



mi negocio ve+erinario

7 PECADOS CAPITALES EN LA VETERINARIA

Avaricia, gula, envidia, soberbia, lujuria, ira y pereza, son "pecados" en los que también suelen caer los profesionales en la gestión de sus empresas. Al menos así lo entiende la MV española, Ana Anglada, quien -en esta edición- fundamenta sus dichos y propone distintas alternativas para mejorar en el día a día.

COLUMNA

¿CÓMO VENCER EL MIEDO AL QUÉ DIRÁN?

COBRAR BIEN: ¿ES UNA TAREA IMPOSIBLE?

CLAVES PARA CONTRATAR PERSONAL



● 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 escanea el QR

Nobivac
La protección que nos une



SOLUCIONES NUTRICIONALES ESPECÍFICAS PARA LA SALUD URINARIA

URINARY

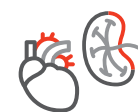
[S/O
INDEX]

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.



Una mejor **calidad de vida** para sus pacientes cardíacos, hoy y siempre



Protege el eje cardio-renal.



Favorece la micro y macrocirculación.



Mejora el flujo sanguíneo multisistémico.



Facilita el trabajo del músculo cardíaco.



Sin contraindicaciones.



Parece mágico,
pero es científico.



gerioox.com

DIRECTOR

Luciano Aba

PRODUCCIÓN

Nicolás de la Fuente

DIRECCIÓN DE MARKETING

Margarita Briceño

REDACCIÓN

Guadalupe Varelli
Camila Montaña

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

Servicios veterinarios a domicilio, tan reales como desafiantes

Luciano Aba

Editor en
Mi Negocio Veterinario
luciano@minegocioveterinario.com



Al momento de destacar las tendencias y transformaciones que vive la profesión veterinaria en Argentina y el mundo, ya no alcanza con afirmar que buena parte de los egresados y nuevos profesionales son mujeres y que mayoritariamente se dedican al área de animales de compañía, sino que cada vez más tenemos que considerar otros fenómenos, como lo es hoy la atención a domicilio.

Esta práctica que se inició en las grandes ciudades, paulatinamente se fue extendiendo por distintos lugares y logró un nuevo impulso terminada la pandemia. Hoy es un campo laboral más que apetecible para los médicos y las médicas veterinarias.

“Me organizo mejor el tiempo y nadie me está apurando”, nos dicen los profesionales con los que **Mi Negocio Veterinario** estuvo dialogando sobre este tema, entre tantas otras frases que podríamos resumir en las siguientes:

- “Trabajar a domicilio es menos estresante que hacerlo en una veterinaria”.
- “Cuando no me gusta un cliente, elijo no volver a ir”.
- “Gano más plata de esta manera”.

Y muchas más.

Pero ahí no termina el fenómeno. Más allá de las Apps que ya existen en el mercado para vincular este tipo de servicios profesionales, de manera geolocalizada, con tutores de perros y de gatos, vale decir que el servicio también es brindado por veterinarios y veterinarias que, teniendo otro empleo, “aprovechan” algunas horas de su día o fin de semana como extra a sus ingresos.

Unipersonales

Aunque no tengan un local propio, ni un equipo a cargo, los veterinarios a domicilio también enfrentan el desafío de autoadministrarse como empresa que son. Generan sus propios ingresos, pagan sus gastos y se capacitan.

En ese marco, cobra trascendencia el hecho de poder determinar correctamente cuánto vale su hora de trabajo, cuáles son los viáticos que se ponen en juego en cada visita y cuál debería ser el promedio de consultas diarias a lograr para asegurar los ingresos pretendidos.

Claro que más allá de esto, el marketing también atraviesa a estos profesionales de manera personal. ¿Cómo dan a conocer sus servicios? ¿Qué canales de diálogo tienen abiertos con sus clientes?

No por el hecho de trabajar solos o solas debemos olvidarnos de la venta, de ofrecer el servicio y generar vínculos duraderos para lograr empresas saludables.✦



FELIGEN® C.R.P.

Vacuna contra **calicivirus, rinotraqueitis infecciosa y panleucopenia felina.**



TRIPLE Felina. Protección. Amor.

La **triple viral felina** es una vacuna esencial en el calendario de vacunación de tus amigos felinos.

LA VACUNACIÓN ES UNA PRÁCTICA DE TENENCIA RESPONSABLE.



La evolución de la salud animal

En **kronen Vet**
el **día del veterinario**
dura **todo el mes.**

¡Y lo festejamos **juntos!**



Biogénesis Bagó

BROUWER



FAWNA



KUALCOS
LABORATORIOS

Richmond
Vet Pharma™

TECNOVA



telemarketing2@kronenvet.com.ar

+54 9 221 6374218



¿Por qué nos cuesta tanto cobrar bien?

Casi 7 de cada 10 dueños y dueñas de veterinarias asegura no estar cobrando el 100% de los productos y servicios que efectivamente venden. ¿Podemos hacer algo para mejorar?

Luciano Aba

Editor en
Mi Negocio Veterinario
luciano@minegocioveterinario.com



Doctor/a, le debo algo?". Esta es una de las preguntas que sin dudas más sorpresa (e indignación) genera en los veterinarios y las veterinarias de toda América Latina durante el vínculo diario que entablan con sus clientes. Es real y sigue sucediendo. Claro que debe "algo", señor / señora. Por supuesto. Acaba de recibir un servicio vehiculizado a través de una consulta, un servicio o la venta de producto. Es obvio que se paga. Sin embargo, no es lo más frecuente. De hecho, en las últimas encuestas que hemos realizado desde **Mi Negocio Veterinario** este año entre 400 veterinarios y dueños de empresas veterina-

rias en Argentina y Colombia nos deja un dato alarmante: cerca del 70% de los consultados aseguró no estar cobrando el 100% de lo que vende.

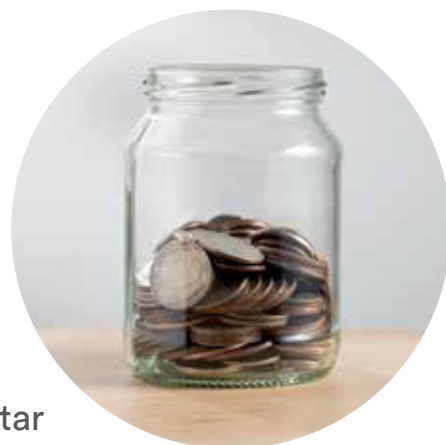
Es más, si profundizamos sobre este porcentaje, nos encontramos con que al menos el 65% de ellos y ellas sospechan no estar cobrando como mínimo un 20% de lo que deberían, en relación con los productos y servicios que efectivamente venden en sus empresas.

¿Saben qué es peor? Que de ese total de dinero que se les escapa entre las manos, buena parte tiene que ver con el no pago por parte de los clientes de consultas médicas. Justo en el rubro más rentable y que más tiempo y esfuerzo les costó a los profesionales: su conocimiento.

¿Y qué hacemos?

Como primera medida, comprender la importancia de establecer una buena estrategia de precios, bonificaciones y descuentos, además de tomar en consideración cuestiones que sin dudas se pueden poner en la práctica en sus veterinarias.

1. No prejuizar el poder adquisitivo de los clientes.
2. Comunicar los valores de los servicios, previo a brindarlo.
3. Mirar a los ojos al cliente y ser explícitos cuando hablamos de dinero.



65%

de los encuestados sospecha no estar cobrando, como mínimo, un 20% de lo que vende.

4. No disculparse por cobrar honorarios.
5. No justificar honorarios en base a nuestros costos o aumentos de gastos. A los clientes esto poco les interesa.
6. Mostrarse a disposición de evaluar otras alternativas de precios en el caso que la ofrecida no sea viable.
7. No mencionar valores exactos de inmediato: dar rango de precios.

Y fundamentalmente, comprender que una mala administración de las cobranzas puede desencadenar en una ruinosa bancarrota, incluso para el más experimentado de los veterinarios.

¿Tienen temor de perder a los clientes por cobrar lo que corresponde?

A respirar profundo y tomar valor: si eligen a otro profesional, no se preocupen no era para ustedes. Es mejor perderlos que poner dinero de sus bolsillos por ellos. ✦

“

Es clave mirar a los ojos al cliente y ser explícitos cuando hablamos de dinero.

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 escaneá el QR


Nobivac La protección que nos une

MSD Salud Animal

¿Cuáles son los 7 pecados capitales de la gestión veterinaria?

La MV española, Ana Anglada, destaca un grupo de "pecados" que suelen cometer los profesionales en su día a día, los cuales pueden dañar la imagen y rentabilidad del negocio veterinario si no se los corrige. ¿Cuáles son? ¿De qué manera se puede mejorarlas?



Tiempo estimado de lectura: 8 min 

NOTA DE TAPA

Camila Montaña

Periodista
camila@minegocioveterinario.com



resante, busca explicar de qué manera estos "pecados" pueden influir en el ejercicio diario de los veterinarios y las veterinarias, en la gestión de sus emprendimientos.

Por eso, a continuación, les compartimos el detalle de cada uno de los 7 "pecados" de la gestión veterinaria, según Ana Anglada.

1. Avaricia

El primero de estos pecados capitales tiene que ver con el hecho de querer mantener el dinero que ingresa al negocio, sin hacer inversiones que ayuden a mejorarlo. Por ejemplo, evitando pagar por capacitación y asesorías, mejorar el consultorio, la fachada de la veterinaria, etc.

En palabras de An-

glada, es "querer mantener tu dinero siempre para ti y no utilizarlo para formarte con otras personas, para pedir asesoramiento o aprender más allá de



Internación canina
Internación felina
Internaciones infecciosas
Rayos X digital
Ecografía
Consultorio felino (Cat friendly)
Consultorios caninos
Shock Room
Cirugías de media, baja y alta complejidad
Cirugías de urgencia
Endoscopías
Laboratorio express
Auditorio
Farmacia

Estacionamiento reservado exclusivo para ascenso y descenso de pacientes



Somos una **JOVEN CLÍNICA VETERINARIA** que llegamos al mercado a ofrecer ese **SOPORTE** que necesita el **MÉDICO VETERINARIO**, estamos con la clara intención de acompañar al médico veterinario en sus derivaciones de pacientes.

Cuidar y respetar a nuestros derivantes, es nuestra premisa.

El Director Médico Maximiliano Cifuentes aguarda tu llamada y te invita a conocer las instalaciones y equipo que tenemos a tu disposición.

 011-3137-0132

 @clinicaveterinariacilap

 Av. Ángel Gallardo 75 - C.A.B.A.

 www.veterinariacilap.com.ar

 administracion@veterinariacilap.com.ar



todas las cosas gratuitas que puedes encontrar en YouTube o redes sociales. A veces no se puede conseguir todo gratis", indicó nuestra entrevistada.

2. Gula

A la gula se la conoce como el hábito de comer y beber hasta hincharse por hacerlo. Y en la veterinaria, Anglada hace un paralelismo con el "pecado" de no buscar información incansablemente; es el querer saberlo todo, hacer de todo y perder el foco con facilidad.

"Este es un problema real que tenemos en la veterinaria. A veces sumamos demasiada cantidad de contenido y terminamos viviendo una "intoxicación", en lugar de pasar, en la práctica, a la acción", repasó Anglada.

3. Soberbia

El creer saberlo todo es para Ana uno de los peores pecados, pues siempre se puede aprender algo nuevo de alguien.

Además, el pensar que se sabe todo limita la mente y le pone un techo de cristal; y no hay nada más peligroso que un profesional que no ha avanzado en sus conocimientos.

"Este para mí es uno de los peores pecados que podemos tener en la vida en general y en las clínicas veterinarias: siempre se aprende de alguien, es imposible saber de todo, siempre podemos aprender de compañeros que sepan más o, incluso, menos", aseguó.

4. Lujuria

Cuando un veterinario busca tener todos los equipos del mercado está cometiendo lujuria según la experta y esto

puede desencadenar en pérdidas económicas en el negocio por, gastos innecesarios y mal calculados.

"Hablamos de un apetito desorbitado por querer tener el mejor ecógrafo, el endoscopio, o lo que sea", destacó.

5. Pereza

Trabajar de la misma manera que se hacía 30 años atrás solo porque no se tiene el interés o la proactividad de buscar algo mejor, es la manera en la que Anglada identifica al pecado de la pereza en la veterinaria.

Es la seguridad de seguir haciendo las cosas como toda la vida se han hecho porque no se tiene la intención de probar con algo nuevo y de pronto, mejor.

"Al final, lo único que hace esta pereza es no dejarnos ir más allá y aprender formas nuevas; te quedas estancado y acabas trabajando como hace años", sentenció la referente española.

6. Envidia

Cuando se compara a la competencia para ver qué hace bien y cómo lo logra se pueden generar grandes resultados, pero, cuando se mira a la competencia solo para vanagloriarse y criticar sus errores, es cuando la envidia entra a jugar.

Para Anglada, es claro que este pecado dificulta el encontrar el valor agregado y, por lo tanto, diferenciarse de los demás.

"Si nosotros estamos envidiando y mirando únicamente qué hace la competencia, cómo lo hace, qué precios tiene, solo para criticar, nunca vamos a poder ser capaces de centrarnos en nosotros y dar un valor extra".

7. Ira

Los momentos de enojo o estrés pueden existir, pero el enfado constante no debe dominar el trabajo diario en la veterinaria. Mucho menos, si ello conlleva enojo con los compañeros.

"En este punto hacemos referencia a la posibilidad de enfrentarse a las críticas y las quejas de una forma mucho

más natural y no tan emocional, personal. Se trata de no sentirse atacado por los clientes o por el equipo de trabajo", nos decía Ana Anglada en una entrevista que próximamente estará disponible en los Podcast de **Mi Negocio Veterinario**.

¿Y el burn out?

Mucho se ha hablado ya sobre el síndrome de cansancio en los veterinarios, pero ¿pueden los pecados capitales sentenciados por Anglada generar burn-out? Y la respuesta es que sí.

Es una mezcla de varios de los pecados que se generan como consecuencia de un estado de frustración, de ansiedad y de cansancio.

"Puede estar derivado directamente de la avaricia, todo es mío, consigo un montón de información pero veo que no llego, me siento que a lo mejor estoy dando mucha información o estoy intentando ayudar mucho a mis pacientes pero la persona que tengo delante no acepta lo que le estoy diciendo, entonces me llena la ira, porque dices "es que no le puedo ayudar", explica.

Y sigue: "Incluso la soberbia porque dices bueno es que tú no vas a saber

"Debemos dejar atrás la pereza de hacer las cosas como se hacían hace 30 años, innovar y buscar nuevas formas de acción", Ana Anglada.

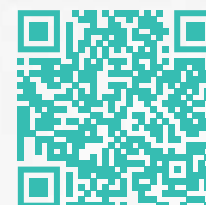
El camino hacia el alivio del prurito parecía muy largo...



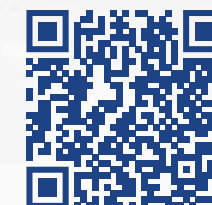
...hasta que llegaron Apoquel y Cytopoint

Escaneá para más info:

apoquel



CYTOPOINT



zoetis

66

Se trata de vincular algunos de los errores y falencias que tuvimos y tenemos todos en la clínica, con los pecados capitales que todos conocemos.



Nuestra entrevistada es especialista en medicina veterinaria felina, asesora de veterinarios en temas de marketing y autora del Podcast Business Veterinario.

más que yo, yo aquí soy el profesional o sea se pueden mezclar muchas cosas”.

Ahora la pregunta es si todos los veterinarios sufren de estos pecados y cómo hacer para evitarlos.

Y sobre esto, Anglada afirma que ella los ha sufrido todos y que lo importante es poder verlos y trabajarlos para avanzar. Como ella misma dice, es “sobre todo contarnos la verdad a nosotros mismos. Muchas veces decimos no, no, esto yo no... y de repente te encuentras que estás firmando un leasing o un crédito de una maquinaria que a lo mejor realmente no necesitas”, sentenció.

O a lo mejor “quieres todos los aparatos del mercado o te da miedo seguir adelante y procrastinas”. Entonces, lo importante es pedir ayuda, siempre saber que hay alguien en quien confiar y que siempre todas las personas tienen

algo para enseñar y aportar.

Clave será también evitar a toda costa la envidia pues, según Anglada, es uno de los peores pecados: no permite ver las habilidades propias. Sin embargo, ver lo que el otro hace bien es clave para poder mejorar.

Ahora bien, ¿se gestionarían mejor las veterinarias si los profesionales no estuvieran condicionados con esas actitudes? Ya está claro que se puede salir de ellos y conseguir la mejor versión de la veterinaria.

Si se piensa en los 7 pecados desde el enfoque de la religión católica, se habla de las siete virtudes y es con ellas que se puede contrarrestar cada uno de los pecados capitales.

Según la religión, la humildad se impone a la soberbia, la generosidad a la avaricia, la castidad a la lujuria, la paciencia a la ira, la templanza a la gula, la caridad a la envidia y la diligencia a la pereza.

¿Se podría hacer lo mismo con los pecados que indica Anglada?

Según la especialista, la primera acción a implementar es darse cuenta de que muchas veces todos y todas caemos en estos errores. Es como decía previamente nuestra entrevistada: contarse la

“

Quando nos comparamos con la competencia para ver qué hace bien y cómo lo logra, se pueden lograr buenos análisis, pero si se la mira solo para criticar, es cuando la envidia entra en juego.

verdad y entender que hay que trabajar, pues las cosas generalmente no se cambian de la noche a la mañana.

Con ese paso adelante, se busca contrarrestarlos.

“Si te enfadas muchísimo porque el cliente viene y te cuenta algo, pues a lo mejor vale la pena tener un poquito de paciencia. El contrario de la envidia es admirar a la persona; y si lo haces el sentimiento que estás teniendo es mucho mejor. Te va a ayudar muchísimo más a tener mejores ideas”, nos decía Ana Anglada desde España en nuestro diálogo.

Y culminaba: “Cambiar la soberbia por la humildad, es darte cuenta de que no lo sabes todo, de que nunca vas a saber todo, que nadie sabe todo, que todo el mundo necesitamos ayuda de un tipo o de otro”.

Lo más importante

Aceptar que en el día a día de la gestión de la veterinaria se cometen errores que afectan no solo al negocio, sino también a los equipos de trabajo y, obviamente, a los propios profesionales. Identificar estas falencias y comprometerse seriamente a mejorarlas, es el camino.

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

En primera persona

Por **Virginia Vallejo**
Argentina
virginiamvallejo@gmail.com



Reputación On Line y cómo vencer el miedo al qué dirán

Repasamos distintas alternativas para gestionar las reseñas de Google de nuestros negocios veterinarios y fortalecernos en el proceso.

Desde la perspectiva de las empresas que prestan servicios, como las clínicas veterinarias, resulta muy sensible recibir feedback por parte de los clientes, ya que no solo califican a la empresa, sino que también emiten juicios sobre el profesional a cargo, que muchas veces se siente expuesto y víctima del tan popular como detestable "escrache social", una pesadilla que muchos colegas tememos y que nos limita cuando queremos mostrar lo que hacemos en redes sociales y otros recursos digitales.

Este miedo a la crítica suele ser una de las razones por las que no se trabaja en la reputación online. De hecho, he conocido a colegas que prefieren no enterarse de lo que están diciendo sobre ellos. Pero créanme (por experiencia) es mucho mejor tener esta arma de doble filo a nuestro favor; nos va a ayudar a crecer en ventas y a mejorar el posicionamiento.

Mi anterior experiencia como visitadora veterinaria me ayudó a conocer muchas clínicas y consultorios de Argentina. Una de mis tareas era buscar a diario en Google Maps a los clientes que visitaba para adentrarme y conocer mejor sus negocios. Para mi sorpresa, me encontraba con muchos lugares que tenían muy baja calificación, opiniones feas que nadie respondía, fotos mal sacadas, horarios desactualizados, teléfonos incorrectos,

etc; transmitiendo la sensación de que el lugar estaba totalmente desatendido.

Cuando el consultorio se encuentra lleno de pacientes y las cuentas dan bien, no nos preocupamos, pero cuando el contexto se complica y nos toca salir a competir, nos sorprende que no nos elijan. E incluso nos enojamos cuando se van con la competencia. Pero ¿estamos trabajando activamente en proyectar la imagen correcta de lo que somos?

Lo que también me ha sorprendido es conocer lugares increíbles que no me esperaba encontrar: algunas clínicas no tenían nada que ver con lo que los clientes y las fotos de Google Maps reflejaban en sus reseñas.

Me encontré con muchas propuestas de valor que no eran comunicadas, ni reconocidas por la audiencia (desde un título de especialización, un lindo mostrador, un consultorio cat-friendly, un ecógrafo nuevo, una camilla o sillas cómodas en la sala de espera, entre otras). Y cuando les consultaba, me daba cuenta de que los colegas creían que era la gente la que tenía que ver lo bueno y compartirlo, pero esto, lamentablemente, nunca sucede (solo en contadas ocasiones).

Sin embargo, está totalmente comprobado que las personas que han tenido malas experiencias sacan tiempo y energía de donde no tienen para hablar del tema; el

Tiempo estimado de lectura: **7 min**



dolor y el enojo son emociones fuertes que disparan acciones rápidas en búsqueda de "justicia". Además, la crítica negativa genera más "rating" y se viraliza rápidamente, así que es esperable que luego de algún comentario negativo, vengan otros.

En muchos de estos casos el argumento principal para no trabajar sobre la imagen de la empresa era la falta de tiempo.

En otros, me decían que contaban con muy buenos clientes de años y que esos no se guiaban por los malos comentarios (pero tampoco les estaban dejando buenas reseñas para apoyarlos); otros desconocían esa información (no verla no va a hacer que desaparezca) y otros preferían no tocar el tema porque los angustiaba.

“

Tenemos que darle un empujoncito a los clientes para que también dejen reseñas positivas.



La solución natural para situaciones de estrés, ansiedad y miedos



La terapia con feromonas es una solución natural, SIN OLOR y SIN DROGAS ni SEDANTES para los problemas que causa el estrés en perros y gatos.

Veterinarios especializados en comportamiento recomiendan y usan Feliway y Adaptil en todo el mundo hace 26 años.



En primera persona

Como dueña de un negocio veterinario (Hotel de Gatos Mishmosos) sé lo que se siente ser criticada a pesar de estar dejando la vida en mi empresa; pero también sé que es mi responsabilidad gestionar lo que se dice sobre nosotros.

Pasé muchos años evitando leer las críticas, me daba (y aún me da) una extraña sensación de estrés cuando recibía los mails de Google notificándome sobre una reseña recibida (no podía soportar las malas calificaciones) y no sabía cómo responder sin inundar mis palabras de emocionalidad. Sabía que muchos de los clientes venían por el boca a boca pero pedirles que nos calificaran era como meterme en la boca del lobo; podrían calificarme negativamente y creía que no iba a poder responderles, ni mejorar su experiencia.

Durante meses de trabajo, empecé a detectar que mucho de lo que me pasaba se debía a que me criaron con la idea de que equivocarse está mal y que era imperdonable. Entonces cada vez que algo salía mal, en vez de aprender de la experiencia, escondía el error tratando de que nadie lo viera

(equivocarme era vergonzoso); pero esconderlo no hacía que dejara de existir.

Reconocer los errores nos ayuda a crear mejores versiones de nosotros y de nuestras empresas, después de todo, si los sistemas se actualizan y mejoran, ¿por qué no podemos hacerlo nosotros?

Con ayuda de un coach, me encaminé a trabajar mi miedo a la crítica que me impedía posicionar mi negocio en donde realmente tenía que estar y créanme, valió la pena.

Responder todo

Todas las reseñas, positivas o negativas, deben responderse lo más rápido que se pueda, sin involucrarse emocionalmente. En caso de que no puedan llevar a cabo la tarea con la frialdad que amerita, recomiendo que lo haga un tercero. Se debe utilizar un tono de respuesta cordial, educado y cálido:

“Agradecemos tu reseña...”

Es importante personalizar la respuesta dando detalle de la interacción: “Gracias por confiarnos la cirugía de Lunita (a veces los



tutores no los nombran, pero debemos averiguar de qué paciente se trata).

En el caso de las reseñas negativas, se debe contactar al cliente para indagar la razón de su mala experiencia y ponernos a disposición.

Las críticas son necesarias para crecer y debemos expresar agradecimiento por contar su experiencia, manifestándole la intención de mejorar para cumplir sus expectativas. No soy de las que creen que el cliente siempre tiene la razón, pero debemos actuar para que crea que la tiene y no entrar en conflicto.

Si tenemos 10 reseñas positivas, el impacto de una reseña negativa es muy alto.

En cambio, si hay 180 positivas, lo negativo se diluye entre lo bueno. Por eso es importante que nos enfoquemos en pedir reseñas, más aún cuando se trata de clientes fidelizados. Además, cuando alguien deja una mala reseña a un negocio, lo primero que hace es chequear las malas reseñas anteriores; si encuentra que son varios los tuvieron mala experiencia, ataca con la sensación de estar acompañado.

En cambio, si ve que hay mucho feedback positivo, no querrá ser el único que desentone en el mar de 5 estrellas y quizás se arrepienta a tiempo de atacarnos dándonos incluso una segunda oportunidad.

Google es el primer lugar en el que los consumidores buscan: si encuentran tu negocio y tiene buenas reseñas, ayudará a que seas el más elegido. Tanto la cantidad de reseñas como su calidad es importante; una buena reputación demostrará a los clientes que pueden confiar en tu negocio.

Colegas: las reseñas de Google funcionan como una palanca de ventas, deben saber que, si no las gestionan estratégicamente y no se ocupan de recopilar reseñas positivas, su valoración va a ser inferior a la que merecen. No podemos dejar que eso suceda: ¡ser y parecer! ❖

¡Lanzamiento revolucionario: Juvenia Nutrition Gatos!

Adultos que vuelven a ser cachorros.

Con Juvenia ayudas a demorar su envejecimiento.
Más salud para tus mascotas. Felicidad para toda la familia.

¡NUEVO!
Juvenia
Gatos



EXCLUSIVO VETERINARIOS

¡Escaneá y participá por
\$150.000 en efectivo!
Sorteamos el 31 de Agosto
18hs en @juveniapets



Probá el ÚNICO alimento ULTRA PREMIUM, ANTI-AGING con RESVERATROL.

JUVENIA
NUTRITION

www.juvenianutrition.com @juveniapets ☎ 11 3893-2988

MICROSULES ARGENTINA

¿CÓMO LOGRAMOS SUMAR RESEÑAS POSITIVAS EN GOOGLE?

Luego de haber trabajado sobre la imagen de nuestra veterinaria, lo siguiente será poner el foco en solicitar a cada cliente (no importa si vino una vez o 100) que nos califique en las reseñas de Google. Las reseñas positivas llegan a cuentagotas, no porque no las merezcamos, sino porque a la mayoría de la gente no le nace hacerlo, por lo que tendremos que darles un "empujoncito". Se pueden utilizar varios recursos:

1 Poner un cartel con QR y pedir en persona que nos dejen la reseña: esto tiene una alta tasa de éxito, ya que se ven obligadas a hacerlo por cordialidad. Reconozco que puede ser un poco incómodo, ¡pero inténtenlo!

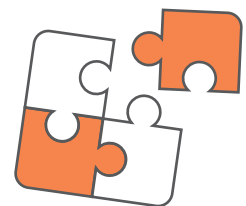
la experiencia... Si podés tomarte unos minutos para comentarnos lo positivo y si hubo algo negativo de tu experiencia, para nosotros es muy importante escucharlo”.

2 Enviar un WhatsApp o mail luego de la experiencia de compra/servicio: además del seguimiento clínico, podemos pedir una reseña. En el caso de mi Hotel de Gatos, luego del check-out del gatito, la familia recibe un mail automatizado: “Hola [nombre], gracias por habernos elegido para cuidar a tu familia gatuna”. “Nos gustaría conocer

3 Si usan las redes sociales, pueden publicar o compartir un link en la biografía para que los clientes dejen sus reseñas.

4 Se puede dar un descuento / regalo en la próxima compra luego de que los clientes dejen su reseña: premiar a los clientes incentiva a que colaboren.

Por último, tengan en cuenta que las reseñas de Google deberían ser representativas de la cantidad de clientes que han tenido en el negocio; el ideal sería el 100% de los clientes, pero sería una utopía, un 50% sería un excelente trabajo, un 20% sería un muy buen objetivo inicial. Por ejemplo, si tienen en su base de contactos 600 clientes, deberían tener como mínimo 120 reseñas.



Gestión ✓

¿Qué implica dirigir una clínica veterinaria?

La dirección de una clínica veterinaria es tan importante, que de ella depende que se logren los resultados esperados, entre otras cosas.

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



zaron la importancia de la labor del director de una clínica, qué acciones debe llevar a cabo y cuál es su rol dentro del equipo de trabajo.

El primer tema que desarrollaron fue la diferencia de la labor del director y la del líder de un equipo. Para Hugo Ochs, el rol de dirigir, no es el mismo que el de liderar, pues uno implica motivar y el otro, tomar decisiones en soledad.

Decisiones que pueden ser complejas y que implican confianza del equipo de trabajo para llegar a buen puerto.

El director, en palabras de Ochs, es “quien en la soledad de su escritorio tiene que tomar decisiones difíciles, estudiar el mercado, pensar en la organización y sus integrantes”. Pero además debe confiar en su equipo y generar sentimientos de pertenencia a la clínica veterinaria... Y, por si fuera poco, generar confianza en los stakeholders, quienes deben percibir que el equipo trabaja feliz y a gusto.

“Podemos tener la mejor clínica del mundo, podemos tener los mejores asesores de la parte informática, podemos tener buenas comunicaciones, pero si nuestro personal no comunica a los clientes que realmente ese es un buen lugar de trabajo, no vamos a tener éxito”, afirmó. Concibiendo así al equipo de trabajo como un aspecto importante de la imagen de la clínica veterinaria.

Tiempo estimado de lectura: 4 min



“

“Los protocolos maximizan, mejoran los servicios, mejoran el clima y el entendimiento entre los integrantes de los equipos”, Javier Paoloni.

do, podemos tener los mejores asesores de la parte informática, podemos tener buenas comunicaciones, pero si nuestro personal no comunica a los clientes que realmente ese es un buen lugar de trabajo, no vamos a tener éxito”, afirmó. Concibiendo así al equipo de trabajo como un aspecto importante de la imagen de la clínica veterinaria.

¿Equipo a gusto no rota?

No necesariamente. Es normal que los profesionales cambien de trabajo, que busquen nuevos lugares para aprender y aportar.

Según Ochs y Paoloni, la rotación de personal es muy común en las clínicas veterinarias de América Latina. Algún miembro del equipo, indefectiblemente, en algún momento se va a ir. El punto es cómo se enfrentan los directores a esta situación.

Lo importante es entenderlo y generar protocolos internos para que cuando el

miembro del equipo se vaya, no se pierda la información. Es decir que con su partida no se lleve el conocimiento. Pues, según Ochs “lo importante es que crezcan y que sigan su camino, pero que el proceso quede, por eso es importante que en el equipo de trabajo haya protocolos de trabajo para que la veterinaria mantenga siempre la calidad de atención”.

En la charla, los MV hicieron una comparación con los protocolos médicos, acciones que se deben seguir para curar al animal y que en la gestión de la clínica se deberían imitar. Existen protocolos de atención al cliente, protocolos de comunicación, entre otros que se deben escribir y seguir al pie de la letra.

En Palabras de Paoloni: “Los protocolos maximizan, mejoran los servicios, mejoran el clima, mejoran el entendimiento entre los integrantes de los equipos”. Y continuó: “Por eso es que es tan linda la gestión, para mejorar las respuestas que brindamos todos, porque todos hablamos el mismo idioma”.

No todas las decisiones se toman en equipo

Para terminar el Live, los MV abrieron el espacio a comentarios y preguntas, motivando el análisis de la importancia o no, de tomar decisiones con el equipo de trabajo.

Coincidieron los veterinarios en que existen algunas decisiones que son factibles de tomar teniendo en cuenta la opinión de los colaboradores, pero hay otras que son inherentes al director de la empresa veterinaria.

Decisiones de tipo táctico, operativo y de cómo se realiza el trabajo en el día a día es recomendable que se tomen entre todos.

Pero aquellas decisiones más de tipo estratégico corresponden a la dirección.

“Las que son por definición inherentes a la dirección de la empresa, como rumbos estratégicos, incorporación de tecnología, inversiones, endeudamiento, todo eso que es la parte financiera, la parte del vínculo con proveedores o clientes, todo lo que sea estratégico de la empresa es tarea de la dirección”, concluyó Ochs. ✨

Mirá el completo el conversatorio de la Red de Gestión.



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

A tomar decisiones

Por **Javier Sánchez Novoa**

Argentina

javier.sanchez@consultoramercader.com.ar



¿Debo despedir a un miembro del equipo?

No siempre la contratación de personal en las veterinarias sale como se esperaba. Para esos casos, te compartimos una serie de acciones a tener en cuenta.

Qué momento difícil si los hay dentro de la gestión veterinaria, desvincular a un/a colaborador/a; es algo para lo que nunca te preparaste, a lo que nunca te podés acostumbrar y seguramente, algo que no es de tu agrado.

Cuando estás creciendo con tu veterinaria llega un preciso momento donde te planteas la firme idea de tomar a un/a nuevo/a colaborador/a. El equipo se agranda...y ahí comienza la aventura, que no siempre tiene que terminar en un despido, es más, tampoco lo estás pensando porque estás enfocado/a a que todo funcione. Pero ¿y sino no funciona? Vamos por partes.

Hay una frase que me dijo un docente hace tiempo... "Hay que seleccionar y tomar lento y despedir rápido", ¿fuerte no?

Pero tratemos de leer entre líneas esta frase para poder salir del susto.

Seguramente vas a coincidir conmigo en que el proceso de búsqueda y selección es otro gran tema que merece más que algunas líneas en esta nota: es una inversión de tiempo de tu parte, pero es muy importante que, si te encontrás en este momento en tu veterinaria tengas algunos puntos y/o acciones claves. Entre ellas, tenemos 10 claves para la selección e inserción del personal (Ver recuadro).

Muchas veces podríamos decir que estamos ordenados y nada puede pasar, todo va a andar bien... ¿Y si no sale cómo pensábamos?

Acá comienzan el ocaso de una relación

laboral, siendo muchas veces el comienzo del fin y te preguntás ¿Y ahora qué hago? ¡Necesito saber que hacer! Me gustaría ayudarte.

- Primero lo primero. Detrás de una persona que trabajó con vos hay un mundo, una familia, emociones, necesidades y mucho más, no te digo que te acobardes de tomar una decisión de desvincular, pero tenés que ser muy prolijo/a y analítico/a para poder tomar la decisión correcta para tu empresa (no solo para vos).
- Luego tenés que analizar las razones por las cuáles te hacen tomar la decisión de una desvinculación, no divagues, se precisó/a cuáles son los motivos. Tenés que basar tu decisión.
- Para poder llegar a pensar en una desvinculación, necesitás contar con evaluaciones que coincidan con los aspectos que te hacen tomar esta decisión y además tenés que determinar las posibles causas de sus resultados y/o comportamientos. No siempre el origen del problema está en los empleados, muchas veces la gestión diaria puede estar fallando o incluso vos cómo líder, miremos hacia adentro cómo un primer paso.
- Antes de tomar una decisión tan contundente, te recomiendo reunirte con la persona en cuestión y las evaluaciones con sus resultados. Tenés que darle la oportunidad de poder entender lo que está

pasando y decile que necesitás un cambio en su comportamiento, rendimiento y/o resultados. Se claro/a y contundente, sin vueltas, la situación es muy delicada.

e. Preguntale que opina, para que puedas tener su feedback y determinar hay alguna razón que vos no observaste.

f. Ahora es momento de volver a dejar claro lo que necesitás que mejore y evolucione positivamente, incluso es el momento también de determinar si vos debes modificar algo en la comunicación con esta persona. Aclará con sinceridad brutal las consecuencias de no poder generar un cambio luego de tu asistencia y apoyo en el proceso de cambio.

Tiempo estimado de lectura: **7 min**



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 Munoz 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



- g. Tenés que ponerte de acuerdo con la persona en mejorar una cantidad de puntos en un tiempo determinado, medirlos y volverte a reunir con la persona, para evaluar el cambio positivo si es que lo hay. Volvé a evaluar su desempeño y compará con la evaluación anterior.
- h. Trabajá en equipo con la persona en evaluación para que pueda generar un cambio. Si no te deja ayudarlo/a, la decisión de la desvinculación se va a precipitar, ya que es muy difícil que se materialice un cambio. No podés obligar a la persona a cambiar si este/a no está convencida.
- i. Si luego del tiempo determinado por vos y el cuál coincidió la persona involucrada no se crean resultados favorables y que se mantiene en el tiempo es necesario poner un corte a la relación laboral, ya que se crea un clima tenso y de angustia de ambas partes.

Cabeza fría

Siempre es necesario que puedas tomar decisiones como estas (muy difíciles e incómodas) despojadas de la relación personal.

Si se queda en tu empresa veterinaria, le vas a generar un daño emocional a la persona (por qué no está funcionando la relación laboral), a vos por la culpa que te persigue y a tu empresa, ya que vas a estar manteniendo un recurso que puede generar una mala comunicación con tus clientes.

Determiná también el origen del conflicto, viendo si están asociados a los valores de tu empresa. Si es así, es muy difícil conservar a un recurso es esta postura, el cambio tiene que ser radical y muchas veces cuesta y no se da. Por este motivo es clave que seas muy claro/a en la entrevista inicial.

También determiná si la persona se deja mentorear en su puesto. Muchas veces cuando abordas la problemática te declaran que reconocen las diferencias y que aceptan la ayuda, luego en el día a día hay una fuerza interior que les impide generar un cambio, cuidado con esto, suele ser irreversible.

Con todas estas observaciones y la mayor cantidad de certezas y habiendo tomado la decisión de la desvinculación, es necesario que te asesores con tu contador, abogado y asesor de RRHH en caso de que lo tengas, para que puedas establecer un proceso de desvinculación dentro de un marco de legalidad, no innoves.

Al momento de comunicar la noticia, hacerlo de manera prolija, sincera y con toda la información y evaluaciones sobre la mesa, tiene que quedar en claro el porqué de tu decisión,

CLAVES PARA ELEGIR AL PERSONAL

- #1 Tené muy en claro que perfil de colaborador/a necesitás en el puesto en cuestión.
- #2 ¿Lo podés pagar? Analizá la salud de tus finanzas para determinar si vas a poder solventar el salario de este/a nuevo/a colaborador/a.
- #3 Si los pasos 1 y 2 están ok, te recomiendo elaborar una descripción de puesto para que determines sus características y las responsabilidades del futuro colaborador.
- #4 Como paso siguiente, te recomiendo agendar cómo vas a capacitar a este/a nuevo/a colaborador/a para que pueda insertarse en el puesto. No te compliques, escribilos en un Word (para que puedas compartirlo al postulante) de forma sencilla: establecé los temas, acciones, y herramientas que se deben conocer. Parece una formalidad, pero créeme que es mucho más que eso. Estás comunicando orden, prolijidad y sobre todo seriedad en el proceso.
- #5 En la entrevista, tenés que ser muy claro/a lo que buscás de su puesto y desempeño. Contale a la persona cuáles son tus valores y los de tu empresa veterinaria. Es el momento de dejar claros los "sí" y los "no" en tu veterinaria. Hablá de dinero, de su salario.
- #6 Si los puntos anteriores están ya desarrollados y tomaste la decisión por uno/a de los/as postulantes, te toca comunicarte y darle la noticia. Un lindo momento, darle trabajo a una persona.
- #7 Tomá nota de la primera reunión con tu nuevo/a colaborador/a, es momento de repasar la descripción de puesto y darle una copia, acompañado del mensaje que establece que vas a evaluarlo/a y realizar un seguimiento para su inducción al puesto.
- #8 Armá el legajo de tu nuevo/a colaborador/a y consultá con tu contador/a qué documentación necesitarías para tener en regla al nuevo personal. Consejo: siempre consultá con tu contador, es tu socio estratégico y el profesional indicado para asesorarte.
- #9 Agendá la capacitación con tu nuevo/a colaborador/a.
- #10 Dale la bienvenida a tu empresa veterinaria.

Muchos colaboradores que se suman a equipos de trabajo lo hacen pensando que nada puede fallar, pero sabemos que está dentro de las posibilidades el no poder adaptarse al puesto, a los compañeros, jefes intermedios, a tu veterinaria, etc. Por lo tanto, es prudente que lleves el proceso de evaluación de manera prolija, sincera y de forma abierta.

Es muy importante que si estás por definir un proceso de desvinculación trabajes con vos primero, aplica una autocrítica.

Como te dije líneas atrás, no siempre el origen de la disfunción es del otro, es necesario que revises el puesto, el "cómo" lo hacen, y las posibles mejoras a realizar, y sobre todo obsérvate a vos cómo líder.

¿Estás liderando al equipo? Los equipos y/o grupos de trabajos necesitan un líder que los debe guiar por el camino dentro de tu empresa, no dejes al azar las tareas y resultados,

entras en una subjetividad muy peligrosa, reunite con ellos/as escuchalos/as y tomá nota.

No te reúnas solo para marcar lo que no salió, lo negativo, las reuniones son también para marcar el rumbo, retransmitir los valores y fijar los focos de trabajo en los puestos.

Todas estas observaciones las vas a poder aplicar si tenés una o más personas dentro de tu empresa veterinaria, no solo para grandes equipos, es un proceso 100% adaptable a estructuras de veterinarias más pequeñas.

Gestionar al capital humano también es parte de la gestión veterinaria. Que no te paralice el temor; establecé un proceso ordenado y prolijo; dale seguimiento a los/as colaboradores/as, ellos son parte de tu empresa, tanto como vos, depositaron energía para que todo salga bien, pero a veces...puede no funcionar.

Por eso, te invito a dar un paso más en la gestión de tu empresa, la gestión de tu capital humano. ❖

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



Administración

Tiempo estimado de lectura: **3 min**



5 claves para contratar personal de ventas en veterinarias

Desde el más chico al más grande de los emprendimientos veterinarios tiene la posibilidad de profesionalizar sus ventas. ¿El primer paso? Contratar a la persona indicada.

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



Además, un profundo conocimiento de las diferentes especies y sus necesidades ayudará a los vendedores a ofrecer soluciones y recomendaciones adecuadas para cada mascota.

2 Experiencia en ventas y servicio al cliente

La experiencia en ventas y servicio al cliente es esencial para el personal de ventas en una veterinaria.

Buscar candidatos con un historial exitoso en ventas, preferiblemente en el ámbito veterinario o relacionado con productos para mascotas, asegurará que cuenten con las habilidades necesarias para realizar ventas efectivas y brindar una atención al cliente excepcional.

La capacidad de escuchar atentamente, resolver problemas y manejar objeciones también son cualidades fundamentales.

3 Conocimiento de productos y servicios

El personal de ventas debe estar familiarizado con los productos y servicios que se ofrecen en la veterinaria.

Esto implica conocer las características y beneficios de los medicamentos, alimentos, suplementos y otros productos utilizados en el cuidado de los animales. Asimismo, es

importante comprender los diferentes servicios veterinarios disponibles y poder explicarlos claramente a los clientes.

4 Habilidades de comunicación y empatía

Las habilidades de comunicación y empatía son cruciales para establecer una conexión sólida con los clientes. Los vendedores deben ser capaces de escuchar de manera activa, comprender las necesidades y preocupaciones de los dueños de mascotas, y ofrecer soluciones adecuadas. La empatía les permitirá brindar un apoyo emocional a los clientes en momentos difíciles, como la pérdida de una mascota o durante enfermedades graves.

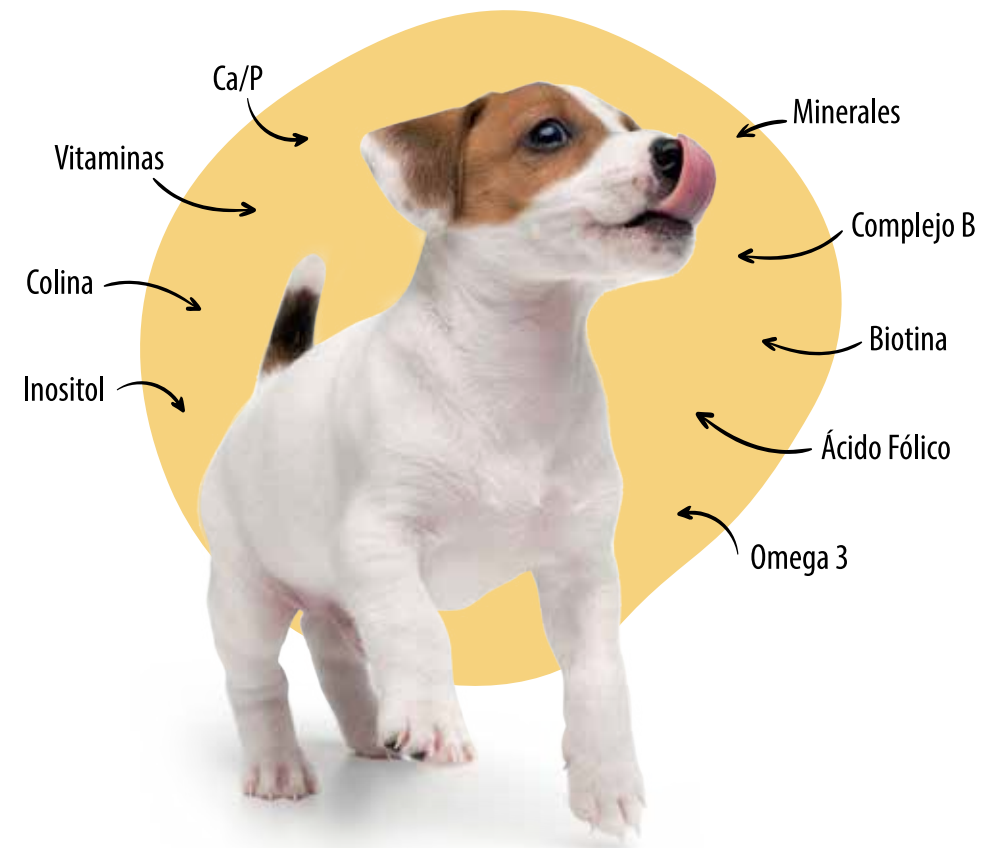
5 Capacidad de trabajo en equipo y adaptabilidad

El personal de ventas en una veterinaria debe ser capaz de trabajar en equipo y adaptarse a diferentes situaciones.

Esto implica colaborar estrechamente con el equipo veterinario para ofrecer una atención integral a los clientes y coordinarse con otros departamentos. La capacidad de adaptarse rápidamente a cambios en el entorno o las demandas de los clientes es fundamental para mantener la eficiencia y calidad del servicio. ✨

Puppyline

John Martin



El único suplemento pediátrico desarrollado para expresar el máximo potencial de un cachorro.

- + Defensas fortalecidas.
- Desarrollo del sistema nervioso.
- Cachorros fuertes.
- + Kcal. Aporte calórico.
- Piel sana y pelo brillante.

PROMO LANZAMIENTO

LLEVANDO **1**



TE LLEVAS DE REGALO UN COMEDERO



john-martin.com.ar



Laboratoriojohnmartin

John Martin



El negocio veterinario se transforma en Colombia

Entrevistamos a tres referentes locales para que nos cuenten cuál es la situación actual en el segmento de las mascotas. ¿Avanza la compra de clínicas por parte de empresas extranjeras?

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



El mercado veterinario colombiano manifiesta en la actualidad una verdadera transformación respecto de las últimas décadas.

Con alrededor de 5 millones de animales de compañía, entre perros y gatos, son diversos los estudios que sostienen que ya en cerca del 50% de los hogares de este país habita al menos una mascota, situación que sin dudas impulsa un crecimiento sostenido para esta industria en los últimos años.

Atentos a esta situación, desde **Mi Negocio Veterinario** tomamos contacto con tres referentes de este mercado como lo son Harold Benavides, gerente en la Veterinaria Dover y Eliana Mogollón, socia en la Veterinaria Ottovet, ambos radicados en la ciudad capital de Bogotá, a quienes se sumó Mauricio Villalobos, al frente de la veterinaria Villalobos, en Cali, quien se ha logrado constituir en un verdadero influencer desde su cuenta de Instagram @doctor_villa.

Si bien en las próximas páginas podrán ver un resumen de los diálogos con ellos mantenidos, a continuación compartimos una serie de situaciones que ponen de manifiesto el momento que vive el mercado veterinario en Colombia.

Un crecimiento que motiva

Según nos cuenta Eliana Mogollón, la actual transformación del mercado genera un reto interesante, pues obliga a las empresas a mejorar y a organizarse.

“El nuevo contexto nos abre un canal para comunicarnos más entre nosotros, estar atentos a pasarnos información, analizar más las cifras del mercado y entender cómo está tu negocio”, aclaró la experta.

En este marco, Colombia presenta desde los últimos tres años cifras de crecimiento a doble dígito. Esto lo afirmó Harold Benavides, destacando que el crecimiento ha permitido que se dinamice la industria en el país mostrando un potencial de crecimiento “muy por encima de muchos sectores económicos que, al contrario del nuestro, presentan tasas de crecimiento negativas inclusive en crecimientos muy pequeños”.

Si bien no se cuenta con datos oficiales de cuántas veterinarias desarrollan el tema de gestión en el país, si se puede hacer un análisis a las zonas donde más se gestiona. Según Mogollón, ciudades como Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali son las que cuentan con más desarrollo al respecto.

Sin embargo, otras intermedias, como Popayán, al sur del país, también muestran grandes resultados.

Es así como en Bogotá es posible encontrar personas y empresas haciendo las cosas muy bien; en Barranquilla el poder

adquisitivo de las personas es alto, pueden invertir dinero en sus mascotas y eso lo están entendiendo bien las veterinarias. Cali, por su parte, también se muestra en constante crecimiento.

El caso de Medellín es diferente porque viene mostrando un crecimiento sostenido en temas organizacionales.

Para Mogollón, existe un denominador común en las empresas veterinarias exitosas y es contar con una dupla de un muy buen gestor y un muy buen médico veterinario. En “Medellín resulta que esa dupla la tienen sumamente clara en las clínicas que se han venido desarrollando tecnológicamente y que también han crecido mucho en temas de dirección médica. Están muy constituidos, no solamente es un médico muy bueno, sino que hay una dirección médica con protocolos establecidos y una buena dirección administrativa”, aseguró.

Los nuevos competidores elevarán el estándar en los servicios veterinarios que se prestan hoy en día. Eliana Mogollón.

Tiempo estimado de lectura: **6 min**

● Colombia



Gestionar la competencia

Le mencionada transformación no solo hace foco en los cambios de perfil de los tutores de las mascotas o las mejoras que se implementan día a día en las clínicas y hospitales veterinarios, sino principalmente con el arribo de grandes jugadores de la industria al país desde el año 2018.

Y si bien estos están más enfocados en petshops, las pequeñas empresas que no trabajen en mejoras, tendrán mayores desafíos.

“Hemos visto que al mercado han llegado unos jugadores importantes, grandes,

sobre todo, aunque no exclusivamente, en lo que tiene que ver con grandes cadenas de pet shops, donde ya vienen con unas estructuras muy corporativas, muy organizados. Son empresas que tienen 25, 30 puntos de venta, con unas estructuras administrativas y empresariales muy robustas, que para el veterinario que tiene una pequeña tienda de barrio, un pequeño pet shop, pues van a implicar unos retos de competitividad muy agresivos”, aseguró Harold Benavides al analizar este tema junto con **Mi Negocio Veterinario**.

Esta situación se repite también en clínicas veterinarias donde han entrado al mercado colombiano empresas internacionales de gran envergadura.

Este es un reto que empuja a mejorar. “Estos movimientos de consolidación, de alianzas entre veterinarias y tiendas de mascotas son beneficiosos para la industria, porque lo que hacen es elevar el estándar de servicio. Esto va a permitir generar mejores condiciones laborales para los veterinarios y va a obligar a mejorar el nivel de servicio que se presta. También nos va a permitir tener un reconocimiento mucho mejor por lo que se hace como veterinario” aseguró.

Respecto de este tema y en base a su



experiencia en el rubro, Eliana Mogollón explicó que con la llegada de estas empresas se puede entrar a formar parte del grupo consolidador, que generalmente busca veterinarias ya organizadas administrativamente.

“Estos grupos lo que vienen a hacer es a profesionalizar el sector de las mascotas; esa es la promesa de valor. Organizar el área de gestión, el área técnica para que esto se vuelva realmente una empresa”, indicó en diálogo con **Mi Negocio Veterinario**.

Toda una transformación para el mercado veterinario de Colombia, una verdadera alerta para los profesionales de toda la región. ❖

“

La actividad seguirá en alza, por encima de muchos sectores económicos que, al contrario, presentan tasas de crecimiento negativas. Harold Benavides.

Seraquin®

Tu aliado en condroprotección



Fórmula 2 en 1

Contiene antioxidantes y condroprotectores que ayudan a mantener la función normal de las articulaciones

Fórmula exclusiva con condroitín sulfato, glucosamina y extracto tumérico



Seraquin® es para uso exclusivo en perros y de venta libre en establecimientos con asesoramiento profesional veterinario. Mantener fuera del alcance de los niños y animales domésticos. Ante cualquier duda consulte a su veterinario. Boehringer Ingelheim Animal Health Argentina S.A. Cazadores de Coquimbo 2841, Piso 2, B1605AZA Munro, Pcia. de Buenos Aires. Para más información, consultar: Línea gratuita de Atención al Cliente: 0800-444-2582. Mail: saludanimal@boehringer-ingelheim.com

Boehringer Ingelheim



Internacionales

“La gestión de una veterinaria jamás se puede improvisar”

Eliana Mogollón es socia y gerente en Ottovet, fue parte de la organización de la Sala de Gestión en el VEPA 2023 y se consolida como referente en el tema a nivel regional.

Camila Montaña

Periodista
camila@minegocioveterinario.com



Eliana Mogollón es abogada de profesión, dueña y gerente de la veterinaria Ottovet en Bogotá y desde hace más de once años se dedica al tema de gestión.

Por si fuera poco, en la última versión del congreso VEPA Colombia realizado en Bucaramanga, en junio pasado, colaboró en la organización de una sala específica sobre el tema, la cual fue la más concurrida de toda la jornada.

Desde **Mi Negocio Veterinario** conversamos con ella para hacer un mapeo general sobre cómo se lleva a cabo la gestión de las veterinarias en su país, en un diálogo que próximamente será presentado en Podcast y cuya versión completa puede leerse desde www.minegocioveterinario.com o escaneando el Código QR que completa este artículo.

“En aspectos de gestión aquí en Co-



Somos parte de una industria exitosa, llena de oportunidades.

lombia tenemos mucha oportunidad de mejora en el sentido de que estamos pasando una transición en la cual muchos dueños de clínicas veterinarias se van volviendo empresarios”, indicó.

Pero ¿cómo hacer ese paso de ser veterinarios de vocación a empresarios exitosos que aman su profesión?

La clave está en lo que Mogollón define como el triángulo mágico. Una guía para estar atentos a tres variables estratégicas:

1. Las utilidades de los socios.
2. La satisfacción del cliente, por medio de la buena atención de los pacientes.
3. La motivación del equipo de trabajo.

Estas son todas oportunidades de mejora, que van más allá de la atención clínica de los pacientes. Es con equipos motivados que se generan mejores servicios y se amplían las ventas y con socios contentos que se puede mantener la operación.

“La oportunidad de competir, sobresalir y diferenciarte es más compleja, así que cada quien debe poder determinar cómo diferenciarse de la mejor manera. Debemos enfocarnos en esa suerte de triángulo mágico para que las empresas veterinarias sean viables en el tiempo”, nos decía Eliana Mogollón en nuestro diálogo. Y completaba: “Es clave también que los veterinarios dejen atrás algunas barreras autoimpuestas como la de no permitirse ser empresarios exitosos. Somos parte de una industria exitosa, llena de oportunidades”.

Tiempo estimado de lectura: 4 min

Colombia



Un antes y un después

Mogollón destacó el crecimiento de temas como el marketing y la gestión de veterinarias en Colombia, explicando que este “es un camino en el que se ha avanzado gracias a la posibilidad de empezar a contarnos entre todos cuáles son nuestras debilidades empresariales, cuáles las fortalezas y cómo solucionar los problemas que enfrentamos a diario”.

También hay cada vez más congresos donde se habla sobre el tema, como el VEPA 2023 de Bucaramanga. Esto se repite también en congresos pequeños donde el foco principal no es la gestión, pero el tema se desarrolla. “Esto a mí me parece sensacional y es un logro que tenemos todos aquellos que venimos sembrando semillitas desde hace mucho tiempo en temas de gestión, porque años anteriores, no había ni siquiera sala, o sea, no había espacios”, resaltó Eliana Mogollón. Y completó: “Hablar de esto era de verdad un tema prohibido en el gremio veterinario y hemos pasado de tener pequeños espacios a salones con lleno total, sin ir más lejos, en la pasada edición del VEPA”, graficó nuestra entrevistada. ✨

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



Providean®
VIRATEC DP



Cuidados desde el comienzo

Máxima protección contra Distemper y Parvovirus



ALTA CONCENTRACIÓN

Formulada con altos títulos virales. Mayor eficacia 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 TECNOVAX PARA EL MUNDO

MEJORES EMPRESAS DE ARGENTINA

TECNOVAX

ciencia que protege



Internacionales

“La industria va a seguir creciendo en todos sus rubros”

Harold Benavides, gerente de la clínica Dover en Bogotá y director comercial del Congreso Cartagena Business, analiza la actualidad del rubro en su país.

Camila Montaña

Periodista
camila@minegocioveterinario.com



“La industria seguirá con una tasa de crecimiento favorable en los próximos años, que va a permitir la expansión de todos los involucrados: las empresas de nutrición, los laboratorios, los prestadores de servicios, las tiendas de retail, todos”. Con estas palabras contextualiza Harold Benavides, gerente de la clínica veterinaria Dover (una de las más grandes de Colombia), la actualidad del sector de animales de compañía en su país, en un diálogo que próximamente estará disponible en Podcast y cuya versión completa puede leerse en www.minegocioveterinario.com o escaneando el QR que completa este artículo.

Según este profesional en finanzas y rela-

“

Muchas veces el fracaso no tiene que ver con cuestiones médicas sino con la gestión de la empresa.

ciones internacionales que hace algunos años se sumó a la empresa familiar fundada por su padre en 1955 y que sigue radicada en Bogotá, el crecimiento del rubro se ve, por ejemplo, en la fuerte presencia y aumento de tenencia de gatos en los hogares colombianos.

Según Benavides solo existe un 5% de clínicas en Bogotá dedicadas exclusivamente a atender medicina felina. Esto deja un espectro bastante amplio en el que trabajar. “La oferta de productos solo para felinos ya está disponible y cada día tendrá más desarrollo”, indicó.

Perfil de las clínicas veterinarias en Colombia

Según Benavides más del 85% de los negocios no superan los 20 empleados y aún hay un alto grado de informalidad. “Si bien esto tiende a ser alto, cada vez hay más conciencia sobre la necesidad de formalizar las empresas desde lo comercial, lo laboral y lo contable”, sostuvo nuestro entrevistado.

Asimismo, indicó que los negocios veterinarios en Colombia suelen estar gerenciados por una pareja en la que uno es veterinario y el otro se dedica a la gestión. El perfil profesional de quien se dedica a la parte administrativa puede variar “inclusive carreras que no son afines a la gestión empresarial pero que han visto la necesidad de que alguien del grupo familiar se dedique al tema de gestión y el otro se dedi-

Tiempo estimado de lectura: **4 min**

● Colombia



que al tema técnico”, indicó.

Con Bogotá, Cali y Medellín a la cabeza de las ciudades colombianas con mayor impacto en la industria de las mascotas, vale graficar el valor de las consultas generales, como de los especialistas. Según Benavides, una consulta especializada podría estar entre los US\$ 50 a US\$ 60; mientras que para una consulta general se necesitarían entre US\$ 35 y US\$ 40. Aun así, pueden encontrarse precios hasta un 50% más bajos en determinadas regiones.

Finalmente, Benavides compartió su visión sobre la problemática por la cual, en la práctica, los MV hacen un esfuerzo en llevar adelante su emprendimiento, pero escasos de información no consiguen superar las barreras.

“El fracaso de los negocios en medicina veterinaria no es porque los veterinarios hagan mal la medicina, es porque no saben manejar el centro y esto implica poder cobrar bien por los servicios. El tiempo del veterinario vale, los insumos que utiliza, valen; el equipamiento vale y todo eso tiene que ser cubierto por alguien. Entonces cuando el veterinario presta los servicios y nadie le paga, es donde empieza el problema”, completó el referente. ✦

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



NUEVO

Overdex

Seguridad para vos y para ellos

Sedante analgésico

La nueva dexmedetomidina de OVER

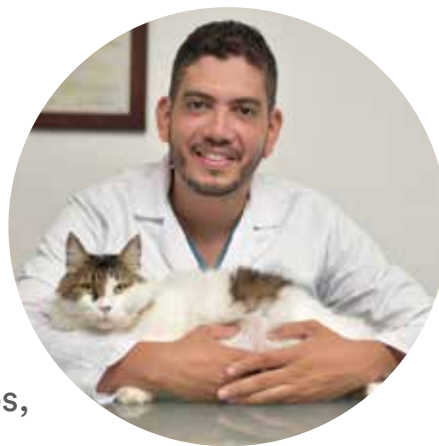


over MEDICINA VETERINARIA +40 DESDE 1981



“Cuando le enseño a alguien con humor, nunca se le olvida”

Desde Mi Negocio Veterinario entrevistamos a Mauricio Villalobos, un reconocido veterinario colombiano que -más allá de su labor profesional- ha encontrado en el humor y las redes un valor diferencial.



Camila Montaña

Periodista
camila@minegocioveterinario.com



Fueron cuatro intentos iniciales los que llevaron a Mauricio Villalobos, médico veterinario colombiano, a lograr el objetivo de contar con su negocio veterinario.

Además y por medio del conocimiento y el humor, @doctor_villa -como se conoce en la red social de Instagram, en la que cuenta con más de 30.000 seguidores-, ha logrado comunicarse con sus clientes y colegas, estableciendo un negocio en crecimiento.

“Esta veterinaria es mi cuarto intento. He trabajado a domicilio, monté una clínica veterinaria alguna vez, monté una sociedad con algunos amigos, pero el aprendizaje mío fue a las malas. Por eso, recomiendo que estudien

de gestión, estudien de marketing, cuando vayan a los congresos”, nos decía Mauricio.

Para la Clínica Veterinaria Villalobos, de la cual es socio, los efectos de la pandemia impactaron de la misma manera que en el resto del nicho de mercado. Las personas en Colombia ampliaron la tenencia de mascotas y cada vez se abren más veterinarias en el país. Pero fue gracias a que ya contaba con una imagen en redes sociales desde el 2018 y al impacto positivo que ha generado en sus colegas, que el crecimiento se ha mantenido.

Según Villalobos, su cuenta en Instagram la inició para divertirse y tomar con humor las situaciones del día a día en la veterinaria. Al principio sintió miedo de ofender o de que los clientes lo sintieran como un ataque hacia ellos, pero fue todo lo contrario.

“Sin quererlo, empecé a impactar también en clientes y demostré que sí es cierto eso de que un poco se nos parecen. Entonces, a través de mostrar mi personalidad, empecé a atraer clientes que tienen buen sentido del humor y que no se enojan con facilidad”, aseguró.

En **Mi Negocio Veterinario** conversamos con Villalobos sobre la importancia de encontrar el valor diferencial. Un valor diferencial que le permite disfrutar mucho más de la profesión y evitar así el burn out.

Ese valor diferencial hace que Villalobos pueda definirse a sí mismo como: “Un médico veterinario que se toma la vida con hu-

mor y con amor. Con amor para entenderla y con humor para soportarla”, indicó.

El humor le permitió a Villalobos impactar miles de veterinarios que vieron en su contenido una manera de entender la profesión de una manera diferente. ¿Aún no lo siguen? Háganlo en @doctor_villa, en Instagram.

El proceso no fue sencillo, pero encontrar su marca personal le ayudó a comprender que “no todos los clientes son para mí”.

Aseguró que tener claridad sobre ello, le permitió entender la importancia de la comunicación verbal y paraverbal y así encontrar su voz interior. “Empecé a practicar conmigo mismo algunos temas de comunicación para mejorar las recomendaciones que le doy al cliente. Entonces ahora que entiendo mucho mejor el humor, cómo funciona, me gusta aplicarlo incluso dentro de la consulta”, indicó.

Para terminar esta entrevista que próximamente estará en formato Podcast, Villalobos llamó a no “enfascarse en problemas”, además de evitar victimizarse por los desafíos que genera el día a día de la profesión y pedir siempre ayuda a otro colega cuando se la necesite. ✨

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



-  ACCIÓN INMEDIATA
-  ACCIÓN PULGUICIDA
-  EFECTO AMBIENTAL
-  LARGA DURACIÓN

Palatable 



2 a 4 kg

4 a 9 kg

9 a 18 kg

18 a 36 kg

36 a 70 kg

Spinosad 27% + Lufenurón 10%

Spinomax Dúo

Comprimido Antipulgas

ceva.com.ar
zoovet.com.ar



zoovet

Potenciamos la Salud Animal



Marketing Online/Offline

Tiempo estimado de lectura: **3 min**

Primeros pasos para la atención felina

Adaptar el ambiente de la veterinaria, contar con personal capacitado y definir una estrategia de comunicación efectiva con los clientes, son algunas de las claves a considerar.

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



El crecimiento en la cantidad de gatos que son adoptados como mascotas en Argentina y otros países de la región es real y los veterinarios lo saben. Lo viven en carne propia todos los días. Lo viven en los centros especializados en medicina felina, pero también los negocios veterinarios generalistas que ya concentran entre un 15 y un 30% de sus consultas en pacientes felinos.

Más allá de las certificaciones específicas como Cat Friendly, en la actualidad las veterinarias transitan una transformación en el perfil de sus clientes que, tarde o temprano, terminará impactando no solo en el tipo de servicio, sino también en las instalaciones e, incluso, en la selección de sus colaboradores.

¿Cuáles son esas bases que hay que comenzar a construir para hacer frente de manera profesional a la mayor afluencia de gatos a las veterinarias? Te lo resumimos en algunos pilares estratégicos.

Ambiente adaptado

Una de las principales prácticas que las veterinarias deben cumplir en este nuevo contexto es la creación de un ambiente adaptado para los gatos. Esto implica con-

tar con áreas separadas de donde están los perros, por ejemplo, minimizando así el estrés de los felinos. Además, distintos referentes en la materia recomiendan mantener espacios tranquilos, con música suave y difusores de feromonas felinas para generar un ambiente relajado.

Conocimiento y contención

Las veterinarias deben contar con personal capacitado en el manejo y contención adecuados de los gatos. Esto significa utilizar técnicas de manejo que minimicen el estrés y eviten lesiones tanto para los felinos, como para el personal. En los tiempos que vienen, será clave la capacitación específica en la materia, no solo vinculada a los aspectos médicos, sino también a todo lo que hace medidas de seguridad y equipamiento tecnológico.

Información y educación a las personas

Otro aspecto fundamental para abordar en esta transformación es brindar información y educación a los dueños de gatos permanentemente.

Las veterinarias deben proporcionar consejos sobre el transporte adecuado de los felinos, cómo minimizar el estrés en el hogar antes de la visita y cómo preparar a su mascota para el examen veterinario.

Asimismo, deben ofrecer recursos sobre

el comportamiento y cuidado básico de los gatos, como la importancia de la atención dental o la prevención de enfermedades.

Detección temprana y prevención

Las veterinarias que buscan orientar sus servicios a la medicina felina (o al menos incorporarla por la demanda propia de sus clientes) deben estar comprometidas con la detección temprana de enfermedades y la prevención de problemas de salud en los gatos. Será clave en el vínculo con los clientes y para la sustentabilidad del negocio.

Esto implica realizar exámenes completos, incluyendo chequeos dentales y oftalmológicos, alentar la vacunación adecuada y recomendar pruebas preventivas y vacunaciones específicas según edad y estilo de vida.

Manejo del dolor y estrés

Estas son dos variables que nunca pueden perderse de vista al sumar una estrategia "cat friendly" a la veterinaria: el manejo adecuado del dolor y el estrés en los gatos.

Por eso, resultará también imprescindible conocer y establecer protocolos sobre manipulación y aplicación de analgesia antes, durante y después de los procedimientos.

También es importante dar a los gatos tiempo para aclimatarse a la consulta y permitir que se sientan lo más cómodos posible. ✦



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



Tendencias Profesionales

Negocios y capacitación en Expo Veterinarias 2023

Con jornadas de formación técnica y propuestas para mejorar el Retail veterinario, la exposición volvió a reunir a distintos actores del sector en Costa Salguero.

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



Durante dos días, se generaron contactos y negocios alrededor de las oportunidades que plantea el sector de la salud, la belleza y la nutrición de perros y gatos.

Además, se realizó una nueva edición del Congreso Técnico Científico (CAVEPS 2023).

Mi Negocio Veterinario fue de la partida con una cobertura en vivo, donde Jaime Jalife, director de Target Media (empresa or-

ganizadora), destacó los lanzamientos que se llevaron adelante en el encuentro de cuyo salón comercial participaron 70 empresas, con más de 400 marcas.

“Una vez al año poder tener contacto presencial con los clientes sigue siendo de gran valor”, nos decía el referente de Expo Veterinarias. Y agregó: “Si bien las empresas se han visto afectadas por el tema importaciones, por

Tiempo estimado de lectura: **3 min**



ejemplo, es un mercado muy floreciente, con mucho empuje y esto es una muestra de ello”.

Los números de la Expo

Culminado el encuentro, los organizadores compartieron información de lo ocurrido los días 1 y 2 de julio en CABA:

- 4.971 visitantes totales (+ 19% en relación con 2022).
- 1.814 visitantes de veterinarias.
- 2.021 visitantes de pets shops y forrajerías.
- 276 distribuidoras y mayoristas
- 288 fabricantes e importadores.
- 524 representantes de peluquerías caninas y criaderos profesionales.
- 93% de los asistentes concretó un negocio.
- 19,2% visitó la Expo por primera vez.
- 56,4% de los asistentes reside en CABA.
- 42,3%, en el interior del país.
- 1.546 asistentes en salas de capacitación.

Con foco en los veterinarios

La jornada técnico-científica abordó distintos temas vinculados con la salud de los caninos y los felinos, contando con el apoyo y la participación de profesionales de alto reconocimiento en el rubro como el Dr. Ernesto Bruzzone, del Instituto de Gastroenterología Veterinaria (IGVET), el Dr. Sergio Sán-

chez, el Dr. Lisandro Reynes, la Dra. Florencia Spaminato y la visita desde Costa Rica de la Dra. Érica Valverde Altamirano.

Holliday Scott fue Main Sponsor de esta sala y **Mi Negocio Veterinario** tuvo la oportunidad de entrevistar a Diego Gómez, responsable de Marketing del laboratorio nacional.

“Tenemos la tradición de vincularnos con el conocimiento. El veterinario siempre está interesado en tendencias y en innovación”, nos decía el referente para también recordar que recientemente culminó un Congreso de Cardiología Veterinaria virtual, con más de 1.000 inscriptos y 450 titulados en México con una certificación de un organismo oficial.

“La categoría de cardiología es muy relevante. Consideramos que somos líderes en este segmento”, nos decía Diego Gómez, quien destacó el lanzamiento de la línea Bioclin, enfocada a la salud bucal de perros y gatos.

“Está compuesta por dos productos con los cuales poder realizar un tratamiento sistémico. Por un lado, un enjuague bucal diario, complementado con el uso cada dos



semanas del ya conocido gel anti-placa de la empresa”, aseguró, dejando también la puerta abierta para el ingreso de nuevos productos a la línea.

Más novedades

Mi Negocio Veterinario también conoció de primera mano las novedades de Dermapet, del laboratorio Richmond Vet Pharma, con un nuevo shampoo para perros ahora en presentación de 1 litro, pensado tanto para los peluqueros experimentados como para los más novatos.

En entrevista con **Mi Negocio Veterinario**, Matías Dupuy, referente de Marketing del laboratorio invitó a los asistentes a probar la fragancia y cremosidad de Dermapet y también presentó las fragancias a las que los asistentes pudieron acceder.

Además, durante el recorrido por el stand, charlamos con Chivi González, quién mostró en la entrevista la nueva presentación de Dermapet con misma fórmula y calidad, en un nuevo formato. ✨

CiVi CONGRESO INTERNACIONAL Veterinario del IGUAZÚ

10 y 11 de NOVIEMBRE 2023

REGISTRATE AQUÍ
WWW.CONGRESODELIGUAZU.COM

¡SHOW EN VIVO, SORPRESAS Y SORTEOS!

11 DISERTANTES

2 DÍAS DE CONFERENCIAS

40 STANDS

CENTRO DE EVENTOS Y CONVENCIONES DE PUERTO IGUAZÚ

CONTACTANOS
contacto@congresodeliguazu.com
civi.congresoveterinario
+54 9 3765 221949

NOS APOYAN



Las Palmas
HOSTERÍA ANIMAL

Establecimiento de Salud Animal destinado a hospedar y cuidar animales profesionalmente.

Director: Gustavo J. González Marín
Médico Veterinario; Magister en Salud Animal
M.P.: 5942

Centenario 250 (1619) Garin - Buenos Aires, Argentina
www.laspalmas.com.ar - info@laspalmas.com.ar
cel: 011 3491 1960



"Está en riesgo la industria de animales de compañía"

En diálogo con Matias Wullich, desglosamos lo que para el MV son los riesgos que tiene la industria de animales de compañía y cómo, a través del buen servicio y del amor, se puede revertir esa situación.

Camila Montaña
Periodista
camila@minegocioveterinario.com



¿Cómo adaptar tu negocio a la nueva realidad del retail? Esa es la pregunta con la que inició Matias Wullich, CEO de Centro Pet en la Ciudad de Buenos Aires, su participación en Expo Veterinarias 2023. La charla se realizó en un ambiente distendido, en el que Wullich invitó a los asistentes a participar con opiniones y comentarios. Con el objetivo de ampliar los conceptos compartidos en la sala a comienzos de julio, **Mi Negocio Veterinario** charló con el disertante para conocer más en profundidad cada tema.

Para Wullich, el negocio veterinario está en riesgo desde hace años y son varios los motivos. "Está en riesgo la industria de animales de compañía. Y no solamente en Buenos Aires, no solamente en Argentina, está en riesgo en todo el mundo". Pero ¿por qué? Eso es lo que conoceremos a continuación.

Está en riesgo la industria por el e-commerce

Matías Wullich inició su charla en la jornada planteando la problemática que

genera la situación mundial ligada a la inflación generada en gran medida por la guerra en Ucrania. Esto ha generado escasez de materia prima a nivel mundial.

Eso, sumado a la inflación que presenta Argentina deja al descubierto lo que Wullich indica como la muerte del retail o mercado minorista.

"La muerte del retail empezó hace 8 o 10 años". Pero ¿qué es la muerte del retail? Que los comercios minoristas están cerrando y van a seguir cerrando y se están volcando al e-commerce. Es decir, a la venta de productos por Internet. Esto sucede tanto para los negocios veterinarios, como los pet shops.

Pero ese cambio no es color de rosas pues implica que se deba competir contra precios que los Marketplace imponen y, por si fuera poco, los impuestos a nivel país terminan restando ganancias a lo que se genera.

Según Wullich: "Los que vendemos por e-commerce especialmente en el principal Marketplace de nuestro país y de Latinoamérica, que es Mercado Libre, sabemos que esta tiene una posición dominante y va haciendo que bajemos



los precios. A lo poco que ganamos, el Estado va a pescar nuestros impuestos y nos hace retención", afirmó.

Ahora bien, el problema no termina acá pues las empresas que fabrican el alimento balanceado para animales de compañía, que vendían a través de los comercios minoristas, están vendiendo

también a través de los Marketplace. Y por si fuera poco, grandes empresas de e-commerce tiene ya su propio alimento balanceado, que lo fabrican y comercializan desde sus plataformas.

Esto termina generando una pelea de precios que los dueños de veterinarias y petshops deben asumir para poder continuar activos en el mercado.

La adopción, un aspecto a considerar, pero a qué costo

Si no hay criaderos de mascotas, si no se mantiene ese circuito, no hay necesidad de prestar los servicios clínicos para los animales de compañía.

Es el argumento con el que planteó Wullich la necesidad de prestar atención a toda la cadena de valor de la produc-

Protegiendo lo que nos importa!

Reforzando su inmunidad, vive su mejor versión.

Protegiendo desde los 30 días.



Previendo moquillo, hepatitis, tos de las perreras, parainfluenza, parvovirus y coronavirus de los caninos.



☎ 11 6304 8849
@LaboratorioPaul • Laboratorio Paul
laboratoriopaul.com.ar
ventas@laboratoriopaul.com.ar

PAUL[®]
Laboratorio Veterinario

120 AÑOS
CUMPLIENDO!

Lo más importante

Matías Wullich, CEO de Centro Pet, participó como disertante en Expo Veterinarias 2023 e insistió con un concepto que sostiene desde hace algunos años: "El retail, el comercio minorista, murió".

En este punto, el profesional detalla una serie de factores que fundamentan su visión, entre los cuales claramente se destaca el comercio electrónico "Esto afecta tanto a los pet shops, como a las veterinarias", repasó en su charla Wullich, para no dejar dudas. Frente a esto, el disertante puso el foco en avanzar en tácticas de "love marketing", un marketing orientado en el servicio al cliente, donde el amor y los buenos tratos sean la fortaleza para enfrentar los desafíos que vienen. ¿Se podrá? ¿Qué les parece? Escribannos a info@minegocioveterinario.com.

ción animal, aunque la venta de animales de compañía esté mal vista.

"Qué pasa si no se venden animales? ¿Qué pasa con nuestra industria?, se muere. El problema no está en el comercio de animales, sino en la forma en la que acá en Argentina puntualmente se comercializa", indicó Wullich.

Lo importante es que el gremio motive que las personas puedan tanto comprar como adoptar para que sea una elección pensada y con argumentos.

Pues no es lo mismo regalar una mascota a una persona mayor o a una persona joven: las dos tienen necesidades y disposiciones diferentes.

Y el disertante continuó: "Si no hay alguien que críe coballos, nosotros no vendemos alimentos balanceados o pastos para coballos. Si no hay alguien que críe hámster, nosotros no vendemos alimentos para hámster. O sea, si no hay producción de animales, si no hay cría de animales, adopción incluida, nuestro negocio se muere", puntualizó el profesional durante Expo Veterinarias.

Sobre esto, el tema es que genera en algunos casos complicaciones que lle-

van hasta el escrache de los veterinarios, quienes son juzgados por la venta de animales de compañía.

La clave es conocer todo sobre el producto y lo que los clientes piensan

Las tendencias siempre cambian y es un error no escuchar lo que los clientes quieren.

Hoy por hoy, la tendencia es la alimentación natural, donde se evitan los ultraprocesados.

Cada vez más los tutores de mascotas buscan alimentar a sus animales de compañía con la misma conciencia con la que se alimentan ellos, es decir lo mejor y más natural posible.

Los alimentos procesados, bocaditos de colores, productos deshidratados ya no son hoy la tendencia y no es lo que los clientes están buscando.

El tutor de la mascota no está comprando ahora golosinas sintéticas igual a como no le compra a su hijo humano este tipo de productos. Leen las fórmulas de los alimentos exigiendo a los productores que tengan la menor cantidad de productos químicos y nocivos para la salud posibles.

El tutor de la mascota cada vez está más informado, sabe qué es bueno y qué no para su mascota y esto lo sabe debido a que ha buscado en Google.

Porque los clientes se informan, consultan y aprenden por el buscador más importante de la internet.

"El consumidor lee bastante antes de comprar, lee las reviews de Google o las reviews de Mercado Libre, sabe el tipo de consumo, sabe qué tiene una heladera, sabe los componentes que tiene un alimento balanceado, busca productos más naturales, más sanos, más ecológicos y al mejor precio posible y con la mayor rapidez de entrega posible", sentenció.

El veterinario no puede seguir haciendo lo mismo y conseguir resultados diferentes. Ahora se deben leer los comentarios que dejan los clientes en la web, sean positivos o negativos, se debe escuchar al cliente. "Se los debe escuchar de verdad, entenderlos y tratarlos con amor.

¿Qué es el marketing del amor?

"El marketing es una palabrita mágica que tiene que ver con descubrir la necesidad del consumidor y satisfacerla por medio de un producto o servicio, de la mejor manera para que esté contento y vuelva a comprar. Sin embargo, yo planteo este marketing del amor o "love marketing", que tiene más que ver con la posibilidad de servir, de aprender a servir, servir de verdad, servir desde el corazón, servir al nivel de la entrega del amor incondicional".

Así de claro lo explica Matías Wullich para **Mi Negocio Veterinario**.

Y continúa describiendo la importancia de que el amor sea el que motive el trabajo diario del veterinario, porque quién está del otro lado, quién busca la atención, "necesita ser tratado con amor".

Hay una historia detrás de cada persona con su animal de compañía, una persona que necesita de ese animal para estar tranquilo, para no sentirse solo, una persona que ve como un hijo a su mascota y que daría lo que fuera necesario para que esté bien.

Es así como finaliza el disertante poniendo énfasis en este concepto, y agrega que "la persona que esté en contacto con el cliente tiene que ser una persona amorosa". Porque "el todo" del negocio veterinario es servir, es ayudar, es dar lo mejor de sí, para el beneficio del otro y eso lo saben todos los médicos veterinarios. Al final, por eso eligen esta profesión. ✨



Old Prince

PROTEÍNAS NOVELES

Senior

Cordero y Arroz Integral

Su alto contenido de ácidos grasos, provenientes del salmón, sumado a los antioxidantes naturales **mejora el sistema cognitivo y retrasa los procesos de envejecimiento.**



Presentaciones
3 y 15 kilos

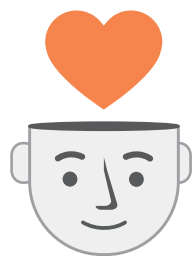
Light

Cordero y Arroz Integral

Su bajo nivel de grasas, en conjunto con el aporte de fibras naturales y L-carnitina, **controlan y reducen el peso corporal.**



Presentaciones
3 y 15 kilos



Bienestar Emocional

Tiempo estimado de lectura: 4 min

Royal Canin pone el foco en el bienestar de los veterinarios



Con eventos en Córdoba y Buenos Aires, la XI Gira de la empresa contó con una serie de acciones vinculadas a poner sobre la mesa la problemática actual y compartir consejos para abordarla.

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



Celebrando 20 años de la iniciativa, Royal Canin llevó adelante su 16° Gira Técnica que involucró eventos para profesionales veterinarios en Córdoba y la Ciudad de Buenos Aires, así como también estudiantes de la Carrera de la Veterinaria de la UBA.

Así fue cómo la Dra. en Psicología María Roca y Alicia Galfasó abordaron temas como "Salud mental y bienestar profesional: Aprendiendo a cuidar nuestro mejor capital" y "Autocuidado profesional Parte 1", respectivamente, quedando pendiente para septiembre la segunda parte del combo para estudiantes universitarios de la mano de la psicóloga Galfasó.

En este marco, **Mi Negocio Veterinario** fue parte de la jornada realizada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde se juntaron cerca de 300 veterinarios y veterinarias para compartir experiencias y conocimientos sobre el bienestar profesional, acciones complementadas con una disertación a cargo de Estanislao Bachrach, sobre el diseño de las emociones.

"Esta vez nuestra Gira pone el foco en la salud de los veterinarios. En ese bienestar que

se necesita para que estos profesionales también piensen en cuidarse a ellos mismos", nos decía Lilita Guazzora, jefa de asesores técnicos veterinarios de Royal Canin, quien en su presentación mostró los resultados de la encuesta realizada por **Mi Negocio Veterinario** a comienzos de año, en la cual se demuestra el impacto del cansancio sobre el rendimiento personal y profesional de los veterinarios.

Y agregó: "Esperamos que este sea un puntapié para la reflexión, para darnos cuenta de lo que nos pasa, ponerlo en palabras y romper con este tabú de la salud mental".

A su turno, Damián Rubens, director de marketing de la empresa, sostuvo que estas acciones están ligadas a la vocación de Royal Canin por colaborar con la comunidad veterinaria, entendiendo que quien no puede estar bien del cuerpo y de la cabeza, no puede desarrollar a pleno su trabajo. "Por eso, decidimos involucrarnos con esto que tiene que ver con el manejo del stress y el día a día", nos decía.

Y agregó: "Este es un pilar de la compañía a nivel global, que se traslada en acciones que no terminan esta noche, ni este año, sino que forman parte de un calendario estratégico".

¿Qué hacer distinto?

Mano a mano también estuvimos con Estanislao Bachrach para conocer los

principales temas de su participación.

"El tópico es ver cómo puedo regular mis emociones. Hay cosas que no podemos manejar (la situación del país, del barrio), pero sí algunas otras que dependen de nosotros mismos para, ya que las vamos a atravesar, hacerlo del mejor modo posible", nos explicaba el profesional que luego destacó la importancia de hacer una pausa y pensar, antes de tomar decisiones.

"Cuando uno se siente mal por algo que le está pasando, lo más normal es culpar al otro, quejarse y creer que uno tiene la razón. Es un tema que afecta a todos los seres humanos, de todos los países y de todas las edades. No es exclusivo de los veterinarios. El desafío es ver qué hacemos nosotros frente a las situaciones difíciles que nos toca vivir", concluyó Estanislao Bachrach. ✨



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



Marketing Online/Offline

Tiempo estimado de
lectura: 3 min

¿Cómo es el perfil del tutor de mascotas en Brasil?

Un estudio revela el predominio de personas económicamente activas y menores de 40 años. Esto impulsa el crecimiento del sector.

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



pulsado durante la pandemia, momento histórico en el cual más de la mitad de los encuestados para este relevamiento aseguró haber adoptado un perro o un gato.

Cuidados veterinarios

Por otro lado, el informe asegura que los propietarios están más atentos que en años anteriores a la salud de sus mascotas, haciendo especial hincapié en la prestación de atención regular, prevención, diagnóstico y tratamiento de las enfermedades a través de un veterinario.

Este no es un dato menor, puesto que el documento también sostiene que el nivel de la actividad de las veterinarias se ha logrado mantener incluso en los últimos años.

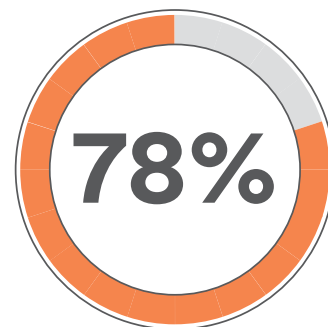
“No es de extrañar que el 31% de los dueños de perros y el 27% de los dueños de gatos ya consideran a sus pequeños animales como niños”, refuerzan en Brasil.

Perfiles

A la hora de desmenuzar la información propiciada por el Sindan, vemos también que más de la mitad de los hogares brasileños tienen al menos un perro o gato.

Asimismo, puede verse el perfil promedio de los dueños de mascotas en este país, identificando como datos destacados que, sobre el total, el 65% son mujeres y el 59% son de la clase social C.

¿Más datos? Sí, y uno muy importante.



De los tutores de mascotas encuestados en Brasil tienen hoy menos de 40 años.

Entre los tutores de mascotas en Brasil, predominan los de 16 a 24 años y los 30 a 39 años. ¿Algo más? Sí, en la revisión total, se percibe que el 78% del total tiene menos de 40 años, una estadística de gran valor a la hora de establecer el nuevo perfil al que se enfrentan día a día las veterinarias hoy en día.

La encuesta también destacó que el 53% están casados/juntos, el 98% son heterosexuales y el 86% son económicamente activos. Asimismo, que el entorno familiar más común entre los dueños de gatos y / o perros son las familias con hijos; mientras que en los hogares con personas que viven solas, hay un mayor predominio de aquellos dueños que solo poseen gatos.

Conocer el perfil de las personas que son clientes activos de los emprendimientos veterinarios resulta hoy imprescindible para aquellos que los gestionan.

Enterate más sobre este tema en el Instagram de @minegocioveterinario. ✨

“

Sobre el total encuestado, el 65% son mujeres y el 59% son de la clase social C”.

¡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



Richmond
Vet Pharma™

richmondvet.com.ar



GMP CERTIFICATE
SENASA BPPFV
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