



# mi negocio ve+erinario

EDICIÓN N° 1 - ABRIL DE 2023

## ¿VALE LA PENA?

Los veterinarios argentinos hacen visible el agotamiento que les genera su actividad. Aseguran trabajar de 6 a 7 días por semana, sin sentir que eso se corresponda con sus ingresos. ¿Afecta esto su día a día?

## ¿CÓMO GENERAR UN PLAN DE RSE?

COLUMNA

SER GESTOR Y VIVIR  
PARA CONTARLO

HISTORIAS  
DE MUJERES  
VETERINARIAS



### ● Nobivac:Puppy DP

PROTECCIÓN PARA UNA SOCIALIZACIÓN TEMPRANA



Alto título de Distemper  
(equivalente a 10x  
vacunas quintuples)



Inmunidad estéril  
contra todas las  
variantes de Parvovirus



Segura desde  
los 30 días  
de edad



Para más  
información  
escaneá  
el QR

Nobivac  
La protección que nos une

MSD  
Salud Animal





Nuevo integrante  
de la familia de  
cuidado oral



Holliday®  
**BioClin®**  
Enjuague bucal a base de xilitol

Dientes **sanos**,  
encías **saludables** y aliento *fresco*

**BioClin® mantiene saludable la cavidad bucal  
previniendo y tratando las afecciones orales más frecuentes en perros y gatos**

- ✓ Palatable
- ✓ Con tapa medidora



Conocé más de nuestra línea en [holliday-scott.com](http://holliday-scott.com)



# Mejor **calidad de vida** para tus pacientes, **hoy y siempre**

- Previene y reduce los signos del Síndrome de Disfunción Cognitiva.
- Favorece la macro y microcirculación sanguínea.
- Nefroprotector a nivel glomerular y tubular.
- Poderoso antioxidante celular.
- Sin contraindicaciones.



Parece **mágico**,  
pero es **científico**.



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





## DIRECTOR

Luciano Aba

## PRODUCCIÓN

Nicolás de la Fuente

## DIRECCIÓN DE MARKETING

Margarita Briceño

## REDACCIÓN

Guadalupe Varelli  
Camila Montaña

## PUBLICIDAD

Florencia Martiren

## CONTACTO

@minegocioveterinario

@minegocioveterinario

info@minegocioveterinario.com

www.minegocioveterinario.com

Mi Negocio Veterinario

## ¿No recibiste esta revista en tu domicilio?

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

**Mi Negocio Veterinario** 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 publicidades. 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.

## Editorial

# Nuevo nombre e imagen para seguir abriendo caminos

## Luciano Aba

Editor en  
Mi Negocio Veterinario  
luciano@minegocioveterinario.com



**S**iguiendo los latidos de las clínicas y hospitales veterinarios de Argentina y toda América Latina desde hace ya 14 años, tomamos una decisión trascendental para este medio que nació y se consolidó pensando siempre en brindar soluciones claras y concretas a los profesionales que se dedican a la atención de las mascotas.

Porque queremos seguir estando cerca de nuestros seguidores, viéndolos crecer y alcanzando sus objetivos, nos renovamos.

Hacemos foco en los desafíos del día a día. Por eso, desde ahora nos llamamos **Mi Negocio Veterinario**.

En todas nuestras plataformas, la renovación ya comenzó.

Nuevo nombre e imagen para seguir abriendo caminos. Nuevos conceptos. Más contenidos en redes sociales y un mayor alcance a distintos países de la región.

Y estas son solo algunas de las novedades que paulatinamente podrán ir siguiendo.

Se viene la nueva web de [www.minegocioveterinario.com](http://www.minegocioveterinario.com), plataforma que resultará una fuente de contenidos más que relevante a todos aquellos interesados en seguir creciendo en un segmento que avanza al ritmo de la mayor vinculación de las personas y los animales en todo el mundo.

## En el momento justo

El sector veterinario cambió y sus clientes también. De ahí la importancia de mantenerse actualizado, sin perderle el ritmo a las últimas tendencias. Para eso invertimos, para seguir abriendo

caminos.

Porque falta mucho. Pero los primeros pasos ya fueron dados.

Redoblamos los esfuerzos en 2023 proponiendo contenido exclusivo, entrevistas, encuestas, columnistas, informes especiales y aportes sobre los principales temas que atraviesan el día a día de los negocios veterinarios en Argentina y la región.

- Contándote cómo adoptar las mejores estrategias de marketing.
- Compartiendo claves para profesionalizar tus ventas.
- Aportando ideas para mejorar la calidad de la atención de tus clientes
- Apuntando a lo importante: Con orden, es posible trabajar más tranquilos.

Es tu proyecto, tu empresa y tu pasión, y ahora también es **Mi Negocio Veterinario**, una plataforma que va a seguir mostrando novedades con un objetivo en mente: que encuentres todo lo que necesitas para lograr los mejores resultados posibles, en un solo lugar. ✨



mnVet



Almacenar refrigerado entre 2 y 8 °C



# Osumnia® se transforma en gel de larga acción

**Cuando se trata de otitis externa, tiene un poder real de permanencia.**

Osumnia® es un gel adaptable que entra en el canal auditivo de su perro y con tan solo dos dosis, con un intervalo de 7 días, los principios activos permanecen y actúan durante al menos 35 días; tratando la infección de oído y haciéndolo más cómodo.

Gracias a su formulación en gel, innovadora y patentada, se adhiere y no se sale del oído del animal por mucho que éste se mueva. Osumnia® es eficaz y garantiza ventajas únicas, estando considerada como otológico de primera elección.



# Osumnia®

Escaneá el código QR para más información.





**BROUWER**  + **kronen Vet**  
www.brouwer.com.ar **PROMO!**

**COMPRANDO** Power ULTRA - SPOT ON - MET  
Power GOLD



**» TE LLEVÁS**  
1 TERMO ELÉCTRICO  
PEABODY

**¡DE REGALO!**



telemarketing2@kronenvet.com.ar  +54 9 221 6374218

Hacelo tuyo!  
con **PUNTOS**  
kronen Vet

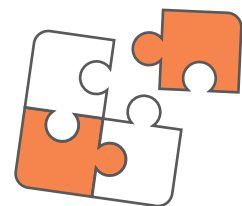


¡Además, intercambiá puntos  
por increíbles beneficios!



Sujeto a productos seleccionados de los laboratorios participantes. Imágenes a modo ilustrativo. Hasta agotar stock de 50 unidades. Ver Bases y Condiciones.





## Gestión ✓

# Nuevo Podcast “Entrevistas para Mi Negocio Veterinario”

Sumamos un nuevo espacio para reforzar temas centrales que todo responsable de un emprendimiento debería conocer. Escúchalos.

De la Redacción de  
**mi negocio  
ve+erinario**  
info@minegocioveterinario.com



Con el objetivo de generar otros formatos donde analizar y desarrollar temáticas de gestión, y marketing, lanzamos un nuevo Podcast y lo llamamos **Entrevistas para Mi Negocio Veterinario**.

Es un espacio dirigido a profesionales del rubro de animales de compañía, líderes de clínicas y hospitales veterinarios.

Los cinco episodios iniciales ya se pueden escuchar en Spotify y en [www.minegocioveterinario.com](http://www.minegocioveterinario.com), o escaneando el Código QR que completa este artículo. Con entrevistados sobre diversos temas y desde distintos países, la conducción está a cargo de Camila Montaña, periodista de **Mi Negocio Veterinario**. ¿De qué se tratan? Se los contamos a continuación.

### Mucho más que un nombre

Inés Temple es experta en marca personal y autora del libro *Usted SA*, best seller en Perú con más de 160.000 copias vendidas.

Nuestra entrevista con ella gira en torno a la importancia de construir, desarrollar y crear la marca personal. "Es lo que me representa a mí y a mi empresa, es donde yo vendo mis servicios profesionales. Mi nombre representa la calidad de los servicios que brindamos", nos decía la referente en un Podcast imperdible.

### Modelos de negocio

En otro de los episodios hablamos con Pablo Méndez y Daniela Castiblanco, fundadores del estudio creativo Gracias Company (Chile).

El Podcast plantea desde el inicio la importancia de estructurar qué se quiere construir y comunicar para lograr una marca sólida, reconocible y acorde a los objetivos del negocio.

"Pensar en cómo es mi negocio, a quién le quiero hablar y cómo lo voy a hacer, es una tarea clave en el mundo actual", cuentan Pablo y Daniela en el Episodio que ya está disponible.

### El foco en los clientes

Reunimos a Luis Guaragno, director de Goodbox y Harold Benavides, gerente de la veterinaria Dover en una entrevista que abordó la fidelización de clientes pensando siempre en establecer con ellos una relación a largo plazo. "Cuidado con los descuentos, puedes tener una suba en los ingresos, pero también aumento en la pérdida", coincidieron.

### Tendencias a la vista

Marcelo Zysman es referente en temas de management veterinario y tratamiento del dolor. Con él profundizamos en los mitos y realidades en el uso de cannabis medicinal en animales de compañía.

"Es clave instruirse, no alcanza con buscar información en internet, requerimos instrucción más profunda", repasa Zysman en un interesante mano a mano.

Tiempo estimado de lectura: **4 min**



### Los cinco episodios ya están disponibles

- #1 Marca Personal, con Inés Temple (Perú).
- #2 ¿Cómo construir la marca del negocio?, con Pablo Méndez y Daniela Castiblanco (Chile).
- #3 ¿Cómo fidelizar clientes?, con Luis Guaragno (Chile) y Harold Benavides (Colombia).
- #4 Cannabis medicinal en mascotas, con Marcelo Zysman (Argentina).
- #5 Gestión de negocios veterinarios, con Yares Pajares (Perú).

### Management

Decenas de claves a considerar por los profesionales surgieron de nuestro diálogo con el publicista Yares Pajares, quien nos cuenta cómo avanza la gestión veterinaria en Perú.

"Estamos viendo que los profesionales se interesan más por la rama médica y no tanto en cómo hacer crecer su empresa", planteó en este Podcast que ya pueden escuchar. ✨

Escaneá el código QR y accedé al Podcast y sus distintos episodios.



# LÍNEA DE BIOLÓGICOS ZOETIS

## Nuestro portafolio brinda una amplia protección desde el comienzo

### MÁS INFO



POR LOS ANIMALES. POR LA SALUD. POR USTED.

zoetis



# ¿Qué dicen los veterinarios sobre el cansancio que les produce su actividad?

Tiempo estimado de lectura: 8 min



Profesionales de toda la Argentina coincidieron en que la cantidad de horas que trabajan y el stress que les genera el trato con los clientes, afectan su comportamiento en el trabajo y también su vida personal.

## NOTA DE TAPA

### Luciano Aba

Editor en  
Mi Negocio Veterinario  
luciano@minegocioveterinario.com



El dato surge de un trabajo realizado por la aseguradora francesa Axa y el centro de estudios económicos CEBR y pone sobre el tapete un tema que no se puede seguir disimulando.

La salud mental ya no es tema "de unos pocos".

Es un fenómeno que se sustenta en cuestiones visibles y en cifras que la validan como una problemática real en los tiempos que corren.

### Guadalupe Varelli

Periodista  
guadalupe@minegocioveterinario.com



## ¿Qué pasa con los veterinarios hoy?

En el mundo veterinario también comienzan a surgir datos e informaciones que van reforzando mucho de lo que se "suponía" venía ocurriendo con los profesionales en materia del stress y agotamiento laboral que viven.

En tal sentido, un estudio cualitativo publicado en *Frontiers in Veterinary Science* de Canadá destaca que los veterinarios perciben una relación directa entre su salud mental, la calidad de su

trabajo y sus relaciones interpersonales (dentro y fuera de la veterinaria).

1. Las interacciones con los compañeros de trabajo se vuelven más bruscas lo que altera la confianza mutua y el clima laboral.
2. El esfuerzo puesto en la comunicación con los clientes se reduce, no hay interés por responder dudas y consultas.
3. La capacidad de concentración disminuye, al punto de decir que es "difícil funcionar".
4. Aumenta la dificultad para tomar decisiones, crecen las dudas y se pierde la confianza en uno mismo.

“Existe relación directa entre la salud mental de los veterinarios, la calidad de su trabajo y sus relaciones interpersonales.”

5. Se reduce la calidad en la atención al paciente por la incapacidad de evaluar y pensar sobre los casos.

Estos son los cinco grades conceptos que se pueden extraer del documento, muy relevantes también a la hora de analizar el impacto del cansancio y el estrés también en nuestra región.

## ¿Y en Argentina?

El tema viene ganando difusión bajo el paraguas del Burn Out profesional, con charlas, capacitaciones y ámbitos de discusión.

Lentamente va dejando de "preocupar" para pasar a "ocupar" cada vez a más personas e instituciones, dado el impacto concreto que se percibe en la realidad de los profesionales en todo el país.

Comprendiendo la importancia de la temática, desde **Mi Negocio Veterinario** y bajo el paraguas de la plataforma **VetData**, generamos un muestreo vía encuestas on line (con dos semanas de

duración), por medio del cual 150 veterinarias y veterinarios argentinos dedicados a la atención de animales de compañía, compartieron sus opiniones sobre un tema de alta relevancia.

Vale mencionar aquí el perfil de quienes participaron de este muestreo.

- 55% mencionó ser dueño/a de una clínica o un hospital veterinario.
- En el 25% de los casos se trató de profesionales independientes, incluyendo veterinarios a domicilio.
- 10% fueron empleados en relación de dependencia.
- 7% aseguró en este caso trabajar como "empleado informal".
- El porcentaje restante, se completa con propietarios/as de laboratorios de diagnóstico, etc.

## ¿Cuánto tiempo trabajan los veterinarios?

El eje central del relevamiento apuntó a dilucidar cuántos días a la semana trabajan hoy en día los veterinarios en Argentina.

Y fue allí donde comenzaron a confirmarse las estimaciones iniciales: un 72% de los encuestados aseguró que trabaja entre 6 (62%) y 7 días (10%) a la semana.

En cuanto a las horas diarias de trabajo, la respuesta no se hizo esperar.

Un 50%, aseguró hacerlo entre 5 y 9 horas diarias, y otro 32% entre 9 y 12 horas al día.

¿Otro dato relevante? Sí: más de un 6% trabaja más de 12 horas al día.

Interesante fue también preguntarles

## Lo más importante

Frente a los síntomas de decaimiento, agotamiento y pérdida de motivación que suelen hacerse visible en las personas que comienzan a padecer el síndrome de Burn Out, cobra especial relevancia el compromiso individual de cada profesional y el compromiso colectivo de todo un sector. ¿Cómo? Estando atento a este tipo de señales, proponiendo espacios de diálogos y contención para quienes se vean afectados.

a los profesionales cuál era su percepción en relación a la ecuación "ingresos - carga laboral", viendo que casi 7 de cada 10 de los veterinarios que participaron del muestreo aseguraron que no creen que el dinero que ganan sea acorde al tiempo que trabajan y la cantidad de tareas diarias que realizan.

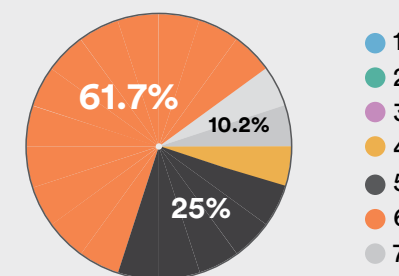
Todas estas cuestiones van permitiéndonos ver un panorama un poco más claro en cuanto a qué está ocurriendo en la actualidad, sobre todo si tenemos presente que el 85% de las personas que participaron en el muestreo de VetData para **Mi Negocio Veterinario** sostuvo que el cansancio realmente afecta su actividad profesional.

## Impactos a la vista

Continuando con el análisis, vimos también que un 85% de los encuestados

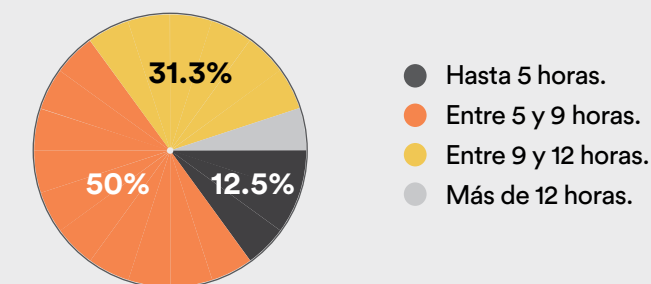
### Encuesta:

#### ¿Cuántos días a la semana trabajás?



### Encuesta:

#### ¿Cuántas horas por día trabajás?



### Encuesta:

#### ¿Pensaste alguna vez dejar la profesión por causa del cansancio?

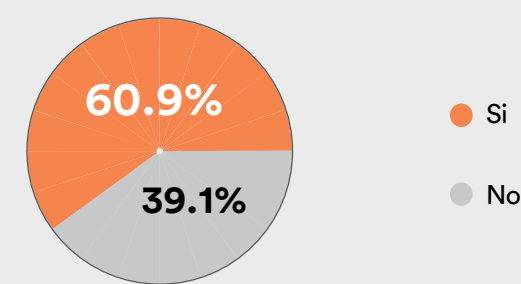






FOTO: El MV Javier Paoloni está activo con charlas que ponen el foco en cómo abordar el Burn Out en veterinaria.

dos estos temas no es gratuita para los veterinarios (para nadie). ¿Y en qué se ve reflejada?

Según el 70% de los encuestados, en cuestiones que afectan la vida personal del propio veterinario.

De hecho, al consultarles con cuál de una serie de frase se sentían más representados, la mayoría no lo dudó: "No tengo tiempo para actividades por fuera del ámbito laboral".

Pero esto no es todo, frases como "estoy muy cansado/a, todo el tiempo" o "No tengo ganas de responder las preguntas de los clientes", deberían ser considerado alertas para prevenir situaciones que a futuro se salgan de las manos de los profesionales a nivel individual.

### Un dato preocupante

El 40% de los participantes en el relevamiento de VetData para Mi Negocio Veterinario aseguraron alguna vez haber pensado en abandonar la profesión por causas del cansancio y el agotamiento que les genera. Si, 4 de cada 10; de distintas edades y funciones en sus emprendimientos.

¿Demasiado?

Mucho seguramente se podrá profundizar sobre estos datos preliminares que seguiremos difundiendo a lo largo de todo 2023, pero sin dudas es de valor comenzar a escuchar las principales señales sobre el impacto del tema.

En ese sentido, casi un 30% de nuestros encuestados sostuvo que una potencial solución a la realidad que viven podría pasar por disminuir las horas a la semana que trabajan; mientras que un 27% indicó como una "buena práctica" en este sentido la posibilidad de realizar ejercicio físico de manera periódica.

¿Y la conten-

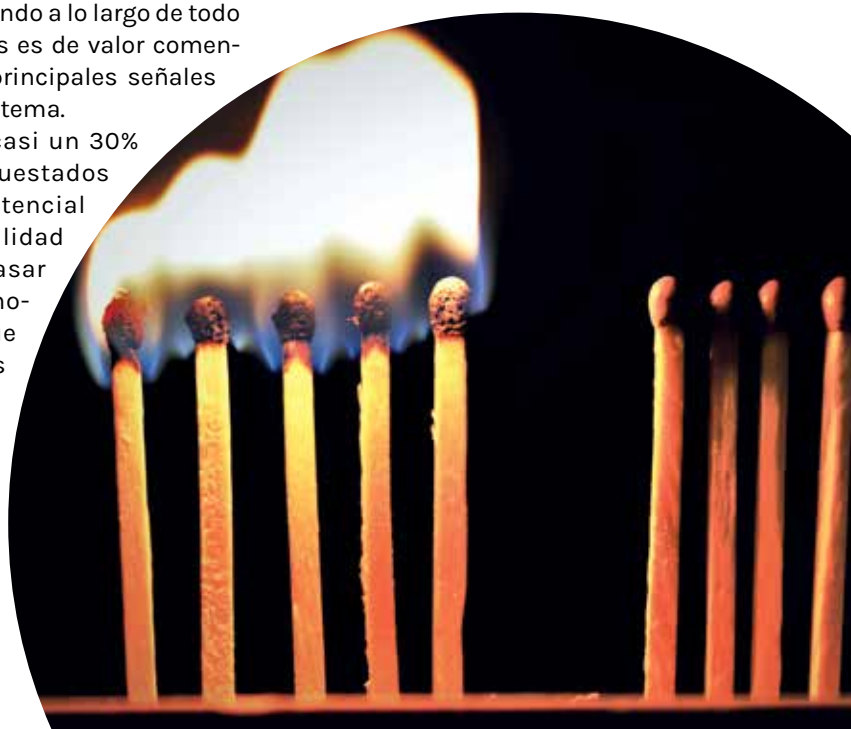
“**Debemos sinergizar las habilidades médicas con las competencias socioemocionales y la gestión de la clínica veterinaria.**  
*Javier Paoloni (ARG).*”

ción psicológica? Si bien no fue destacada entre las principales opciones de solución, sin dudas en el corto plazo comenzaremos a ver acciones concretas (charlas, jornadas) que busquen dar soporte en este sentido.

### A la realidad

Más allá de los números y las tendencias, desde Mi Negocio Veterinario nos pareció oportuno dialogar con el MV Javier Paoloni, titular de Veterinaria Vida en Río Cuarto, Córdoba, quien desde hace un tiempo se viene especializando en esta problemática tanto en Argentina, como en otros países de nuestra región.

“El Burn Out fue reconocido como una enfermedad en 2018 por la OMS y si bien tiene su génesis en el ámbito laboral, repercute y se traslada al personal y familiar”, nos comentaba Javier Paoloni.



### 3 EFECTOS DEL CANSANCIO SOBRE EL DÍA A DÍA DE LOS VETERINARIOS

- 1 Las interacciones con los compañeros de trabajo se vuelven más bruscas y aumenta la dificultad para tomar decisiones, crecen las dudas y se pierde la confianza en uno mismo.
- 2 El esfuerzo puesto en la comunicación con los clientes se reduce, no hay interés por responder dudas y consultas.
- 3 Baja la calidad en la atención al paciente por la incapacidad de evaluar y pensar sobre los casos.

Eficaz y sabroso bocadito masticable para perros, contra pulgas y garrapatas

¡CON PROTECCIÓN DE LARGA DURACIÓN!



12 semanas de protección

Eficacia comprobada 99% 99%



Fácil aceptación



Acción inmediata



Acción prolongada



Menos tratamientos



Seguridad demostrada

Ahora, el bocadito es Masticable para perros **Power Gold** FLURALANER



Seguinos en redes

**BROUWER** Sanidad + Nutrición



# 40%

de los participantes del muestreo sostuvo alguna vez haber pensado en abandonar la profesión por cansancio y stress.

Y avanzaba: "Nosotros somos profesionales de la salud. Si yo tengo un paciente con convulsiones y trato las convulsiones, pero no busco la causa, por ejemplo, un hipotiroidismo; si no detecto y trato el hipotiroidismo, no va a alcanzar nunca a contratar la causa porque la enfermedad de base va a seguir avanzando y empeorando. En el Burn Out pasa lo mismo. ¿Cuál es la causa que genera el estrés crónico en el ámbito laboral? Hay que enfocarse en identificarla y trabajar para mejorar".

Coincidiendo con las respuestas mencionadas en la encuesta de VetData, Javier Paoloni no lo duda.

"La causa número uno del stress tiene

que ver con el trato diario con la gente y la sugerencia es bien concreta: debemos seleccionar activa y conscientemente el target de nuestros clientes. Y a esos clientes insufribles, eternamente insatisfechos, que nos faltan el respeto, deberemos dejarlos al costado del camino. Muchas veces, parece que el profesional veterinario tuviese miedo de alejarse de ese tipo de clientes. Hay que hacerlo".

Siguiendo con nuestro diálogo, Paoloni siguió aportando ideas y sugerencias para abordar la problemática: "Si el Burn Out es un estado donde se instala el estrés crónico, es decir, donde el profesional queda embebido en las hormonas del estrés crónico (adrenalina, la noradrenalina y el cortisol), entonces lo que hay que tratar es de antagonizar, generando las hormonas del bienestar (dopamina, serotonina, endorfinas y melatonina). ¿Cómo? Llevando adelante actividades placenteras, yo le llamo visitar la fábrica de bienestar".

Otro punto importante siempre también estará ligado a tomar buenas decisiones en gestión.

"Si tomamos mejores decisiones, los resultados mejorarán y ganaremos en confianza, y si tenemos confianza, nuestro servicio va a fluir de otra manera. Las tasas de retorno van a aumentar, sobre la base de un profesio-

# 85%

de los encuestados manifestó haber vivido al menos una situación estresante en su lugar de trabajo durante los últimos meses.

nal que ofrece confianza y felicidad", agregó nuestro entrevistado.

## No perder la motivación

Como suele decir en sus charlas y conferencias, en el ámbito de los cursos de Posgrados donde participa en la plataforma VetesWeb o en su participación en la Red Iberoamericana de Gestión Veterinaria, Javier Paoloni asegura que la carrera de los veterinarios es de largo aliento y que difícil será concluirla de manera exitosa sin motivación y creatividad.

"Así como les propuse tomar partido en una fábrica de bienestar, también les propongo "ir al gimnasio" a entrenar la motivación. La motivación es una competencia socio emocional del grupo de las intrapersonales que se puede entrenar, se puede eficientizar, como todas las competencias socio emocionales. Sin embargo, la motivación sin disciplina y el talento sin organización nos conducen a procesos sin resultados. Y procesos sin resultados, nos llevan directamente por el desfiladero del Burn Out", comentó el referente a nuestro medio.

Y concluyó como parte fundamental de este informe generado por **Mi Negocio Veterinario**: "Los veterinarios tenemos que aprender a sinergizar las habilidades médicas con las competencias socioemocionales y también la gestión de la clínica veterinaria. Cuando entendamos que la clave pasa por ahí, cuando empecemos a generar ingresos genuinos, rentabilidad, en la empresa; cuando llevemos adelante una medicina de alta calidad, la veterinaria se transforma en una actividad verdaderamente placentera".

## Bioactivos Nutrapro

Paraqueños  
www.paraqueños.com.ar



Formulados con aminoácidos, vitaminas, minerales y compuestos naturales



Comprimidos palatables con sabor a pollo en presentaciones de 30 y 200



Para caninos y felinos de cualquier edad y en cualquier momento de su vida



Conocé todos los productos de la línea escaneando el código.

En Buenos Aires encontramos en: Arcuri, Krönen, Muñoz, DFV S.R.L., Bruncas S.R.L., CTO, Cofarvet, Insunorte, Arandu

### Encuesta:

¿En cuáles de estas situaciones notás que te afecta esto en mayor medida?

En el trato con los clientes.	53.2%
En la calidad de tu práctica profesional.	30.3%
En la relación con el equipo de trabajo.	11.9%
En tu vida personal.	67.9%
En tu capacidad de concentración.	44%
Cometo errores que antes no cometía.	18.3%





# Tendencias Profesionales

Tiempo estimado de lectura: 4 min

## “Los tutores ya preguntan por el cannabis medicinal”

Cada día hay menos mitos en torno al uso de cannabis para tratamientos en animales. Tanto el deseo de las personas, como los resultados en la práctica, aportarían a la expansión de su uso en la región.

De la Redacción de **mi negocio ve+erinario**  
info@minegocioveterinario.com



**E**l cannabis medicinal se ha instalado poco a poco en la mente de los tutores de las mascotas. Cada vez son más las personas que buscan tratamientos naturales para sus animales de compañía.

Es por ello que, desde **Mi Negocio Veterinario**, conversamos con el MV argentino Marcelo

Zysman, fundador y presidente de la Sociedad Iberoamericana de Algiología Veterinaria.

Además, es especialista en analgesia y dolor, docente y conferencista internacional.

Los mitos, las ventajas y desventajas y los avances en el uso de cannabis medicinal en animales son los puntos centrales que desa-

### 3 MITOS QUE SIGUEN VIGENTES Y DEBERÍAN ERRADICARSE

**1** Pensar que el cannabis medicinal sirve para curar todos los males de las mascotas. Esto no es así. Es clave seguir trabajando en brindar buena información a las personas que se interesan en el tema.

**2** El cannabis y su inocuidad. Es importante modificar la percepción del “no le va a hacer mal”. No se parte de la idea de que le va a hacer bien, si no de que no puede hacerle daño.

**3** “El que lo prepara en la casa lo hace mejor que quién lo hace más industrial”, es una frase que sin duda no aporta a brindarle seguridad a los potenciales usuarios.

rollamos en la entrevista que se puede ver completa en vídeo escaneando el Código QR que completa este artículo.

#### La actualidad

El cannabis medicinal puede ser usado en una amplísima variedad de trastornos como osteoarticulares, neurológicos, en pacientes

con problemas endocrinos, en dermatopatías, en trastornos digestivos, entre otros.

Sin embargo, para Marcelo Zysman es importante no pensar que se trata de algo mágico y curador de todas las enfermedades.

Además, el profesional destaca que el rol del veterinario es indeclinable, siendo un administrador responsable de este recurso.

“A mayor conocimiento, mejores posibilidades de lograr buenos tratamientos”, dice.

Es así como indica tres puntos claves para quien desee especializarse en tratamientos con cannabis medicinal.

- **Instrucción (capacitarse y estudiar).**
- **Conocer a fondo las indicaciones.**
- **Translación.**

Entendiendo que el mercado del cannabis medicinal en animales ha crecido, ¿cómo está el tema en la Argentina y en la región?

En Argentina ya hay quienes producen medicamentos con CBD. Existe un marco regulatorio pensado para la medicina humana, pero, no incluye de manera categórica a la profesión.

#### Vanguardia

Según Zysman, “la vanguardia la tiene Colombia, habiendo buenos desarrollos también en Perú, Brasil, Panamá y Argen-



tina. Es una región propicia para el manejo del cannabis”.

En Argentina y con el propósito de continuar con el avance en el tema, la Red de Cannabis de Uso Medicinal e Industrial del CONICET lanzó una encuesta nacional sobre uso de cannabis medicinal en animales.

El objetivo: aportar evidencia sobre el uso de cannabis en animales de compañía, además de realizar un relevamiento sobre los MV que trabajan con cannabis en el país.

Los datos que se obtengan ayudarán a articular la norma de productos con las necesidades veterinarias. ✦

Escaneá el código QR y mirá la entrevista completa en vídeo.



# krof

NUTRICIÓN INTELIGENTE



Comunicate con nosotros:  
Capital y GBA: 4715-8400 / 0810-777-2600 · Interior: 0810-777-8383  
info@premiumkrof.com.ar

## Nutrición inteligente que satisface todos los requerimientos esenciales de **perros** y **gatos** adultos



Seguinos en nuestras redes:

f krofpetfood @krofpetfood



Tiempo estimado de lectura: 6 min

# Entrevistas



**Camila Montaña**

Periodista  
camila@minegocioveterinario.com



## ¿Qué es y cómo aplica la RSE en el mundo veterinario?

Desde Uruguay, un especialista en la materia, Hugo Ochs, deja en claro estos conceptos, asegurando que no se debe confundir hacer filantropía o marketing social con las acciones puntuales de Responsabilidad Social Empresaria.

Desde **Mi Negocio Veterinario** entrevistamos al MV Hugo Ochs, docente de la Universidad de la República en Uruguay, investigador, docente del Curso de Posgrado en Gestión y Marketing Veterinario de VetesWeb y consultor en temas de Responsabilidad Social

Empresaria en su país.

“La RSE es un tema de mucha importancia, sobre todo si se lo trabaja en forma responsable para conseguir vínculos con las comunidades con las cuales interactuamos. Hoy por hoy no nos exigen solamente que seamos buenos veterinarios, nos exigen también que seamos buenas personas y que nos comprometamos con el cuidado del ambiente, con las causas sociales y con las economías sustentables. Necesariamente

debemos ser creíbles y construir confianza”, nos decía Hugo Ochs. Y avanzaba:

“La Responsabilidad Social bien aplicada puede llegar a ser una herramienta de desarrollo estupenda: hay gente que está dispuesta a pagar algún peso más por ir a una empresa en la cual compartan sus mismos valores”. En este diálogo, nuestro entrevistado detalló que -si bien en el rubro han existido empresas con “pro-

“

**La RSE promueve que la comunidad confíe en la clínica veterinaria, construye puentes y potencia aún más los vínculos.**

blemas éticos” y la comunidad dejó de apoyarlas-, hoy una clínica veterinaria que desarrolle un buen programa de RSE puede llegar a competir con grandes organizaciones más poderosas desde el punto de vista económico.

“Pero si no se hace bien se puede caer el llamado *greenwash*, que no es más que hacer de cuenta que hacemos las cosas bien, pero somos los mismos de toda la vida y simplemente nos ponemos un disfraz. Y eso es muy negativo porque los públicos no son tontos y al poco tiempo se dan cuenta”, advirtió quien también es miembro de la Red Iberoamericana de Gestión Veterinaria.

**MNV: ¿Hace cuántos años las empresas veterinarias están interesándose en este tema? ¿Cómo fue ese proceso de inclusión en este nicho de mercado?**



**Hugo Ochs Olazábal**

Más sobre el entrevistado

Uruguay



**Ocupación actual:** Ex docente de la Universidad de la República (URU), docente del Curso de Posgrado en Gestión y Marketing Veterinario de VetesWeb y consultor en temas de RSE. Miembro de la Red Iberoamericana de Gestión Veterinaria.

**Formación:** DMV; Facultad de Veterinaria, Universidad de la República. Posgrado en Dirección de Empresas de Salud, IEEM, Universidad de Montevideo (URU). Diploma de Especialización en Marketing, FCE, Universidad Católica (URU).

✉ haochs@gmail.com    @ochsolazabal  
🐦 @hugomontevideo    @hugo.ochs

# SpotMax

PIPETA CONTRA PULGAS, GARRAPATAS E INSECTOS

**MÁXIMA PROTECCIÓN**



**La clave está en evitar la picadura**



¡Escaneá el código QR para saber más acerca de SpotMax!



@FATROVONFRANKEN

f fatrovonfrankenpets    @fatrovonfranken\_pets



COMPROMETIDOS CON LA SALUD ANIMAL





“  
**Se nos exige ser buenos veterinarios y buenas personas, que nos comprometamos con el ambiente, las causas sociales y las economías sustentables.**”

**Hugo Ochs:** Las empresas transnacionales y los proveedores de las clínicas veterinarias, ya hace bastantes años vienen con sus paquetes de las casas matrices hablando de la responsabilidad social.

En el sector de las clínicas veterinarias no se contempla formalmente.

Esto comienza a instancia fundamentalmente de los propietarios de algunas clínicas o de algunos investigadores académicos que en forma aislada hemos comenzado a trabajar en el sector de la salud.

El mundo de la Responsabilidad Social Empresaria es amplio, por eso hay también diferentes visiones, según el lugar que ocupes en el ecosistema.

**¿Cómo se ve el tema en la región?**

**HO:** Todavía es muy incipiente, por más que se habla del tema no hay mucha aplicación, cuesta involucrar a los empresarios. El tema tiene toda una filosofía, no es marketing social o filantropía.

La RSE es una filosofía más compleja que acciones filantrópicas aisladas o de marketing social. Podemos tener filantropía o podemos tener acciones de marketing social enmarcadas en un plan de RSE, pero no son sinónimos.

**¿Cuáles serían esos primeros pasos que debería realizar para poderlo hacer?**

**HO:** Hay muchas maneras de comenzar. Yo fundamentalmente hablo de ejes o líneas de trabajo hacia la comunidad. Hay quienes hacen más énfasis en lo ambiental pero lo que yo les aconsejo a los jóvenes veterinarios cuando van a instalar su empresa por primera vez, es que utilicen ejes específicos de la profesión veterinaria.

Es muy importante que cuando en nuestra clínica veterinaria tenemos oportunidad de dar trabajo a alguien, estemos pensando en la comunidad inmediata con la cual interactuamos. Si nos vamos a un pueblo, a un barrio, es clave conseguir gente de esa zona, de esa misma localidad, para de una manera involucrarse con la gente.

Los profesionales de los centros veterinarios están en inmejorables condiciones de involucrarse con instituciones educativas, con gobiernos nacionales o locales, con organizaciones religiosas y organizaciones del tercer sector.

Desde el punto de vista educacional, podemos hacer folletos, charlas, trípticos, hasta podemos hacer algún libro de algún problema que esté afectando a la comunidad. En temas inherentes a nosotros como leptospirosis, salmonella, planes de salud, zoonosis, educación y promoción de todos los temas.

Siempre hago la misma pregunta, ¿de cuántos temas sanitarios y de educación en salud podríamos escribir los veterinarios para las escuelas, para los liceos, ahora que tenemos todas las herramientas de comunicación y la informática?, ¿cuántos materiales podríamos poner al servicio de nuestra comunidad?

**¿Cuáles son las ventajas competitivas que se encuentran al hacer RSE?**

**HO:** Hoy en día las empresas valen

más por sus intangibles que por sus tangibles. Eso es clave.

Hoy valen por cómo se hacen las cosas. La RSE hace que la comunidad confíe en la clínica veterinaria, construye puentes, vínculos, hace que los empleados de la clínica veterinaria crean en la dirección de su empresa. Los proveedores van a confiar también más en una empresa socialmente responsable que en una que no lo es.

Si yo quiero diferenciarme de otro centro veterinario, si yo voy a hablar con la gente de un laboratorio multinacional para conseguir tal o cual financiación, seguramente voy a tener mejor carta de presentación. Te va a abrir más puertas.

Porque si tenemos los mismos valores, la misma filosofía, seguramente se traduce en facturación al final de la historia.

**¿Qué les decís a los veterinarios que quieren implementar la RSE?**

**HO:** El mensaje es que a mediano plazo la RSE, aparte de ser el camino que corresponde, será un buen negocio.

No es aumento de costos o plata tirada a un agujero negro que no va a tener retorno. Si el plan se hace bien, tiene retorno.

Eso sí, tiene que ser un buen plan que significa muchas veces involucrarse y estudiar el tema. Responsabilidad social involucra a toda la organización, corta o atraviesa la organización transversalmente, desde el más humilde de los funcionarios hasta el director, saben de qué están hablando cuando están hablando de responsabilidad social.

La mayor parte de los veterinarios te van a decir, “me aumentan los costos”.

Ser socialmente responsable a veces en un primer balance te aumentan algunos costos, pero simultáneamente los retornos son mayores que el aumento de los costos. O sea, el mensaje es que a mediano plazo la responsabilidad social empresarial, aparte de ser el camino que corresponde, es un buen negocio. ✦



**TE FACILITA EL ABASTECIMIENTO DE TU NEGOCIO VETERINARIO**



**Beneficiate descargando nuestra APP o accediendo a nuestro sitio web**

**- El mismo usuario sirve para la APP y la WEB -**

**Si sos usuario Windows o IOS**

Ingresá a nuestro sitio web [www.munozvet.com.ar](http://www.munozvet.com.ar) desde tu navegador.



**Si usas Android**

Ingresá a google play desde tu celular o tablet y descargá Muñoz Vet.

DISTRIBUIDOR OFICIAL

**Livra** EQUILIBRIO NUTRICIONAL



Alimentación Consciente  
**INGREDIENTES DE CALIDAD**  
**ENVASES 100% RECICLABLES**

- **Perros**
  - Pollo & Cordero Cachorros
  - Pollo & Cordero Adultos Minis y Pequeñas
  - Pollo & Cordero Adultos Medianas y Grandes
  - Cordero Adultos
- **Gatos**
  - Pollo & Cordero Adultos

Comercialización cuidada. [livra.ar](http://livra.ar)

☎ 11 4504-7332

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

☎ 11-6184-9660





# Novedades

1

## Crece en el mundo la producción de alimento balanceado para mascotas

Este fue el segmento en el cual más creció la industria global, alcanzando un aumento en volumen de alrededor del 7%, con respecto al año 2021. El dato surge de la encuesta global que anualmente realiza Alltech sobre la producción de alimento balanceado para animales. Este estudio recoge datos de 142 países y de más de 28.000 plantas de elaboración de raciones. Norteamérica y Europa continúan siendo las principales regiones productoras de este sector.



## Zoetis cumplió 10 años en el mercado de productos veterinarios

"Son 10 años de la marca Zoetis dedicada a la salud y el bienestar animal, contribuyendo significativamente en investigaciones y soluciones, además de llevar conocimiento a productores y tutores en más de 100 países del mundo". Con estas palabras, la filial argentina de la firma celebró el 1 de febrero los primeros 10 años como entidad pública independiente, tras su separación de Pfizer. "Desde ese momento, la capitalización de mercado de la empresa aumentó de US\$ 16.000 millones a US\$ 80.000 millones, con una rentabilidad para los accionistas del 500%", aseguran analistas internacionales.



## Richmond Vet Pharma presentó Oxicom B12 (Meloxicam + Vit B12)

Con un nuevo concepto de sinergia analgésica, Richmond Vet Pharma presentó el primer y único meloxicam del mercado veterinario argentino combinado con vitamina B12. "Se trata de un antiinflamatorio no esteroide para el manejo del dolor en osteoartritis, dolor post quirúrgico y otros trastornos inflamatorios donde se requiera una acción analgésica potente compuesto por: meloxicam 4mg y vitamina B12 (cianocobalamina) 0.4mg", aseguró la empresa. Y agrega: "Oxicam B12 presenta un gran efecto sinérgico entre meloxicam y la vitamina B12, que potencia la acción analgésica y antiinflamatoria del tan conocido y utilizado AINE. Más información sobre el producto en [www.richmondvet.com.ar](http://www.richmondvet.com.ar).



## Se conoció la lista de antimicrobianos que la UE prohíbe en veterinaria

El 9 de febrero de 2023 entró en vigencia el Reglamento 2022/1255 de la Comisión Europea que detalla cuáles son los antimicrobianos y grupos de antimicrobianos que no deberán utilizarse en medicamentos veterinarios, ni en alimentos medicamentosos. Entró en [www.minegocioveterinario.com](http://www.minegocioveterinario.com) y accedé al listado completo (o escaneando el QR).

La restricción busca apoyar la lucha contra la resistencia a los antibióticos y especifica que ciertos antimicrobianos o grupos de antimicrobianos deben reservarse para el tratamiento de ciertas infecciones en humanos.



## Agroindustrias Baires invierte en tecnología e innovación para aumentar su capacidad productiva

Marcos Giordano, Gerente de Marketing la compañía líder en producción y comercialización de alimento para perros y gatos, analizó la actualidad del segmento y comparte las novedades de la empresa. "Tuvimos un buen 2022 y seguimos creciendo por las inversiones en capacidad productiva, avances tecnológicos e innovación en el lanzamiento de productos. "En este momento estamos agrandando la planta de producción 8000m2 y trabajando en un proyecto de energía eólica", aseguró Giordano a [www.enretail.com](http://www.enretail.com).



NUEVO

# Overdex

Seguridad para vos y para ellos

Sedante analgésico

La nueva dexmedetomidina de OVER



over<sup>®</sup> +40  
MEDICINA VETERINARIA DESDE 1981







Tiempo estimado de lectura: **6 min**



# Tendencias en la región: ¿cómo es el negocio veterinario en Perú?

Recorremos la actualidad de un mercado que ha logrado crecer en los últimos años de la mano de la mayor relevancia que cobraron las mascotas postpandemia. ¿Qué características tienen las clínicas hoy en día?

De la Redacción de **mi negocio veterinario**  
info@minegocioveterinario.com



**A**l igual que ha ocurrido en distintos países, en Perú también el sector de la salud animal ha logrado potenciarse y crecer en base a la mayor cercanía que las personas han establecido con sus mascotas desde la pandemia y hasta los tiempos que corren.

Por eso, desde **Mi Negocio Veterinario** inauguramos esta sección Internacional con el repaso de un mercado que busca profesionalizarse siguiendo las tendencias que marcan el paso en el cuidado de la salud de perros y gatos.

Para hacerlo, tomamos contacto con expertos locales, que nos ayudaron a conocer los pormenores de lo que está ocurriendo en Perú,

Así fue como dialogamos con Jorge Hun, MV recibido de la Universidad San Luis Gonzaga de Ica, quien se ha especializado en odontología veterinaria, en negocios

y liderazgo; Yares Pajares, publicista fundador de la plataforma Veterinario Emprendedor y referente en marketing y gestión veterinaria; y Nancy Gamboa Barro, MV dermatóloga y gastroenteróloga, docente de la Universidad Científica del Sur en Perú, quien lleva más de 17 años realizando terapias complementarias por medio del Reiki.

## ¿Cómo son?

Si bien en Perú existen grandes cadenas con varias sucursales y años de trayectoria, la mayoría de las veterinarias cuenta con un solo local y alcanzan una facturación promedio de US\$ 10.000 al mes, unos \$120.000 al año.

Asimismo, y en base a lo manifestado por nuestros entrevistados, la mayoría de los consultorios veterinarios cuentan con hasta cuatro empleados, siendo muchas veces alguno de ellos un familiar, pareja o amigo cercano del propietario del centro.

Una tendencia que crece tiene que ver con la apertura de nuevo Pet Shops, principalmente en la capital del país, Lima, los cuales incluso son propiedad de

administradores de veterinaria que allí se hacen eco de las nuevas necesidades de los tutores de perros y gatos, ofreciendo accesorios y alimentación, para paulatinamente comenzar a sumar también allí el servicio de consultas médicas preventivas, vacunaciones y distintos tratamientos.

Esto ha acelerado el crecimiento.

## ¿Qué servicios ofrecen?

Si bien es cierto que cada vez más los emprendimientos veterinarios de Perú avanzan sobre las últimas tendencias, normalmente los mismos están enfocados en prestar servicios orientados hacia consultas reactivas, ligados a tratamientos de enfermedades gastroentéricas e infecto contagiosas.

A esto se suman las desparasitaciones periódicas de las mascotas, aplicación de vacunas y también la prestación de servicios

**El valor de una consulta profesional general en Perú puede oscilar entre los US\$ 15 y US\$ 25.**

estéticos (baño y peluquería), entre otros.

Vale también contemplar que mientras una consulta general promedio, dependiendo el lugar, puede ir de los 50 a los 100 Soles (entre US\$15 y US\$ 25), los profesionales dedicados a distintas especialidades pueden aumentar este monto hasta los 150 Soles (US\$ 40).

## Análisis

“En los últimos tiempos también estamos viendo negocios veterinarios que están generando entre US\$ 40.000 y US\$ 50.000 al mes. Estos son los que ya están buscando gestionar mejor y de manera más profesional su negocio”, le decía Jorge Hun a Mi Negocio Veterinario en una entrevista que puede leerse comple-



**La mayoría de las veterinarias cuenta con un solo local y alcanzan una facturación promedio de hasta US\$ 10.000 al mes.**

ta también en [www.minegocioveterinario.com](http://www.minegocioveterinario.com). Y agregaba: “Se va notando que es realmente necesario trabajar en profesionalizar la gestión de las veterinarias. Quizás en unos 5 años esto va a tomar mucha más fuerza”.

También sosteniendo que el rango de veterinarias medianas en Perú basa su estrategia en un buen manejo administrativo, Yares Pajares aportó su visión. “A nivel general, se prioriza la atención médica sobre la gestión, dejando de lado los objetivos gerenciales. Esto puede mejorarse y hacerlo, generaría un impacto positivo no solo sobre el negocio, sino también en la atención de clientes y pacientes”, aseguró.

## En primera persona

Como dijimos, a la hora de realizar este informe, Mi Negocio Veterinario tomó contacto también con la MV Nancy Gamboa Barro, dermatóloga y gastroenteróloga, que lleva más de 17 años realizando terapias complementarias por medio del Reiki en las mascotas.

Ubicada en Lima y destacando que allí la población animal sigue siendo mayormente dominada por los perros (60 a 40%) en relación a los gatos, la profesional profundizó sobre el perfil de los clientes que atiende.

“En el 95% de los casos se trata de mujeres, de entre 28 y 50 años, pendientes de sus

mascotas que aparte de solicitar el tratamiento para armonizar, relajar y aportar bienestar a la mascota, hacen acupuntura u otras terapias basadas en la energía”, nos decía.

La profesional también pone el foco en otro tema que el común de los veterinarios de la región se encuentra trabajando o en vías de hacerlo: la comunicación con las personas.

“Para mí lo más importante es que los cinco primeros minutos que te ve la gente tu irradies confianza en lo que sabes. Tú puedes ser la mejor médico o Ph.D. pero si no sabes transmitir o no irradias confianza no vamos a poder ni ofrecer el servicio”, aseguró la profesional.

## Los desafíos

Más allá de los temas que la industria de la sanidad animal irá abordando en Perú, es interesante avanzar en algunos conceptos vertidos por nuestros entrevistados.

“Perú va aprendiendo, va despertando, va formando esa cultura de que esto es necesario”, nos decía Jorge Hun, al tiempo que Yares Pajares completaba: “Falta una correcta metodología, porque si yo me esfuerzo tanto, pero no tengo una metodología táctica y estratégica, simplemente vamos a estar haciendo lo posible por empujar al carro, cuando en realidad sería más fácil buscar una grúa y que nos ayude a remolcar”.

# NexGard SPECTRA®

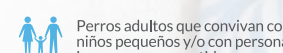
## CUIDÁ A TUS PACIENTES CON UN BOCADO MENSUAL

Muchos perros que visitan una clínica se ven afectados por parásitos internos y externos.

Nexgard Spectra® contiene Afoxolaner y Milbemicina Oxima garantizando un amplio espectro antiparasitario.

Recomendalo en la próxima visita.

¿CUÁNDO RECOMENDAR MENSUALMENTE NEXGARD SPECTRA®?



Se recomienda una posología mensual de Nexgard Spectra en los siguientes casos: cachorros de 2 a 6 meses, perros adultos que convivan con niños, adultos mayores, personas inmunocomprometidas (por el riesgo de transmisión de enfermedades zoonóticas) y perros que vivan en zonas endémicas de dirofilariosis.

Nexgard® y Nexgard Spectra® son marcas registradas del Grupo Boehringer Ingelheim. Consulte con su veterinario. Boehringer Ingelheim Animal Health Argentina S.A. | Complejo Empresarial Urbana Cazadores de Coquimbo 2841 Piso 2 B1605AZE Munro, Pcia. de Buenos Aires | saludanimal@boehringer-ingelheim.com



nexgard.com.ar



## “Ya se busca gestionar mejor los negocios”

Analizamos la actualidad del sector junto al MV Jorge Hun, quien nos ayuda a entender más sobre la potencialidad del mercado de animales de compañía en su país. ¿Cuáles son los desafíos?

**Camila Montaña**

Periodista  
camila@minegocioveterinario.com



que existen muchos consultorios únicos y que muchas veterinarias tienen peluquería y baños incluidos.

En Perú también se pueden encontrar cadenas de veterinarias con años de existencia.

“Existen algunas que tienen 2, 3 y 4 locales, son grandes y mueven bastante y otras que son únicas, también fuertes y tienen por lo menos 50 años”, afirmó.

### Hacia adentro

Para Hun, el éxito se lograría si los veterinarios se profesionalizaran en el manejo de su negocio pues, no basta con conocer la especialidad para mantenerse a flote.

Por eso, afirma que “el sector es tan bueno con el veterinario, que aun haciendo las cosas mal, le permite sobrevivir”.

“Si el negocio veterinario en Perú quiere mejorar sus resultados debe avanzar en este tema”, aseguró quien avanza con sus capacitaciones sobre gestión veterinaria, cada vez con más interesados del rubro.

“Ya se va notando que cada vez lo ven más necesario”, indicó. Y agregó: “Quizás en unos 5 o 8 años más, esto va a tomar mucha más fuerza en el Perú”.

### ¿Qué se debería hacer?

Cuando una persona decide invertir en un negocio, el objetivo es recuperar, ser rentable y lograr la calidad de vida que se está buscando.

Por eso, es clave conocer las mejores técnicas de gestión, incluidas las de manejo de dinero y rentabilidad.

Es como indica Hun: “Si estoy en un negocio en el cual invertí 50 mil, 100 mil, 200 mil, o US\$ 1 millón, lo mínimo que debo hacer es recuperar y ampliar la inversión”. Y concluyó que, al igual que existe información sobre parámetros médicos en la atención, también lo existen en la gestión del negocio.

Con esto en mente lo ideal sería entender que la gestión “es todo lo que yo voy a hacer de la puerta de mi negocio hacia adentro”, comprenderlo es clave para gestionar a las personas, la inversión, la contratación, los despidos, las ventas, entre muchas otras actividades, además de atender pacientes.

“Hay muchas veterinarias que ya lo están haciendo bien, generando entre US\$ 40 mil y US\$ 50 mil al mes y buscando gestionar mejor su negocio. Perú va aprendiendo, va despertando, va formando esa cultura de que todo esto es necesario”.



Jorge Hun es médico veterinario recibido de la Universidad San Luis Gonzaga de Ica en Perú y se ha especializado en odontología veterinaria, en negocios y liderazgo en su país. Se reconoce como el “Doctor del negocio veterinario”, pues ayuda a emprendimientos a mejorar su salud por medio de la gestión.

Junto a él, analizamos cómo y qué tan avanzado está este tema y otros como el marketing veterinario en el Perú.

Hun indicó que -al igual que en otros países del mundo-, el sector veterinario ha crecido, pero, lo ha hecho sin hacer grandes cosas, pues ha obtenido un impulso luego de la Pandemia. “Hemos crecido por inercia, por la fuerza que tiene este movimiento de economía a través de este entorno del COVID19”, reforzó.

Además, indicó que la mayoría de los negocios veterinarios son pequeños y que promedian una facturación mensual de hasta los US\$ 10 mil. También, nos contó

Escanea el código QR y podrás leer la entrevista completa.



Tratamiento para la incontinencia urinaria

# T.I.U.

Estriol 1 mg



⊕ Consultá más información:



**zoovet**





# ¿Cuál es el salto que falta para aumentar los resultados?

Existe mucha disposición para capacitarse en procedimientos clínicos, pero falta mucho interés en procesos de gestión. Y este punto en particular lo analizamos junto al especialista, Yares Pajares.

## Camila Montaña

Periodista  
camila@minegocioveterinario.com



## Radiografía

Los MV en Perú no se han dedicado en su mayoría y hasta el momento, al desarrollo de la gestión veterinaria, su enfoque principal es clínico. Y si bien algunos cuentan con software de gestión, lo usan para llevar la contabilidad.

Pajares asegura que las decisiones se toman teniendo en cuenta parámetros sin base analítica. "Estas empresas suplen eso con una cierta dirección administrativa y lo demás queda a decisiones que podrían ser al ojo, un poco medio por intuición", aseguró.

Para Pajares, los MV y quienes trabajan en los consultorios y centros médicos tienen mucha disposición de hacer su trabajo bien, dedican mucho tiempo y esfuerzo en ello, invierten dinero contratando personal, adquiriendo equipos, pagando capacitaciones, entre otras actividades, pero no logran los resultados esperados porque algo les falta y eso es gestión.

"Falta una correcta metodología, porque si yo me esfuerzo tanto, pero no tengo una metodología táctica y estratégica, simplemente vamos a estar haciendo lo posible por empujar al carro, cuando en realidad sería más fácil buscar una grúa", afirmó.

Para terminar, son tres los puntos que según Pajares se deberían tener en cuenta para hacer el negocio veterinario más rentable.

• **Organigrama:** Con un perfil técnico y habilidades blandas de cada uno de los integrantes. Sin esto no se puede gerenciar.

Tiempo estimado de lectura: 3 min



“

Se debe contar con una correcta metodología, que involucre el organigrama, la medición de precios y rentabilidades y el control de los objetivos.

- **Rentabilidad:** Se debe conocer cuál vendría a ser la estructuración de precios, el margen de ganancia, entre otras muchas.
  - **Medición:** Se deben incluir elementos de medición, conocer los distintos KPIs, los indicadores más importantes de éxito, de control y de eficiencia.
- "Con estas tres cosas una veterinaria en Perú puede empezar a organizarse y empezar a gestionar su clínica para ser más rentable y eficiente", concluyó. ✨

Escanea el código QR y podrás leer la entrevista completa.



# Colotrin. +HA

PASTA PALATABLE con acción condroprotectora y antiinflamatoria natural.



SABORIZADA

FÁCIL ADMINISTRACIÓN

FÁCIL DOSIFICACIÓN



La fórmula más completa

+ Ácido hialurónico  
+ Condroitín  
+ Glucosamina

+ MSM  
+ Omega 3  
+ Magnesio

Completá la línea para el cuidado de la salud articular con:



Laboratoriojohnmartin





## Reiki en Lima, una tendencia que avanza

La experta Nancy Gamboa Barro comparte su experiencia en esta terapia complementaria; repasa que habilidades blandas deben considerar los profesionales y define el perfil de sus clientes.

### Camila Montaña

Periodista  
camila@minegocioveterinario.com



En **Mi Negocio Veterinario** conversamos con la Dra. Nancy Gamboa Barro, médica veterinaria dermatóloga y gastroenteróloga, docente de la Universidad Científica del Sur en Perú, quien lleva más de 17 años realizando terapias complementarias por medio del Reiki.

Conversamos con ella para conocer el perfil de clientes que atiende en su especialidad y cómo es que llegan a atenderse.

Los gatos y los perros acceden a este tipo de terapia donde la especialista ayuda a disminuir dolores y tensiones, logrando el equilibrio emocional, minimizando la ansiedad y la agresividad, aliviando molestias corporales y mejorando los comportamientos.

“La duración promedio es de 20 minutos, primero porque los gatos se duermen maravilloso, pone su cabecita y se entrega. Pero los perros no, más de 20 minutos para ellos estar

en una camilla, no toleran”, indicó.

En este tipo de terapias es clave la comunicación, no solo con la mascota, sino también con el tutor. Por eso, tal como aseguró Gamboa, este tipo de terapias no deberían ser consideradas “alternativas”, sino complementarias.

#### MN: ¿Cuál es el perfil de tus pacientes?

**Nancy Gamboa:** Te diría que más caninos que felinos, pero eso se debe a que en Lima hay más perros que gatos. Según las últimas estadísticas, pudiéramos hablar de un porcentaje 60-40. Además, el felino puede vivir 15 años tranquilo, sin ninguna manifestación de nada. En cambio, el perro puede sufrir de muchas enfermedades entonces frecuenta más el veterinario. El gato es mucho más resistente.

#### ¿Y los clientes?

El propietario es 95% mujeres en edades aproximadas entre 28 a 50 años, muy pendientes de sus mascotas que aparte de solicitar el tratamiento para armonizar, relajar y aportar bienestar a la mascota, también hacen acupuntura u otras terapias basadas en la energía.

#### ¿Qué tipo de habilidades blandas debe tener el médico veterinario?

Para mí lo más importante es que los cinco primeros minutos que te ve la gente tu irradies

confianza en lo que sabes. Tú puedes ser la mejor médica o Ph.D. pero si no sabes transmitir o no irradies confianza no vamos a poder ni ofrecer el servicio ni vender el servicio. Yo conozco mi tema, entonces esto también le da al cliente final la impresión de ah esta mujer sabe su negocio. Además, me gustan las mascotas y se nota. No por lo que yo les he dicho, sino porque los propios clientes lo observan.

#### ¿Este tipo de terapias tienen el mismo costo que otro tipo de atención?

No, es más costoso porque es una especialidad. Tú por un médico en medicina general tienes una tarifa estándar.

La consulta de un veterinario funciona, dependiendo del sitio, desde los 50 Soles hasta los 100, de medicina general en Perú.

Tú eres un especialista, ya tienes que estar calculando que estamos hablando de 150 soles por consulta, sí, es definitivo, es un precio mayor. Para mi buen servicio me corresponde un excelente pago, es lo correcto. ✨



“

Mis clientes son 95% mujeres de 28 a 50 años, muy pendientes de sus mascotas.

Escanea el código QR y podrás leer la entrevista completa.



**Providean®**  
VIRATEC DP

Cuidados desde el comienzo  
Máxima protección contra Distemper y Parvovirus



#### ✓ ALTA CONCENTRACIÓN

Formulada con **altos títulos virales**. Mayor eficiencia aún en presencia de ACs maternos.

#### ✓ VACUNA COMBINADA

**Dos antígenos**. Orientada a proveer protección temprana a partir de la **4ª sem. contra Parvovirus y Distemper canino**.

#### ✓ MICRODOSIS

Microdosis de 0.5 ml para una vacunación más segura en cachorros jóvenes de todas las razas (MDT - Microdose Technology)

#### ✓ FÓRMULA LPF (LOW PROTEIN FORMULA)

Fórmula con bajo contenido proteico (LPF - Low Protein Formula) Contribuye a la seguridad de la vacunación.



CALIDAD TECNIVAX PARA EL MUNDO

MEJORES EMPRESAS DE ARGENTINA

TECNIVAX  
Sanidad Animal







# Tendencias Profesionales

Tiempo estimado de lectura: 7 min

## Ser mujer veterinaria, una actividad antes dominada por los hombres

Sara Guajan (Guatemala), Leila Peluso (Argentina), Karol Guzman (Perú) y Shirley Rizzo (Uruguay) comparten una misma pasión y nos cuentan sus experiencias al enfrentarse al trato con los tutores de mascotas.

**Camila Montaña**  
Periodista  
camila@minegocioveterinario.com



especial. Posibilitando esto la entrada de la mujer a la industria de los animales de compañía.

Una industria que valora el trato cercano y empático, llegando incluso a denominarlas como las “pediatras” y “médicas de cabecera” de confianza de sus animales.

Sin embargo, ya que el trato con los tutores no es algo que se enseñe en las

Con motivo del Día Internacional de la Mujer, el pasado 8 de marzo, **Mi Negocio Veterinario** conversó con cuatro veterinarias de cuatro países distintos de América latina para conocer su opinión sobre la industria, su presente y perspectiva a futuro.

Así fue como hablamos con Sara Guajan (Guatemala), Leila Peluso (Argentina), Karol Guzman (Perú) y también con Shirley Rizzo (Uruguay).

Cuatro mujeres y cuatro visiones sobre la industria en la región.

Y si bien se podría pensar que son maneras equidistantes de pensar sobre el tema, son varios los puntos coincidentes.

Por ejemplo, coinciden en cómo la relación entre los tutores y sus mascotas se ha hecho más cercana y



“

**La colaboración entre pares ayuda a sortear siempre las dificultades.**  
*Shirley Rizzo (URU).*

facultades de veterinaria, esto hace complejo el día a día de la profesión.

En palabras de Sara Guajan: “ahora muchas de las personas tienen sus mascotas y no es solo decir es “mi mascota”, sino que también prácticamente son sus hijos, sus bebés. Muchas personas se sienten conectadas con la atención de una Doctora mujer, porque tal vez nosotras somos más cariñosas y amables”, afirmó.

Para Leila Peluso, “la gente cambió mucho el trato con sus

animales, hay muchos que me dicen que soy la pediatra, el médico de cabecera de confianza de sus animales”, aseguró.

Por su parte, para Karol Guzman esto implica conocer un aspecto emocional de las personas que están fuera de su área profesional.

“Nosotras como veterinarias no sabemos manejar la parte psicológica, emocional, del humano porque no es algo que implique una rama de nuestra profesión. Esa es otra profesión completamente diferente y eso también lo hace complejo en el manejo”, indicó.

Shirley Rizzo coincide e indica que en la Facultad “no nos enseñan a atender al propietario”, aclaró.

Además, las cuatro mujeres veterinarias coinciden en que en la profesión una de las mayores dificultades es el trato que reciben o han recibido.

¿Pero cómo es ese trato y las actitudes a las que se enfrentan día a día?

A nivel general, ser mujer en la in-

dustria veterinaria implica que por lo menos una vez en la vida se reciba un comentario despectivo. Estos comentarios pueden estar relacionados con la edad, la fuerza para cargar un animal, la duda sobre si se cuenta con el carnet profesional o la preferencia por ser atendido por un veterinario varón.

En palabras de Guzman: “tenemos que luchar mucho contra el machismo, pues llegas a consulta y puede haber alguien que te dice “¿y el Doctor?” y otra cosa que puede suceder es que te digan “¿pero solo ustedes van a manejar el perro?” y te dicen “¿no va a venir un hombre a ayudarlas?”.

Estas son algunas de las situaciones por las que tiene que pasar.

A su vez, Guajan ha pasado por una situación similar y muchas veces el trato discriminatorio lo ha recibido de palabras de otras mujeres quienes piden ser atendidas por un Doctor.

“Lo que me dicen las mujeres es no quiero que me atienda una doctora, quiero que me atienda un hombre” indicó.

Para Peluso la discriminación que ha recibido está asociada al mundo náutico, pues ella atiende pacientes en lancha por el delta del Tigre.

“Todavía es muy machista este ambiente. Veían llegar a una chica recién recibida, chiquita y que encima esté manejando una lancha, era como que se quedaban sorprendidos y al principio que no me conocían, no confiaban mucho en mí, ni en mis tratamientos”.

Por su parte, Rizzo indicó que tanto en Montevideo (Uruguay), donde inició, como en Trinidad, donde tiene su veterinaria, ha recibido la pregunta de si está recibida o no, poniendo en duda sus conocimientos.

“Acá en mi veterinaria estoy yo y mis ayudantes son mujeres. Si te quieres



“

**El machismo, una dificultad que se debe aprender a sortear.**  
*Karol Guzman (PER).*

“

**Cada vez más mujeres encuentran un lugar en la atención veterinaria.**  
*Sara Guajan (GUA).*

atender con un hombre te tienes que ir a otra. La pregunta de ¿ya estás recibida? ¿Hace cuánto trabajás? era común. Llegué a hacer un cartelito, que para mí era horrible porque no quería estar con eso que decía “Doctora”, sí, lo hice para que supieran que sí, que era Doctora, que estaba recibida”.

### Superando obstáculos

El no dejarse derrumbar por este tipo de comentarios es la clave para continuar haciendo lo que más les gusta.

Es así como Guzman alienta a sus colaboradoras a no dejarse intimidar por ese tipo de actitudes y ella misma se esfuerza por no dejarse impactar por ello.

“Definitivamente puede en algunas doctoras generar cierta molestia yo sinceramente ya con el transcurso de







“

**Para que otros confíen, primero se debe poder confiar en una misma.**  
Leila Peluso (ARG).

los años paso saliva y sigo haciendo mi trabajo, pero sí es algo que observamos en el día a día”, le explicó recientemente a **Mi Negocio Veterinario**.

Otra manera de lograrlo es mostrar seguridad y trabajar en la autoconfianza es por ello que Peluso desde que inició ha buscado trabajar en ese aspecto.

“A mí lo que me diferenció y que al principio me costó fue la confianza de la gente en mí. En ser una mujer en el medio del río y muy chica en edad. Tiempo, paciencia y actitud de que yo estaba segura de lo que les estaba diciendo. Con mi actitud y con mi autoconfianza lo pude lograr”, aseguró.

Para Rizzo la manera es enfocarse en los clientes que valoran la profesional

que es, más allá de si es mujer, mostrando confianza en lo que sabe y en quién es. Pues como ella misma indica, prefiere no enfocarse en clientes que tienen una barrera al respecto.

“Lo que estoy haciendo es tratar de que mis acciones demuestren lo que sé y lo que soy. Sé que este tipo de persona tal vez no es mi cliente ideal, entonces ya lo dejo pasar. Si hay un comentario fuera de lugar, no me esmero tanto por retener a ese cliente que sé que no me va a hacer sentir cómoda”, afirmó.

Guajan se ha dedicado a hacer su trabajo lo mejor posible para que otras personas la recomienden.

Es decir que su trabajo hable por ella, para dar el ejemplo a la sociedad de que las mujeres veterinarias también hacen un gran trabajo.

“Yo creo que poco a poco uno se va haciendo de la gente que lo conoce y tratar de que sean ellos los que te recomienden, y así lograr que sea una carrera que más mujeres puedan estudiarla”, afirmó la profesional.

Los interesados, pueden ver el informe completo, con todas las entrevistas, ingresando en [www.minegocioveterinario.com](http://www.minegocioveterinario.com).

### Una campaña que también movilizó comentarios en las redes

El Día de la Mujer tuvo una amplia difusión en el sector veterinario de todo el mundo, destacando cómo las mujeres han ido ganando en cantidad y calidad de participación en el rubro.

Los mensajes llegaron desde los distintos continentes, pero con especial foco en América Latina, donde las veterinarias vienen doblegando a los varones en el campo de animales de compañía y otras incumbencias de la profesión.

Con desafíos compartidos en distintos países, queda claro que con el tiempo se va consolidando una nueva base de profesionales que avanza con su propia impronta. Sigue siendo llamativo el trato que reciben las mujeres veterinarias en la región.

Tanto en Argentina, como en otros países, son comunes comentarios despectivos en relación al potencial de trabajo de las profesionales, en relación a los varones.

¿Por qué es que esto ocurre?  
¿Te sigue pasando? Contanos vía [info@minegocioveterinario.com](mailto:info@minegocioveterinario.com).

## Nobivac: Puppy DP

# PROTECCIÓN PARA UNA SOCIALIZACIÓN TEMPRANA



Nobivac Puppy DP fue desarrollada específicamente para la inmunización temprana de cachorros contra el distemper y la parvovirus.

- VIRUS DEL DISTEMPER CANINO:** CONTIENE LA CEPA ONDERSTEPOORT, RECONOCIDA SU SEGURIDAD EN PERROS.
- PARVOVIRUS CANINO:** CONTIENE LA CEPA PATENTADA C154, PRIMERA EN SER PRODUCIDA EN ALTO TÍTULO/BAJO PASAJE



Alto título de Distemper (equivalente a 10x vacunas quintuples)



Inmunidad estéril contra todas las variantes de Parvovirus



Segura desde los 30 días de edad



Para más información escanea el QR

**Nobivac**  
La protección que no se une

**MSD**  
Salud Animal

AR-NOV-230300002





# Lectura Recomendada



Tiempo estimado de lectura: 3 min

## 25 hábitos de los vendedores altamente exitosos

El libro del norteamericano Stephan Schiffman propone distintas estrategias y herramientas que exceden al rubro en que se apliquen. ¿Qué conceptos se pueden aplicar a la veterinaria?

De la Redacción de **mi negocio ve+erinario**  
info@minegocioveterinario.com



**E**n su libro "25 hábitos de los vendedores altamente exitosos", Stephan Schiffman presenta de manera fácil una variedad de hábitos y técnicas para mejorar las habilidades y aumentar el éxito en las ventas.

A través de sus 128 páginas y 25 capítulos el autor retrata los hábitos que deben conseguir y mantener como una rutina, quienes quieren tener éxito en las ventas. No son una colección de técnicas de persuasión, haciendo al libro mucho más interesante, son 25 hábitos para cambiar rutinas.

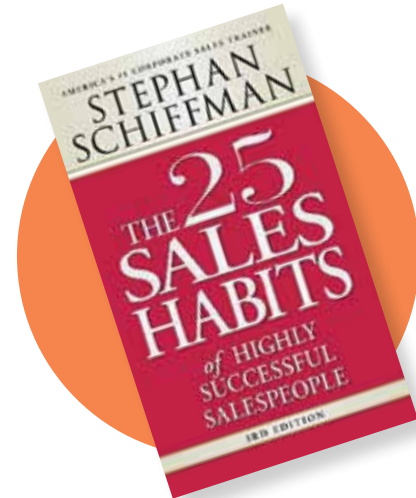
Vender requiere un alto nivel de creatividad, compromiso e ingenio, es claro que no es una actividad fácil de realizar y necesita dominio del estrés y la frustración. Los hábitos que propone Schiffman son ideales para quienes trabajan en ventas de manera autónoma, en su propia empresa o contratados por otras empresas.

Este libro es ideal para cualquier persona interesada en ampliar sus conocimientos al respecto con acciones simples, viables y de sentido común.

Es por eso que Schiffman en su libro propone lo siguiente:

- **La experiencia cuenta:** Las relaciones se basan en confianza y la confianza en evidencias. Es por eso que se debe estar preparado para demostrar que se tuvo éxito con clientes con los que ya se ha trabajado con anterioridad al momento de encontrarse con uno nuevo.
- **Somos los mejores en lo que hacemos:** Se debe mostrar los beneficios con los que cuenta la empresa, hacer evidente que es el mejor lugar para ayudarlo a solucionar aquello que el cliente está buscando solucionar.
- **Conocer al cliente a profundidad:** Qué hace, dónde lo hace y cómo lo hace para saber cómo ayudarlo. Tomar notas en un primer encuentro para entender qué necesita, obteniendo datos que, en la presentación final de cierre de la venta, se debe usar para demostrar que se está atento a las necesidades del cliente. Esto demuestra control y autoridad y eso es bueno en las ventas según afirma el autor.
- **Confianza en sí mismo:** Tener autoconfianza es clave para que los clientes confíen. La persona que vende debe inspirar confianza en los demás, esta se logra conociendo al mercado y las necesidades del cliente.
- **El vendedor ayuda no vende:** Quien se encarga de las ventas es un facilitador y educador no un alguien que oferta productos.
- **Evaluación de cada resultado:** Evaluar los resultados cada cuatro semanas para saber si se están consiguiendo los objetivos y metas propuestas. Además de estos puntos el autor propone 25 hábitos y en la tercera edición, como un regalo para los lectores, incluye cinco hábitos más que siguiéndolos ayudarán a conseguir el éxito en las ventas. Stephan Schiffman nació el 14 de junio de 1949 ha escrito más de 30 libros y ha trabajado durante más de 35 años en ventas entrenando a más de 900.000 vendedores de más de 9.000 empresas en 43 países del mundo. ❖

**25 hábitos de los vendedores altamente exitosos**  
Stephan Schiffman.



# DISTRIBUYENDO CONFIANZA



## VETERINARIAS INTEGRADAS DE ARGENTINA

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

**VENTA EXCLUSIVA EN VETERINARIAS**

### Comunícate con nosotros:

Tel: (03388) 15-466993 / 15-418191 / 15-418213  
15-418195 / 15-418206 +549 3388 466993  
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



# Historias de un gestor

Por **Eliana Mogollón**  
Colombia



## ¿Cómo ser líder de un negocio veterinario y sobrevivir para contarlo?

Mantener activa una empresa es un reto enorme y mantenernos como líderes de esa empresa, es un reto aún mayor. ¿Qué podemos hacer para que esta tarea no se diluya en el tiempo?

¿Cómo llegué a convertirme en líder de una empresa veterinaria?

¿En qué momento pasó? ¿Por qué estoy ocupando este lugar y no otra persona?

Estas son algunas preguntas que se pueden estar haciendo las personas que decidieron afrontar el reto de dirigir una empresa veterinaria. Y es que, con seguridad, un gran número de centros veterinarios han crecido de manera orgánica y ni siquiera sus propios fundadores tenían prevista tan acelerada evolución. Por tanto, tampoco tenían claro el reto que afrontarían como líderes de sus empresas.

Es de público conocimiento que las empresas del sector mascotas han tenido un progreso considerable, que la tendencia sigue en alza y que en pandemia el crecimiento fue atípicamente positivo. Esto hizo que las empresas prosperaran en todo sentido (aumento de ventas, incremento de clientes, ampliación en instalaciones y equipamiento, crecimiento en personal, entre otros) y por tal razón, el reto de dirigir y gestionarlas también se vio expuesto a cambios y adaptación.

Muchos líderes se ven hoy enfrentados a desafiar los constantes cambios que tiene la sociedad y las repercusiones que esto trae en la prestación de los servicios médicos y en la venta de productos para mascotas.

El consumidor de hoy no se parece en nada al consumidor de antes.

Asimismo, los profesionales no tienen ya las mismas expectativas y necesidades a la hora de buscar un empleo. No lo duden el gestor de una empresa veterinaria debe adaptarse rápidamente a la nueva realidad.

### ¿Qué significa ser líder de un centro veterinario?

La definición de este cargo es tan amplia como la evolución misma del sector.

Hace un tiempo, el gestor de una empresa veterinaria era el mismo médico veterinario fundador. Se encargaba de todos los temas de manejo empresarial (finanzas, recursos humanos, mercadeo, entre otros), pero también de la operación médica. No delegaba nada (en algunos países los llamamos: todólogos).

Aunque siguen existiendo los “todólogos”, cada vez es más notoria la evolución.

Ahora podemos ver líderes en funciones más estratégicas y limitadas, con capacidad de delegar funciones que no le competen.

Líderes que se encargan de planear una estrategia y tomar decisiones que lleven a sus empresas a un nivel superior.

Así que, podríamos definir a un líder de empresa veterinaria como aquel que se encarga de entender el modelo de negocio, fijar objetivos, planear una estrategia y estructurar un equipo de trabajo capacitado en cada cargo para cumplir las metas.

### Sobrevivir a este cargo

Muchas personas intentan conducir el “barco empresarial” pero desisten en el camino; otras ni lo intentan. Por suerte, también existen quienes lo intentan, se mantienen y lo logran. Les comparto algunas acciones que contribuyen al éxito de llegar a “puerto seguro” como gestores veterinarios:

“Aunque siguen existiendo los “todólogos”, cada vez es más notoria la evolución del cargo de un gestor veterinario.”



### 1 Tener convicción en el negocio

Este es el primer factor determinante para sobrevivir en el camino del emprendimiento. Si no hay convencimiento de estar en un buen negocio (cualquiera sea el modelo), no hay probabilidades de éxito tampoco.

El sector de mascotas, es atractivo por donde lo veamos. Sin embargo, no basta con conocer las cifras que lo demuestran.

Es necesario querer pertenecer a esta industria por convicción, desarrollando algo que genere beneficio para los demás y, como consecuencia, beneficio propio.

### 2 Tener formación necesaria para liderar

Querer ser el líder de una empresa es una cosa. Poder ser líder de la misma, es otra bien diferente. Dirigir un negocio veterinario es una labor que no se puede improvisar. Las personas que quieren ser gestores veterinarios, deben tener las competencias y conocimientos necesarios para desarrollar su función.

Un líder, debe ser una persona íntegra en conocimientos gerenciales y hábil en manejo de habilidades blandas o sociales (comunicación asertiva, manejo de equipos, liderazgo, entre otros). Y todo esto se logra con formación y actualización. No basta con la buena intención de asumir el rol, es necesario tener entrenamiento adecuado para ejecutar las funciones de la mejor manera.

### 3 Aprender a delegar de manera correcta

Si un líder quiere sobrevivir a este cargo, debe aprender a conocer cuáles son las funciones que tiene que delegar, pero, sobre todo, debe saber a quién le tiene que delegar

dichas funciones. Por ejemplo, el manejo de redes sociales (marketing digital) es una tarea que en muchas ocasiones necesita ser asumida por otra persona, capacitada para dicha labor. Debe tener conocimientos necesarios para ejecutarla.

La integralidad de conocimientos de un gestor implica tener noción básica de cada cargo en la empresa. Si bien es necesario delegar funciones, también es clave que el líder conozca si los colaboradores están haciendo una buena función o no y pueda tener criterio para evaluar los resultados obtenidos.

### 4 Tener claro el modelo de negocio

¿A qué se dedica mi empresa? ¿Cómo obtiene sus ingresos? ¿Cómo se convierten esos ingresos en utilidad?

Muchas veces en los diferentes negocios veterinarios, se comete el error de pensar que la mejor alternativa es tener un extenso portafolio de servicios y productos, creyendo que así crece la posibilidad de tener más clientes. Y la verdad, es que no funciona así.

Querer ofrecer de todo y buscar complacer a todos, es una tarea desgastante y poco rentable. El líder de cada empresa debe saber cuál o cuáles son los servicios de mayor dominio y rentabilidad, luego debe aprender a potencializarlos y así, tener claro cuál es el público objetivo al que debe satisfacer.

Está demostrado que las empresas que se especializan en los servicios que ofrecen, tienen mayor probabilidad de supervivencia.

### 5 El dinero de la empresa no es dinero del dueño

El manejo del recurso económico es una variable determinante en la estabilidad de una empresa. Muchas veces la falta de conocimiento y la desorganización e informalidad del manejo del mismo, hace que las empresas no prosperen. Se percibe el ingreso de dinero, pero al final del ejercicio no hay ganancia económica. Esto se traduce en: mucho trabajo, poca utilidad.

Lo anterior se debe a muchos factores, pero uno de ellos es el error de pensar que el dinero que ingresa a la empresa, está a disposición y uso personal de sus dueños. El líder debe estar en la capacidad de custodiar y optimizar el recurso económico. Si los fundadores de la empresa trabajan dentro de la misma,

“

El líder debe saber cuáles son los servicios de mayor dominio y rentabilidad; luego debe aprender a potencializarlos.

ellos deben tener un salario establecido, un periodo de pagos claro, pero no libertad de manejar para temas personales el recurso que le corresponde al negocio.

### 6 Estar actualizado de las novedades del sector

Un líder que no se actualiza y no está atento a los cambios y novedades del sector, es un líder que tiene más dificultades para competir en el mercado.

El sector de las mascotas está en una dinámica de constantes cambios.

Al ser un sector económico tan atractivo, tiene mayor número de competidores y, por ende, incremento de propuestas novedosas en productos y servicios. Los dirigentes de las empresas deben estar al tanto de lo que ocurre en el mercado, anticiparse al consumidor y adaptar sus modelos de negocio a los cambios que la sociedad necesita.

### Enamorarnos del proceso

La lista de acciones que un líder debe tener en cuenta para sobrevivir en su rol puede continuar y ser muy extensa.

Sin embargo, una última recomendación podría ser: “disfrutar el camino”. Ser líder (en cualquier ámbito) no es una tarea sencilla.

Esto implica, tener una gran responsabilidad a cargo y un rol que impacta no solo en los resultados económicos de una empresa, sino también en la vida de muchas personas que dependen de esta. Pero no hay una herramienta más poderosa que hacer la labor con pasión y compromiso real.

Así que, enamorarse del proceso hará que los resultados lleguen por añadidura. ✨

\*Eliana Mogollón es Co-founder de @ottovet en Colombia. Miembro activo @redgestionveterinaria. Esp. en gerencia comercial y mercadeo. Esp. en gestión y marketing Veterinario. elianamogollonvergara@gmail.com.



# Gestión ✓

Tiempo estimado de lectura: 5 min

## ¿Importa la atención al cliente en el punto de venta?

La respuesta es que sí. Este es uno de los puntos en el que mayor diferencial pueden lograr las veterinarias. ¿Qué se sabe su impacto en los resultados?

### Camila Montaña

Periodista  
camila@minegocioveterinario.com



Es claro, las veterinarias además de ser centros de atención en salud también son centros de atención al cliente, es por ello que se hace esencial prestar especial atención a cada uno de los puntos de contacto que se tienen con las personas.

No en vano se dice que el veterinario tiene una doble responsabilidad en su profesión y ésta es con el paciente y con su tutor.

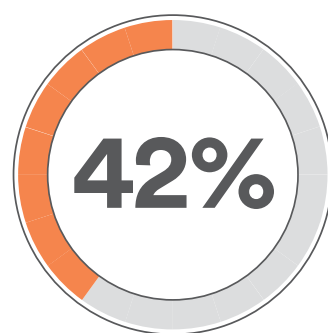
Es por ello que desglosamos en este artículo cada uno de los puntos de contacto para que cada vez que un cliente tenga contacto con alguno de los responsables de atención al cliente en la veterinaria se lleve la mejor experiencia posible y termine fidelizado, hasta el punto de que quiera recomendar los servicios.

Pero ¿por qué es importante dedicarle tiempo a este tema? Porque la atención al cliente permite captar, retener y fidelizar clientes, clave para la supervivencia de todos los negocios.

Según un estudio realizado y publicado por PWC, una de las empresas estadounidenses de consultoría más grandes e importantes del mundo, indica que una buena experiencia del cliente hace que los consumidores se sientan escuchados, vistos y apreciados. Esta tiene además un impacto tangible que se puede medir

en ingresos a la veterinaria. En el estudio PWC indica que:

- El 73% de las personas encuentran a la experiencia del cliente como un factor importante en sus decisiones de compra.
  - El 42% pagaría más por una experiencia amigable y acogedora.
  - El 86% de los compradores pagaría más por una gran experiencia.
  - Solo el 49% de los encuestados dicen que las empresas proporcionan una buena experiencia al cliente.
- Este es un dato revelador e incluso aterrador si se piensa en todos los momentos en los que por una razón u otra los clientes en la veterinaria no han salido satisfechos con la atención recibida.



Pagaría más por una experiencia amigable y acogedora

### Puntos de contacto

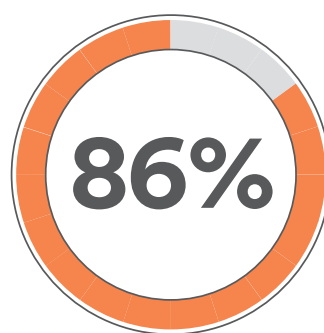
La atención al cliente se puede dividir en tres momentos que son: antes de la compra, durante la compra y al finalizar la compra.

En este artículo desarrollaremos los tres que se deben tomar con igual relevancia y se deben planificar con anterioridad para evitar el error.

### Antes de la compra

Para iniciar es clave saber cómo se debe preparar el proceso de atención y para ello es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos.

1. **Conocer las necesidades y preferencias de los clientes:** Entre mejor se conozca al cliente se puede brindar



Pagaría aún más por una gran experiencia

# SPRAYER PAUL

Curabicheras Líquido



- ▶ **Combinación exclusiva.**
- ▶ **Máxima penetración y adherencia.**
- ▶ **Alto poder residual.**



- Bovinos
- Equinos
- Ovinos
- Porcinos

# Flunixin Paul

Potente analgésico no esteroide con actividad antiinflamatoria y antipirética.



laboratoriopaul.com.ar  
ventas@laboratoriopaul.com.ar  
☎ 11 6304 8849

PAUL®  
Laboratorio Veterinario

120 AÑOS  
CUMPLIENDO!



un mejor servicio, pues en definitiva el servicio al cliente se trata de empatía. Es por ello que es clave entender qué productos y servicios está buscando y cuáles de los que se ofrecen en la veterinaria, se ajustan a sus gustos y necesidades.

## 2. Conocer las características de los productos y servicios:

Para ello el personal de atención al cliente debe estar capacitado integralmente sobre con lo que se cuenta en la veterinaria y saber dar respuesta a aquellos aspectos más complejos pues, el desconocimiento o duda ante alguna pregunta, puede generar desconfianza en el cliente.

## Durante la compra

Para ello es clave establecer cómo dirigirse al cliente.

Por eso es muy importante siempre demostrar seguridad pues esta genera confianza y si un cliente no confía en los profesionales que se encargan del cuidado y bienestar de su mascota, buscará quien

le brinde una mayor seguridad.

Además, se debe pensar en el trato que se otorga dependiendo del tipo de cliente al que se atiende.

No todos los públicos son iguales, no es lo mismo atender al animal de compañía de una persona mayor, que la de un joven o a una familia con su mascota enferma.

También se debe tener una escucha activa durante la atención para lograr generar venta cruzada pues, a partir de toda la información obtenida, se encuentran otros productos o servicios que satisfagan sus necesidades.

## Después de la compra

La pregunta es: ¿se debe hacer algo una vez se ha ido el cliente?

La respuesta es sí, pues el proceso de atención al cliente no termina cuando el cliente se va de la veterinaria pues existe la postventa que consiste en:

- Tomar nota de las preferencias y necesidades que mostró el cliente al atenderlo. Esto permitirá que, al volver, sienta que ha sido escuchado, pues los productos y servicios que se le ofrecerán corresponderán a sus gustos e intereses.
- Tomar nota de los datos del cliente y de su mascota. Esto tiene especial

importancia si se piensa en realizar estrategias de marketing donde se realiza envío de comunicaciones, ofertas y recordatorio de fechas de vacunación, descuentos y demás, por medio del correo.

Para terminar, el estudio de PWC indica que solo existe una oportunidad cada vez, para hacer las cosas bien.

Es por ello que releva la pregunta de ¿Te imaginas perder entre un quinto y un tercio de tus clientes en un solo día?

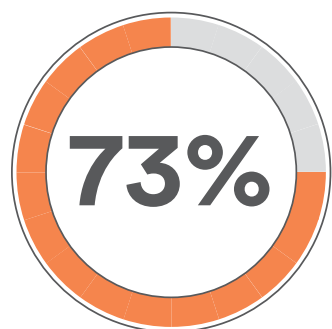
Y sobre ello indica que eso podría pasar después de una sola mala experiencia de atención al cliente, pues: "incluso si la gente ama su compañía o producto, en los Estados Unidos el 59% se marchará después de varias malas experiencias, el 17% después de solo una mala experiencia".

Pero este índice sube vertiginosamente cuando se analiza el mercado en América Latina pues, según PWC, "el 49 % dice que se alejaría de una marca después de una sola mala experiencia".

¿Este número no debería prender las luces para que se pusiera una lupa en la atención al cliente? Claro que sí. ✦

## Lo más importante

No todos los públicos son iguales, no es lo mismo atender al animal de compañía de una persona mayor, que la de un joven o a una familia. También se debe tener una escucha activa durante la atención para lograr el mejor servicio y ventas cruzadas pues, a partir de toda la información obtenida, se podrán poner a disposición del cliente nuevas soluciones a sus necesidades reales.



Encuentra a la experiencia del cliente como un factor importante en sus decisiones de compra

# Oxicam<sup>TM</sup> B12

¡Único en el mercado!

## Descubrí el verdadero potencial analgésico del Meloxicam.

Oxicam B12, innovando en analgesia veterinaria.

MELOXICAM 4,0 mg  
VITAMINA B12 0,4 mg

7 mm  
Comprimidos



## Oxicam B12 Sinergia analgésica

Indicado para:  
Osteoartropatías  
Neuropatías  
Oncología  
Post-quirúrgicos

Info completa



(\*) Marca registrada de Richmond Vet Pharma





# NUEVA MEDALLA INTELIGENTE PARA MASCOTAS

**BRAVECTO**  
GeoID



Bravecto® ideó una innovadora forma de proteger a las mascotas, una medalla inteligente que permite:



## Localizar mascotas perdidas

Cada vez que alguien escanee el código QR de la medalla llegará un e-mail automático avisando la ubicación exacta de la mascota.



## Obtener información relevante

Bravecto GeoID permite llevar toda la información importante de la salud de la mascota en una sola medalla inteligente. (Ej: mascota diabética, alergias, etc.)



## Práctico y fácil de usar



[www.bravecto-geoid.com](http://www.bravecto-geoid.com)



**¡Solicítalo gratis a tu distribuidor!**  
por la compra de productos Bravecto® y ayuda a los tutores  
a prevenir la pérdida de mascotas.

**BRAVECTO**

 **MSD**  
Salud Animal