

“Grupo Valdelvira es ese sitio al que cualquier veterinario con clínica puede acudir para la gestión de su negocio”

El veterinario Sergio López Valdelvira es fundador y administrador de la mayor empresa de su tipo en el sector en España. Colabora con alrededor de 350 clínicas asociadas y se enfoca en facilitar la vida a los profesionales. Recientemente han lanzado una campaña para concienciar sobre la importancia de la medicina veterinaria preventiva.



De veterinarios para veterinarios. La misión del Grupo Valdelvira es clara, gracias al espíritu que le impregnó su fundador y actual administrador, **Sergio López Valdelvira**, tras vivir de primera mano las complicaciones de gestionar una clínica veterinaria. La estructura de la empresa, fundada en 2007, se centra en proveer de servicios a las “clínicas veterinarias independientes” que se asocian con ella y que, de esta manera, “tengan herramientas suficientes para ir haciendo una mejor gestión de sus negocios”.

López es muy claro en recalcar la “independencia” de las clínicas veterinarias de pequeños animales en todo momento. De tal forma que, actualmente, son alrededor de 350 las que forman parte de su estructura, incluyendo un socio en Portugal, lo que convierte al Grupo Valdelvira en la mayor empresa de su ámbito en España.

Actuando como una “especie de ventanilla única”, atienden a todo aquel veterinario con una clínica para que “no esté solo y tenga un sitio donde acudir” con el fin de mejorar sus aspectos laborales “y consultar todo problema que pueda surgirle”. Al uso de una gran cadena, pero sin perder la autonomía de su negocio.

De entre los ámbitos que cubren está la distribución; la negociación de los productos que necesite cada asociado; la realización de auditorías para aquel que lo necesite; el asesoramiento legal; la gestión de cara a la atención con los clientes; el posicionamiento web... en definitiva, resume López: “Ser ese sitio al que cualquier veterinario con clínica pueda acudir para que le ayuden en la gestión de su negocio”.

Su administrador no oculta el deseo de que el Grupo Valdelvira siga creciendo bajo un modelo asociativo hasta alcanzar “ojalá a todas las clínicas independientes agrupadas con un proyecto común de este tipo en varios años”, para que todos “comprendan cuál es el espíritu” que mueve a la empresa.

Vetplan: el futuro de las clínicas veterinarias

De entre todas las iniciativas que ya lleva a cabo la empresa, López destaca por encima de todas Vetplan. Estos planes de salud son considerados por el administrador del grupo como “el futuro de la veterinaria” siempre, reitera, manteniendo su independencia. El proyecto ya está implantado en unas 110 clínicas. Para que las clínicas conozcan los “muchos beneficios” que tienen estos planes de salud, además de en implantar estos sistemas de trabajo y planes de empresa.

Por otro lado, señala que el grupo se halla embarcado en tantos proyectos actualmente que, por el momento, no tienen previsión de impulsar nuevos.

Una campaña para concienciar acerca de la medicina preventiva veterinaria

Esta es en concreto una de las iniciativas en las que más énfasis está poniendo el Grupo Valdelvira, que lanzó este mes de junio la campaña de concienciación ‘Cuestión de prioridades’. La iniciativa nace de una realidad dispar: las familias con animales de compañía a su cargo gastan de media 90 euros anuales al año, según las cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE). “Vemos que la facturación media de cliente por año es realmente baja”, corrobora López, mientras que, por otro lado, el dinero desembolsado en otros asuntos como “viajes, cremas, belleza...” sigue aumentando. La campaña pone en tela de cuestión el trasfondo principal: el debate no es la competencia entre clínicas veterinarias, ni el tipo de modelo que se implantará. Según el veterinario, esta competencia se encuentra “en qué se gasta la gente el dinero de que dispone”. Porque, recuerda López, el encargado de una tenencia responsable de la mascota “es su propietario”, no el profesional de la clínica veterinaria.

“Nos dedicamos a un sector en el que trabajamos de forma muy honesta. Ponemos algo más que dinero. Ponemos el corazón en ella, y debemos plantear a la sociedad y al mismo sector veterinario la opción de tener un perro o no es del propietario, y que nosotros debemos de vivir dignamente. No es otro el mensaje: debes ser consciente de que, si decides tener perro, ese perro va a tener un gasto y tienes la obligación de darle una vida saludable y hacer una tenencia responsable”, argumenta.

Supone dejar atrás la imagen del veterinario como una figura que cura el malestar de la mascota para pasar a ser el garante de la salud de esta mediante un control preventivo y un diagnóstico precoz de las enfermedades. “Pero yo creo que el veterinario abarca mucho más que eso”, confirma. Buen ejemplo de ello es Vetplan



de Grupo Valdelvira: combina planes de salud y seguros para animales de compañía desde hace ya 13 años. Y añade que en otros países con más experiencia en estos planes de salud para animales de compañía ha quedado constatada la mejora de su calidad de vida.

El material de la campaña (elaborado por la agencia de marketing MKVET) ya está disponible, en el área privada de la web del Grupo, para sus asociados, a los que también se les ha remitido por correo electrónico todos los materiales. López pide que, además, sea el veterinario *“el que se implique en difundir este mensaje”* para hacer ir concienciando a la sociedad de hacer una buena medicina preventiva y trabajar en ese sentido.

“La clínica pequeña de referencia siempre va a existir”

Con sus más de tres décadas de experiencia, López considera que este es un momento bueno para el sector. *“Pero lo mejor es lo que queda por venir”*, vaticina. Asegura que la veterinaria en España está a la vanguardia mundial: *“En cualquier pueblo, barrio, hay una clínica que hace maravillas a nivel técnico”*.

Firme defensor de este tipo de negocios, opina que *“la clínica pequeña de referencia de primera instancia en su barrio, en su zona de influencia, va a existir siempre”*, conviviendo con los grandes grupos veterinarios. Aunque una pequeña clínica no pueda realizar un TAC o una resonancia magnética, hay centros de referencia a los que poder derivar. López confía en que

“ese modelo colaborativo es beneficioso para todas”.

Lo que sí cree apremiante es que el propio sector se conciencie para saber cuál es su posición en la sociedad. *“Una vez lo hagamos, de forma honesta lo vamos a ir ofreciendo mejor al dueño de la mascota y este va a aceptarnos. Porque en general tenemos más predicamento del que nos creemos”*, finaliza. 🐾

