

Aportar valor con la transformación digital de los centros veterinarios

No hay duda de que la transformación digital de las empresas ha ido ganando más importancia, siendo cada vez más los negocios que se plantean cómo acometerla.

La transformación digital es transversal a todos los sectores. Empujada por el crecimiento exponencial del uso de la tecnología, al alcance de todos los consumidores y empresas, ha cambiado las reglas del juego. Así, tanto la consumerización (entendido como que la mayoría de consumidores disponen de la tecnología) como la democratización (los recursos tecnológicos se han abaratado, estando al alcance de todas las empresas) han modificado los hábitos de consumo de la población, lo que nos lleva a tener que replantear la propuesta de valor de la empresa o centro veterinario. La transformación digital debería ayudar a las organizaciones a hacerse más resilientes al entorno cambiante en el que vivimos. Para abordar esta transformación digital, debemos ver el uso de la tecnología en el centro como parte del camino.

Cuándo empezó el cambio

La digitalización de los centros se inició a finales del siglo XX, hace ya más de 25 años. En los años 90, aparecieron los primeros programas de gestión de centros veterinarios como fueron CIP-SA (MS-DOS) y Winvet (primer programa de gestión veterinaria en Windows el año 95). La resistencia al cambio por parte de la mayoría de veterinarios fue numantina. Los primeros centros interesados no sabían de informática (desconocimiento de los teclados e incluso del uso del ratón) o no disponían de los equipos informáticos para su implantación. Los recordatorios fueron el primer avance, incluso el motivo de compra del programa por parte de algunos centros. Una vez tenían el programa en casa, fueron descubriendo otras funciones como los historiales, pudiendo eliminar las fichas de papel de los centros. En 2001, Winvet fue el primer software que realizó el envío de SMS como recordatorio. Años después, podemos afirmar que el uso de un programa para la gestión de las fichas de clientes, envío de recordatorios, gestión de facturación y análisis de clientes es imprescindible para los centros. En nuestros tiempos, costaría imaginar la gestión de un centro sin la ayuda de un buen programa, pero,

en los 90, pocos veterinarios se interesaron desde el primer momento, siendo adoptada por una minoría. Es comprensible que parte de los veterinarios quisieran seguir trabajando con sus ficheros de clientes en papel, y enviando por correo postal las cartas de recordatorio de vacunación. El desconocimiento de la tecnología y tener que cambiar las rutinas bien conocidas pueden ser potentes frenos para abrazar el cambio. Con los años, los buenos resultados, la satisfacción de los usuarios y, posiblemente, la demanda de mejores servicios por parte de los clientes empujó a que los programas de gestión estén hoy en día presentes en la totalidad de los centros.

Treinta años después, vivimos en una sociedad conectada a Internet. En España más del 93% de la población, casi 44 millones de españoles, son usuarios de Internet. Estos, en su amplia mayoría, acceden a la red a través de sus dispositivos móviles; y el 80% de los usuarios que tienen entre 16 y 64 años están presentes en al menos una red social.

Con un entorno tan digitalizado, es necesario adaptar nuestros negocios a los hábitos de consumo actuales y futuros de nuestros clientes. La convergencia del mundo digital con el físico ha llegado para quedarse y va a ir incrementando su integración.

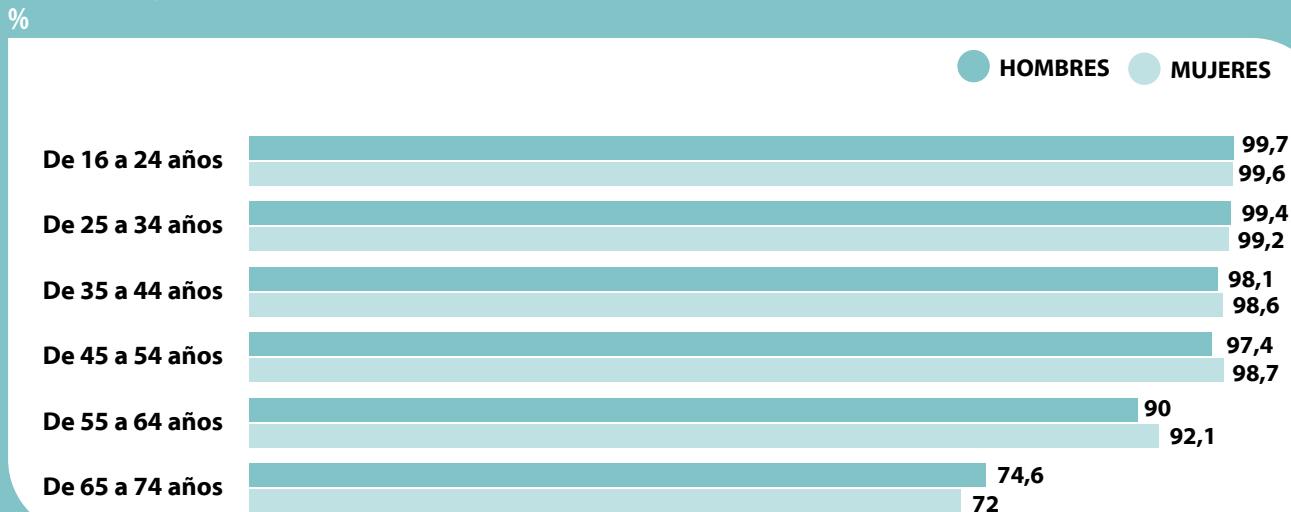
Cambios gracias a la tecnología

Es imposible abarcar todos los cambios que ha traído consigo la implementación de la tecnología. Sin embargo, aquí desglosamos los más importantes:

Programas de gestión. La implementación de los programas de gestión en los centros provocó cambios en los procesos de trabajo hasta la fecha impensables, ahorrando tiempos en la

La empresa debe ser proactiva y anticiparse, estando atenta a los cambios del entorno

POBLACIÓN QUE HA USADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES POR GRUPOS DE EDAD 2021



Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. INE
Elaboración: IM Veterinaria

gestión y facilitando el acceso a la información que antes era más compleja obtener, como puede ser la obtención de estadísticas de clientes o datos del centro. Los programas han aportado un proceso más eficaz en la gestión del negocio.

Digitalizar la comunicación. Con la aparición del correo electrónico y los SMS, se evolucionó otro de los procesos rutinarios de los centros, reduciendo los tiempos de preparación y eliminando el uso del correo postal. Digitalizar la comunicación nos permite ser más ágiles e impactar con mayor frecuencia al consumidor. Las redes sociales, una página web y el uso del correo o SMS son herramientas al alcance de todos y es necesario usarlas mejor que los competidores. Actualmente, muchos centros veterinarios han incorporado WhatsApp como canal de comunicación con sus clientes. WhatsApp es un canal bidireccional abierto e inmediato que permite atender consultas de clientes, agendar citas, realizar triaje o campañas de comunicación. No es fácil gestionar toda la comunicación, así que se puede contar con la ayuda de expertos que ponen sus servicios a disposición de los veterinarios.

Infraestructura tecnológica. Durante estos años, los proveedores de *medical device* para los centros veterinarios también han ido innovando y digitalizando los equipos. Actualmente, la tecnología es accesible para la mayoría de los centros, permitiendo trabajar con excelentes equipos que facilitan el tratamiento de los resultados en soporte digital. La Rx digital, poco asequible en un principio, resultados de analíticas guardados fácilmente en la ficha del paciente, y ECG que permiten compartir los resultados con especialistas de forma ágil son solo unos ejemplos de los avances introducidos en los centros.

Sin duda, en las dos últimas décadas, la tecnología se ha introducido en los centros veterinarios, se ha digitalizado la comunicación y dependemos del software para ofrecer el servicio, pero... ¿hasta dónde implica una transformación digital?

Un cambio estructural

Para la transformación digital es necesaria una infraestructura tecnológica que nos permita evolucionar el modelo de negocio, la cultura de la empresa y el modelo organizativo, con el objetivo de aportar valor al consumidor.

Si cogemos como referencia la salud humana, hace ya más de una década que se empezó a desarrollar el concepto de 'Hospital Líquido', aquel donde se atiende a los pacientes más allá de las barreras físicas de los centros sanitarios.

Un claro ejemplo de ello es el Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona. Especializado en medicina pediátrica, en 2009 impulsó el proyecto Hospital Líquido, partiendo de la base de que los pacientes están más cómodos en casa que en el centro hospitalario. La tecnificación y preparación de los equipos en el uso de las herramientas, permitieron un cambio en el modelo de negocio. Se centraron en la especialización e internacionalización, innovando y mejorando la eficiencia con cambios organizativos y tecnológicos que les ha llevado a ser un referente internacional con pacientes en todo el mundo. En 2021, más del 40% de las visitas realizadas fueron no presenciales, permitiendo liberar las instalaciones para los pacientes más críticos y casos complejos que requieren la atención presencial.

Este entorno de cambios en la forma de consumir servicios sanitarios se va a acelerar de forma exponencial, ya que la mayoría de consumidores ya son digitales al igual que los veterinarios que están entrando en el mercado laboral. Los nuevos profesionales entrarán con una visión de los modelos de negocio que puede generar dudas como las generó la introducción de CIPSA o Winvet en los años 90.

En el mercado de mascotas, son varias las start ups que están comercializando ya soluciones tecnológicas que pueden ayudar a evolucionar el modelo de negocio. Como ejemplo, podemos mencionar Dinbeat, un arnés *wireless* que permite monitorizar varios parámetros del paciente en su domicilio; o Koly, un collar GPS que registra y analiza los datos de actividad de la mascota y alerta de los cambios de comportamiento antes incluso de que el propietario de la mascota se pueda dar cuenta del cambio. Asimismo, también existen soluciones profesionales que pueden optimizar y potenciar el uso actual de WhatsApp en los centros veterinarios.

Todas las herramientas que ya están en el mercado pueden ayudar a completar la infraestructura tecnológica de los centros veterinarios. Para optimizar el uso de las nuevas herramientas, cada centro ha de valorar los cambios organizativos necesarios que debe llevar a cabo para atender las nuevas tareas o servicios y asegurar el cambio cultural de todo el equipo.

En cuanto al modelo de negocio, debemos tomar la decisión de mantener el modelo actual o evolucionar para adaptarnos a la demanda futura. Se puede introducir tecnología para atender a los pacientes más allá de las paredes del centro, ya sea para seguimientos de crónicos y cirugías, o para especializarse y abarcar más territorio, incrementando el número de casos. Tomando el Hospital Sant Joan de Déu como ejemplo, los propietarios también pueden percibir que los pacientes están más cómodos en casa que en el centro veterinario, así como querer evitar desplazamientos innecesarios a los centros para reducir el estrés de sus mascotas y dedicar menos tiempo de sus agendas ocupadas. No es fácil saber qué tecnología será adoptada por los centros los próximos años, pero sí sabemos que los hábitos de consumo están cambiando y que la tecnología está en la mano de todos los clientes a través de sus smartphones. Lo digital es algo que está ocurriendo fuera de los centros. En este escenario, la empresa debe ser proactiva y anticiparse, estando atenta a los cambios del entorno para adaptar la organización. Al igual que en los 90, la resistencia al cambio será generalizada, por lo que el reto está en anticiparse al cambio y seguir aportando valor como empresa a los clientes actuales y futuros. 🐾

Autor:

Pablo Crespan

Desarrollo de Negocio Meeting Vets

Fuentes:

- https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagina=ProductosYServicios%2FPYSLayout
- "Radiografía de la transformación digital en España", Javier Zamora, Joan Enric Ricart. Harvard Deusto Business Review, Nº 303, 2020
- Entrevista con Luis Garces, CEO Winvet