

Momento crucial para las clínicas veterinarias

El sector veterinario de animal de compañía continúa en un momento de rápida transformación y profesionalización, con el objetivo de mejorar la rentabilidad de la clínica veterinaria.



A MVAC (Asociación Madrileña de Veterinarios de Animales de Compañía) ha publicado su nuevo Informe Sectorial de 2020, en el que se analiza en qué momento se encuentra el sector, cuál es el mercado y la situación de las clínicas veterinarias.

Por lo que se refiere a su situación, la tónica es la transformación y el cambio constante, ya que los fondos de inversión continúan apareciendo, y el número de adquisiciones de clínicas veterinarias sigue creciendo, por lo que los centros veterinarios se adhieren a estos fondos, o bien se agrupan para mejorar su competitividad. Además, la concentración continúa con la adquisición y unión de empresas fabricantes y distribuidores.

Por otro lado, existen numerosas reivindicaciones, y muestra de ello es que los veterinarios salieron a la calle para comunicar su situación en la manifestación del 17 de noviembre de 2019. Además, a principios de este año se firmó el primer convenio laboral, que será una base para la regularización del sector.

Finalmente, es muy relevante el concepto One Health, que está cada vez más integrado en el sector y en la sociedad para el control de enfermedades emergentes y zoonóticas.

Escenario exigente

Los propios profesionales sanitarios son conscientes de que se encuentran en un momento de cambio y transformación, y que probablemente el sector será muy diferente en un plazo de tres a cuatro años. De hecho, según recoge el "Estudio Veterinaria 2030", consideran que viene una revolución de gran calibre, que la profesión tal y como se entiende actualmente se acaba, o que la situación de la clínica es irreal y su proyección no es sostenible.

El Informe recoge que la profesión está enfrentada contra las exigencias de un escenario muy competitivo, activo y cambiante. Por otro lado, señala que el marco institucional dificulta el ejercicio de la actividad profesional y empresarial.

En cuanto a las razones por las que los clientes eligen una determinada clínica veterinaria, otro de los aspectos que AMVAC estudia en el informe, comprobamos que en general acuden por la proximidad o recomendación de otros clientes. Sigue siendo importante la gestión de la página web del centro veterinario, la respuesta a una campaña publicitaria y la aparición en redes sociales.

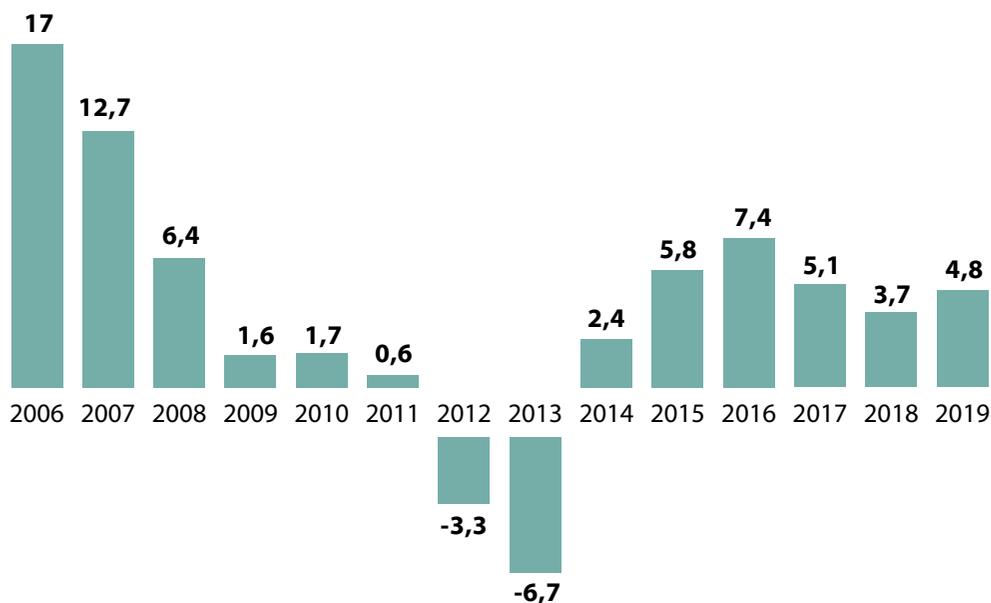
Los aspectos que más valoran los clientes son la atención, el manejo y el trato tanto a la mascota como al propietario. También se valora la disponibilidad de medios técnicos por la relación con la posibilidad de ofrecer un buen servicio, y la proximidad a su casa.

El desarrollo de habilidades de comunicación con el cliente, tanto online como offline, son necesarias para el desarrollo del negocio

No cabe duda de que la especialización y formación continuada son necesarias para el desarrollo del negocio en este mercado competitivo, y que también lo son el desarrollo de habilidades de comunicación con el cliente, tanto online como offline.

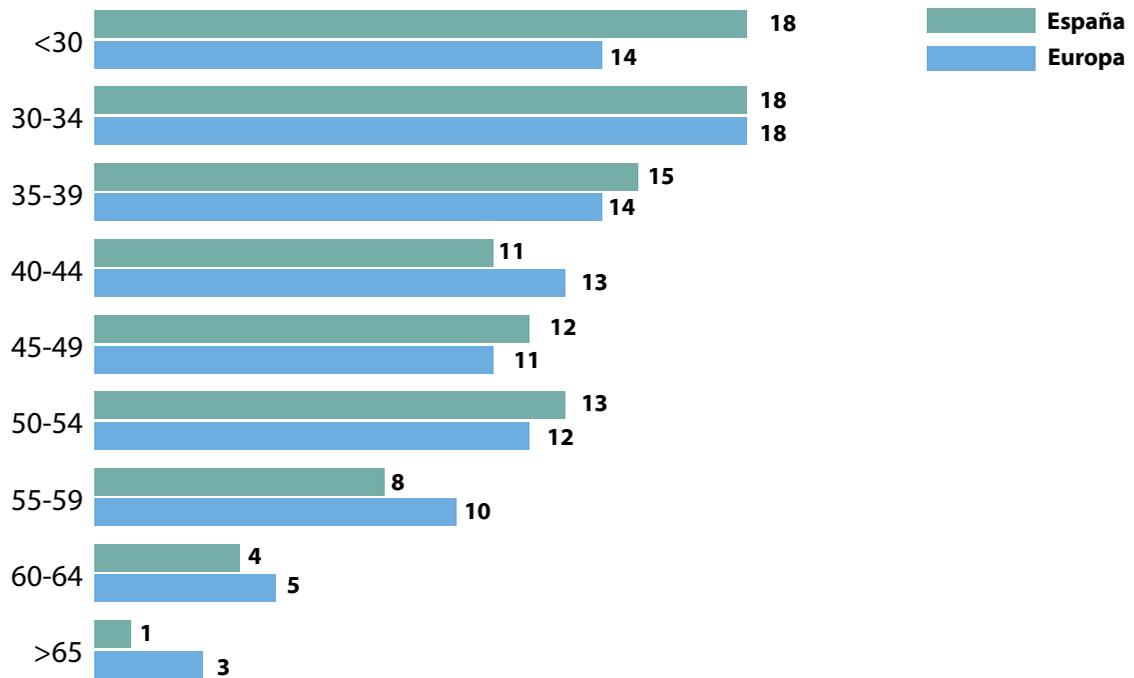
INGRESOS CLÍNICAS VETERINARIAS

%



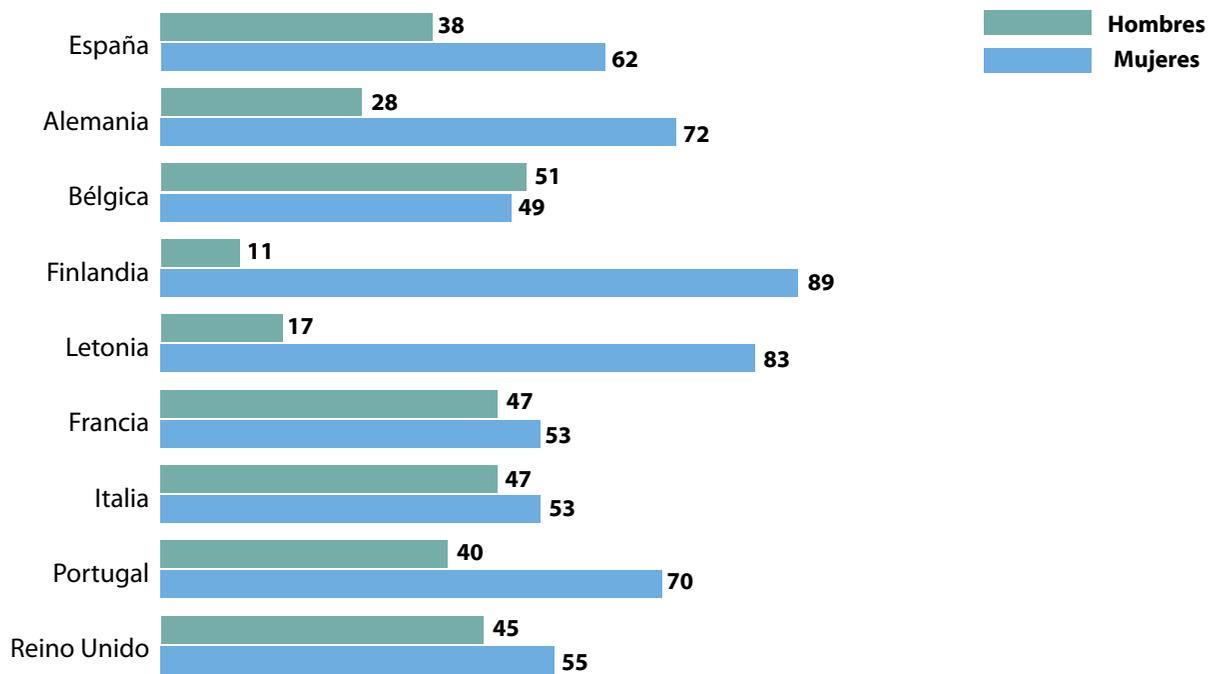
Fuente: Informe Sectorial AMVAC 2020

EDAD DE LOS PROFESIONALES VETERINARIOS. %



Fuente: Informe Sectorial AMVAC 2020

GÉNERO DE LOS PROFESIONALES VETERINARIOS. %



Fuente: Informe Sectorial AMVAC 2020

¿CUÁLES SON LAS FUENTES MÁS IMPORTANTES DE PROCEDENCIA DE CLIENTES PARA LOS CLÍNICOS?

Contacto directo (proximidad)
Recomendación de otros clientes
Página web
Respuesta a campaña publicitaria
A través de las RRSS
Anuncio en páginas amarillas y otros medios
Remisión desde otro centro veterinario

Fuente: Informe Sectorial AMVAC 2020

Tanto en Europa como en España la mayoría de los veterinarios del futuro serán mujeres

Mapa de situación

Por lo que se refiere a la situación económica de las clínicas veterinarias, en 2019 de nuevo cerraron año con un crecimiento de los ingresos del 4,8%, superando al crecimiento del 2018 que fue un 3,7%. El mayor crecimiento lo han tenido las clínicas muy grandes, del 10,4%. El resto de clínicas (pequeñas, medianas y grandes) crecieron entre un 3,2 y 3,3%. La media de pacientes se incrementó en 2019 un 3,4%, y el ticket medio lo hizo un 3% durante el 2019. En cambio, el número de visitas al año ha disminuido un -1,5%.

Si nos fijamos ahora en la industria española de sanidad y nutrición animal, observamos que en el pasado ejercicio creció un 3,72%, con una facturación de 1.044,46 millones de euros. Al igual que el año anterior, los farmacológicos fueron los productos más vendidos. Del total del mercado, el segmento de perros y gatos representó el 28,52%, con 297,83 millones de euros.

El Informe Sectorial también nos ofrece un mapa demográfico de la profesión veterinaria. Tanto en Europa como en España la mayoría de los veterinarios del futuro serán mujeres, siendo hoy en día una profesión joven, en general por debajo de los 45 años, situándose con más frecuencia entre los 30 y los 34 años.

En cuanto a género, observamos un retrato muy femenino. En Europa, y según los datos de 2018, el 58% de los veterinarios son mujeres. Ese dato sube hasta el 62% en el caso de nuestro país. Además, se observa que el porcentaje de mujeres aumenta en los rangos de edad más bajos, y que el porcentaje ha crecido un 5% en apenas tres años, siendo mujeres el 82% de los veterinarios menores de 30 años.

Principales reflexiones sobre el futuro

- *Progresiva feminización.* Se ha incrementado exponencialmente el número de mujeres profesionales de la veterinaria, especialmente entre los más jóvenes. De igual manera, podemos observar que el porcentaje de estudiantes mujeres supera al de hombres.
- *Salud emocional y conciliación.* Es necesario tener una mayor conciencia de la salud emocional del veterinario y de los asistentes técnicos veterinarios, así como una mejora de las condiciones salariales y un fomento de la conciliación laboral.
- *Transformación del sector.* El auge del sector y de la inversión que se está produciendo revertirá en una profesionalización del sector y del personal veterinario.
- *Convenio colectivo.* La firma del convenio colectivo puede suponer una revisión al alza de los precios de los servicios veterinarios para ajustar ratios de rentabilidad.
- *Cambios en la venta de productos.* La venta de productos y alimentación de la línea veterinaria será absorbida progresivamente por grandes cadenas y plataformas de e-commerce. El comercio minorista de barrio deberá optar por la diferenciación para lograr sobrevivir en este entorno tan competitivo.
- *IVA de los servicios veterinarios.* Es necesaria la reducción.
- *Número de veterinarios.* El gran número de veterinarios en España dificulta la rentabilidad del sector. Es necesaria una regulación del número de estudiantes que acceden a las facultades de veterinaria y limitar la apertura de nuevas.
- *Desarrollo de los servicios veterinarios.* La comercialización de servicios veterinarios permitirá sobrevivir a aquellos centros pequeños que basen sus ingresos en generar confianza con el cliente final, optimizar su comunicación y su imagen corporativa, y apostar por el trato excelente del cliente y cercanía.
- *Especialización y diferenciación.* Clave para ser competitivos en el futuro.