFERMEDADES CON ALTO COMPONENTE DE ESTRÉS**

Hay un grupo de enfermedades donde se ha observado que el estrés crónico puede ser una causa importante en su desarrollo, y la utilización de feromonas puede hacer el ambiente más confortable para estos gatos.

Las siguientes patologías son ejemplo de este tipo de enfermedades: Cistitis intersticial felina; obesidad; dermatitis sicógena o por exceso de lamido; herpesvirus felino y enfermedades crónicas.

**UTILIZACIÓN PROFESIONAL DE LAS FEROMONAS EN EL MANEJO AMIGABLE DEL GATO**

El concepto del manejo amigable del gato surge de que debemos hacer todo lo posible para que llegue lo más relajado posible al consultorio.

Esto es necesario para que nos permita la revisión clínica y todas las maniobras que necesitemos realizar para hacer un diagnóstico y tratamiento de su enfermedad.

La consulta del gato comienza en la casa del gato. La introducción en la jaula de viaje es el primer problema a enfrentar, por lo cual es necesario rociar con feromonas la jaula para favorecer la introducción y el viaje.

En la sala de espera de la veterinaria, es conveniente poner un difusor de las feromonas, además de otras indicaciones importantes como que no haya perros. También ayuda que haya mesas para las jaulas de viaje de los gatos.

En el consultorio, también es necesario tener un difusor prendido y, además, rociar la ropa y manos del veterinario y otros elementos donde se apoyaría el gato, como la balanza, por ejemplo.

Por supuesto esto hay que hacerlo antes de que entre el gato en el con-

sultorio. Si el gato va a ser internado, también es fundamental que tenga un difusor de feromonas.

**CONCLUSIONES**

Los gatos no suelen expresar su ansiedad en forma notoria, por lo cual se producen situaciones de ansiedad crónica, que pasan desapercibidas si no se aprende a leer el comportamiento del gato.

Estos casos de ansiedad crónica suelen terminar en distinto tipos de alteraciones de comportamiento y en enfermedades concretas, que tendrían que ser la señal de alarma para los veterinarios para darse cuenta de que ese gato está sufriendo esa situación.

Las feromonas F3 y Maternales nos van a ayudar a mejorar esos cuadros clínicos, a veces por sí solas y otras veces serán el complemento de otras medicaciones indicadas para cada patología. En definitiva, solo tratemos de que nuestro paciente felino tenga la mejor calidad de vida posible. ▮

Escaneá este Código QR y accedé al artículo donde se detallan las funciones de las diferente feromonas.



**VERANO BICICLETERO**  
Dale un espacio a tus clientes para su bici



## COMPRANDO

**POWER ULTRA/SPOT ON/MET**  
80 un. + Bonificación en Mercadería

+

**POWER COMPRIMIDOS**  
80 un. + Bonificación en Mercadería



**BROUWER**

## TE REGALAMOS

✓ **1 BICICLETERO**

Consulta bases y condiciones.



**COLLAR ORTOPEDICO INFLABLE**



CH M G  
XG XXG

**PROTECTOR DE RODILLA**



CH  
M  
G  
XG

**CORRECTOR PROPIOCEPTIVO**



CH  
M  
G

**SOPORTE PARA CARPO**



CH 10x20cm.  
M 20x30cm.  
G 30x30cm.

Ajustable

**CAMILLA PORTATIL**



120x65 cm.



**ISABELINO IMPORTADO**



1 2 3  
4 5

Indicado  
Post Quirúrgico

**FAJA CARPEANA**



CH 5x15cm.  
G 10x20cm.

Ajustable

**SOPORTE DE TARSO**



CH  
M  
G



**ORTESIS DE CODO**



M  
G  
XG



# LINEA PROFESIONAL VETERINARIA

**SACO DE SUJECION**



Tamaño Unico



**ANTEOJOS DE PROTECCIÓN**

CH M G

Lentes Inastillables.  
Gafas de Triple Ajuste.



**FERULA TRAUMATOLOGICA MOLDEABLE**



11x46cm. CH  
11x92cm. G  
15x92cm. M

**VENDA CO-ADHESIVA**



10cmx4,5mt. CH  
5cmx4,5mt. G

**DISPOSITIVO DE FLOTACIÓN FISIOTERAPIA**

XCH CH M G XG  
Producto para hidroterapia  
de mascotas.



**BANDAS HIPOALERGENICAS ADHESIVAS**



5cm. x 5mt.  
Tamaño Unico

**BOTAS DE NEOPRENE**



XCH CH M  
G XG XXG



# Más allá de la manga: 7 pasos para crear nuevos servicios veterinarios

¿Podemos generar un nuevo servicio para ofrecer a nuestros clientes más allá del trabajo de manga? Sí, y te contamos el método para hacerlo.



Escriben  
**Antonio José Castelletti**  
MV. MBA. Zoetis Argentina  
antonio.j.castelletti@zoetis.com

**Santiago Pérez Wallace**  
Vet. DCVet

Hablando con colegas de distintas zonas muchas veces sale el interrogante de qué servicio adicional pueden ofrecer a sus clientes (productores ganaderos). La necesidad de generar un nuevo servicio puede existir por distintas razones. Solemos escuchar:

- » “Estoy llegando a una edad donde no quiero ir tanto a la manga”.
- » “Agrandé el grupo de trabajo y necesito mayor facturación”.
- » “Quiero que dentro de mi grupo de trabajo existan especialistas en distintos temas”.
- » “Quiero estar más involucrado en el asesoramiento integral de los establecimientos ganaderos donde actualmente trabajo”.

Entonces, nos planteamos cómo podemos pensar algo nuevo para ofrecer.

Con algunos colegas pusimos en práctica la siguiente metodología (Ver Ilustración).

## 1º TOMAR UNA HOJA EN BLANCO: "BRAINSTORMING"

Podemos empezar por escribir en una hoja en blanco todas las tareas que realizamos por fuera de los trabajos tradicionales de manga, como el diagnóstico de gestación, la revisión clínica de toros o las IATF's. A modo de ejemplo, algunos colegas anotaron las siguientes tareas: selección genética de animales (fenotípica y genotípica), seguimiento de condición corporal de los distintos rodeos, análisis de información

(relevamiento y análisis), seguimiento de planes sanitarios, seguimiento parasitológico, plan forrajero y suplementación necesario dependiendo de la oferta y demanda del pasto.

En esta etapa surgen trabajos, asesoramientos o consejos que brinda el veterinario al productor y que muchas veces por no describir todo lo que esa acción involucra por parte del profesional, pasa desapercibido el valor agregado que otorga a la producción.

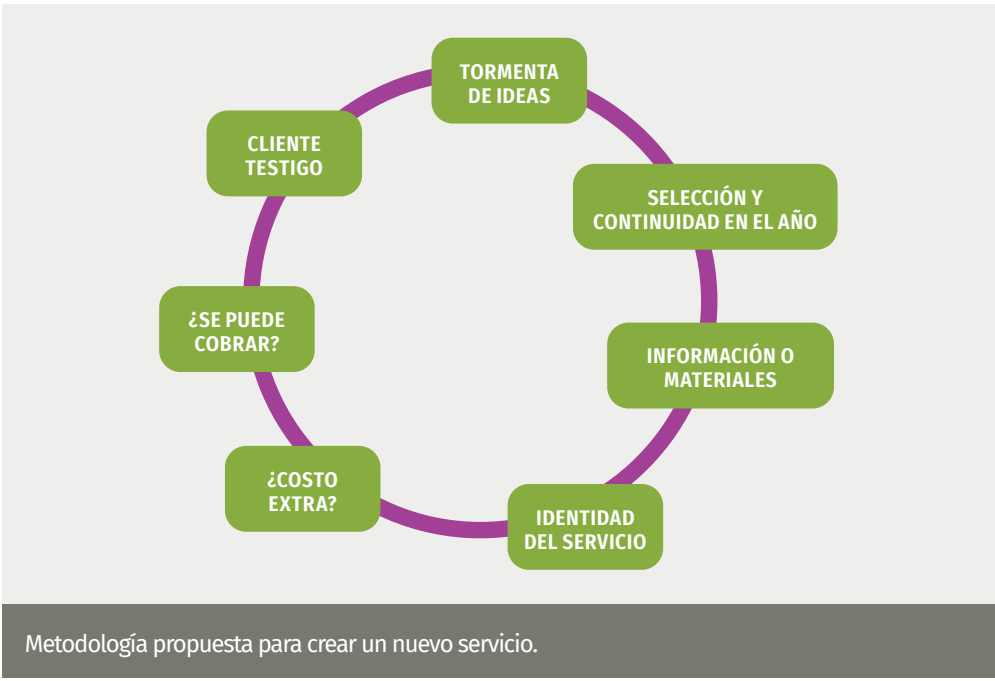
Debemos ir identificando cuál o cuáles serían los potenciales clientes para adoptar este nuevo servicio. Una de las preguntas que nos debemos hacer es: ¿cuál es el problema actual y cuáles son los problemas que va a tener en el mediano plazo nuestro cliente? Y la respuesta a esta pregunta debe ser la solución brindada a partir de un nuevo servicio.

En esta etapa se puede trabajar con la metodología de "brainstorming" (*tormenta de ideas*), una técnica de pensamiento creativo utilizada para estimular la producción de un elevado número de ideas por parte de un grupo acerca de un problema y de sus soluciones. O, en general, sobre un tema que requiere de ideas originales.

Si usamos esta técnica debemos tener en cuenta que tiene algunas premisas: la crítica no está permitida, la libertad de pensamiento es indispensable, la cantidad es importante (a mayor cantidad de ideas, mayor probabilidad que surjan ideas más originales), la combinación de ideas debe ponerse en práctica, etc.

## 2º SELECCIÓN Y CONTINUIDAD EN EL AÑO

En el armado del nuevo servicio podemos seleccionar más de un ítem de lo escrito en la



DISTRIBUYENDO CONFIANZA

VETERINARIAS  
INTEGRADAS  
DE ARGENTINA

Representamos y distribuimos  
a más de 70 laboratorios  
nacionales y multinacionales.

VENTA EXCLUSIVA EN VETERINARIAS

Comunicate  
con nosotros:

Tel: (03388) 420777 / 420514 / 424877  
Fax: 0800-7777-842 (VIA)  
ventas@veterinariasintegradas.com  
www.veterinariasintegradas.com

informate acerca de nuestra promociones vigentes:

SEGUINOS EN NUESTRAS REDES



Veterinarias Integradas de Argentina S.A.  
© 2016 - Todos los derechos reservados



primera parte fortaleciendo de esta manera la oferta de valor de lo que voy a ofrecer al cliente.

Ejemplo de esto puede ser: si estamos realizando un plan de mejora genética vamos a pensar en cada visita, armar un plan forrajero anual para la categoría seleccionada, analizar datos y convertirlos en acciones concretas.

Otra de las preguntas que nos debemos hacer es respecto a la estacionalidad de este servicio: ¿es para todos los meses del año lo que estoy ofreciendo? ¿Es para un trimestre?

Pensemos por ejemplo en un control parasitológico integral: lo que ofrezco debe comenzar en el mes de marzo, luego del destete, con visitas mensuales a los clientes.

### 3° INFORMACIÓN O MATERIALES

Aquí nos debemos preguntar si cada vez que voy a campo necesito llevarme algo: muestras de materia fecal, información de las condiciones corporales, información de la distribución de parición, fotos de los animales, informe de tratamiento sanitarios.

En el interrogante de ¿qué les dejo? lo ideal sería pensar qué informe o estadística a partir de la visita dejo en el establecimiento.

La presentación de informes de lo realizado por el profesional es un ítem importante y permite, a partir de la información que brinda al campo, establecer objetivos de los trabajos.

### 4° DARLE IDENTIDAD AL SERVICIO NUEVO

Los nombres tienen un gran poder en lo que vamos a vender, el nombre del nuevo servicio debe sonar bien. Se debe tratar de poner un nombre que tenga significado y ofrezca un beneficio al productor ganadero que lo vaya a consumir. Algunos ejemplos sencillos pueden ser: "Plan de mejora genética para producir mejor", o "Plan crías eficientes". En esta etapa sería importante contar con asesoramiento externo de un diseñador gráfico o un especialista en marketing que aporten

ideas de nombre de marca y creen un logo para el nuevo servicio a ofrecer.

### 5° COSTO EXTRA

Una de las cosas a evaluar en la generación de un nuevo servicio es si el nuevo servicio necesita algún tipo de inversión, ya sea en instrumental o en recursos humanos.

Este paso es fundamental para calcular luego la rentabilidad del servicio a futuro.

### 6° ¿SE PUEDE COBRAR?

Poder cobrar un nuevo servicio requiere un análisis del impacto de este servicio sobre la producción. Recientemente realizamos una nota técnica del impacto de la realización del tacto parto en rodeos de cría ([www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar)) donde se ve el impacto económico y productivo de un nuevo servicio.

Muchas de las tareas que se describen en el "brainstorming" no se cobran o se cobran como día técnico. En esta etapa es importante determinar los beneficios que brinda el profesional con cada intervención que realiza. Es interesante preguntarse ¿qué impacto tiene lo que estoy haciendo? ¿Hay bibliografía que indica pérdidas económicas de lo que ofrezco?

### 7° CLIENTE TESTIGO

Mostrar y discutir la idea con los clientes es el paso fundamental para comprobar si

todo lo que nosotros hemos ideado se cumple en realidad. Muchos nuevos proyectos o servicios fracasan porque los emprendedores con una buena idea de negocio se quedan sin realizar este paso, sin comprobar si sus ideas se fundamentan en necesidades reales. Es necesario comprobar las hipótesis de partida antes de lanzarnos a construir un prototipo, invertir tiempo, dinero e ilusión en un proyecto que quizá no merezca la pena.

### CONCLUSIONES

Las metodologías o los procesos para prestar servicios nos ordenan para mejorar las ideas que tengamos y poder plasmar una idea en un nuevo producto o servicio para ofrecer a los clientes.

Con este proceso podemos pensar de una manera ordenada desde el lado de la profesión veterinaria para brindar soluciones al productor. Aumentar los servicios que le vendemos a nuestros actuales clientes nos permite realizar un acompañamiento integral de la producción al productor.

Además, podemos incrementar la facturación dentro de ese cliente, aprovechando de manera estratégica la principal característica en la venta y que es muy difícil de conseguir con el cliente: la confianza. También debemos tener en cuenta el ahorro en tiempo y dinero: es más fácil vender productos y servicios a un cliente ya existente que a uno nuevo. 

#### ACCEDÉ A TODAS LAS NOTAS DE ANTONIO CASTELLETI EN ESTA REVISTA 2+2

Escaneá con tu celular el Código QR y accedé a todas las notas que el MV Antonio José Castelletti, Master en Administración de Negocios, compartió durante 2021 en este medio. Encontrá más información en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar).



## LANZAMIENTO

 **Paraqueños**

[www.paraquenos.com.ar](http://www.paraquenos.com.ar) f t i

# 35 días libre de pulgas



**Nuevos comprimidos palatables a base de spinosad.**  
**Para el tratamiento y prevención de infestaciones por pulgas en caninos.**  
**Rápida acción. Protección comprobada durante cinco semanas.\***

Presentaciones para perros de 2,5 a 5 kg; de 5,1 a 10 kg;  
 de 10,1 a 20 kg; de 20,1 a 40 kg y de 40,1 a 80 kg.

\*Prueba de eficacia realizada en el Hospital Escuela Veterinario FCV-UNNE en 2019.

En Buenos Aires encontramos en:

**Arcuri | Krönen | Muñoz | Don Orione | DFV S.R.L | Morchón**  
**Brucas S.R.L | Cto | Cofarvet | Insunorte | Arandu**

# Tendencias en salud articular

*El colágeno no desnaturalizado (nativo) tipo II es un ingrediente natural que demuestra excelentes resultados en medicina humana y animal. Ha cobrado relevancia en el manejo preventivo y reparador de la osteoartritis.*

**E**n los últimos tiempos se ha logrado un aumento del promedio de vida de caninos y felinos gracias a una mejora en el control de la sanidad, la salud y de un marcado progreso en el campo de la medicina preventiva.

Actualmente, contamos con diversas herramientas para proveer a nuestros pacientes una mayor calidad de vida retrasando la aparición de procesos degenerativos o patologías típicas de la edad o raciales, a través de abordajes multimodales.

## ORIGEN DE LA OSTEOARTRITIS (OA) Y SU TRATAMIENTO CON COLÁGENO NO DESNATURALIZADO (NATIVO) TIPO II

El colágeno no desnaturalizado (nativo) tipo II es el principal componente de la matriz extracelular y brinda soporte a los glucosaminoglicanos, otorgando fuerza y elasticidad a la articulación. Es una proteína resistente, difícil de

destruir por ácidos y proteasas en el intestino y no se absorbe. En su forma nativa, mantiene su estructura tridimensional conservando los epitopes. Esto marca una diferencia importante con el colágeno hidrolizado (desnaturalizado), en el cual estas estructuras se pierden y solo aportan aminoácidos y péptidos.

Nuevas teorías indican que la OA y posterior artrosis comienzan con la degradación del colágeno endógeno a partir de un mecanismo inflamatorio inmunomediado que se autoperpetúa.

“Manteniéndonos a la vanguardia, sumamos Flexapet a nuestra línea de condroprotección”, explicaron desde el Laboratorio John Martin. Y agregaron: Flexapet actúa como un inmunomodulador articular, a diferencia de los condroreparadores, que aportan un sustrato para la reparación articular”. Desde el laboratorio nacional destacaron que Flexapet propone un mecanismo que involucra una

respuesta inmunológica en la que se evita la destrucción del colágeno endógeno, desensibilizando al sistema inmune a partir de la administración oral exógena de colágeno no desnaturalizado (nativo) tipo II. Este proceso es conocido como “tolerancia oral”.

Esta novedad puede indicarse en pacientes obesos, de deporte y trabajo, en etapas incipientes de artrosis, razas predispuestas a degeneración articular, en enfermedad articular degenerativa para evitar la progresión y en artropatías de columna.

“Flexapet previene la degeneración, disminuye la inflamación y alivia el dolor de las articulaciones en perros y gatos. Mejora la flexibilidad, elasticidad y movilidad articular. Es la evolución en salud articular”, destacaron desde John Martin.

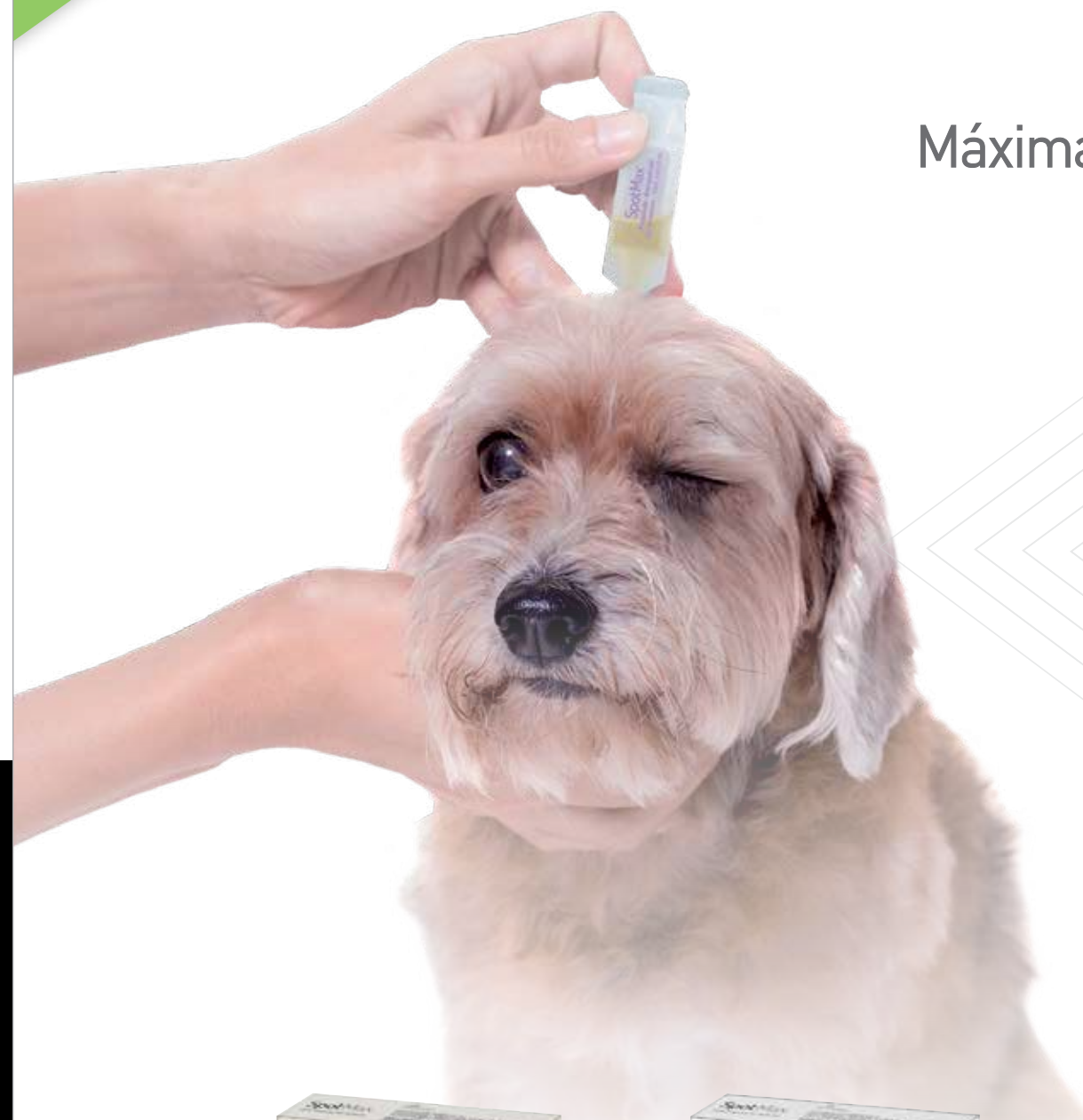
Para más información sobre este tema: [www.john-martin.com.ar](http://www.john-martin.com.ar).

# SpotMax



## Máxima Protección

- Pulgas
- Garrapatas
- Mosquitos



## SU SALUD ES LO PRIMERO

f fatrovonfrankenpets

ig fatrovonfranken\_pets

PREMIUM  
**krof**



Una línea completa de soluciones Premium



PUPPY - PUPPY large breed - ADULT DOG - ADULT DOG small breed - ADULT DOG large breed - SENIOR DOG

KITTEN - ADULT CAT - ADULT CAT ligh

# Invertir en la buena experiencia de los clientes **es rentable**

Atraer clientes nuevos y no retenerlos es un indicador de que algo no funciona bien en la veterinaria. Brindar una buena experiencia es la estrategia más rentable, tal como les cuento a continuación...



Escribe  
**Eliana Mogollón**  
Consultora en Veterinaria.  
Colombia.  
elianamogollonvergara@gmail.com

El camino de toda empresa para conseguir clientes nuevos es bastante similar al que recorreremos cuando queremos conseguir pareja, por ejemplo:

- » Primero buscamos un perfil que consideramos ideal.
- » Tratamos de conocer sus gustos y necesidades.
- » Exponemos nuestra ayuda y compañía hacia el o ella.
- » Concretamos iniciar una relación (venta).
- » Nos seguimos conociendo y enamorando hasta llegar a una fidelización real y duradera.

Pasos más o pasos menos, pero es una estructura cercana a lo que puede pasar en los dos tipos de relaciones.

Ahora... ¿se imaginan que solo logremos iniciar la relación, pero después de eso nunca funcionen las cosas?

El panorama sería desgastante, ya que en el amor tendríamos que estar buscando pareja todo el tiempo. Y con los clientes, igualmente, tendríamos que buscar nuevos clientes de forma constante y exhaustiva.

Es por eso que el hecho de avanzar hacia una fidelización real y duradera toma máxima relevancia en el éxito de las empresas. Poder seguir conociendo a los clientes, brindarles constante atención, buen servicio, hará que lleguemos a tenerlos con nosotros por mucho tiempo y que minimicemos la infidelidad, es decir, que se vayan a otras veterinarias.

Muchas veces enfocamos nuestro tiempo y recursos económicos en con-

seguir clientes nuevos..., nos obsesionamos con llevar personas nuevas a la puerta de nuestra empresa, pero dejamos de lado todo lo que puede pasar luego en nuestro vínculo; es decir, la experiencia integral del cliente.

**LA IMPORTANCIA DE INVERTIR EN LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES**

Los clientes recurrentes deben ser la base fundamental del ingreso mensual de nuestras empresas veterinarias.

Según estudios de compañías dedicadas a analizar los factores que influyen en el crecimiento exponencial de las empresas exitosas, el panorama ideal en cuanto a los ingresos debería ser el que se muestra en el Cuadro N° 1.

Lo anterior quiere decir que las empresas que crecen exponencialmente, enfocan sus esfuerzos en conseguir

“Un cliente fiel a una marca no solo compra más veces, también se vuelve un referenciador potente de nuestros productos y servicios. Es decir, se vuelve un canal de ventas.”

que sus ingresos sean 40% por clientes nuevos, atraídos por estrategias de mercadeo o diferentes canales de venta, y el 60% restante debe ser obtenido por la recompra (clientes antiguos), gracias a la buena y satisfactoria experiencia al cliente.

Asimismo, cabe recordar que un cliente fiel a una marca no solo compra más veces, también se vuelve un referenciador potente de nuestros productos y servicios.

Es decir, se vuelve un canal de ventas en sí mismo (Ver Cuadro N° 2).

**IDEAS PARA INVERTIR EN EXPERIENCIA AL CLIENTE**

Hablando puntualmente de clínicas veterinarias, les dejaré algunas ideas de acciones que puedan ayudar en la tarea de enamorar a clientes recurrentes:



- » **Cumpleaños de mascotas.** Una idea “cliché” que no falla. Preparen una tarjeta de cumpleaños de sus clientes y envíensela al mail, teléfono o a su casa.
- » **Segmento de clientes por etapa de vida.** Clasifiquen sus pacientes en cachorros, adultos y geriátricos. Inviten a cada grupo de clientes y en diferentes momentos preséntenles una capacitación de 1 hora en donde les expongan los cuidados de salud en la

etapa de vida en la que se encuentran sus mascotas.

- » **Seguimiento de pacientes.** Filtren en el sistema de control médico (software, Excel) de forma periódica, por ejemplo mensual, a todos los pacientes que tuvieron consulta o estuvieron en hospital. Pregunten su estado de salud y ofrezcan su ayuda y disposición en el momento en que el cliente los requiera.

ORGANIZADOR

INTERMEDICA

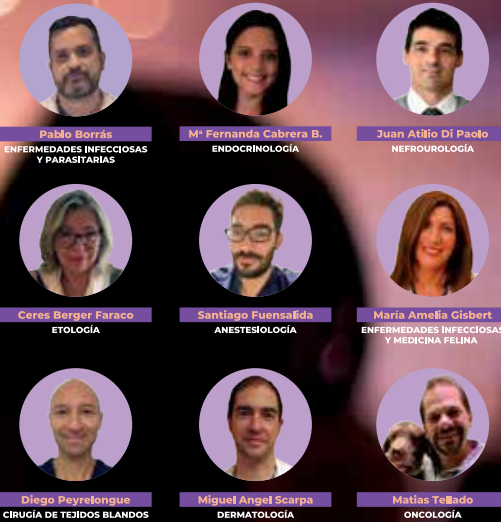
PATROCINADOR

ROYAL CANIN

5 y 6 de Diciembre  
Salón Blanco | Golden Center | Buenos Aires

CONFERENCIA  
**X-VET**  
EL REENCUENTRO

DISERTANTES



60 #

Debe ser el porcentaje de ingresos provenientes de clientes antiguos para ser una empresa exitosa.

- » **Segmento de clientes por patología, edad, sexo.** Igualmente, preparen una capacitación acerca de cuidados de salud acordes a las diferentes patologías, riesgos de enfermedades según la raza o beneficios de la esterilización tanto en machos como en hembras.
- » **Cientes Top.** Algo que considero importante es filtrar a los clientes que más facturación tienen en el mes o en el año. A ese grupo de personas pueden prepararles un premio especial. El factor sorpresa funciona muy bien.
- » **Encuestas de satisfacción.** Realicen formatos de encuestas de satisfacción en donde conozcan de cerca la opinión del cliente. Recauden y organicen la información mensualmente, posterior a eso compartan los resultados con todo el equipo de trabajo y si hay alguna opinión desfavorable, hagan el seguimiento respectivo. Al cliente le encanta ser escuchado.
- » **Estrategia de sentidos.** Los sentidos en la experiencia del cliente juegan un papel fundamental. Por tanto, procuren que sus clínicas se vean organizadas, que el olor de las instalaciones sea agradable, que la sala de espera sea cómoda, que la música sea agradable, que los mensajes de WhatsApp, mail, msm o cualquier medio de comunicación que tengan, sean claros y sin errores de ortografía.

### ¿CÓMO SABER SI ESTÁ SIENDO VERDADERAMENTE RENTABLE INVERTIR EN EXPERIENCIA AL CLIENTE?

Por supuesto que no se necesita accionar todas las ideas en un solo momento, pueden hacerlo en la medida en que sus recursos económicos y humanos lo permitan. Lo importante es iniciar por algo y no pasar por alto el enamoramiento a los clientes antiguos.

TABLA 1: ¿ES RENTABLE INVERTIR EN LA BUENA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES?

| INVERSIÓN EN EXPERIENCIA AL CLIENTE |                                                                             | INGRESOS POR EXPERIENCIA AL CLIENTE                |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| ÍTEM                                | MONTO                                                                       | # de clientes que realizaron recompra al mes = 355 |
| Regalos clientes TOP                | \$ 200.000                                                                  |                                                    |
| Inversión tiempo de recurso humano  | Envío de tarjetas de cumpleaños vía WhatsApp - 3 horas por mes              |                                                    |
|                                     | Webinar educación a clientes - Enfermedades según la raza - 2 horas por mes |                                                    |
|                                     | Llamada de seguimiento a clientes de consulta y hospital - 8 horas por mes  |                                                    |
|                                     | Capacitación a todo el personal en estrategia sentidos - 3 horas por mes    |                                                    |
| Papelería encuestas de satisfacción | \$30.000                                                                    |                                                    |
| TOTALES                             | \$ 500.000                                                                  | \$ 73.662.000,00                                   |

\* Información en pesos colombianos.

“Muchas veces enfocamos nuestro tiempo y recursos económicos en conseguir clientes nuevos; nos obsesionamos con llevar personas nuevas a la puerta de nuestra empresa, pero dejamos de lado todo lo que puede pasar luego; es decir, la experiencia integral del cliente.”

Ahora bien, para saber qué tan efectiva y rentable es la gestión de experiencia al cliente, tienes que evaluar:

- » **Antigüedad de los compradores.** Es importante que cada vez que llegue un cliente nuevo a la clínica, registren la fecha de ingreso. Con eso, cuando hagan corte de ventas del mes, pueden revisar cuántos usuarios nuevos llegaron y cuántos son los de recompra. Calculen el porcentaje de ventas de cada grupo y revisen que tan activos están sus clientes antiguos.
- » **Monto de inversión en estrategias de experiencia al cliente.** Sumen las cifras en las que incurrieron para

llevar a cabo la estrategia y este valor compárenlo con el anterior (ingreso por recompra).

En la Tabla N° 1 que completa este artículo mostramos un ejemplo práctico.

Con esto, lo que quiero que revisen es qué tanto tiempo y dinero están dedicando a enamorar a los clientes que ya confían en sus marcas, a aquellos que ya creen en sus servicios y qué porcentaje mensual representan esas personas / pacientes en los ingresos de sus empresas.

Recuerden, lograr atraer clientes nuevos y no retenerlos es un indicador de que algo no funciona bien. Una buena experiencia al cliente es la estrategia más rentable de cualquier veterinaria. 

### ACCEDÉ A TODAS LAS NOTAS DE ELIANA MOGOLLÓN EN ESTA REVISTA 2+2

Escaneá con tu celular el Código QR y accedé a todas las notas que Eliana Mogollón, especialista colombiana en gerencia comercial y mercadeo, compartió durante 2021 en este medio. Encontrá más información en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar).



¡Nuevo!

# Flexapet

Previene la **degeneración**, disminuye la **inflamación** y **alivia el dolor** de las articulaciones en perros y gatos.

- + Colágeno no desnaturalizado (nativo) tipo II.
- + Inmunomodulador articular.
- + Flexibilidad, elasticidad y movilidad articular.
- + Comprimidos saborizados.



Solicítalo a tu asesor comercial:



**Pamela Dasenchich**  
ZONA DE COBERTURA:  
CABA/Córdoba/Rosario

+ 54 9 11 2849-7764

[pamela.dasenchich@john-martin.com.ar](mailto:pamela.dasenchich@john-martin.com.ar)



**Andrea González**  
ZONA DE COBERTURA:  
GBA Norte / Interior Pcia. de Buenos Aires - Santa Fe.

+ 54 9 11 3315-4466

[andrea.gonzalez@john-martin.com.ar](mailto:andrea.gonzalez@john-martin.com.ar)



**Hernán Valdez**  
ZONA DE COBERTURA:  
GBA Sur / Misiones / Patagonia.

+ 54 9 11 3316-1223

[hernan.valdez@john-martin.com.ar](mailto:hernan.valdez@john-martin.com.ar)

Si no contás con un asesor comercial en tu zona, escribinos a [transfer@john-martin.com.ar](mailto:transfer@john-martin.com.ar)



Laboratoriojohnmartin



# Las claves de la consulta de los **felinos mayores (II)**

*En esta segunda parte, hacemos un recorrido por las enfermedades de mayor prevalencia en los gatos maduros para estar atentos a su detección temprana. Paso a paso para abordarlas en la consulta.*



Escribe  
**Natalia Luka**  
Directora de Dra. Luka Medicina Felina y Regenerativa.  
dralukat@gmail.com

La medicina preventiva es la medicina del gato, por eso seguimos haciendo énfasis en su ejercicio en cada etapa de la vida. En la edición anterior de esta **Revista 2+2**, empezamos a hablar de la consulta de los gatos maduros y geriátricos, donde hay mucho para hacer.

Es un momento en la vida de los felinos en el que debemos tener en cuenta diversas enfermedades que pueden aparecer y estar preparados para ayudar a prevenir o acompañar.

Les propongo evaluar paso a paso algunos tips que nos servirán para seguir acompañando a ese gato y su familia, por muchísimos años, con la mejor calidad de vida y bienestar posible.

Sabemos que el gato es estoico... ¿y si prevenimos? ¿y si estamos preparados?

Los dueños de gatos están dispuestos a buscar más atención veterinaria cuando ven cómo mejorar su calidad de vida y se detectan a tiempo enfermedades, reduciendo así los gastos a largo plazo asociados con la atención médica de sus felinos.

Estemos preparados para esta demanda.

Las enfermedades con mayor prevalencia en el felino geriátrico son: la enfermedad renal, el cáncer, el hipertiroidismo y la artrosis, entre otras.

Sobre ellas trataremos en este artículo con el fin de promover la salud en la longevidad, haciendo foco en la detección temprana.

## ENFERMEDAD RENAL

Sabemos que existen estadios IRIS, y también sabemos que en general el gato morirá con esta enfermedad, por lo que les comparto una forma de trabajo que creo nos podrá ayudar. Al explicar al tutor la importancia de hacer análisis de orina en forma preventiva desde los 6 años, aprovecho este momento para charlar acerca de esta enfermedad y de lo importante que es, si se puede, identificar rápidamente el estadio 1 para comenzar a trabajar en forma temprana.

Y acá, otra vez, es donde podemos trabajar en equipo con los tutores: pensemos juntos las mejores estrategias de prevención. Sobre todo, teniendo en cuenta que muchas veces ese gato llega a la consulta deshidratado, no come hace días, tiene altísima la creatinina... y lo internamos (si el propietario quiere) pero sabemos las pocas chances que tendrán algunos de ellos de salir adelante. En este momento me detengo a pensar en voz alta: ¿y si hacemos chequeos sistemáticos?

Quizás logremos no llegar tarde y ganemos ese valioso tiempo que necesitamos (y a veces no tendremos) porque vamos en contra del reloj. Por eso, en gatos mayores a 6 años podemos comenzar con un análisis de orina y sangre anual. Así vamos siguiendo a ese paciente, hacemos curvas de creatinina y, si podemos, el SDMA, hermoso predictor en esta enfermedad cuando lo tenemos a nuestro alcance.

## HIPERTIROIDISMO

¿Enfermedad subdiagnosticada? El que busca encuentra, dice el refrán. Y esto es sumamente cierto. Desde las asociaciones de medicina felina internacionales se recomienda medir las hormonas T4 y T4 total desde los 6 o 7 años. Y les comparto que

desde que empecé a hacerlo hace años, no he dejado de sorprenderme.

Por un lado, el gato sintomático de libro: diarreas o vómitos crónicos, pérdida de peso sin causa aparente y con apetito, hipertensión y cardiopatías, vocalización excesiva y ese gato que de golpe se vuelve hiperactivo (tan importante la charla con el tutor en consulta).

En estos casos sabemos que seguramente las hormonas nos darán altas.

Lo que me sorprende es la cantidad de casos que vi en estos años de gatos con signos gastrointestinales que no tenían diagnóstico definitivo y sí, las hormonas altas, y tenemos rápidamente que ponernos a trabajar. El hipertiroidismo es una enfermedad que puede ser grave (tormenta tiroidea), pero que tiene por suerte en nuestro país varias herramientas para diagnosticar (incluso con centellografía) y tratamientos desde el farmacológico médico hasta terapia con Yodo gracias a los avances hace años del servicio del Dr. Jorge García en la Argentina.

## ARTROSIS Y DOLOR CRÓNICO

El envejecimiento no viene solo, aunque a veces el dolor y el gato no son el fiel reflejo de la realidad.

El dolor produce efectos negativos tanto psicológicos como emocionales. El dolor retrasa la recuperación, tiene un impacto negativo en el bienestar del paciente y perjudica el vínculo con el dueño y el equipo veterinario. En los gatos gerontes podemos tener dolor osteo músculo articular o dolor por cáncer, entre otras causas.

Tengamos en cuenta que la enfermedad dolor crónico en el gato de la tercera edad viene acompañando al gato aunque no lo veamos ni nos cuente el tutor. Hay que pensar siempre en no restarle valor al



**RÁPIDO INICIO DE ACCIÓN  
PARA ELIMINAR PULGAS,  
GARRAPATAS Y SARNA**

- SARNA DEMODÉCTICA
- SARNA SARCÓPTICA
- SARNA OTODÉCTICA

**CON EFECTO  
PROLONGADO Y EFICAZ**





"Podemos trabajar en equipo con los tutores: pensemos juntos las mejores estrategias de prevención". Natalia Luka.

dolor. Ante la duda, el dolor se debe tratar. Sabemos que el gato, por su evolución, es el gran escondedor pero no por ello esperearemos a que haya signos clínicos para tratar, pudiendo antes de tiempo seguramente tener más datos.

En la anamnesis siempre debemos insistir en las actividades del gato: ¿se esconde? ¿dejó de saltar o le cuesta? ¿duerme más? ¿se lame o muerde alguna parte del cuerpo? ¿tiene eliminación inadecuada? ¿está constipado? ¿tiene atrofia muscular? Todos estos signos pueden estar relacionados con el dolor y los podemos conocer antes de revisar al gato.

También es fundamental la observación de su pelo: pelo sucio, gato probablemente enfermo, decimos entre gatólogos. Luego, en la camilla y despacio, deberemos revisar los puntos álgidos en las articulaciones que en general más se comprometen en los gatos: hombros, codos, columna lumbar. Estos podrán variar dependiendo del comportamiento del gato: indoor o outdoor.

Tengamos en cuenta la variedad de tratamientos que hoy tenemos a nuestro alcance: farmacológicos con Aines: de preferencia internacional el Meloxicam (ISFM AND AAFP CONSENSUS GUIDELINES Journal of Feline Medicine and Surgery (2010) 12, 521-538 doi:10.1016/j.jfms.2010.05.004), la terapia física, fisiokinesioterapia, la medicina china como la acupuntura, entre otros. Yo soy muy pero muy fan de las terapias físicas y las agujas: no hay mejor deleite para mis ojos que ver al gato cómo generalmente disfruta de su espacio de tratamiento cuando es realizado en forma amigable, y la familia disfruta junto al gato de su bienestar. Muchas veces haremos te-

rapias combinadas, las mismas multimodales pensadas para ese paciente en particular, incluso hoy las terapias de células madre intraarticulares e intramusculares nos acercan tratamientos actualizados que nos ayudarán a promover dicho bienestar y calidad de vida.

### CARDIOPATÍAS

Es muy común tener gatos gerontes con soplos. Incluso cuando "el felino es una especie que no sopla demasiado", como decimos los veterinarios, sabemos que más del 60% de los gatos de 9 años podrán tener soplos. La auscultación y el ecocardiograma junto a la medición de la presión arterial siguen siendo los métodos de elección para estudiar el corazón de nuestros pacientes felinos. Las cardiopatías que mayormente vemos son las Hipertroóficas, por ello es tan importante el ecocardiograma y PAS anual de control.

### DISFUNCIÓN COGNITIVA

Es fundamental en la consulta del gato geronte hablar de estos temas con los tutores. A veces, cuando preguntamos, llegamos a información muy valiosa que quizás a ellos no les pareció relevante mencionar pero que a nosotros nos servirá muchísimo a la hora de buscar las causas.

El síndrome de disfunción cognitiva como tal es muy difícil de diagnosticar. La mayoría de las veces lo haremos por exclusión de otras patologías ya que hay muchos problemas médicos que cursan con cambios similares de comportamiento.

La desorientación y pérdida de memoria, la inquietud, los cambios en la interacción con el medio, los desórdenes del sueño, cambios en sus actividades o trastornos de ansiedad son algunos de los signos que debemos tener en cuenta.

El más importante o quizás el que podamos ver más rápidamente es la vocalización. Gatos que vocalizan cuando nunca lo hacían, otros que aumentan la cantidad de veces e incluso el tono del mismo.

Muchas veces esto puede ocurrir por estrés, dolor, angustia o hasta por pérdida de la visión. Recomiendo trabajar junto a los tutores, poniéndolos al tanto y entregándoles toda la información que tengamos disponible para que se involucren en el tema.

### DISMINUCIÓN SENSORIAL

La pérdida de la visión, la olfacción y el oído pueden estar asociadas a trastornos del comportamiento como la irritabilidad o la agresión, pérdida del apetito, aumento de la vocalización, trastornos del sueño, desorientación, síntomas a los cuales debemos prestar atención para ver los pasos a seguir para el manejo médico.

### CÁNCER

Podemos encontrar un sinfín de diferentes tipos de neoplasias en los pacientes añosos. Acá la medicina preventiva juega un rol fundamental. Salió un bulto o deformación de más: punzamos, hacemos improntas, biopsias. Bajo ningún punto de vista **esperar a ver si crece** será una opción. Hoy por suerte tenemos muchísimas herramientas para trabajar en forma anticipada, específica y diagnóstica: se punza, se tiñe, lo miramos al microscopio, biopsiamos, las ve el patólogo, hacemos pruebas como las de Inmunofluorescencia.

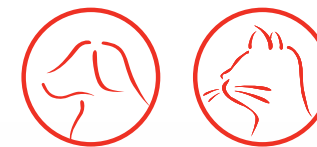
Sabemos si hay virus asociados como el VIF y el Vilef. Todo esto nos ayudará no solo a establecer el mejor tratamiento sino el pronóstico, especialmente teniendo en cuenta que contamos en la Argentina con protocolos quimioterápicos, inmunoterápicos, radioterapia, cirugía y las terapias combinadas.

Con toda este repaso hemos terminado este paneo general de medicina preventiva según cada etapa de la vida del gato. Ojalá les haya sido de utilidad y nos sirva para seguir compartiendo esta información tan valiosa entre nosotros para poder siempre trabajar lo mejor que podamos. **▮**

**ACCEDÉ A TODAS LAS NOTAS DE NATALIA LUKA EN ESTA REVISTA 2+2**

Escaneá con tu celular el Código QR y accedé a todas las notas que Natalia Luka, directora de Dra. Luka Medicina Felina y Regenerativa, compartió durante 2021 en este medio.

Encontrá más información en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar).



**Providean®**  
**VIRATEC**

**LA TRANQUILIDAD  
DE CONFIAR  
EN LOS MEJORES**



La línea de biológicos de Tecnovax para animales de compañía,  
con sello de calidad GMP.



**CALIDAD TECNOVAX  
PARA EL MUNDO**

**TECNOVAX**  
Sanidad Animal

# ¿Se puede planificar la empresa veterinaria más allá de la inflación?

*La solución a los problemas no es dejar de intentarlo, sino encontrar la manera de hacerlo de forma efectiva, detectando indicadores claves para administrar las variaciones en los precios.*



Escribe  
**Nacho Mérida Isla**  
ignacio.merida@assivba.es  
@nacho\_assivba

Cada 9 de Julio se celebra en Argentina el Día de la Independencia. Hace más de 200 años se originó una gran nación. Un país lleno de contrastes y particularidades, como una que sin dudas la distingue: su inflación.

Un país con un reto diario, el cambio de los precios, siempre hacia arriba. Cifras que en otros lugares llevarían a ataques de nervios, se ven con naturalidad en Argentina. Tanta, que parece que fuera imposible el planificar ningún negocio por la constante variación de precios. Y la veterinaria no es ninguna excepción. Los productos importados se pagan en dólares y su valor puede variar un 10-15% por trimestre. Seamos sinceros, en Europa, cuando una clínica me pregunta cuánto tiene que crecer al año, le digo que los ingresos brutos de-

ben crecer al menos un 10-15% dependiendo de la inflación anual (que suele estar por debajo del 3% anual). Por eso, el reto es usar un modelo de éxito en otros países en la Argentina. **¿ES DIFERENTE?** Existen otras particularidades del mercado de los servicios veterinarios en Argentina, con valores mínimos para los servicios fijados por las entidades profesionales en la búsqueda de evitar una competencia desleal hacia abajo. Marcar unos precios mínimos desincentiva

“La solución no es “no planificar”, vivir al día, cubrir gastos y que me quede lo suficiente. Se puede y se debe planificar.”

la investigación y desarrollo, se prima aquellos que no arriesgan porque no tienen que invertir en formación o equipo, ya que se les garantiza un precio que nadie debería de batir por abajo. Por otro lado, los salarios y honorarios veterinarios también tienen un mínimo, fundamentalmente en el caso de quienes están en relación de dependencia. En teoría esa norma permite proteger a los veterinarios, ya que asegura un salario a todo el mundo. Sin embargo, si me marcan unos gastos fijos desde fuera y me fijan los precios que puedo cobrar, ¿qué control real tengo de mi centro? Esta situación obliga a muchos centros veterinarios a tener que buscar otras áreas de negocio. Es habitual que los ingresos dependan en gran medida de productos de alimentación, por ejemplo, que se ven afectados como hemos dicho antes por la inflación perpetua. De nuevo, un centro veterinario en una posición cómoda debería tener unos ingresos por servicios por encima del 70-75%. Esto le permite ser ajeno a la entrada de nuevos actores como



Si no sabes lo que vendes, solo podrás bajar precios. Y claro, como los precios están limitados por abajo, y los gastos suben todos los meses por la inflación, se da una situación de inestabilidad, de escasez, de conflicto. La solución no es “no planificar” y acostumbrarse a vivir al día. Se puede, y se debe planificar.

**PLANIFICAR Y VER PORCENTAJES** Los cuadros de mando deben incluir la casilla de la inflación. Cobra mucha importancia el valor actual, que permite conocer el valor hoy de los pesos de hace doce meses. Eso permite generar los ingresos interanuales y con ello, conocer el crecimiento mensual. O lo que es lo mismo, diferenciar el crecimiento real del crecimiento debido a la inflación. Será clave evitar fijarse en el peso y mirar porcentajes (de gastos, de ingresos por distintas familias, de importancia de ciertas áreas de negocio...); parámetros sin el símbolo del \$ al final, y en los pocos casos que no quede más remedio, usar la inflación para actualizar todos los ingresos pasados al momento actual. |

# Siempre estuvimos y ellos lo saben.

La mejor calidad, al mejor precio.

**FUROFIELD**  
Diurético - Antiinflamatorio

**20% BM**  
POR TIEMPO LIMITADO



Alta concentración de Dexametasona



Respaldo de marca



Apto para varias especies



# SPINOGEN MAX

Antiparasitario externo en tabletas

SPINOSAD+LUFENURÓN

**Doble  
Acción**

EFFECTO AMBIENTAL

sabor  
carne



masticable  
y palatable



***¡La felicidad  
en un bocado!***



**Spinogen Max, es un bocado masticable  
palatable, de fácil y limpia administración.  
Es 100% eficaz y de acción inmediata.  
Su novedosa fórmula de Spinosad y Lufenurón  
actúan sobre la mascota y el ambiente.  
Disponible en 5 presentaciones, hasta 70 kilos.**

**cada día somos más**

**Generar**  
Laboratorio Veterinario

Ruta 9 Km 280,5 (2126), Alvear, Santa Fe - [www.generarlab.com.ar](http://www.generarlab.com.ar) - [generar@generarlab.com.ar](mailto:generar@generarlab.com.ar)

# “La adecuada prescripción de un antiparasitario surge luego de la consulta médica”

*Esta es una de las conclusiones a las arribó un grupo de veterinarios, en una entrevista cuyo fin fue repasar las prácticas actuales y las tendencias en la prevención y el control de parásitos internos y externos en caninos.*

De la Redacción de Revista 2+2

La prevención y el control de parásitos internos y externos en los animales de compañía es uno de los pilares de la medicina veterinaria preventiva, a la vez de representar una de las principales instancias de contacto directo entre los profesionales y tutores de perros y gatos.

Con el objetivo de analizar las tendencias en el control de las enfermedades parasitarias durante los periodos de aislamiento y “cuarentenas” impuestas en todo el mundo a causa de la pandemia por COVID19, desde esta **Revista 2+2** generamos una serie de acciones en el último tiempo. Así es como ya pueden acceder a los resultados de una encuesta realizada de manera on line entre más de 100 veterinarios de distintas partes del país, quienes respondieron preguntas en cuanto a las estrategias sanitarias que recomiendan hoy en día (Ver recuadro).

Vale destacar un punto en común entre los profesionales a la hora de reconocer la importancia de prevenir y controlar parásitos externos y también internos en los animales, de manera frecuente y del modo más práctico posible.

Asimismo, para la ocasión entrevistamos a otro grupo de veterinarios, quienes nos pusieron al tanto de cómo llevaron adelante sus recomen-

daciones y estrategias durante este tiempo y, fundamentalmente, explicaron sus distintas estrategias de comunicación para concientizar a los clientes sobre el tema.

En todos los casos, destacan la relevancia de que los veterinarios mantengan un rol activo en la lucha contra las parasitosis y definan concretamente los pasos a seguir para hacerlo en base a un correcto diagnóstico.

“Incluso, previo a la pandemia, ya notábamos un aumento en la prevención de las parasitosis internas y externas. Esto se vio potenciado, aún más, durante el período de aislamiento”, le explicaba a esta Revista 2+2 el MV Alejandro Bouzout, de Veterinaria El Jagüel, en Esteban Echeverría (Buenos Aires). Y agregaba: “Debemos derribar el mito de que es normal encontrar “un bichito” en el animal. Tenemos que explicar los beneficios de desparasitar en forma preventiva y mensual, no sólo para su mascota sino para su familia”.

A nuestro informe se sumó el MV Javier Mas,

referente del laboratorio de análisis clínicos veterinarios, Diagnostest. “Los riesgos de estas parasitosis en el animal pueden llevar a estados nutricionales inadecuados, baja de defensas, lesiones orgánicas, predisposición a otras enfermedades oportunistas y hasta su muerte en casos de parasitación extrema”, nos ayudó a contextualizar el profesional.

Y agregó: “En la medida en que los animales ocupen el mismo nicho ecológico que los humanos, existe la probabilidad de contacto estrecho con diferentes agentes patógenos, ya sean bacterianos, virales, parasitarios o micóticos”.

También en Buenos Aires, pero más precisamente en Chascomús se encuentra Veterinaria Mitre. Desde Allí, el MV Matías López dejó en claro que ya desde antes de la pandemia viene concientizando a sus clientes en la prevención y el control de parásitos en perros. “Sin embargo, se ve claramente un pico de la preocupación / ocupación de los propietarios con respecto a la



MV Mariela Varesse en su Clínica Veterinaria.

Fotografía: Guillermina Lamfranco. Productora: Multiplo



MV Matías López, de Veterinaria Mitre.



MV Javier Mas, referente en el laboratorio Diagnostest.

salud en general de sus mascotas desde mediados del año pasado”.

Desde Córdoba, la MV Mariela Varesse se suma a nuestro informe reforzando también el fuerte aumento evidenciado en su Veterinaria de este tipo de consultas. “Si bien entiendo que son las mismas pulgas y garrapatas de siempre, en el contexto que vivimos, las personas estuvieron mucho más en contacto con los animales y decidieron ocuparse del tema”, nos explicaba la profesional. Y agregaba: “Se incrementó la consulta por ectoparásitos y nosotros desde la Veterinaria y nuestro servicio de peluquería siempre estimulamos también la desparasitación interna. De la mano de lo que se ve, tratamos de traccionar lo que no se ve. Las personas ven las pulgas y las garrapatas y por eso pueden dimensionar el problema, pero a la prevención de los parásitos internos somos nosotros los que le damos protagonismo”.

## ¿CÓMO SE LOS DIGO?

Otro de los puntos que buscamos abordar frente a estos paradigmas es el de la comunicación efectiva de los mensajes por parte de los veterinarios. Y en este punto fue clave contar con la visión del MV Javier Paoloni, referente de Veterinaria Vida, en Río Cuarto (Córdoba). “La estrategia de comunicación más efectiva es escuchar y sobre eso aconsejar e indicar. La mayoría de las personas estrechó sus lazos con los animales durante la pandemia. Hoy es frecuente escuchar frases como “es como mi hijo”; “este me salvó la vida; estuve muy deprimido”, nos contaba Paoloni para luego profundizar: “Cuando tenemos un propietario que se refiere así a su perro o a su gato, se desprende la indicación de estar bien cubiertos en desparasitaciones interna y externa, por eso pedimos de rutina los análisis de materia fecal cada seis meses”.

“Es prioridad reforzar la comunicación del

médico veterinario con los tutores de sus pacientes, asesorándolos sobre una correcta tenencia responsable. Nuestro rol como agentes de Salud Pública es hoy indiscutible”, reforzaba Javier Mas en diálogo con este medio.

Y agregaba: “Las desparasitaciones preventivas para ectoparásitos y endoparásitos se realizan, pero -en general- con una frecuencia menor a la indicada. Esto queda demostrado por la continua presencia de estos agentes en muestras para el diagnóstico parasitario”.

¿Cuál es la metodología que se debería emplear cuando un cliente busca comprar un antiparasitario? ¿Sobre qué preguntar o indagar?

En este caso, Javier Mas cita algunos ejemplos tales como, profundizar en la edad del paciente, en los tratamientos previamente recibidos, la sintomatología presente, el hallazgo de alguna forma parasitaria macroscópica y hasta dialogar con la persona acerca de qué fue

**Líneas Rotativas:**  
**0343 4248818 / 0343 4242171**  
**atclientes@agropalmafuerte.com.ar**



[www.agropalmafuerte.com.ar](http://www.agropalmafuerte.com.ar)

## El mejor portfolio en productos veterinarios

- ✓ 38 Laboratorios en un contacto
- ✓ Precios y ofertas imperdibles
- ✓ Todo en un solo envío
- ✓ Llegamos a todo el país



MV Alejandro Bouzout en Veterinaria El Jagüel.



En su Veterinaria Vida, el MV Javier Paoloni.



Holliday - Von Franken - Agro Insumos - Rio de Janeiro - Agropharma - Calier - Osspret Labyes - Biotay - Proagro - Richmond - Mayors - Mustad - Nort - Imvi - Windhoek Camabe - Cimol - Vetue - Induvet - Invesbio - Janvier - John Martin - Kualcos - Afford Perez hnos - Elmer - Arsa - Equi System - Calastreme - Vetec - Mandinga - Pateador

lo que la motivó a solicitar un antiparasitario. “La adecuada prescripción de un antiparasitario surge luego de la consulta médica, en donde el profesional actuante selecciona el tratamiento que mejor corresponde para esa situación y ese paciente”, enfatizó el referente.

A su turno, Mariela Varesse enfatizó en que hoy en día, las personas están más predispuestas a evitar posibles problemas en sus mascotas. “En mi caso, empleo mucho el recurso de la anécdota para brindarle información a los clientes. Les cuento casos reales, ocurridos con otros pacientes de la Veterinaria, en los que quedan claros los riesgos de las parasitosis”, aseguró la profesional. Y remarcó: “Hay cosas que para nosotros como veterinarios son obvias pero que la gente no sabe o no conoce. Debemos trabajar sobre este tema”.

#### MÁS PUNTOS EN COMÚN

Las enfermedades parasitarias tienen diferente prevalencia a lo largo y a lo ancho del país, según las condiciones epidemiológicas. “En los hogares con bebés, niños o adultos mayores de 65 años, se propone una desparasitación integral preventiva con una frecuencia establecida, generalmente mensual”, sostuvieron nuestros entrevistados. A esto Paoloni agregó que, también en este grupo de familias, recomienda un análisis de material fecal cada 4 meses y no cada 6 como con el resto de los pacientes.

“Este paradigma lo rompimos hace años, educando a la clientela y accediendo hace un tiempo a nuevas tecnologías que no sólo facilitaron y dotaron de precisión al servicio, disponiendo incluso de los resultados mucho más rápido para comunicar a los clientes”, aseguró Paoloni.

#### NO DESPARASITAR A CIEGAS

Como se dijo, también en el caso de Veterinaria Vida de Río Cuarto se hizo evidente un aumento no sólo en los tratamientos, sino también en los análisis de materia fecal de alrededor de un 30% con relación a la prepandemia.

“Hace años hacemos análisis de materia fecal. Las drogas que usamos son las que ajustamos al análisis de su resultado. Muchos análisis dan positivos a Trichuris y Ancylostoma, así como a Dipylidium”, reforzó nuestro entrevistado y explicó que luego de revisar al perro, en la veterinaria se genera un encuentro formal en el escritorio con los tutores, en donde “le explicamos la situación y le indicamos los pasos a seguir en el tratamiento”, manifestó Paoloni.

“Es una estrategia de diferenciación que, a su vez, nos permite no usar antiparasitarios a ciegas. Debemos ofrecer seguridad y tranquilidad”, sostuvo.

## ¿Más opiniones de los veterinarios?

Bajo el paraguas de **VetData** y el soporte de la **Revista 2+2**, se realizó un muestreo entre más de 100 veterinarios y veterinarias de distintas partes del país, a fin de abordar un tema clave y bien concreto: la prevención y control de parásitos internos y externos en perros. Aquí, algunos datos.

- ▶ Cerca del 60% de los encuestados aseguró que el impacto de las parasitosis internas en los perros es mayor hoy que previo a la pandemia, por la mayor vinculación que se dio entre los animales y las personas en los períodos de aislamiento.
- ▶ Frecuencia con la que los encuestados aseguraron desparasitar a los perros en sus veterinarias: el 50% al menos cada 3 meses; el 26% una vez cada seis meses; un 16% todos los meses y un 8% una vez al año.
- ▶ Casi un 70% de quienes manifestaron desparasitar cada 6 meses a 1 año, considera que esta frecuencia debería ser mayor.
- ▶ ¿Análisis coproparasitológicos en caninos? Un 60% aseguró realizarlo sólo ante sospecha de sintomatología, mientras que un 25% lo realiza esporádicamente y sólo un 15% de manera rutinaria y con frecuencia.
- ▶ Un 82% del total aseguró proponer un tratamiento combinado contra parásitos internos y externos en los perros que atienden en sus veterinarias.

Para más información sobre este tema, escaneá el Código QR que completa este artículo.



Más allá de esto, el profesional abordó un tema que se replica en todo el país.

“Muchos cachorros vienen adoptados o comprados, con su cartillita, su vacuna y sus tutores dicen que están desparasitados. Pero cuando les hacemos el análisis, aparecen huevos de parásitos. Esto nos llevó a defender los análisis coproparasitológicos como un pilar fundamental de la medicina preventiva en perros de todas las edades. No decimos que los animales no hayan recibido el antiparasitario, sino que probablemente no haya sido el indicado para tratar su situación particular”, concluyó.

No se puede perder de vista que son numerosos los factores por los que la desparasitación interna o externa puede fallar incluso usando los productos indicados y aplicados.

Frente a esto y destacando también que, en Veterinaria Mitre, por el contexto de sus clientes, se suele recomendar el uso de antiparasitarios spot on, Matías López destacó que busca mantener informada a su clientela con charlas de capacitación transmitidas por redes sociales y sugiriendo un programa de control en las consultas y en el mostrador. Asimismo, abordó otra problemática frecuente. “El paradigma a romper aquí es el del perro “de la calle”, al que el pro-

pietario hace años le da de comer y lo tiene en el frente de la casa o en su patio, pero no termina de hacerse cargo de su sanidad”.

#### TOMAR CARTAS EN EL ASUNTO

“Nuestros clientes venían tomando conciencia de la importancia de la sanidad de sus mascotas; entendieron que no es sólo la vacunación lo que asegura la salud del animal. Consideramos que al tener que aislarse, no solamente afianzaron el vínculo con sus mascotas, sino que también se informaron y, a raíz de eso, aumentaron las consultas en nuestro Centro”, agregó Alejandro Bouzout, quien nos explicaba que ha establecido cambios en este tiempo, comenzando a recomendar la desparasitación más frecuente, tanto en perros como en gatos.

Además, el veterinario asegura que es posible implementar desparasitaciones preventivas de rutina que, además de parásitos externos, incluyan parásitos internos.

Y destacó: “La recomendación del veterinario es fundamental. Es la base de todo éxito en un plan sanitario. Los clientes siempre confían en nosotros y es fundamental que tengamos las ideas claras e innovadoras para solucionarles los problemas”.

# ¿Ya conocés nuestra APP?

Podés interactuar las 24hs del día.



- Hacer compras.
- Acceder a todos los productos que comercializamos.
- Mirar nuestro stock de productos.
- Consultar el vademécum.
- Conocer las ofertas.
- Ofertas exclusivas en la APP.
- Enterarte las novedades del mercado.
- Cambios de precio en laboratorios.
- Revisar tu cuenta corriente.

 [munoz.insuños.veterinarios](https://www.instagram.com/munoz.insuños.veterinarios)

En poco tiempo vas a acceder a la WEB con el mismo usuario y contraseña.



**Descargá nuestra APP**  
y comprá desde tu veterinaria  
en el momento que prefieras.

 4504-7332  11-6184-9660  [info@munozvet.com.ar](mailto:info@munozvet.com.ar)



# ¿Y ahora? ¿Por dónde empiezo?

Te contamos qué es necesario para poner en marcha una gestión alineada a las metas y objetivos personales y profesionales. Planificación, gestión y marketing, las claves.



Escribe  
**Carlos López Delfino**  
Consultor en gestión y desarrollo profesional veterinario.  
clopezdelfino@gmail.com.

Conversando con un amigo, colega y gran seguidor de esta **Revista 2+2** sobre temas de gestión y marketing veterinario recibí la siguiente pregunta: “Carlitos, yo leo todos los artículos, pero cómo hago para bajar a tierra eso que en algún caso parece tan abstracto”. Hubo un silencio en la comunicación y le dije: “Haciéndolo”. Eso llevó a un nuevo silencio, pero del otro lado del teléfono.

Lo único que va a hacer que las cosas cambien, se transformen, que los resultados aparezcan, es haciendo. Pero, por diversos motivos, en temas que están fuera de nuestra zona de confort nos cuesta accionar.

Accionar en terreno desconocido es en donde se encuentra el mayor margen de progreso, el potencial latente de cada uno de nosotros.

Accionar fuera del área de confort no es romperla. Al contrario, es expandirla incorporando nuevas competencias que nos van a servir para alcanzar esos resultados deseados o diseñados.

Ese llamado me hizo reflexionar. Me quedó resonando la palabra “abstracto” y pensé en lo que le dije: “tenés que hacer”, pero ¿hacer qué?

Tratar de accionar sobre algo que uno siente abstracto es una misión imposible.

En este artículo me propongo sintetizar de una manera práctica y esquemática mucho de lo que vimos juntos durante el año para ayudar a aquellos que, como mi amigo, están dando sus primeros pasos y no saben por dónde empezar.

También sabemos que la lectura de un artículo no nos hace expertos. Yo los llamo “la llave de la biblioteca” y aquí comienza todo. Si tenés un compromiso con la gestión de tu desarrollo profesional o de tu negocio, sí o sí tenés que pasar a la acción. ¿Cómo? Capacitándote, pidiendo asistencia, consultando y probando. No se trata de ser expertos en todos los temas, sino de definir tus áreas claves de responsabilidad, lo que no podés delegar, las tareas que te quitan tiempo y las que pueden realizar los colaboradores.

**¿CÓMO EMPEZAR?**

El primer paso es hacer conscientes nuestras expectativas: ¿qué quiero? ¿dónde quiero estar en el futuro?, ¿cómo me veo en unos años? Con eso en mente, definiremos metas y objetivos para luego planificar cómo lograrlos.

Las metas son los objetivos superiores. Son pocas, dos o tres, alineadas a la visión que tengo de lo que quiero ser o a dónde quiero llegar. Son de mediano a largo plazo, estratégicas, coherentes con esa visión o el resultado que quiero obtener. Nos va a servir de brújula para no perder el rumbo.

Los objetivos, por lo general, son varios, incluso podemos dividirlos en micro objetivos, como escalones... Muchas veces son repetitivos, diarios, son de corto a mediano plazo y alineados a las metas. Los objetivos no son estáticos, dado que, mediante el control de su cumplimiento, vamos a tener un feedback constante que nos permite modificarlos si no son funcionales a lo que queremos.

**PLANIFICAR**

Por definición, planificar es la estructuración de una serie de acciones que se



## Tu perro, ¡bien POWER!

Ultraprotección contra pulgas, garrapatas, mosquitos y flebótomos



Con gran poder repelente y eficacia comprobada\*

## Tu pipeta es POWER

Seguinos en [@mascotaspower](#) | [www.pipetapower.com.ar](#)  
Uso exclusivo para perros. Consultá siempre a tu veterinario.

\* Contra garrapatas, mosquitos y flebótomos. Evaluación del efecto insecticida y repelente de permetrina a 70 mg/kg + imidacloprid a 9 mg/kg en caninos expuestos a Lutzomyia longipalpis. MV. MS. DMV, Fábio dos Santos Nogueira y MV. MS. DMV, Fredy Galvis Ovallos



llevan a cabo para cumplir determinados objetivos. A nivel general es la definición de los procedimientos y estrategias a seguir para alcanzar metas.

¿Qué necesito para lograr mis objetivos?

Tanto las metas como los objetivos deben ser bien definidos, específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales, y cubrir todos los aspectos necesarios para su cumplimiento: ¿voy a necesitar capital?, ¿apoyo de otras personas? ¿Tengo las herramientas necesarias o debo buscarlas afuera? ¿Cómo las voy a controlar?

Escribilos, dibujalos, bajá estos conceptos a tierra. Hay un lema que dice que la peor gestión es aquella que no se realiza. Es preferible romper o mandar a la papelera de reciclaje 10 o 20 planes a no haberlos escrito nunca.



**Marketing no es solo hacer folletos o flyers para redes sociales; es darle una estructura a nuestro proyecto de negocio.**

## GESTIÓN

La gestión es asumir y llevar a cabo las responsabilidades sobre un proceso, empresarial o personal, lo que incluye la disposición de los recursos y estructuras necesarias para que tenga lugar en el comercio o el negocio, y la coordinación de sus actividades y sus colaboradores. Tiene cuatro pilares:

- » **1. Planificar objetivos.** Planificar nos da la ventaja de anticiparnos, de ser proactivos y no reactivos a lo que ya pasó. Los objetivos son hitos por cumplir. Tenelos presentes, es el camino elegido y diseñado para hacer realidad lo que queremos.
- » **2. Organizar la estructura.** Con los objetivos claros, tengo que determinar qué recursos necesito para conseguirlos. Formar un equipo, no importa la cantidad de integrantes, pero sí que estén comprometidos con el proyecto. Es clave definir y delegar los procesos que no son claves o no requieren tu presencia. Será clave desarrollar un método.
- » **3. Coordinar acciones.** Si queremos ser competitivos, lo que significa poder vender nuestros productos y servicios de la manera más eficiente, es fundamental coordinar las tareas dentro del negocio. Organizar el tiempo y entender que es una herramienta de gestión más. ¿Viste lo importante y productivo que fue dar turnos durante la pandemia?
- » **4. Evaluar resultados.** Armá un cronograma, mensual o trimestral según las circunstancias lo requieran. Evaluá periódicamente las acciones o los resultados, si son los deseados, si te conducen a las me-

tas fijadas, si están alineados a la visión que tenés para su desarrollo profesional.

## MARKETING O MERCADOTECNIA

Con la visión y las metas claras, planificadas y un proceso de gestión iniciado podemos trabajar en nuestro marketing. Como definición, transcribo la que más me hace sentido, la del economista especialista en marketing Philip Kotler: "El marketing es un proceso social y de gestión mediante el cual distintos grupos e individuos obtienen lo

que necesitan y desean generando, ofreciendo e intercambiando productos o servicios de valor con sus semejantes."

Es básicamente lo que hacemos todos los días al abrir la veterinaria o cuando vamos al campo. Nos ayuda a anticipar, identificar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes de manera rentable para nuestro negocio.

En otro de los artículos compartidos en esta **Revista 2+2** durante 2021 comenté que, en los años 70, Jerome McCarthy introdujo el concepto de las 4 P del marketing: producto, precio, promoción y *place* (lugar).

20 años después se le añadieron 3 P más, *people* (gente), prueba y procesos. Trabajar estas 7 P nos sirve para gestionar nuestros recursos.

Marketing no es solo hacer folletos o flyers para redes sociales, es darle una estructura a nuestro proyecto de negocio.

- » **1. People (gente):** Necesitás clientes para desarrollar tu actividad. Tenés que preguntarte qué los motiva, qué los emociona, cómo es su estilo de vida, etc. Conocer al cliente te da una ventaja competitiva más allá de tener un título, somos muchos veterinarios.
- » **2. Producto o servicio:** Es lo que ofrecés. Tenés que preguntarte si es valorado por tus clientes, si están dispuestos a pagar

por ello, qué valor les estás ofreciendo y cuál es el percibido por ellos.

- » **3. Precios y honorarios:** Tenemos un arancel mínimo por los consejos profesionales, pero busquemos cobrar por lo que valemos, ofrezcamos nuestros servicios de manera que no tengamos que competir por precio. Recordá que también hay otra vida fuera de la veterinaria. El cliente que se va por precio volverá por servicio, mientras que el que se va por servicio, no volverá por ningún precio.

- » **4. Promoción:** La promoción conecta al cliente con nuestra propuesta, ayuda a evaluar la oferta

de productos o servicios. Hay muchas maneras de realizar promociones, hoy se utilizan mucho las redes sociales, aprendé a manejarlas o pedí ayuda, agregá valor en la información y asegurate de que vaya dirigida al público que querés captar.

- » **5. Place (lugar):** La veterinaria como lugar físico y las redes como lugar digital, son los dos canales por los que ofrecemos y acercamos nuestros servicios al consumidor. Tené una página web, es la vidriera, compartí contenido relevante, promocionate.
- » **6. Prueba:** Se refiere a la autoridad que tenemos para ofrecer nuestros servicios. En primer lugar, el título, luego vamos generando con nuestros clientes un contexto de validación social, donde nos recomiendan a otros potenciales clientes.
- » **7. Procesos:** Nos ayudan a mejorar la productividad del negocio y tienen que ver con la creación y entrega de valor, la atención a los clientes en toda su experiencia con la veterinaria y el área administrativa. Estas P del mix de marketing o mezcla de mercadotecnia son las variables con las que disponemos para ejecutar nuestro plan. Por poco que hagamos, es mucho lo que vamos a lograr y están dentro de la gestión diaria de la veterinaria. ▮

**ACCEDÉ A TODAS LAS NOTAS DE CARLOS LÓPEZ DELFINO EN ESTA REVISTA 2+2**

Escaneá con tu celular el Código QR y accedé a todas las notas que el MV Carlos López Delfino, consultor en gestión y desarrollo profesional veterinario, compartió durante 2021 en este medio. Encontrá más información en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar).



nuevo

# overdog

COMPRIMIDOS

COMPRIMIDOS PALATABLES PARA LA PREVENCIÓN Y TRATAMIENTO DE INFESTACIONES POR PULGAS EN CANINOS.



40 AÑOS  
**over**  
MEDICINA VETERINARIA  
CIENCIA PARA LA SALUD  
[www.over.com.ar](http://www.over.com.ar)

Sabroso y efectivo



# Ecosistema de la E-salud animal

¿Conoces la E-salud animal y cómo las nuevas tecnologías pueden ayudarte en tu profesión e impactar al mundo?



Escribe  
**Dra. Cecilia Henríquez Coronado**  
MV, MSc, asesora, consultora y docente en E-salud animal\*.

Desde hace ya varios años que se utilizan las nuevas tecnologías (robótica, Inteligencia Artificial, IoT, telemedicina, impresiones 3D, realidad virtual, etc.) aplicadas a las ciencias veterinarias, lo que se conoce en inglés como "Animal e-Health" o "E-salud animal".

Y esto ¡ya no es ciencia ficción!, es una práctica que se aplica, crece y se desarrolla tan rápido como la 5G y no solo en animales menores, también en ganadería y fauna silvestre. Quienes trabajamos en E-salud animal (e-veterinarios) conocemos la utilidad y el impacto de incorporar las nuevas tecnologías a la formación veterinaria de pre-grado, post-grado y también en la práctica profesional.

Las nuevas tecnologías pueden ayudar, por ejemplo, a muchos animales silvestres, amenazados, en peligro de extinción o en vías de desaparición. Hace años que diferentes proyectos trabajan con herramientas como drones y cámaras, para estudiar, monitorear, contabilizar, seguir o vigilar animales en su medioambiente y así obtener datos en tiempo real que puedan protegerlos de, por ejemplo, cazadores furtivos, de la pesca industrial o hacer relevamientos poblacionales.

Tanto animales terrestres como marinos, pueden beneficiarse del uso de diferentes tecnologías para prevenir ataques y muertes de parte del ser humano, la aparición de brotes o enfermedades (re)emergentes, para llevar un registro del número de individuos y aplicar medidas protectoras precoces.

Para estos fines, la Inteligencia artificial es de gran utilidad para analizar formas, tamaños, colores, sexos, especies y conductas de forma no "invasiva".

Además, sus algoritmos, el aprendizaje automático o las redes neuronales del deep learning, pueden ayudar a diagnosticar o predecir, más rápido y con mayor certeza o preci-

sión, una gran cantidad de síntomas o enfermedades animales.

La impresión 3D también es un aliado para soluciones médicas veterinarias, existen diferentes modelos, diferentes colores, diferentes materiales y para diferentes tipos de animales. Incluso hay algunos modelos personalizados o "perrunizados" / "gatunizados".

La telemedicina veterinaria por su parte, ha demostrado en estas casi 4 décadas, todos los beneficios que aporta tanto al paciente, cliente como a los médicos veterinarios o equipos veterinarios.

Su usos y limitaciones dependerán del tipo de servicio ofrecido y de los usuarios que participan en el intercambio médico a distancia, así como de las restricciones éticas y reglamentarias de cada país.

Esta pandemia ha permitido a muchos colegas empezar a usar las nuevas tecnologías para brindar cuidados de salud a distancia y garantizar el bienestar de los pacientes en periodos de confinamiento o como medida de prevención o de mitigación de riesgos.

Para hacer más certera la telemedicina, se pueden usar herramientas adicionales como objetos conectados, sensores, inteligencia artificial o simplemente una buena guía de evaluación del dolor.

En gatos, se puede utilizar la Feline Grimace Scale (Escala de Mueca Felina) de la Universidad de Montreal, una herramienta válida, rápida, confiable y fácil de usar, que puede ayudar con la valoración del dolor (Nature, 2020) y que se complementa con la aplicación para dueños "Tably®". La salud conectada veterinaria, utiliza objetos conectados o dispositivos médicos para evaluar, alimentar, hidratar, monitorear, vigilar o facilitar la vida y el bienestar a los animales a



distancia. Y es un excelente complemento a la medicina veterinaria preventiva y de precisión.

Los nuevos retos para los actuales y futuros Médicos Veterinarios es innovar nuestra forma de pensar y ejercer, estando abiertos a las NTIC y siendo críticos, para que entreguen el mayor beneficio de forma ética, óptima y segura.

Recuerda que los clientes también cambian, se digitalizan y se transforman en usuarios hiperconectados y algunos incluso, tecnófilos, tanto que hoy se usa el término "conexumidores". Entonces, ¿por qué no comenzamos a utilizar una Medicina Veterinaria más global y globalizada que considere los avances tecnológicos y tendencias digitales actuales para ofrecer un servicio profesional más actualizado y conectado?

Siendo la Medicina Veterinaria un "bien común mundial" en plena evolución y los médicos veterinarios los expertos en salud animal, debiésemos ser líderes de opinión e innovación para ofrecer un servicio profesional 4.0. ▮

\* Dra. Cecilia Henríquez Coronado, MV, MSc, asesora, consultora y docente en E-salud animal, Telemedicina, Inteligencia Artificial, Innovación, Marketing y Gestión. Revolutionvet, Francia. cecilia.henriquez.c@protonmail.ch

# Bactroprofen®

FORMULACIÓN PERFECTA, MÁXIMA EFECTIVIDAD



## Su acción terapéutica ofrece:

- ✓ Eficacia sinérgica superior
- ✓ Menor riesgo de desarrollar resistencia bacteriana
- ✓ Ampliación en el espectro de acción
- ✓ Acción antiinflamatoria que promueve la llegada de la asociación al foco de infección

Para más información sobre los beneficios de Bactroprofen:

# Verano: el tiempo de los parásitos externos

¿Cuáles son los puntos críticos que debemos considerar cuando establecemos la prevención de pulgas, garrapatas y otros artrópodos dañinos para las mascotas?



Escribe  
**Pablo J. Borrás**  
Vet. Esp. MSc.  
pablojesusborras@gmail.com

Con la llegada de los meses más cálidos, como veterinarios debemos reforzar en la consulta diaria algunos conceptos claves para prevenir y controlar los ectoparásitos que aquejan a perros y gatos. La prevención tiene como objetivo no solo proteger a las mascotas de los daños que provocan los ectoparásitos, sino también mitigar el riesgo de transmisión de

enfermedades que pueden inclusive comprometer la vida del paciente. Para ello, se debe considerar a cada animal en particular para diseñar la mejor estrategia en cada caso considerando la especie, edad, antecedentes médicos, ambiente en donde se encuentra y sus hábitos de vida. Y aunque en el verano hay un aumento de la abundancia de pulgas y garrapatas (entre otros ectoparásitos) la prevención debe ser sostenida durante todo el año siguiendo las indicaciones del profesional. A continuación, compartimos algunas claves para reforzar la prevención y el control durante el verano, cuando los tutores vienen a consultar por las pulgas y garrapa-

tas, para sentar las bases sobre las que nos apoyaremos durante todo el año. Si las mascotas viajan a la playa, la montaña, a zonas rurales e inclusive a otros países deberemos reconocer los riesgos

“Con la llegada de los meses más cálidos, debemos reforzar en la consulta diaria algunos conceptos claves para prevenir y controlar los ectoparásitos que aquejan a perros y gatos.”



de cada ambiente o lugar para establecer pautas de manejo, así como reforzar las medidas de prevención. En ocasiones deberemos recurrir a la combinación de productos (teniendo en cuenta los principios activos de cada uno) para asegurar una mejor protección, principalmente contra pulgas, garrapatas, mosquitos y flebotomos. Estas combinaciones deben ser indicadas por el profesional veterinario que conoce los datos del paciente y los fármacos disponibles en el mercado. Probablemente la garrapata más prevalente en perros argentinos sea *Rhipicephalus sanguineus* sensu lato. La misma produce daños durante el proceso de ingesta de sangre sobre los animales y transmite numerosas enfermedades como la ehrlichiosis y la hepatozoonosis. La estrategia de prevención incluye la aplicación de productos sobre la mascota, pero también un manejo ambiental integral. Hoy por hoy, se habla de que existe resistencia de los ectoparásitos en mascotas principalmente por fallas en los tratamientos, siendo el ejemplo más notorio el de las pulgas. El tratamiento de estas se basa en tres pilares: la aplicación de productos sobre el animal problema, so-

bre todos los animales convivientes y un manejo ambiental. Esto debe realizarse en forma sostenida en el tiempo bajo el asesoramiento veterinario. Por último, la presencia de pulgas y garrapatas en las mascotas no solo perjudican a nuestros compañeros, sino que también constituyen un riesgo para la

salud de la familia. Estos ectoparásitos, ocasionalmente, pueden transmitir enfermedades para las personas. Por todo esto, es fundamental que hagamos hincapié en nuestra consulta diaria sobre la importancia de la prevención y control de parásitos externos en el verano (y durante todo el año).

ACCEDÉ A TODAS LAS NOTAS DE PABLO BORRÁS EN ESTA REVISTA 2+2  
Escaneá con tu celular el Código QR y accedé a todas las notas que Pablo Borrás, Magíster en prevención y control de Zoonosis, compartió durante 2021 en este medio. Encontrá más información en [www.dosmasdos.com.ar](http://www.dosmasdos.com.ar).



**CONDROvet**  
**FORCE HA**

Líderes en condroprotección gracias a nuestra fórmula ganadora de siempre.

Eficiencia comprobada  
**150** Publicaciones  
**60** Estudios Preclínicos  
**20** Estudios Clínicos



PRODUCTOS INTERNACIONALMENTE PROBADOS, CONTROLADOS, SEGUROS.  
[www.vetanco.com](http://www.vetanco.com)



línea de  
**ANTIPARASITARIOS**  
Bencimidazoles

herramientas para una  
**PRODUCCIÓN EFICIENTE**  
TECNOFARM

BAXEN  
Albendazol 10%

FAXER  
BOVINOS  
Triclabendazol 10%

FENTEC S/C  
INYECTABLE  
Ricobendazol 15%

FENTEC  
Fenbendazol 10%



tecnofarmsrl

[www.tecnofarm.com.ar](http://www.tecnofarm.com.ar)

tecnofarm srl

[contacto@tecnofarm.com.ar](mailto:contacto@tecnofarm.com.ar)

OSSPRET: 11 4713 4407 - Diego Gauna: 11 6728 9013 - Cesar Carfora: 11 3870 0565  
Consulte por otras promos vigentes



**Hicimos esta inversión pensando en ofrecerle más y mejores servicios a nuestros clientes, quienes buscan resolver todas sus necesidades en un solo lugar". Alejandro Carballo, de Veterinaria La Marca.**

se decidieron a hacer una inversión que implicó una reconversión del plan de negocios de la veterinaria, que sigue atendiendo grandes animales pero hoy tiene una pata fuerte en las mascotas.

#### LA NUEVA LA MARCA

Impulsados por el gran crecimiento en el área de pequeños animales, durante la pandemia se mudaron a un lugar más grande, con un local de 200 metros cuadrados para servicio, 3 oficinas en el primer piso y lugar para estacionamiento de 8 autos.

"Hicimos esta inversión pensando en ofrecerle más y mejores servicios a nuestros clientes. Tenemos tres consultorios, un consultorio exclusivo para gatos con sala de espera independiente, un quirófano, una sala de imagen con radiología digital y ecografía, todo pensado para el cliente de hoy, que busca resolver todas sus necesidades en un solo lugar", detalló Carballo.

El equipo también creció. Hoy cuentan con la colaboración de la MV Paula Deluca, y una auxiliar veterinaria, Valeria Desmate. También incorporaron dos pasantes al equipo, a punto de recibirse, para poder ofrecer mejor servicio a los clientes.

Además, sumaron especialidades con un anestesta que atiende una vez por semana y una cardióloga cada 20 días.

#### UNA UBICACIÓN ESTRATÉGICA

La Marca estuvo ubicada históricamente en la entrada de la ciudad de Mercedes. El lugar funcionaba, era cómodo para los productores y vieron que también lo era para los tutores de las mascotas, por lo que la búsqueda de un nuevo local llevó su tiempo ya que no estaban dispuestos a perder esa ventaja.

Carballo da cuenta de los beneficios que les trae esa ubicación estratégica:

"Al no tener que entrar en la ciudad ni lidiar con el tránsito del centro, se acercan clientes de otras localidades cercanas, como San Andrés de Giles, Areco y Navarro. Otro factor fundamental, aunque no lo parezca, es el estacionamiento. Tener que dejar el auto a tres cuadras cuando venís con un animal lastimado es un inconveniente, por eso contar con estacionamiento propio es un diferencial importante".

#### SUMAR LA GESTIÓN A LAS TAREAS DIARIAS

Ante el parate del sector equino que se vivió durante la pandemia, Carballo se abocó a la administración y gestión del crecimiento que se dio en el área de atención de pequeños animales. "La parte administrativa está a mi cargo. Viendo que me iba a superar empecé a hacer cursos de gestión, me asesoré para contratar un sistema; porque al crecer el Excel ya no era suficiente, tuve que buscar asesoramiento".

Esto es algo que Carballo recomienda y lo dice de forma simple y directa: "Si querés crecer, tenés que buscar ayuda."

La faceta comercial suele ser la menos desarrollada por los veterinarios, y Carballo no era la excepción: "Para mí este proceso no fue fácil, la facultad no me dio ninguna herramienta en cuanto a lo comercial, ni a la venta, o cómo saber cobrar... Hoy tengo que manejar una cartera de clientes, proveedores, espacios físicos, impuestos, cosas para las que no tenía ninguna preparación, fui aprendiendo a los ponchazos."

Otro factor que destaca este veterinario emprendedor es que la administración de todo este crecimiento implica mucho tiempo, por eso, aunque sigue atendiendo equinos por la mañana y está a cargo de la parte de radiología, intenta destinar las tardes para estar en la veterinaria. "La gestión demanda mucho tiempo", enfatiza.

#### UN ESFUERZO QUE RINDE

Escuchando el trabajo que implica la gestión y administración de una veterinaria en crecimiento, vale la pena preguntarse si aporta beneficios en la misma medida.

Según Carballo, la respuesta es positiva. El aumento exponencial del área de pequeños animales aportó al negocio otro perfil de clientes, muy distinto, que requiere un trato diferente ya que

su mascota es parte de su familia, no un activo de su empresa. "Hay que estar preparado para eso y hay que tratar de darle lo que viene a buscar, de ponerse en el lugar del cliente, eso hace que tengas que abrir un poquito más la cabeza", comentó. Además, el flujo de clientes aumentó también, considerablemente, el cash-flow en el día a día, porque además de las consultas, se derivan de ellas ventas de alimentos y accesorios.

#### HACIA ADELANTE

El desafío de La Marca es, en palabras de Carballo, "empezar a funcionar como un reloj". Un nuevo local, un nuevo sistema de gestión, un equipo en crecimiento, más servicios, una cartera de clientes renovada, todo eso en pocos meses.

"Tenemos que adaptarnos y empezar a trabajar como un engranaje, para eso tenemos que diseñar protocolos de trabajo, darle funcionalidad a todo esto", destaca.

Además, en los planes está seguir sumando especialidades, como dermatología, y realizar alianzas con distintos médicos veterinarios para poder ofrecer todo lo que los clientes demandan. "Queremos seguir creciendo apostando siempre a ofrecer el mejor servicio", concluye Carballo.



Mirá la entrevista completa con Alejandro Carballo.



# zoovet®



## DOXIN®

ANTIBIÓTICO

Doxiciclina Hiclato 4,6%

Inyectable



## DOXIVIT®

ANTIBIÓTICO / VITAMÍNICO

Doxiciclina - Vitamina B1, B6, B12 - Ácido Fólico

Inyectable



### COMBINADOS SE LOGRAN MEJORES RESULTADOS CLÍNICOS

zoovet.com.ar

ventas@zoovet.com.ar +54 342 504 9919 +54 342 451 1500

# ¿Qué pasa con las Apps en el mercado veterinario?

Un informe sobre el Mercado de las apps a nivel mundial publicado por la empresa App Annie reveló que los consumidores promediaron 3 horas y 40 minutos en dispositivos móviles en 2019, un 35% más desde 2017.

Escribe  
**Gimena Rubolino**  
De la redacción de Revista 2+2



Se trata de servicios útiles que pueden utilizarse dentro del negocio o sugerirse a los dueños de perros y gatos durante su visita en la clínica.

Un informe sobre el Mercado de las apps a nivel mundial publicado por la empresa App Annie reveló que los consumidores promediaron 3 horas y 40 minutos en dispositivos móviles en 2019, un 35% más desde 2017.

Según este reporte el desarrollo de este tipo de soluciones seguirá en ascenso en todo el mundo, incluyendo la Argentina.

El relevamiento además muestra que “América latina hispana es uno de los mercados móviles de más rápido crecimiento en todo el mundo, al registrar más de 2.500 millones de instalaciones durante el primer trimestre de 2021”.

Dicho relevamiento también detectó que las empresas de aplicaciones móviles en los países de habla hispana de América latina invirtieron cerca de u\$s 690 millones en campañas de adquisición durante el año 2020.

Además, reveló que las apps de finanzas y negocios son las que más crecen en demanda en América latina y Google Play es la tienda dominante para las descargas de aplicaciones en Latam dado que 9 de cada 10 aplicaciones se descargan allí.

A la hora de recurrir a las apps tenemos una gran variedad en el mercado. Tienen muchas ventajas y usos de acuerdo con las necesidades de los clientes.

Algunas de las más prácticas:

### PERROS Y GATOS

► **My talking pet:** esta herramienta permite dar vida a una foto de nuestro perro o gato desde nuestro teléfono o Tablet. Simplemente hay que cargar una imagen, marcarle tres áreas (ojos, boca y pera) y grabar un mensaje. Segundos después, la mascota repetirá lo que dijimos, moviendo los labios y los ojos. Entre otras ventajas que ofrece la aplicación, permite elegir el tono de voz, entre aguda de gato a más grave de perro y compartir el video en redes sociales o enviarlo a la casilla de mail. Está disponible tanto para equipos iOS y también Android.

► **Mi mascota:** permite marcar las vacunas y desparasitación de las mascotas; además de la fecha de sus cumpleaños. Está disponible para sistema Android y es de fácil uso.

► **Back2Gether:** aplicación gratuita que permite conectar a quién perdió su mascota con aquella persona que la encontró. Para eso se diseñó un

mapa interactivo mediante el cual se puede marcar con exactitud el lugar en el que fue visto por última vez, dejar características del animal y así ayudar a que puedan identificarlo. Tiene una interfaz simple y está disponible español y en inglés, y también tiene su propia página web y cuenta en Facebook.

### LAS APPS EN LA CLÍNICA

Javier Pizarro, administrador de las redes de la veterinaria Merli ubicada en el barrio de Villa Crespo explica que “en la clínica nosotros utilizamos My Vete; se trata de un sistema automático de recordatorios para vacunas y turnos.

Además, cuenta con una app para los clientes que permite que tengan acceso a los estudios, turnos, etc.”

“Creo que la tecnología es una herramienta muy útil que tanto los trabajadores de la veterinaria como los clientes pueden utilizarla y sacar sus beneficios según el criterio personal” agrega.



PAUL®

## Paul siempre te escucha.



Por la compra de un

Combo  
de productos  
**PAUL®**

Llévate un  
estetoscopio.



**Paulferón**  
x 30 ml

**Primevit 15**  
Jarabe x 100 ml

Consulta con tu distribuidor.

\*Oferta válida hasta agotar stock.



## Las veterinarias tienen la opción de recurrir a las aplicaciones para incorporar nuevos servicios para los clientes o para la gestión del negocio.

Otras veterinarias de capital como San Sebastián, ubicada en avenida Pueyrredón y veterinaria Alem reconocen no utilizar apps por el momento.

### ALGUNAS APPS PARA RECOMENDAR EN LA VETERINARIA

- » **Friskies Cat fishing:** es una aplicación para entretener a los gatos. El felino tratará de tomar a los peces que salen del agua. Cuenta con tres niveles diferentes y la puntuación se puede compartir en las redes sociales. Como recomendación el dispositivo preferentemente debe ser grande para que el gato pueda interactuar mejor; se debe colocar en una superficie plana para evitar riesgos de caída y con un protector adecuado.
- » **Cat training:** esta app entrega útiles consejos para solucionar problemas con los felinos como su baño, toma de medicamentos, y temas generales de conducta. Además, permite hacer un seguimiento de sus avances y entender mejor sus necesidades.
- » **Dogo:** es una buena herramienta para entrenar perros o cachorros de una manera sencilla. La aplicación cuenta con hasta 60 entrenamientos diferentes y trucos. Además, se pueden establecer metas, registrar el progreso de cada día y viene integrado un clicker, que emite un sonido de recompensa a nuestra mascota si lo ha hecho bien. Como ventajas destacadas: podremos ver explicaciones de expertos con los que nuestro animal de compañía puede aprender cual es el lugar y momento de ir al baño o por qué los muebles no se deben morder. Por último, dentro de la propia aplicación tenemos un chat con entrenadores expertos que brindan consejos específicos y nos ayudan a mejorar en los entrenamientos.
- » **Dog Walk:** esta aplicación permi-

te controlar las rutas que siguen al pasear a nuestras mascotas. Además, se pueden tomar fotos. Si el usuario lo desea los paseos y sus estadísticas se comparten en redes sociales y se pueden colocar records para intentar batirlos.

- » **Ikibble Free:** brinda detalles específicos sobre los beneficios o desventajas de cada tipo de alimento, así se puede ir aprendiendo y elaborando la dieta ideal (siempre con el consejo de un especialista) y ayudar a evitar el sobrepeso de las mascotas.
- » **Nombres para perros:** ofrece una recopilación de razas e información sobre los nombres más populares según el tipo de mascota.

### ¿TENER UNA APP PROPIA EN LA VETERINARIA?

A la hora de pensar en armar una app para utilizar en la clínica veterinaria y por qué no compartir con nuestros clientes es fundamental evaluar los pros y contras.

El licenciado en Informática Osvaldo Guzmán sostiene que "ante todo debemos tener en cuenta cuál es la necesidad y el tipo de usuario al que estará dirigido el servicio".

"Es decir si la app será para uso propio o para nuestros clientes, por ejemplo. Su utilidad está determinada por la necesidad y el tipo de usuario. Este punto es importante porque los desarrolladores adaptan la app a ese público al que buscan llegar. Por ejemplo, si en la clínica la mayoría de los clientes son mayores, tendremos que

pensar en una app más intuitiva que agilice cualquier tipo de manejo de información a esas personas y beneficie a la veterinaria" detalla.

Y agrega: "Con respecto al costo, esto depende del modelo de negocio y del usuario en cuestión. Según la complejidad de la app se determina el valor de inversión, dado que si tiene muchas funciones es más costosa".

"El precio de una aplicación móvil puede ser desde 1.000 dólares hasta 120.000 o más. Todo depende de las especificaciones de la app. En lugar de pagar por el material se evalúa el tiempo necesario que requiere crear la app. Mientras que algunas aplicaciones se pueden crear en 30 horas otras pueden necesitar 300 horas", sostuvo también en diálogo con **Revista 2+2**.

Y sumó: "Si la app es de servicio el fin es mejorar la atención. Hay ciertas aplicaciones que brindan un servicio que ayudan a resolver problemas y el desarrollador cobra una licencia o suscripción por el uso de la misma".

Más allá de esto, nuestro entrevistado aseguró que "como alternativa podemos adquirir una app o sistema enlatado al que no se le pueden hacer modificaciones. Pero tiene como ventaja su bajo costo dado que es un producto masivo y también la capitalización de experiencia adquirida en el tiempo". Y cerró: "La elección va a estar dada por la necesidad, funcionalidad y usuario final al cual estará dirigido. Estos productos se pueden conseguir por un pago único que ronda los 100 o 1000 dólares o por licencias mensuales o anuales de 20 dólares en adelante", concluye.



## Requisitos que cumplen las distribuidoras de Cadisvet

- ✓ Disponen de Director Técnico veterinario.
- ✓ Cuentan con un depósito habilitado por las autoridades competentes.
- ✓ Garantizan la conservación de la cadena de frío de los productos veterinarios.
- ✓ Comercializan únicamente productos veterinarios habilitados.
- ✓ Cuentan con fuerza de venta propia.
- ✓ Fomentan la comercialización exclusiva a comercios veterinarios habilitados.



¿Querés asociar a tu empresa?  
**www.cadisvet.com.ar**

# ¿SU PACIENTE TAMBIÉN LO HACE?



**1 de cada 5 perras castradas**  
puede desarrollar **incontinencia**  
**urinaria**. Hoy existe una solución  
que es **simple, natural y segura**.



**Una sola  
dosis al día.**