



mi negocio ve+erinario

INTELIGENCIA VETERINARIA

El boom de la Inteligencia Artificial y los temores que la misma genera resuenan en el mundo veterinario. ¿Habrá una convivencia pacífica entre las partes? Abrazar el cambio, aprovechar la tecnología y usarla a favor, puede llevar a mejorar la atención de clientes y pacientes.

¿CÓMO ARRANCÓ EL AÑO?

CLAVES PARA VENDER MÁS EN EL MOSTRADOR

COLUMNA

¿TODOS TENEMOS LOS MISMOS PROBLEMAS?



● 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



SOLUCIONES NUTRICIONALES ESPECÍFICAS PARA LA SALUD URINARIA

URINARY






[S/O
INDEX]

La enfermedad urinaria puede abarcar una variedad de causas y signos, que pueden ser abordados a través del soporte nutricional específico.

Controlar la ingesta de agua y minerales, puede tener un papel clave en la recuperación del paciente.



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.

DIRECTOR

Luciano Aba

PRODUCCIÓN

Nicolás de la Fuente

DIRECCIÓN DE MARKETING

Margarita Briceño

REDACCIÓN

Guadalupe Varelli
Camila Montaña
Daniela Mattiussi

PUBLICIDAD

Florencia Martiren

CONTACTOS

@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 o vía info@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

Otro paso adelante: en el mes de junio, cruzamos las fronteras

Luciano Aba

Editor en
Mi Negocio Veterinario
luciano@minegocioveterinario.com



Ya con nuevo nombre y concepto, junto a **Mi Negocio Veterinario** iremos presentando novedades para seguir brindando contenidos y servicios a profesionales, dueños de pet shops y veterinarias dedicadas a los animales de compañía en Argentina y otros países de América Latina.

Y es en este último punto importante para nosotros haber sido invitados a participar los días 7, 8 y 9 de junio al Congreso VEPA 2023 “Naturalmente extremo” (www.congreso2023.vepa.co.com), en Bucaramanga, Colombia.

Este no es un hecho menor en el avance de nuestro propósito.

¿Por qué? Este evento es organizado por la Asociación Colombiana de Médicos Veterinarios dedicados a la clínica de Pequeños Animales, entidad con 50 años de trayectoria, que cuenta con 19 capítulos (regiones) y más de 600 miembros.

Ahí compartiremos la sala de gestión, organizada por Eliana Mogollón (columnista también en **Mi Negocio Veterinario**), junto al referente brasileño Sergio Lobato y al profesional colombiano, Mauricio Villalobos.

En nuestro caso, compartiremos cuatro charlas bien concretas: “De la A a la Z ¿Qué hablamos cuando hablamos de gestión?”; “¿Cómo manejar la rutina de un centro veterinario?” (junto a Eliana Mogollón); “Hablar VS comunicar ¿se puede ser más efectivo en la clínica?” y “¿Cómo recuperar lo que no se cobra?”

Todo esto en un marco en el cual se espera la asistencia de más de 3.500 profesionales, los

cuales también podrán acceder a las salas específicamente pensadas para abordar los temas de cirugía, oncología, medicina interna, gatos, nefrología, odontología, etología y urgencias.

En el espacio de Gestión, Villalobos, Lobato y Mogollón también abordarán temas como “Los 10 mandamientos para incrementar ventas en tu negocio veterinario”; “Tik Tok y Reels dummies”; “Construcción exitosa de un centro veterinario”; “Gestión técnica como base del éxito” y “¿No sabe cómo diferenciarse de la competencia? La experiencia al cliente es la respuesta”, entre otros.

Además, se realizará un Foro sobre Aspectos legales en la medicina veterinaria.

Con la máxima expectativas esperamos participar del Congreso VEPA 2023, para compartir junto a los asistentes de la sala de Gestión todo lo que en estos 14 años hemos difundido sobre temas estratégicos en el presente y futuro de la profesión veterinaria a nivel regional. ✦



CANIGEN® MHA2PPI

Vacuna para la **inmunización** contra **moquillo**, **hepatitis infecciosa**, **parvovirus canino** y complejo respiratorio causado por **adenovirus tipo 2** y **parainfluenza canina**.



Dale su **QUÍNTUPLE** de **PROTECCIÓN**.

La **quíntuple canina** le brinda **protección** contra **5 enfermedades** que le pueden causar mucho daño a tu cachorro.

LA VACUNACIÓN ES UNA PRÁCTICA DE TENENCIA RESPONSABLE.



La evolución de la salud animal

BROUWER
www.brouwer.com.ar

**+ krönen Vet
PROMO!**

COMPRANDO

Power ULTRA MELTRA GOLD



» TE LLEVÁS

1 VITROCONVECTOR

Calefactor Convector - 2000W de potencia
Control mecánico de temperatura.
Incluye: patas de aluminio y accesorio
para colgar en pared.

¡DE REGALO!



telemarketing2@kronenvet.com.ar

+54 9 221 6374218

Hacelo tuyo!
con **PUNTOS**
krönen Vet



**¡Además, intercambiá puntos
por increíbles beneficios!**

¡Escané!



Comprá

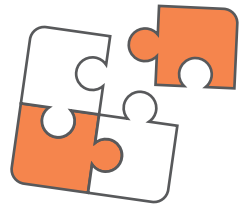


Acumulá



Canjeá





Gestión ✓

Primer semestre: tiempo de balances

Tiempo estimado de lectura: 4 min



Frente a los desafíos económicos actuales, es clave que los negocios veterinarios evalúen sus resultados en relación a los objetivos propuestos y vayan analizando acciones para evitar sorpresas en diciembre.

Luciano Aba

Editor en
Mi Negocio Veterinario
luciano@minegocioveterinario.com



rendimiento de los colaboradores, sino para recibir un feedback de su parte en relación con las tareas que realiza y sus necesidades.

¿Dónde estamos parados?

Si bien en www.minegocioveterinario.com podrán saber más sobre cómo establecer el punto de equilibrio en una veterinaria, reforzamos la importancia de esta práctica, sobre todo en tiempos de alta inflación.

¿Cuál es el ingreso diario que debe generar la empresa para -al menos- empatar los costos que le genera estar abierta? Responder esta pregunta es clave, no solo para poder compararla con el valor de comienzo de año, sino también para proyectar acciones a futuro.

Escuchar al cliente

De manera presencial u on line, el cierre del primer semestre es también una buena oportunidad para realizar encuestas a los clientes sobre el servicio que reciben, la calidad de los mismos y, también indagar sobre otras propuestas que las personas esperan encontrar en el punto de venta.

Consulta a consulta

Poder establecer el valor del ticket promedio que se factura en la veterinaria resulta de vital importancia, por su valor comparativo, para poder tomar decisiones en consecuencia. Por ejemplo, si el ticket promedio ha bajado en el primer semestre de 2023 en relación al mismo

¿Cómo viene el año? Variables a considerar

- #1 Generar reuniones con los colaboradores para evaluar rendimiento y necesidades.
- #2 Actualizar el Punto de Equilibrio de la veterinaria en relación al primer semestre.
- #3 Realizar encuestas a clientes para conocer la percepción sobre la atención y nuevas oportunidades.
- #4 Reestablecer el valor del ticket promedio generado y compararlo con mismo período de 2022.
- #5 Actualizar el ratio de frecuencia de visita promedio por cliente para prevenir futuras acciones.

período de 2022, deberemos contar con más clientes o un incremento de precios, para al menos nivelar la balanza.

Frecuencia de visitas

En tiempos de dificultades económicas, las personas suelen espaciar más de lo habitual la visita a las veterinarias. Poder comparar esta situación hoy, respecto de lo ocurrido el año pasado, también permitirá pensar poner en marcha nuevas propuestas para sumar más clientes o bien incrementar los precios en el modo correcto para no perder competitividad en el tiempo. ❖



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 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

☎ 11 4504-7332

munozvet.com.ar

📞 11-6184-9660

“Queremos ser la mejor clínica veterinaria especialista en urgencias”

Inaugurada a fines de 2022, la clínica veterinaria Cilap realizó una capacitación para veterinarios de CABA, los cuales también visitaron las instalaciones. Hablamos con su dueño, el MV Maximiliano Cifuentes Laponio.

Daniela Mattiussi

Periodista
daniela@minegocioveterinario.com



Maximiliano Cifuentes Laponio tiene 28 años, es veterinario desde hace un año y el primero en su familia en haberse recibido de una carrera universitaria.

Desde que es aún más chico, soñó con tener una clínica para animales de compañía donde se atiendan todas las especialidades, pero con las urgencias a la cabeza.

El pasado 29 de octubre, este joven emprendedor logró cumplir su sueño y abrir Cilap con ayuda de toda su familia.

Recientemente habló con **Mi Negocio Veterinario** sobre la clínica, cómo es el trato particular con los animales y sus sueños que aún no terminaron.

Cilap (@clinicaveterinariacilap) ofrece todos los servicios convencionales, urgencias, internación, clínica, cirugías, ecografía con especialista y urgencias, entre otros. Sin embargo, su mayor causal de trabajo proviene de las derivaciones de otros colegas.

Cuenta con servicio de internación las 24 horas, aunque las urgencias por el momento solo las reciben de día.

“Durante la noche continuamos asistiendo a los animales internados, pero no recibimos nuevos porque, para brindar un servicio, como corresponde, necesitamos

de más personal y aún hace poco que abrimos”, detalló Maximiliano.

Una de las cuestiones que más llaman la atención es cómo tienen organizado y sectorizado cada uno de los espacios, sobre todo los de internación.

En el caso de los felinos, cuentan con un lugar aparte donde se prestó atención en el color de las paredes para que no se alteren, la altura donde tienen que estar, les prestan atención a los olores, feromonas, tienen la intensidad de las luces de determinada manera y suena música cat friendly las 24 horas.

“Próximamente vamos a agregar un proyector en la pared para que proyecte una ventana y un paisaje. Todo lo hacemos porque queremos centrarnos en las necesidades de cada uno... el gato no es perro y el perro no es gato”, puntualizó nuestro entrevistado en diálogo con **Mi Negocio Veterinario**.

Trabajo conjunto

Maximiliano es veterinario desde hace un año, se recibió en mayo del año; pero viene trabajando de asistente hace casi 10 años. Estudió en la Universidad de Río Negro hasta cuarto año y luego, por cuestiones personales, volvió a Buenos Aires donde estaba su familia y terminó la carrera en la USAL, con el apoyo de sus padres.

“Desde que llegué de Río Negro empecé a tra-

bajar. Como tenía un buen promedio fui seleccionado para las castraciones públicas, después de ahí conocí a un veterinario y empecé de ayudante. Pasé por ser ayudante de cirugías, asistente, ayudante en internación y urgencias, y hace 4 años de ayudante quirúrgico, que es lo que me estoy abocando en la clínica”, relató.

Ya desde que era muy chico, siempre hablaba con su papá sobre la posibilidad de tener una clínica veterinaria y cuando volvió de Río Negro comenzaron a salir oportunidades de préstamos para estudiantes.

“Pedí el préstamo y empecé a comprar cosas para el día que abriera mi clínica. Lo primero que me compré fue un equipo de rayos usado, que es el que



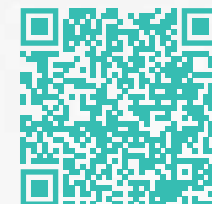
El camino hacia el alivio del prurito parecía muy largo...



...hasta que llegaron Apoquel y Cytopoint

Más info:

apoquel



CYTOPOINT.





FOTO: Marcelo Zysman disertó en la Jornada organizada por Cilap a comienzos del mes de abril sobre manejo de dolor en animales de compañía.

estaba en la Vete y así fui comprando de todo hasta que, en un momento, el living de mi casa estaba lleno de cosas”, recordó en nuestra entrevista.

Hace dos años comenzaron a buscar un lugar para la veterinaria y encontraron el espacio en el cual están hoy en la Av. Ángel Gallardo 75, en el barrio porteño de Villa Crespo.

Veterinaria y gestión

Maximiliano siempre trabajó mucho. Cuenta que estudiaba de lunes a viernes, luego el fin de semana trabajaba, salía y volvía a estudiar.

Sin embargo, se dio cuenta que “era tanto trabajo que hacía para los demás que prefiero trabajar lo mismo pero un poco más para mí. Y hasta ganar un poco menos, o no ganar, pero es para mí. Y es complicado, más en esta época”.

Además, indicó que al estar el frente de una clínica implica muchas cuestiones adicionales.

“Creía que con saber curar al animal y estudiar iba a estar todo bien, y hoy me encuentro haciendo cursos de manejo

“

Hoy me encuentro haciendo distintos cursos: de manejo de empresas, de cómo invertir, manejo del personal y en cómo hablar mejor con la gente.

de empresas, de economía, de cómo invertir, cómo comprar, cómo pedir esto, cómo manejar el personal, cómo poder hablar con la gente, etc”.

Hace unos meses atrás comenzaron siendo 5 veterinarios donde él estaba todo el día y se quedaba hasta en las noches. Hoy en día son 30 veterinarios y auxiliares, sin contar especialistas, y aun así hace 4 guardias por semana.

“Nos gusta que las personas que trabajan con nosotros entiendan cómo nos interesa atender que no es ni mejor ni peor que en otros lugares, pero es nuestra forma”, agregó.

“Apuntamos a volar muy alto”

Este joven emprendedor ya desde el comienzo sabía lo que quería y por ello fue.

“Cuando decía que iba a poner una veterinaria grande, era recontra soñador, con una economía que no daba para decir eso y se pudo. Entonces ya sin miedo digo que mi sueño es poder ser la mejor clínica, la más completa. Apuntamos, y es volar muy alto, a hacer algo como VET’S Chile, ese hospital de última generación que hacen lo mejor, son especialistas en urgencias, eso es lo que queremos apuntar”.

Maximiliano indicó que la clínica es algo que aporta a sus pacientes, pero ellos quieren basarse en urgencias.

“Quiero que digan: no sé qué hacer, no sé qué tiene o está muy mal, anda a Cilap que, si no lo hacen ahí, no se hacen en otro lado. Obviamente, vamos 6 meses, pero soñamos eso”.

No obstante, está muy centrado en la situación del país, pero adelantó que les

está yendo mejor de lo esperado.

Hoy la clínica está en un promedio de 10 pacientes internados diarios.

“Por supuesto que siempre hay un problema. Antes cuando era empleado yo me iba de la veterinaria y el problema no me lo llevaba. Hoy eso es distinto, todo el día estoy pensando en lo que voy a hacer y mejorar y cómo solucionar los problemas”, nos contó.

Y profundizó: “Nos sentamos en la mesa con mi familia a cenar y todos estamos pensando en la clínica, en cómo mejorar y hacia dónde queremos ir”.

Dos grandes dificultades

En lo que respecta a las grandes dificultades de la profesión, Maximiliano le explicó a **Mi Negocio Veterinario** que hoy en día la más grande es la falta de respeto.

“Esto se ve en todos lados, pero nosotros sentimos más la violencia, la falta de respeto que hay hacia nosotros, es constante. La gente por ahí no acepta la enfermedad o la muerte, que en otros rubros creo que sí lo hacen, pero en este caso la culpa tiene que ser nuestra sí o sí”.

Y agregó que mira mucho lo que sucede en el mercado de Chile.

“Me encanta y estamos a años luz de ellos. No poder llegar a un tomógrafo o un resonador, o quiero invertir en cirugía para empezar a hacer laparoscopia y sale US\$ 70.000. Entonces creo que ese es otro limitante: lo económico. Muchas veces no cobramos como para poder invertir y dar mejor calidad de servicio”.

Para cerrar, Maximiliano Cifuentes Laponio concluyó que: “Hay que soñar mucho, es lo que me quedó de aprendizaje. Cuando hablábamos de esto, muchas veces me trataban de “loco”. La realidad es que es difícil, pero se puede”. ✨

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

Entrevistas



Tiempo estimado de lectura: 6 min

Camila Montaña

Periodista
camila@minegocioveterinario.com



“No hace falta complejizar el análisis, se trata de mejorar”

Desde la Consultora Mercader, Javier Sánchez Novoa enumera las ventajas de trabajar en una buena gestión de las veterinarias y hace foco en los problemas comunes que estos emprendimientos tienen en toda la región.

Javier Sánchez Novoa es director de la Consultora Mercader y subdirector del Postgrado en gestión y marketing veterinario de VetesWeb. La Consultora Mercader (@consultora_mercader) nació hace 9 años y si bien Sánchez Novoa es licenciado en comercialización, ha trabajado en

muchas empresas del sector farmacéutico veterinario en áreas comerciales y con muchos médicos veterinarios. Según él, esto es lo que le ha permitido comprender las necesidades de este nicho de mercado.

“He conocido grandes profesionales y aprendido mucho de estas empresas. Al estar tan cerca del veterinario en tantos años, pude ir descubriendo todas las necesidades que tenían en sus clínicas”, aseguró en diálogo con **Mi Negocio Veterinario**.

Además, afirmó que “para transitar ese camino de la gestión y dar ese paso, hay que contar con mucho valor, respirar profundo, dedicarle tiempo y vencer prejuicios”.

En nuestro mano a mano con Sánchez Novoa identificamos la importancia de gestionar correctamente el centro veterinario, definir el perfil del profesional que decide lanzarse a implementar mejoras y establecer cuáles serían las más fáciles de poner en práctica en la veterinaria.

“El de Recursos Humanos es uno de los principales desafíos que enfrentan las empresas veterinarias”.

Mi Negocio Veterinario: ¿Por qué es importante que un centro veterinario decida trabajar en mejorar su gestión?

Javier Sánchez: Hoy más que importante es fundamental. Trabajar con buenas prácticas de gestión en una empresa veterinaria es necesario por el contexto en el cual se desarrollan; un contexto que en el caso de la actividad no es exclusivo de Argentina, sino que se comparten problemáticas con otros países de la región.

La gestión veterinaria viene a traer soluciones en esto de pensar una empresa que se mantenga en el tiempo de forma rentable; que pueda desarrollarse y pueda crecer. A veces se piensa que la gestión de una empresa veterinaria tiene que ser algo muy complejo y está solo reservado para grandes empresas, grandes hospitales y grandes clínicas y no es así, para nada. Entonces parte del trabajo nuestro como consultores en gestión veterinaria es desmitificar esto.



Javier Sánchez Novoa

Más sobre el entrevistado

Argentina

Ocupación actual: Director de la Consultora Mercader y subdirector del postgrado en gestión y marketing veterinario de VetesWeb.

Formación: Licenciado en comercialización de la Escuela Argentina de Negocios. Postgrado en coaching, liderazgo de equipos y gestión de recursos humanos de la Escuela de Negocios Europea de Barcelona.

@consultora_mercader
javier.sanchez@consultoramercader.com.ar
consultoramercader.com.ar
@Mercaderconsultora

¿Es decir que hay una estrategia tanto para una clínica con tres o cuatro empleados, como para una cadena con varias sucursales?

JS: Absolutamente, incluso si el profesional piensa, bueno, pero trabajo yo solo, no tengo empleados, incluso hasta no tengo un local, no tengo una veterinaria, no tengo un consultorio, solo hago domicilios, por ejemplo, también necesita gestión.

Necesita gestionar la información de sus pacientes, de sus clientes, incluso hasta de su ejercicio profesional.

La gestión está en todos lados.

¿Por qué decidiste ayudar a los veterinarios por medio de la consultora?

JS: He conocido grandes profesionales, he aprendido muchísimo de estas empresas y al estar tan cerca del veterinario en tantos años, pude ir descubriendo todas las necesidades que tenían.

Esto de salir de una Universidad y encontrarse que ahora hay que llevar adelante una empresa, nunca se lo contaron y que además tiene que ser rentable y vivir de eso, de su ejercicio profesional... Entonces fui descubriendo con el tiempo que el veterinario está solo, que estaba solo.

Y en todo ese camino que fui recorriendo y conociendo muchas realidades en diferentes ciudades y localidades descubrí puntos en común, problemáticas, y conflictos compartidos por los profesionales. Entonces, llegado un momento de mi vida profesional, di ese paso, que en un principio parecía casi un paso en el vacío, donde el contexto, claro, te decían, gestión veterinaria, ¿qué es eso? “No, eso está pensa-

do para grandes empresas”, o eso “es marketing, no, no funciona”, “no es la realidad”. Bueno, pasaron los años, ya nueve, y tuve la suerte de ayudar a muchos profesionales. La consultora se creó con ese objetivo, ayudar al profesional veterinario a poder llevar adelante su actividad, poder gestionar su empresa, y salir del estrés diario. Y de alguna manera empoderar a los profesionales que sí pueden, que sí pueden hacer gestión, y que sí pueden gestionar su empresa.

¿Cuál es el perfil del veterinario que decide tomar estas consultorías contigo?

JS: Es el profesional que mucho tiempo le dijeron que no podía, mucho tiempo le dijeron que era muy complejo esto de llevar adelante una empresa veterinaria.

El perfil del veterinario es el que quiere dar un paso más, el que se da cuenta que hay otro camino que está exactamente al lado del que está recorriendo, y que los resultados son fantásticos. Pero para transitar ese camino de la gestión y dar ese paso que los va a diferenciar de otros profesionales y de otros médicos veterinarios, hay que contar con mucho valor, hay que respirar profundo, dedicarle tiempo y vencer prejuicios, en esto de hablar de números, de plata. Porque le dijeron durante toda su Carrera y luego de recibirse que “vender está mal”, que hacer plata “es malo”, que un veterinario es “solo por amor a los animales”.

Entonces, el perfil del veterinario que avanza es un perfil activo, que quiere decidir sobre otro futuro para su ejercicio profesional, para su empresa, ese perfil del médico o médica veterinaria cuenta con una gran resiliencia. Son profesionales que se levantan más allá de las adversidades.

¿Podrías enunciar algunos de los problemas más comunes que se observan en la gestión de los centros veterinarios?

JS: Surgen algunos que son muy complejos como la crisis de los recursos humanos. No hay profesionales que accedan a los puestos de trabajo, hay alta rotación. Ese es un conflicto que se está dando hace un tiempo, y realmente hoy te diría que es uno de los principales problemas que se enfrenta la empresa veterinaria.

“Para transitar el camino de la gestión, hay que contar con valor, respirar profundo, dedicarle tiempo y vencer prejuicios”.

¿Nos puedes decir tres pasos o tips que debería tener en cuenta ese veterinario que quiere empezar a gestionar su negocio?

JS: Lo primero y más importante, creérsela, creer que puede hacerlo, parece algo muy simple, pero el primer paso es creerse que uno puede dar un paso más, que puede diferenciarse y que puede trabajar con la gestión.

El segundo paso es tener autocrítica... decir “bueno, esto no lo estamos haciendo bien”, “esto podría mejorarlo”, “esto es espantoso”, “lo tengo que cambiar, ya”.

Entonces, segundo punto, autocrítica, frenar, sincerarse y querer cambiar.

El tercer punto es trabajar con la gestión y lo que le invito a las médicas y médicos veterinarios es poder pensar, si uno quiere analizar la empresa en su totalidad y de golpe es muy complejo, entonces empezar a trabajar por dimensiones. Observo recursos humanos, mis equipos de trabajo, médicos veterinarios, plantel no médico, ¿qué puedo mejorar en ellos?

Los observo, pero la observación no tiene que ser a modo de juez.

Luego de eso, me puedo meter en los procesos administrativos, ¿qué estoy haciendo con las cuentas de mis proveedores, de mis clientes? ¿Estoy administrando los bienes? ¿Estoy perdiendo plata? ¿Cómo lo estoy haciendo hoy?

Otra óptica es la comercialización, me meto ya en lo comercial ¿tengo políticas de precios, en mi sistema de gestión? ¿Trabajo bien con mi sistema de gestión?


¿Mis equipos están trabajando bien? ¿Cómo me estoy comunicando con mis equipos y cómo estoy comunicándome con el cliente externo?

¿Lo puedo mejorar? No hace falta complejizar el análisis, solamente eso, en cada dimensión, observar, ¿cómo puedo mejorar lo que estoy haciendo?

También reconocer lo que se hace bien. ✨



La veterinaria, en diálogo con la Inteligencia Artificial

Tiempo estimado de lectura: 7 min 

¿Puede haber una convivencia pacífica entre las partes? Abrazar el cambio, sacar provecho de la tecnología y usarla como una herramienta, también puede mejorar la atención de clientes y pacientes.



NOTA DE TAPA

Guadalupe Varelli

Periodista
guadalupe@minegocioveterinario.com



Por qué lo nuevo nos da miedo? Cada avance tecnológico supone para la humanidad oportunidades y también amenazas. Desde la revolución industrial del Siglo XVIII hasta hoy, cada innovación trajo grandes aumentos de la productividad, pero profundos cambios en nuestras formas de vida. ¿Por qué esta vez sería distinto?

La Inteligencia Artificial está en boca de todos. Los medios de comunicación, buscando llamar la atención cada vez más dispersa de los usuarios, se alimentan de ese miedo a lo desconocido e imprimen titulares escandalosos. Hablan de “trabajos en peligro de extinción”, “millones de puestos en riesgo”, “el Chat GPT viene por vos” o hacen listas de las profesiones más amenazadas.

El mundo veterinario no fue la excepción. Hace pocas semanas nos sorprendimos con la noticia de que un chat generado por Inteligencia Artificial le había salvado la

vida a un perro. Cientos de medios de todo el mundo repitiendo lo mismo. Pero ¿cómo puede un Chat intervenir en la salud de un animal? La respuesta: no puede.

Para resumir el caso, el dueño de un perro llevó a su mascota al veterinario, quien le realizó estudios y le diagnosticó una anemia producida por garrapatas. El perro recibió tratamiento, pero no mejoró. Cuando volvieron a la consulta, el veterinario no supo dar un diagnóstico y aconsejó -según dice este tutor- esperar para ver la evolución.

El hombre no se quedó conforme con la respuesta y acudió a ChatGPT4 en busca de soluciones. Siempre según el relato de este usuario en su cuenta de Twitter, se ocupó de cargar todos los resultados de los estudios a la aplicación y le pidió que le dijera qué mal aquejaba a su perro.

Luego de varias idas y venidas el ChatGPT4 sugirió que podría tratarse de una enfermedad autoinmune.

Con ese “diagnóstico” en la mano, el tutor acudió a un segundo veterinario quien coincidió en que ese podría ser el problema, indicó más estudios para confirmarlo y, entonces sí, le salvó la vida.

¿Quién salvó al perro?

El caso es interesante porque, según donde se ponga el foco, podemos llegar a conclusiones divergentes. Porque si bien es cierto que el chat ofreció una respuesta posible (entre otras), fue un veterinario quien indicó estudios y ofreció un primer diagnóstico y tratamiento, y fue otro veterinario quien también se valió de análisis específicos para confirmar la hipótesis e indicó el tratamiento adecuado.

Nada de todo lo que ocurrió podría haber

“¿Se puede resistir? Sí, con el riesgo de quedarse fuera del negocio al ser superado por quienes ofrecen respuestas más rápidas, precisas y confiables.”

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

sucedido sin la intervención de un profesional con las capacidades técnicas para evaluar y abordar lo que estaba sucediendo.

Y nada de lo que ocurrió podría haber sucedido sin tecnología, la misma que cambió profundamente el ejercicio de la veterinaria hasta llegar a ser como la conocemos hoy, con máquinas que realizan ecografías, radiografías, tomografías, análisis de sangre, orina, y tantas otras que ya son parte de la rutina diaria.

Entonces, ¿hay razones para temer?

La Inteligencia Artificial se caracteriza por ser una tecnología capaz de procesar gran cantidad de datos en muy poco tiempo, a una velocidad que una persona no podría, establecer relaciones entre ellos, y devolver una respuesta en un lenguaje que simula el humano. Es posible que haya trabajos que ya no sean requeridos, pero estamos completamente seguros de que la veterinaria no será uno de ellos.

Es y será el veterinario el que intervenga sobre el cuerpo del paciente, el que indique la medicación adecuada, y el que se haga cargo y responsable de la evolución de cada cuadro. Y no solo eso. Es y será el veterinario el que reciba a un tutor angustiada, le haga las preguntas correctas, lo guíe y acompañe en el tratamiento de su mascota.

Porque inteligencias hay muchas, y la ética y la emocional no se tratan de procesar datos sino de establecer relaciones.

¿Por qué estamos hablando de IA en este momento?

En noviembre de 2022, Open AI lanzó una versión de prueba de su producto ChatGPT para testear la reacción del mercado. El éxito fue abrumador: llegó al millón de usuarios en los primeros cinco días. Para su desarrollo, se habían invertido hasta ese momento 100 millones de dólares.

Open AI, que nació como una organización sin fines de lucro, hoy es una empresa comercial. Su principal accionista es Microsoft, que proyecta invertir US\$ 10.000 millones en los próximos años. Y no es el único gigante buscando ganar el mercado, IBM y Google están desarrollando sus propias plataformas y estarán muy pronto compitiendo por los usuarios/consumidores.

Vale la pena tener en mente estos números. La tecnología no llega de manera sorprendente a revolucionar nuestro mundo. Es un producto buscado, desarrollado, difundido por empresas y es por eso que estamos hablando de IA, porque es un negocio en expansión buscando instalar nuevas necesidades.

Sin ir más lejos, el tutor del perro que mencionamos anteriormente utilizó la versión ChatGPT4, la cual requiere una suscripción mensual para acceder.

La veterinaria no está exenta. Hay en el mundo al menos tres empresas que están desarrollando productos para ofrecer soluciones para el análisis de datos e imágenes médicas, el diagnóstico de enfermedades, la interpretación de resultados y la gestión de datos de salud, con el fin de mejorar la atención clínica (Ver recuadro).

En presente

Por futurista que parezca esta conversación, lo cierto es que no es realmente nada nuevo. Una búsqueda rápida en Google Scholar y podemos encontrar un artículo publicado en la Revista Argentina de Parasitología donde se describe la aplicación de tecnología que utiliza una red neuronal artificial para agilizar el registro de los parásitos *Grillotia carvajal* regorum en los tejidos de los peces hospedadores con una eficacia del 97%.

En las Memorias del II Congreso Binacional de Investigación, Ciencia y Tecnología de las Universidades del Sur del Ecuador y Norte del Perú un artículo reseña el uso de redes neuronales como técnica de solución al diagnóstico de enfermedades infecciosas del ganado vacuno donde en los 33 casos de prueba el sis-

tema inteligente generó un resultado igual al emitido por el médico en un 100%.

¿Uno más? Un artículo disponible en la web de la Universidad del Valle (Colombia) analiza dos sistemas expertos que se basan en estrategias de inteligencia artificial para buscar la solución más acertada en cuanto al diagnóstico de enfermedades de los caninos.

En el ámbito de la clínica diaria, la Inteligencia Artificial también está presente.

Cada vez más profesionales recurren al Chatbot, herramienta que simula conversaciones para poder dar respuestas rápidas a las consultas virtuales de los clientes.

La versión gratuita de ChatGPT, que ya es usada por los tutores para consultar sus dudas, elaborar hipótesis y “diagnosticar” a sus mascotas antes de llegar a la veterinaria, es una versión un poco más elaborada que el “Dr. Google” con el que los veterinarios conviven desde hace años. Esa misma herramienta puede ayudar a crear respuestas predeterminadas, escribir mensajes sencillos y ayudar con la redacción de las tantas instancias de comunicación abiertas con los clientes a través de redes sociales, correo electrónico y mensajería instantánea.

Resistir, convivir, abrazar

El escenario está planteado. La actitud que cada uno adopte ante los cambios lo ubicará en una posición más o menos ventajosa en el negocio veterinario que se está perfilando.

En breve habrá aplicaciones de inteligencia artificial para, entre otras cosas:

- Procesar gran cantidad de datos y reconocer patrones complejos que permitan llegar a diagnósticos más precisos.
- Predecir enfermedades antes de que se manifiesten clínicamente, permitiendo un abordaje temprano y una mejor recuperación.
- Analizar datos de salud de los animales para ayudar a los veterinarios a crear planes de tratamiento personalizados basados en la historia clínica y genética del animal.

¿Se puede resistir? Sí, claro, con el riesgo de quedarse afuera del negocio al ser superado por quienes ofrecen a sus clientes respuestas más rápidas, precisas y confiables.

Otra alternativa es la convivencia pacífica, y sumarse a una tendencia cuando ya está completamente instalada y demanda por los clientes. Por último, está la opción de abrazar el cambio, sacar provecho de la tecnología y usarla como herramienta para brindar la mejor atención a los clientes y a los pacientes. ❖

Terapia analgésica multimodal

La analgesia multimodal consiste en la combinación de terapias farmacológicas y no farmacológicas.

Su uso se sustenta en el principio farmacodinámico que sostiene que dos drogas con mecanismos de acción diferentes, pero con el mismo efecto (analgesia), se potencian al interactuar en el organismo promoviendo un **efecto terapéutico superador**.

Además, la potenciación permite reducir la dosis de los fármacos utilizados, **disminuyendo la posibilidad de ocasionar los efectos adversos que acompañan las altas dosis**. Combinar los analgésicos clásicos con coadyuvantes pueden mejorar radicalmente el éxito del tratamiento.

Escala analgésica según la Organización Mundial de la Salud

Dolor leve

Analgésicos no opioides ± coadyuvantes*



Meloxivet.

Dolor moderado

Opioides menores ± analgésicos no opioides ± coadyuvantes*



Meloxivet. + Tramadol.

Dolor grave

Opioides potentes ± analgésicos no opioides coadyuvantes*



Meloxivet. + Morfina Buprenorfina Fentanilo

* Coadyuvantes como medicamentos no analgésicos y terapias físicas complementarias.

3 EMPRESAS QUE YA AVANZAN EN VETERINARIA

1 IBM Watson Health: proporciona soluciones de IA para el análisis de datos médicos, incluyendo los datos de pacientes en la medicina veterinaria.

2 Vetology AI: es una plataforma de IA diseñada específicamente para la medicina veterinaria. Ofrece soluciones para el diagnóstico de enfermedades, la interpretación de resultados de exámenes y el análisis de imágenes médicas.

3 Zoetis: es una empresa líder en productos farmacéuticos y soluciones de salud animal, que también ofrece soluciones de IA para la medicina veterinaria. Su plataforma de IA se centra en el análisis de datos de salud animal para mejorar la atención médica.

Conocé nuestras líneas para el **tratamiento del dolor**



Gotas SABORIZADAS



Comprimidos SABORIZADOS



Gotas SABORIZADAS



Laboratoriojohnmartin

(+54 9) 11-3316-1969



En primera persona

Por **Virginia Vallejo**
Argentina



Menor carga de trabajo, más clientes e ingresos: es posible

Los clientes nos demandan más y más. Piensan que debemos estar 24/7 atendiendo sus consultas y nos juzgan negativamente si no lo hacemos. ¿Cómo nos puede ayudar la automatización de respuestas vía Chatbots?

¿Sentís que contestar todos los mensajes y consultas que recibe tu negocio te demanda demasiado tiempo, energía y recursos?

¿Dejás mensajes sin responder o clientes sin atender y esto deriva en un reclamo?

Los Chatbots han llegado para quedarse y son una herramienta excelente para mejorar la conversión y la fidelización de nuestros clientes.

Siempre las mismas preguntas una y otra vez, a cualquier hora, en cualquier día de la semana. “¿Dónde se encuentran ubicados?” “¿En qué horarios atienden?”

“¿Puede indicarme un producto para desparasitar a mi perro?” “Tengo una urgencia, ¿me podrían atender?”

Los clientes nos demandan más y más. Piensan que debemos estar 24/7 atendiendo sus consultas y nos juzgan negativamente si no lo hacemos.

Tardar más de dos horas en responder puede significar una mala reseña, un mal comentario o la pérdida de un cliente que interpreta que quien responde más rápido le brindará mejor atención.

Resulta frustrante comenzar el lunes con un montón de mensajes sin responder en las redes sociales, en WhatsApp, en

la bandeja de entrada del correo electrónico, etc. Y es difícil identificar dentro del mar de consultas aquellas que nos generarán mayores ingresos o que requieren más urgencia, para determinar a quién atender primero.

Y por supuesto que no estamos sólo para eso, sino que además debemos atender el negocio o consultorio que depende de nosotros para generar ingresos (la gran mayoría de los veterinarios somos solo-emprendedores).

Esta era mi realidad hasta hace algunos meses.

Tengo un hotel de hospedaje felino (www.hoteldegatos.com.ar) y la estacionalidad del negocio implica picos de consultas en los meses previos a las vacaciones, momento en el que colapsábamos y dejábamos sin atender a muchos posibles clientes.

Como la demanda era alta y la oferta limitada, creía que no importaba si dejaba alguna consulta sin responder y perdía algún cliente.

Hasta que me di cuenta de mi error. Un taller de Marketing Digital me ayudó a darme cuenta de que no sólo estaba perdiendo dinero o clientes que

podría atender a futuro, sino que también estaba generando una mala imagen de la empresa: es como ver un local abierto, entrar y que nadie te atienda, da la sensación de que no quieren que los visites o consumas lo que venden.

Paso a paso

Mi primera idea fue contratar a una agencia para que responda los mensajes que llegan a través de WhatsApp, Instagram, Google, etc, pero descubrí que esto incrementaría los costos fijos y no estaba tan segura del incremento en ingresos.



“Tardar más de dos horas en responder puede significar una mala reseña o hasta la pérdida de un cliente”.

Tiempo estimado de lectura: **6 min**



Old Prince

PROTEÍNAS NOVELES

Primera y única línea de alimento balanceado, especialmente formulada para mejorar la salud cutánea y alimentaria.

Los macro y micro ingredientes fueron seleccionados para minimizar las alergias.

La calidad de la proteína novel, sumada a su alto porcentaje total, permite brindar una nutrición de excelencia.

Toda nuestra línea OLD PRINCE PROTEÍNAS NÓVELES, fue diseñada a fin de mejorar la piel, el pelo y favorecer la salud intestinal en los perros y gatos.





En esa búsqueda, me di cuenta de que varias empresas de distintos tamaños y sectores estaban usando los tan famosos “Chatbots”, herramientas de inteligencia artificial que pueden interactuar a través de un chat con las consultas de los clientes, interpretar sus inquietudes y ofrecer una respuesta automatizada que simula la conversación humana.

Al comienzo pensé que usar una herramienta automatizada en servicios le daría cierta frialdad a las respuestas y los clientes podrían molestarse, pero al implementarlos experimenté las ventajas de tener un “colaborador” adicional, trabajando 24/7 y dando respuestas estandarizadas, automatizadas y validadas por mí.

Para hacerlo, en mi caso, me decidí por la versión libre de Many Chat (hoy pago la versión Pro pero hay varias opciones). Siendo honesta, el primer día que ingresé a la aplicación vi algunos videos de orientación y temí que me llevaría demasiado tiempo configurar las respuestas a las consultas de los clientes, hasta que finalmente me convencí de que invertir 2-3 horas en el proceso me ahorraría a futuro infinidad de horas respondiendo consul-

tas repetitivas y a cualquier horario.

Además, la herramienta prometía brindarme métricas para conocer más sobre las consultas e intereses de los clientes. Así que puse manos a la obra y generé mi primer flujo de respuestas en Instagram (Dato interesante: el 81% de los usuarios de IG buscan productos y servicios) y luego lo implementé en Facebook y WhatsApp.

¿Para qué sirve?

Los chatbots nos pueden ayudar tanto en la conversión de clientes como también en la comunicación y en la orientación de los tutores de mascotas. Se pueden cargar flujos que brinden información sobre centros de atención 24 horas, indicaciones post quirúrgicas, links a videos de YouTube o a nuestra web, información sobre tenencia responsable y medicina preventiva.

Por supuesto, también nos ayudan a agendar citas, cirugías, etc.

Siempre es recomendable que en los flujos esté la opción de recibir atención humana ya que algún cliente podría requerir ese contacto especial, y se deben actualizar las respuestas

de los chats para mantener la información al día, en especial los honorarios / precios, etc.

Comparto aquí algunas de las ventajas que he identificado en la utilización de Chatbots:

- **Siempre está disponible:** hay gente que maneja horarios “raros” pero podemos atender sus consultas 24/7 y generar conversiones sin levantarnos de la cama.
 - **Resolución instantánea:** algunos clientes han tenido dudas o inconvenientes y el chatbot nos ha brindado agilidad en la atención.
 - Pudimos **escalar el negocio** sin necesidad de nuevos empleados o agencias.
 - Logramos **brindar información** importante y estandarizada (vacunación, desparasitación, castraciones, etc.) y responder consultas simples y repetitivas.
 - **Bajamos la carga de trabajo** al tiempo, incrementamos clientes e ingresos. Sé que esto de la inteligencia artificial y la automatización puede resultar abrumador y de películas futuristas, pero es lo que se viene y es mejor mantenerse arriba del tren que abajo, más cuando de aumentar la productividad y disminuir el trabajo se trata.
- ¡Animate a implementar este cambio! ✨

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



Tiempo estimado de lectura: 4 min



“Los clientes no son una interrupción”

Matías Wullich, consultor y referente de Centro Pet, dictó una capacitación para personal de Pet Shops de la mano de la línea Dermapet de Richmond Vet Pharma.

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



ción, organizada esta vez para su línea de productos Dermapet.

Allí se hicieron presentes, 25 personas en representación de cadenas de pet shops y peluquerías caninas de CABA, GBA y distintos puntos de Buenos Aires, a quienes se sumaron otros tantos vía on line en una transmisión que no solo alcanzó a otras provincias argentinas,

sino distintas ciudades en otros países de la región y el mundo.

El encuentro comenzó temprano a la mañana con una recorrida por la planta de la empresa, donde los asistentes pudieron ver todo el proceso de producción de las marcas Professional Groom y Medical Skin Care, en instalaciones certificadas por el Senasa bajo normativa GMP.

A mediados de abril, Laboratorios Richmond Vet Pharma concretó una nueva acción de capacita-



krof

NUTRICIÓN INTELIGENTE



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

Del encuentro también participó Juan Onainty, director técnico del laboratorio nacional que sigue creciendo en su vinculación con la cadena comercial.

Para vendedores

El plato fuerte de la jornada estuvo a cargo del Coach Pyme y fundador de Centro Pet, Matías Wullich, quien avanzó en una charla con un foco bien concreto: “Vendedor - Cliente, una relación exitosa”.

En ese marco, Wullich dejó en claro que el mundo cambió, los consumidores cambiaron y eso exige de las personas que trabajan en la industria animal un compromiso distinto.

“Y esto se da mucho más en cuestiones de belleza, donde tenemos claramente identificadas a las mujeres como nuestras principales clientas”, aportó el disertante que llevó a adelante la jornada con la activa participación del público.

En ese marco, recomendó ofrecer productos de alta calidad y que sean exclusivos, para poder brindar un valor agregado al cliente.

“Ellas ya saben lo que quieren, nosotros tenemos que ayudar a cumplir con sus necesidades, pensando siempre en dar lo mejor de nosotros”, agregó Wullich.

Y completo: “Es clave que amemos lo que hacemos y que demos todo por las mascotas, eso

es lo primero que la gente nos va a reconocer”.

Más allá de esto y de repasar las distintas instancias de un proceso de venta, se destacó que es clave generar atracción, pero también compartir contenido de valor, así como avanzar en el cierre formal de la operación.

“Debemos comprender también que son los clientes los que hacen a la rentabilidad del negocio y es por ello que tenemos que estar a su disposición. Los clientes no son una interrupción en nuestras tareas diarias”, agregó el disertante, quien también manifestó ser usuario de la línea Dermapet: “Es el mejor shampoo que se elabora en Argentina”, agregó.

Productos y calidad

En ese marco, fue Daniela Onainty, del Departamento Médico Veterinario de Richmond Vet Pharma, quien destacó el concepto de dermatocósmica por el cual apuesta la empresa.

¿De qué se trata? De la asociación entre salud y estética tan necesaria para cubrir las necesidades de los animales, sus tutores, los dermatólogos y también los groomers.

Si bien los interesados pueden encontrar más información en www.dermamet.com.ar, vale destacar aquí algunos de los conceptos vertidos por la profesional en relación específicamente a lo que hace a la línea medicada.

“Ambas líneas se elaboran bajo las mis-

mas normas de calidad que la línea de los farmacológicos y anestésicos de Richmond Vet Pharma”, aseguró Daniela Onainty.

Y puntualizó: “Dermamet Medical Skin Care es la creación e interpretación de la dermatocósmica aplicada a la dermatología veterinaria: la máxima expresión basada en este nuevo concepto”.

Se trata de shampoos medicados, desarrollados no solo para cumplir con su función terapéutica, sino pensados en proteger la belleza, higiene y estética, cuidando a nuestros animales, promoviendo la convivencia entre mascotas, dueños y la salud de los profesionales.

A su turno, Silvina (Chivi) González se expresó sobre Professional Groom, una línea de la más alta calidad, con el pH adecuado e indicado en los animales, libres de conservantes y sales agregadas. “Esta línea fue creada y diseñada para brindar los mejores resultados, superando las expectativas de los profesionales y pensando en proteger la piel del operador en uso rutinario intensivo”.

Finalmente, Matias Dupuy, nuevo Jefe de Marketing y Promoción del laboratorio destacó: “Capacitamos a nuestros clientes para que den a conocer y transmitan las cualidades de la mejor línea de Dermocósmica animal de la Argentina. Dermamet, un baño para cada necesidad”. ✦

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



Seguinos en nuestras redes:

f krofpetfood @krofpetfood





Tendencias Profesionales

Tiempo estimado de lectura: **3 min**

¿Cómo responder a la expectativa de que “vivan más y mejor”?

Los avances en nutrición y veterinaria, sumados al compromiso de las personas que los cuidan, determinaron que cada vez más animales de edad madura lleguen a los consultorios. ¿Qué claves se deben contemplar?



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



Es evidente que los profesionales veterinarios tenemos muy clara la velocidad con la que se aceleraron los cambios. Prácticamente no hablamos más de mascotas, sino de animales convivientes.

Tampoco nos referimos a dueños de animales sino a cuidadores responsables, o más sencillamente, a tutores.

Nadie duda que un perro o un gato constituyen miembros adicionales de la familia y cuando conversamos de esto, hablamos de familias multiespecie.

Sabemos que los animales son sujetos de derecho, personas no humanas.

En este marco, los avances en materia de nutrición y medicina veterinaria y el compromiso creciente de las personas que los cuidan, han determinado que cada vez más animales de edad madura lleguen a nuestros consultorios. De hecho, estos representan al menos el 20% de nuestros pacientes y alrededor del 35% de nuestros ingresos.

Sabemos que, a medida que los animales envejecen, los cambios de comporta-

miento pueden ser el primer indicio de una salud y un bienestar en declive.

Esto es particularmente cierto para algunos de los problemas más comunes asociados con el envejecimiento, como el dolor, el deterioro sensorial y el síndrome de disfunción cognitiva (SDC). Su identificación temprana da la oportunidad de una intervención eficaz.

Necesitamos examinar a esos pacientes con más frecuencia y establecer una periodicidad de visita, concientizar a los tutores y, si fuese posible, recordarles, proactivamente, la fecha en que deben asistir a consulta.

Un estudio de más de 250.000 gatos y perros aparentemente sanos mostró que las pruebas diagnósticas descubrieron alteraciones en 1 de cada 7 mascotas adultas, 1 de cada 5 mascotas séniory 2 de cada 5 mascotas geriátricas. Aunque el tutor no lo ponga en palabras, un programa de este tipo es lo que nos demanda para su querido animal maduro.

No olvidemos que el perfil geriátrico de perros y gatos incluye una serie de determinaciones de laboratorio, tanto en sangre como en orina. En los últimos tiempos se ha incluido dentro de los mismos a la dimetilarginina simétrica (SDMA) como un indicador más temprano del deterioro de la función renal.

Un programa de atención médica para animales mayores implica una estrategia de bienestar preventivo y un enfoque terapéutico

integral para el manejo de afecciones agudas y crónicas en perros y gatos que envejecen.

En este sentido, Gerioox es la mejor opción, porque en adultos mayores se recomienda su uso previo a la aparición de síntomas y signos clínicos asociados a la edad senil o una vez instalados, ya que no tiene contraindicaciones.

Reactiva la microcirculación, potenciando la oxigenación y detoxificación a nivel celular, promoviendo la perfusión de órganos claves: corazón, riñones y cerebro. Con acción antioxidante e inmunomoduladora, disminuye los procesos neurodegenerativos e inflamatorios.

Es un excelente aliado como complemento en tratamientos oncológicos ya instalados y para prevenir la carcinogénesis.

Mejora el estado cognitivo del animal y el interés de este por su entorno. Está indicado en pacientes con problemas renales y/o cardíacos. Además, contribuye a prevenir el avance de enfermedades crónicas y/o degenerativas como el Síndrome de Disfunción Cognitiva o la artrosis. ✦

Fuente de la información: Labyes.



Escaneá el Código QR y accedé a la nota completa con más datos.



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) 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



¿Todos tenemos los mismos problemas?

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

En la edición de abril de **Mi Negocio Veterinario** repasamos qué significa ser gestor o líder de un centro veterinario. Y definitivamente no es un “todólogo”. Es decir, aquella persona que quiere hacer de todo y no termina logrando nada.

Ahora comenzaremos un recorrido por las principales áreas de una empresa veterinaria y mencionar los retos que cada una tiene.

Luego, pensaremos cómo hacer para lograr minimizarlos.

¿En todos lados pasa lo mismo?

Para responder a esta pregunta, debo decir dos cosas importantes. Lo primero es que, cada empresa tiene “huella digital”, es decir, es única e irrepetible. Puede que existan, por ejemplo, numerosas clínicas veterinarias con los mismos servicios (atención 24 horas, consulta, cirugía, hospitalización, imagenología, entre otros), pero todas tienen diversas maneras de funcionar.

Tienen diferentes estructuras administrativas, ADN corporativo, objetivos y estilos de liderazgo. En otros términos, cada una tiene su propia “personalidad”.

Eso hace que tengan problemáticas realmente individuales.

Sin embargo, al estar todas dentro de

un mismo sector económico y compartir similitud de mercado, clientes, profesionales a cargo, reglamentación, entre otros, hace que tengan desafíos que definitivamente si son iguales o muy parecidos.

Sobre todo, si son empresas que están ubicadas en culturas semejantes, por ejemplo, las clínicas veterinarias de América Latina.

Los desafíos que mencionaré son algunos de los que he podido evidenciar por la constante comunicación con líderes de empresas en LATAM y en mi visita a diferentes clínicas veterinarias de mi país (Colombia) y otras en México y Chile.

Recursos Humanos

Con independencia al tamaño de la empresa, todos los líderes del sector de servicios veterinarios deben afrontar circunstancias que dificultan de alguna manera la buena operación del negocio.

Y definitivamente, conseguir un grupo de colaboradores altamente productivo es un reto enorme.

Conformar un equipo de trabajo es similar a tener un hijo. Lo debes crear, querer, guiar, entender y, lo más importante, le debes entregar las herramientas necesarias para su desempeño futuro.

Un futuro que sea óptimo y lejano de

una tóxica dependencia contigo.

En esta área encontramos tres grandes retos comunes:

- Rotación de personal.
- Deterioro en clima laboral.
- Ausencia en el sentido de pertenencia de los colaboradores.

Y es que a todos nos pasa esto.

Por eso debemos saber que el problema con el manejo del recurso humano muchas veces surge cuando seleccionamos a la gente. Es decir, no nos detemos a revisar primero qué perfiles necesitamos en cada área. Cometemos el error de contratar rápidamente a los primeros que nos van recomendando o a nuestros amigos y familiares más cercanos.

Contratar personal recomendado o cercano no está mal, pero hay que tener en cuenta que no todos son buenos para todo.

“Entre mayor sea el desconocimiento en estos temas, menor será la probabilidad de éxito de la empresa”.

Tiempo estimado de lectura: **6 min**



LA MEJOR CAPACITACIÓN ESTÁ EN

EXPO VETERINARIAS

1 Y 2 DE JULIO
de 12 a 20 hs.

Pabellón 4 - Centro Costa Salguero
Buenos Aires

JORNADA TÉCNICO-CIENTÍFICA



RINITIS Y SINUSITIS

Dr. Ernesto Bruzzone



DERMATOPATÍAS MÁS FRECUENTES

Dr. Lisandro Reynes



LO NUEVO EN CARDIOLOGÍA

Dr. Sergio Sánchez



NUTRICIÓN BÁSICA CON ALTERACIONES GASTROINTESTINALES

Dra. Érika Valverde Altamirano

PANCREATITIS: MANEJO CLÍNICO Y NUTRICIONAL

JORNADA DE MEDICINA CANINA Y FELINA



EDEMA AGUDO DE PULMÓN EN BRAQUICÉFALOS

Dr. Sergio Sánchez



GASTRITIS CRÓNICA

Dra. Érika Valverde Altamirano



DIARREA CRÓNICA

Dra. Florencia Spampinato



ESOFAGITIS Y ESTENOSIS ESOFÁGICA POR EL USO DE DOXICICLINA

Dr. Ernesto Bruzzone

JORNADA DE MARKETING Y NEGOCIOS

RETAIL MARKETING: PROFESIONALISMO ANIMAL



Jose Maria Montórfano



Marcelo Raineri



Silvia Graziano



Pablo Varga



Sergio Pino



TÉCNICAS DE VENTAS

Matías Wullich

SIMPOSIO DE PELUQUERÍA CANINA

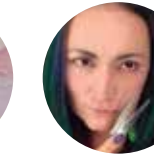
PROYECCIÓN PROFESIONAL, ASIAN FUSIÓN EN PELO RIZADO Y PELO LACIO



Neri Gustavo Ruiz Díaz



Romi Martelli



Euge Gastón



GROOM



Daniela Scolaro

CÓMO SER UN PELUQUERO CANINO PROFESIONAL EXPERTO EN TODAS LAS RAZAS



SPACAN

VER INFO DE TALLERES TEÓRICO-PRÁCTICOS Y TEMARIO COMPLETO EN WWW.EXPOVET.COM.AR

congreso@expovet.com.ar / Consultas al 11-2524-0148

Según el tipo de personalidad, habilidades y conocimiento habrá un mejor desempeño del profesional en un área o en otra.

Como dirían por ahí: “contrata lento y despide rápido”. Y definitivamente es tan importante tomarse el tiempo de elegir bien al personal, como ser muy rápidos para prescindir de ellos cuando no aportan.

Una sola persona que no haga bien su trabajo puede afectar el desempeño de todo un equipo. Así que, no esperes a que esa persona genere reacciones negativas.

Es tan responsable el mal trabajador que no hace bien su función, como el líder que no hace nada para cambiar esta situación.

Sin querer decir que el correcto proceso de selección de personal sea la solución a todos los problemas del manejo del recurso humano, por lo menos si es un método de prevención de muchos “dolores de cabeza”.

Mercadeo y ventas

Si hay algo que “padecen” en muchos centros veterinarios es la ausencia de un área formal (o una persona adecuada) para desarrollar estrategias idóneas de mercadeo y ventas. Muchos líderes expresan los siguientes retos en este tema:

- Inversiones en páginas web y redes sociales que no generan retorno.
- Temor al acoso virtual por parte de los clientes.
- Falta de una planeación estructural en acciones de atracción y retención de clientes.

Naturalmente en temas de mercadeo, la gran mayoría no son expertos. Así que, al respecto solo hay dos opciones: capacitarse para realizar estas funciones, o, delegarlas a alguien especialista en el tema.

Mi recomendación siempre será la misma: “zapatero a sus zapatos”. Delega lo que esté fuera de tu competencia y conocimiento. Contratar a alguien preparado para esos temas es la mejor alternativa, siempre y cuando haya objetivos definidos.

Adicional a lo anterior, es importante recordar que las estrategias de mercadeo no solo deben ir enfocadas a atraer clientes.

Es siete veces más rentable destinar presupuesto para acciones que tengan como objetivo fidelizar los clientes que ya nos conocen.

Es decir, generar estrategias de retención de clientes. Una muy sencilla y obvia es el seguimiento de pacientes que salen de servicios médicos.

¿Tu llamas a tus pacientes a preguntar cómo siguen? Si la respuesta es no, allí tiene una gran oportunidad.

Por último, es pertinente aclarar que subir contenido a las redes sociales no es sinónimo de más ventas.

Es sinónimo de mayor exposición y visibilidad. Por supuesto que pueden llegar clientes nuevos por estos canales, pero no es tan sencillo. Esto lleva estrategia y tiempo. ¿Y cómo sabemos que está funcionando la estrategia? Sencillo: no deje de preguntar nunca a los clientes nuevo, cómo llegaron a conocer tu empresa.

Protocolos y procesos

Los protocolos y procesos son esos “cimientos” que le dan estabilidad al funcionamiento de un centro veterinario. Son necesarios para que el “peso” del crecimiento de la empresa no desestabilice al equipo.

Sobre este punto, el “sufrimiento” que vive el líder veterinario no radica en la creación de dichos procesos. El verdadero reto está en hacerlos cumplir. Y aquí hay dos temas importantes: cantidad de procesos y control de los mismos.

En cuanto a la cantidad de procesos que deberían existir, no hay una regla específica. Lo cierto es que no pueden ser más de los estrictamente necesarios. Un proceso debe ayudar a avanzar y no lo contrario.

Crear protocolos para todo, puede resultar perjudicial.

Ahora, en cuanto al control de estos, es muy importante que siempre se tenga claridad del ciclo y objetivos de cada uno. Solo así, el gestor podrá saber si están o no funcionando. Proceso que no se vigila, está destinado a morir.

- Revisa los procesos de la empresa.
- Determina cuáles están funcionando y cuáles no. Desecha todo trámite que le quita tiempo a tus colaboradores y no tiene un objetivo claro de existir.
- Recupera o corrige los que son rescatables y vigílalos hasta que funcionen.

Mis dos procesos recomendados en cualquier centro veterinario: planeación estratégica y control de inventarios.

La planeación estratégica es la columna vertebral de cualquier negocio.

Allí se fijan los objetivos y el camino para conseguirlos.

Si no tenemos claro a donde queremos llegar, ¿cómo avanzamos?

El control de inventarios es un proceso clave para “cerrar” una fuga de dinero im-

portante (fugas por mal uso, desperdicio, pérdida). Los productos e insumos son dinero, sin control del dinero toda empresa está destinada a la quiebra.

Control financiero y legal

Por último, un área donde los retos pueden ser “aterradores” para un gestor. Y en esta puede estar el éxito o la quiebra de una clínica veterinaria. Entre mayor sea el desconocimiento en estos temas, menor será la probabilidad de éxito de la empresa.

¿Con qué desafíos podemos encontrarnos aquí?

- Desconocimiento tributario (impuestos).
- Desorganización en el manejo del recurso económico.
- Falencia en los procesos legales de contratación de personal.
- Ausencia en negociación efectiva con proveedores.

Aquí no queda por decir otra cosa más que: si sueñas con ver crecer tu empresa, revisa muy bien estos temas.

Como dirían los expertos: ventas es vanidad, caja es realidad. Puede que los ingresos sean notorios y ascendentes, ¿pero el dinero que queda al final del ejercicio, también lo es? No se trata de trabajar mucho, se trata de trabajar mejor.

En definitiva y como líderes de empresas de servicios veterinarios, tenemos dificultades similares.

Tenemos permitido cometer errores y tener miedo a enfrentar estos desafíos. Lo que no está permitido es quedarnos en zona de confort y no salir del desconocimiento.

No podemos dejar pasar cada reto sin generar acciones para superarlo. ✚

Lo más importante

Existen algunas problemáticas comunes entre las clínicas veterinarias de América Latina. Algunos de ellos se vinculan con los Recursos Humanos, mientras que otros se focalizan en cuestiones más estratégicas sobre el negocio. Asimismo, estas empresas comparten desafíos similares en materia de procesos internos, así como en cuestiones legales y financieras.

BIOLÓGICOS PAUL



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

PAUL®
Laboratorio Veterinario

120 AÑOS
CUMPLIENDO!



Chile mantiene su crecimiento en el rubro de las mascotas

Con distintos perfiles, infraestructura y niveles de inversión, veterinarias, petshops y tiendas de mascotas avanzan en el país trasandino, generando nuevas oportunidades para toda la industria.

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



El censo de mascotas realizado en diciembre del año 2021 estableció que en Chile hay más de 12 millones de perros y gatos con dueño, y que un 65% de ellos asiste a la consulta veterinaria al menos una vez al año.

Este informe fue realizado por la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo del país trasandino, en el cual también se destaca que hay otros 4.049.277 animales que no tienen ninguna supervisión (es decir, sin dueño visible conocido).

Este es un buen primer pantallazo para ir conociendo lo que es el mercado de Chile, en esta serie de recorridos que haremos desde **Mi Negocio Veterinario** sobre distintos países de la región.

Y para ello, una vez más, recurriremos a expertos locales como Mariano

Tischler (Congreso Veterinario); Iván López (VetCoach) y la referente en medicina felina, Lina Sanz.

“El negocio de mascotas en Chile representa cerca de US\$ 1.400 millones al año, con grandes corporaciones internacionales dedicadas a la venta de accesorios y alimentación para las mascotas”, nos explicaba Mariano Tischler, dejando en claro que: “Es un rubro que se mantiene firme en el tiempo, aunque desde el punto de vista médico, los márgenes son cada vez menores”.

En cuanto a la participación de lo que específicamente respecta a medicamentos veterinarios en el negocio global chileno, según la consultora EMR, alcanzó los US\$ 207 millones en 2022, participando en casi el 15% de un total liderado por los alimentos balanceados, accesorios y otros productos y servicios.

Perfiles

“Hoy el mercado ha cambiado y el crecimiento que se refleja en toda la región, está presente también en Chile, con clínicas especializadas en diferentes temas, que cuentan

con gran cantidad de personal, importante infraestructura e ingresos relevantes”, aseguró Tischler, explicando que -más allá de esto- la mayoría de las clínicas cuentan con dos o tres colaboradores.

Y reforzó: “Hoy día, en Chile ya tenemos cadenas de clínicas veterinarias con más de 55 locales y con una facturación de más de US\$ 20 millones anuales. Hay un porcentaje importante de clínicas que son muy grandes en cuanto a infraestructura, a capital humano y a facturación”, indicó nuestro entrevistado.

¿Más datos? Claro.

Por un lado, se estima que el 90% de las clínicas son propiedad de veterinarios, no así los Pet Shops en donde los dueños suelen ser de diferentes profesiones.

Además, vale decir que el Colegio Mé-



El negocio de mascotas en Chile representa cerca de US\$ 1.400 millones, con la participación de grandes empresas.

Tiempo estimado de lectura: **5 min**



dico Veterinario de Chile tiene 6.000 colegiados totales, de los cuales 200 se sumaron en 2022.

Otro dato relevante fue proporcionado recientemente por el Servicio chileno del consumidor, sobre una serie de prestaciones en 141 veterinarias pertenecientes a 35 comunas.

De allí surge que se trata de un mercado donde hay mucha variedad de precios, incluso en la consulta de perros y gatos. Sin embargo, y a nivel general, el mismo suele rondar un valor de 15 mil pesos chilenos (US\$ 20 aproximadamente), sin contemplar aquí servicios adicionales como desparasitación y aplicación de vacunas.

¿Y la consulta de una especialidad?

Estaría en el orden de los US\$ 40 y US\$



El valor de una consulta básica ronda los US\$ 20. En el caso de las especialidades, entre US\$ 40 y US\$ 50.

50, montos que las personas están hoy dispuestas a pagar por el estrecho vínculo que las une con sus mascotas.

En este punto, fue relevante también sumar al análisis a la MV Lina Sanz, quien nos graficó el avance de la medicina felina con la existencia hoy de unos 10 centros veterinarios en Santiago especializados, al tiempo que las clínicas generales que están adecuando sus servicios al trato especializado para gatos, terminan funcionando igual que una clínica especializada.

Y agregó: “La cantidad de animales de compañía en el país aumentó entre 2019 al 2022 un 73% y especialmente por los gatos que crecieron en su presencia en los hogares de un 42% a un 52%, según una encuesta de ACADEM”.

Además, la experta puso sobre el tapete la nueva Ley impositiva que aplica en Chile con un aumento del IVA para el sector veterinario, el cual sigue hoy generando controversias e impactando en los precios de los productos y servicios para los tutores de las mascotas.

En el día a día

Imposible hubiera sido concretar un informe sobre el sector veterinario de Chi-

le sin tomar contacto también con el MV y director ejecutivo de Vet Coach, Iván López, quien también compartió con **Mi Negocio Veterinario** algunos de los puntos en los cuales aún los profesionales del país vecino pueden seguir mejorando en su vinculación con los clientes y sus equipos de trabajo.

Según el referente, aún queda camino por recorrer en lo que hace a la comunicación efectiva en la clínica. La comunicación escrita a veces genera falta de empatía. El traspaso entre turnos también genera inconvenientes, pues según López, este debería hacerse oral y presencial, pero en Chile se utiliza el WhatsApp como canal de comunicación dificultando la comprensión del mensaje.

“Los colegas deben ser entrenados en cómo darlo y el resto del equipo en cómo recibirlo, puesto que es una forma de crecer profesionalmente y debiera generarse una cultura de feedback en las organizaciones”, finalizó.

“Mi impresión es que, con el tiempo, de aquí a un muy corto plazo (entre uno a tres años, quizás) van a comenzar a realizarse fusiones y adquisiciones de clínicas veterinarias para especializarse y tratar de aunar esfuerzos para utilizar la capacidad instalada de cada una de ellas”, concluyó Mariano Tischler. ✦

NexGard SPECTRA®

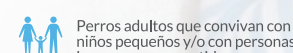
CUIDÁ A TUS PACIENTES CON UN BOCADO MENSUAL

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

“El gran desafío es la diferenciación”

Son grandes las perspectivas para el negocio veterinario en Chile, según el MV Mariano Tischler, especialista y referente en gestión y management veterinario.



Camila Montaña

Periodista
camila@minegocioveterinario.com



El mercado veterinario chileno vive una constante evolución y es por ello que, desde **Mi Negocio Veterinario**, tomamos contacto con el MV Mariano Tischler, referente en gestión y management veterinario, director del Congreso Veterinario y de la veterinaria Portal Mayor en su país.

¿Nuestro objetivo? Conocer aún más el mercado y profundizar en qué tanto los veterinarios trabajan en temas de gestión en el país trasandino.

Hace 25 años cuando Tischler se recibió de veterinario lo que existía eran pequeños consultorios en los que se podía encontrar a

lo sumo ecografía o radiografía.

Hoy el mercado ha cambiado y el crecimiento que se refleja en toda la región, está presente también en Chile con clínicas especializadas en diferentes temas, que cuentan con gran cantidad de personal, importante infraestructura e ingresos millonarios.

“Hoy ya tenemos cadenas de clínicas veterinarias con más de 55 locales y con una facturación de más de 20 millones de dólares anuales”, indicó nuestro entrevistado.

Y completó diciendo que, si bien la mayoría de las clínicas veterinarias cuentan con dos o tres colaboradores, “hay un porcentaje importante de empresas muy grandes en cuanto a infraestructura, capital humano y facturación”.

En foco

La tendencia es buscar entregar todo el servicio que el cliente necesite con el objetivo de diferenciarse de la competencia.

Y las preguntas que se plantean hoy quienes buscan lograr esa diferenciación son: ¿En qué soy bueno yo? ¿Cuáles son mis fortalezas? y ¿Qué podemos hacer para diferenciarnos de la competencia?

Para Mariano Tischler, el futuro del negocio veterinario en Chile es que se generen fusiones y adquisiciones para impulsar mejoras que apunten a la diferenciación. Mucho más en el caso de aquellas veterinarias pequeñas que cuentan con poco presupuesto, infraestructura y capital humano.

“Mi impresión es que con el tiempo, de aquí a un muy corto plazo (entre uno a tres años, quizás), van a comenzar a realizarse fusiones y adquisiciones de clínicas veterinarias para especializarse y tratar de aunar esfuerzos para utilizar la capacidad instalada de cada una de ellas”, indicó.

Y continuó afirmando que esta tendencia puede generarse para aprovechar la capacidad ociosa existente en muchas de las clínicas en cuanto a mano de obra para exámenes, ecografías, oficializaciones, entre otros temas.

Desde el año 2015, Mariano Tischler viene trabajando en gestión con la dirección y organización del Congreso Veterinario del que participan conferencistas nacionales e internacionales y asisten decisores de grandes negocios veterinarios por medio de invitación.

El objetivo inicial era quitar el tabú de que los MV también pueden ser empresarios o emprendedores. A ocho años de ese momento, Chile avanzó a pasos agigantados convirtiéndose, según Tischler, en un referente en la región en temas de gestión. “Claro que resta mucho por hacer, pero las bases están asentadas para que llevemos el negocio a otro nivel”, completó nuestro entrevistado. ✦

Escaneá 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

TECNOVAX
Sanidad Animal



“En el mediano plazo van a comenzar a realizarse fusiones y adquisiciones de clínicas veterinarias para especializarse y aunar esfuerzos”.



Internacionales

Las habilidades blandas, en la mira

El experto de Vet Coach, Iván López, destaca problemáticas comunes a los veterinarios y las veterinarias de Chile y toda la región y enfoca en la comunicación efectiva una de sus soluciones.

Camila Montaña

Periodista
camila@minegocioveterinario.com



Siguiendo la recorrida que **Mi Negocio Veterinario** planteó por el mercado chileno, tomamos contacto con Iván López, médico veterinario y director ejecutivo de Vet Coach, profesional con amplia experiencia en cómo utilizar herramientas efectivas de comunicación para lograr mejores resultados en la atención a las mascotas y en la relación que se genera con sus tutores, con impacto también en la rentabilidad en el negocio.

Según López, la responsabilidad del estrés veterinario no es del cliente, es del médico que no sabe cómo tratarlo efectivamente.

“El cliente no es el que me genera el burnout, el que me lo genera soy yo”, afirmó.

Si bien es cierto que hay personas a las que se les facilita comunicarse con los clientes, estas son habilidades blandas que se aprenden y de las que desafortunadamente no se ense-

ñan en la universidad. Es uno de los mayores retos que tienen hoy en día los médicos veterinarios.

En palabras de López “El primer paso es que el médico veterinario decida que se puede entrenar en algo que no le dio a la universidad. Que se dé cuenta de que puede mejorar”, indicó.

En lo que respecta a la actualidad en su país, puntualizó algunos errores comunes. “La comunicación escrita, para mí es una falta de empatía”, refuerza Iván López y completa destacando que la modificación en los turnos de los pacientes también genera inconvenientes por no realizarse de manera oral sino por medio de Whatsapp.

“Los colegas deben ser entrenados en cómo dar los mensajes y el resto del equipo en cómo recibirlos”, profundizó el especialista.

Y los resultados no se van a hacer esperar, pues el tutor sigue las recomendaciones del MV como hacer los exámenes, hospitalizar, vacunar, ir a los controles, entre otros; en definitiva, el tutor de la mascota hace caso.

“Al crear mejor relación con el tutor, este confía más en el veterinario, por ende, las recomendaciones médicas la hacen en conjunto”, indicó López. Además de los efectos positivos en la psicología del médico veterinario, del trato con el tutor y los beneficios para la mascota se genera mayor rentabilidad al hacer más eficiente la comunicación



en el centro veterinario.

Según López, cuando un equipo de trabajo se comunica mejor, se cometen menos errores.

De hecho, el 66% de los errores médicos son generados por problemas de comunicación dentro de los equipos de trabajo. Cuando se mejora la comunicación se reducen

los problemas y los errores administrativos, se dedica menos tiempo a preocupaciones y más a buscar la manera de ser rentables y por lo tanto se obtiene bienestar. Como resultado se mejora el clima laboral y, ya que éste es el responsable del 30% de la utilidad de una empresa, es clave tenerlo en cuenta.

Según López, contar con un equipo de trabajo con habilidades blandas genera mayores ingresos, se evita rotación de personal y se vive con mayor bienestar.

“Cuando tú tienes buen clima laboral, rota menos el personal y ahí se ahorran costos, cuando una persona se va, tienes que no solamente pagar la indemnización y pagar un psicólogo para ayudar a seleccionar, además hay un montón de costos ocultos en la empresa. El ahorro por estar bien viene de todos lados. Lo que pasa es que es difícil medir”, finalizó. ✦

los problemas y los errores administrativos, se dedica menos tiempo a preocupaciones y más a buscar la manera de ser rentables y por lo tanto se obtiene bienestar. Como resultado se mejora el clima laboral y, ya que éste es el responsable del 30% de la utilidad de una empresa, es clave tenerlo en cuenta.

Según López, contar con un equipo de trabajo con habilidades blandas genera mayores ingresos, se evita rotación de personal y se vive con mayor bienestar.

“Cuando tú tienes buen clima laboral, rota menos el personal y ahí se ahorran costos, cuando una persona se va, tienes que no solamente pagar la indemnización y pagar un psicólogo para ayudar a seleccionar, además hay un montón de costos ocultos en la empresa. El ahorro por estar bien viene de todos lados. Lo que pasa es que es difícil medir”, finalizó. ✦

Escaneá el código QR y podrás leer la entrevista completa.



Tiempo estimado de lectura: 4 min



Chile



NUEVO

Overdex

Seguridad para vos y para ellos

Sedante analgésico

La nueva dexmedetomidina de OVER



over MEDICINA VETERINARIA +40 DESDE 1981



66

“El cliente no es el que me genera el burnout, el que lo genera soy yo”.

Consultas “gatificadas” también en Santiago

Chile no es ajeno al crecimiento del mercado felino. Cada vez más estudiantes quieren especializarse y son más las clínicas que brindan una atención "a medida".

Camila Montaña

Periodista
camila@minegocioveterinario.com



La medicina felina es una especialidad que crece a pasos agigantados en toda la región y Chile no es la excepción. Esta es la razón por la que desde **Mi Negocio Veterinario** conversamos con Lina Sanz Aguirre, experta chilena en la materia.

Sanz es médica veterinaria y directora del Centro Médico Opción Felina ubicado en Santiago, conferencista y también docente universitaria.

Desde hace 30 años Lina Sanz inició en esta rama médica, siendo una pionera del tema en su país pues pocas colegas se interesaban en la temática.

Para el momento en que estudió en la Facultad, los temas que se desarrollaban estaban enfocados en ganado y salmicultura. Por ese entonces el gato era tratado como un perro pequeño.

“Cometíamos errores en su manejo preventivo, en el diagnóstico y manejo de las enfermedades, porque realmente comparar un gato con un perro es como comparar un caballo con un pollo”, indicó Sanz.

Lo interesante es que en Chile fueron apareciendo rápidamente centros médicos

o clínicas veterinarias que generaban su sala de espera y sus consultas especiales para el gato, “como lo recomienda la Sociedad Mundial de Medicina Felina”, aclaró.

Ahora ya es común ver estudiantes de veterinaria interesados en dedicarse a esta especialidad. “Cada vez más los clientes buscan que tengamos conocimientos específicos en relación a los gatos”, aseguró nuestra entrevistada en diálogo directo con **Mi Negocio Veterinario**.

Es así como Sanz identificó, sin otorgar datos exactos como ella misma indicó, que pueden existir en este momento entre 8 y 10 centros veterinarios en Santiago especializados en felinos.



Y además aseguró que son varias las clínicas generales que están adecuando sus servicios al trato especializado para gatos, terminando por funcionar de manera similar a una clínica especializada.

“La mayoría de las clínicas generales están dejando un sector exclusivo para gatos, contando también con conocimientos específicos por parte del veterinario. La sala de espera tiene las características para el gato, la consulta está gatificada, la sala de hospitalización totalmente aparte e incluso hay centros que tienen hasta el pabellón aparte para perros y gatos”, indicó.

¿Cómo se podría definir al tutor del gato?

Para Sanz lo primero es tener en cuenta el aumento en la tenencia de las mascotas en Chile. “Los animales de compañía aumentaron desde el 2019 al 2022 un 73% y especialmente por los gatos, que aumentaron su presencia en los hogares de un 42% a un 52%, según una encuesta de ACADEM”, indicó. Con esto en mente lo siguiente fue definir tres tipos de tutor de felino.

Los clientes que consideran al gato como un soporte emocional y parte de la familia, se los identifica como un hijo, un nieto o un sobrino. Respetan su individualidad y respetan las características de felino.

Existen además los que tienen una dependencia emocional con sus gatos y si la mascota se enferma ellos dicen hacerlo también.

Por último, están los que todavía lo ven como algo utilitario, como por ejemplo en el campo, para ahuyentar ratones.

Sea la relación que sea, el tutor o tutora de los gatos será capaz de hacer lo que sea por el animal. Incluso asumir costos altos cuando es necesario realizar un tratamiento especial. “Son personas muy informadas e interesadas en la salud de su mascota”, concluyó Lina Sanz. ✨

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®



No somos vendedores, pero debemos saber cómo hacerlo

¿Debería el personal de los centros veterinarios estar capacitado en ventas para hacer más próspero el negocio? Claro que sí. Por eso, presentamos aquí algunas estrategias de venta efectivas para tener en cuenta.

Camila Montaña

Periodista
camila@minegocioveterinario.com



tiempo, generando beneficios para todos los stakeholders.

A modo de sugerencia, presentamos seis tips que se podrían tener en cuenta para mejorar las ventas en el mostrador de las veterinarias.

- 1. Tener objetivos de venta:** Deben ser específicos, medibles, alcanzables, realistas y de duración limitada. Además, todos en el punto de venta los deben conocer para enfocar su atención en ellos y se esforzarse por alcanzarlos. ¿Qué tipo de objetivos plantear? Algunos pueden ser cantidad de citas por mes, número de clientes nuevos, número de vacunas aplicadas, entre otros. Lo importante es entender la realidad propia del negocio para establecerlos de la mejor manera y así lograr alcanzarlos.
- 2. Entender la necesidad de los clientes:** No es vender por vender, se trata de la importancia de entender el rol que ocupan esas ventas en la economía del negocio. El punto es comprender qué necesita cada cliente y para esto se deben tener entre otras cosas, historias clínicas actualizadas. Entendiendo al cliente y sus necesidades se generan relaciones duraderas.
- 3. Los precios deben ser competitivos:**

Entendemos que ganar un buen porcentaje de una venta es bueno en primera instancia, pero no sirve de nada cobrar de más si el cliente no querrá volver debido a los costos altos. Es por ello, que proponemos manejar precios atractivos y competitivos que permitan que quien se acerca por primera vez vuelva a hacerlo en más oportunidades. Para lograrlo se deben hacer estudios, analizando a la competencia y teniendo en cuenta márgenes de ga-

Lo más importante

Del fruto de la interacción con los clientes depende el éxito de la venta y de ésta, la rentabilidad de la empresa. Detrás de una veterinaria hay inversión en infraestructura, inventario, pago a colaboradores, entre otros ítems, pero poco se invierte en mejorar las habilidades comerciales. Importante será revertir esto, ya que la venta es uno de los pilares fundamentales para la sustentabilidad de la empresa.

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 parvovirusis.

- 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

nancias de los productos y servicios.

4. Destacar los puntos fuertes de nuestro servicio: Estos puntos son valores diferenciales que frente a la competencia pueden implicar que los clientes decidan tomar el servicio y no el de la competencia. Por ejemplo, es importante diferenciar y destacar qué tipo de tratamientos y especialidades se tratan en el centro veterinario, qué procedimientos se realizan, con qué tipo de medicamentos se trabaja, quiénes son los profesionales que atienden, cuál es la infraestructura en la veterinaria, entre otros.

5. Asesorar al cliente en la compra: El objetivo es que el cliente compre bien y se sienta bien atendido, para esto se debe conocer claramente qué se ofrece en la veterinaria. Todos los trabajadores que tengan contacto con el cliente deben poder explicar de manera clara y concisa cada uno de los productos y servicios que se ofrecen, si esto no sucede se debe prestar atención y elaborar un plan de acción para revertir esta situación.

6. Estar convencido de lo que se vende: La calidad y el beneficio de los productos y servicios deben ser los

mejores y más importante aún, todo el equipo de trabajo debe pensar que esto es así.

Ahora bien, todos estos puntos deberán estar consagrados en un protocolo de ventas y este dentro de un discurso "speech" conocido por todos en la veterinaria. Este servirá de guía y como apoyo al realizar la venta.

Dentro del discurso de venta se pueden tener en cuenta cuatro pasos conocidos como AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción), aunque también pueden ser personalizados.

AIDA se conoce a los cuatro pasos por los que pasa el cliente potencial frente a una compra.

Es así como se busca que primero tenga la atención del vendedor, para que luego este encuentre interés sobre lo que se dice, pasando luego por el deseo de realizar la compra y finalizando con la acción de compra.

El punto es como llevar al cliente por este proceso para que su decisión final sea llevar el producto o servicio que se le ofrece en la veterinaria. Lograrlo depende del discurso que se cree.

Además, también es necesario mantener presencia en la web, ofreciendo los

“

Lo más importante es que los clientes se sientan comprendidos en la veterinaria y que su mascota también sea bien atendida.

productos y servicios en redes sociales.

Siempre teniendo en cuenta lo que se quiere mostrar de la marca, cuál es el valor diferencial frente a la competencia y que lo único importante no es vender y vender por sobre todas las cosas. Lo más importante es que el cliente encuentre en la veterinaria ese espacio donde pueda ser comprendido y su mascota bien atendida.

La clave es como se dijo en un inicio, que todo el equipo conozca cada uno de los puntos establecidos para la venta, generando una capacitación consciente que ayude a lograr los objetivos planteados. ✨



OxycamTM (*) B12

¡Único en el mercado!

Descubrí el verdadero potencial analgésico del Meloxicam.

Oxycam B12, innovando en analgesia veterinaria.

MELOXICAM 4,0 mg

VITAMINA B12 0,4 mg

 7 mm
Comprimidos



Oxycam B12
Sinergia analgésica

Indicado para:
Osteoartropatías
Neuropatías
Oncología
Post-quirúrgicos

Info completa



(*) Marca registrada de Richmond Vet Pharma



Richmond
Vet PharmaTM

richmondvet.com.ar



GMP CERTIFICATE
SENASA BPFV
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



¡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