

HACIA DÓNDE VA EL SECTOR DE LOS CENTROS VETERINARIOS EN ESPAÑA

Por José Luis Villaluenga, experto en gestión empresarial y marketing de centros veterinarios

La respuesta más sencilla es: "Hacia dónde decidan sus clientes".

El sector de las mascotas es un mercado en crecimiento debido a múltiples factores:

- Estilo de vida: más tiempo fuera de casa, más disfrute del ocio cuando es posible...
- Tipos de hogares: cada vez más hogares unipersonales.
- Nuevos clientes: los Millenials
- Personas mayores que viven solas
- Mayor concienciación hacia el maltrato animal
- Mayor vínculo emocional entre personas y mascotas
- Hay algunos hogares que sustituyen los hijos por una mascota
- Mayores cuidados diagnósticos y tratamientos más eficaces que prolongan la vida y el disfrute de las mascotas

Seguro que se os ocurre alguno más. Por esta razón es un sector importante a nivel de negocio y con tendencia al crecimiento.

Fijaros que, durante la pandemia, los centros veterinarios han permanecido abiertos; mientras otros sectores han cerrado: Turismo, ocio, restauración...

La mascota ha pasado a ser uno más de la familia. Y en la familia nos gastamos dinero. [En España hay 28 millones de mascotas y en un 40% de los hogares hay al menos una mascota.](#)

Pero en nuestro país hay un exceso de oferta, es decir, hay más centros veterinarios de los que debería de haber en función del número de mascotas. Y la mayoría de los centros son pequeños o muy pequeños, estando el mercado muy atomizado, algunos de ellos son fuente de autoempleo, la mayoría ofrecen los mismos servicios, no hay diferenciación, hay poca especialización, los centros veterinarios tienen poca visión de negocio, no se gestionan adecuadamente, la mayoría funciona de forma individual sin asociaciones con otros... Pero es un sector muy interesante económicamente. A nivel de medicamentos (biológicos y farmacológicos) [estará cerca de los 300 millones de euros](#) y si contáramos la alimentación podríamos sumar más de 1.200 millones de euros en alimentación. No contamos los ingresos por accesorios y otros complementos.

131

Con este panorama, y con la COVID-19 de fondo, ¿hacia dónde va el mercado?

Hacia una concentración. Es decir, a las asociaciones de clínicas veterinarias de una forma formal y profesional.

Hay opciones de seguir siendo independiente e integrarse en cadenas de clínicas veterinarias, como, por ejemplo, Wecan y Nexo. Aunque hay otras cadenas que se están iniciando pero actualmente son poco más que centrales de compra para trato con proveedores.

Y hay opciones de integrarse, si los intereses del propietario encajan y su clínica vale una cantidad interesante para éste o éstos, en proyectos empresariales que ya llevan 2 años comprando e integrando clínicas veterinarias en nuestro país. Ejemplos son: Anicura, Mivet, Kitan Unavets, Vetland, Zoa, The Gorila Vet Company...

La tercera opción, la más arriesgada, es permanecer "solo ante el peligro". ¿Se puede? Claro, pero **haciendo algo diferente a lo que se está haciendo actualmente**. Innova, especialízate, dirígete a un segmento concreto del mercado, asóciate con otras clínicas... **Sino lo vas a pasar mal.**

¿Y qué va a pasar con las clínicas veterinarias de Kiwoko y con los hospitales que integran Vetsum (Grupo Kipenzi) y con las clínicas de Tienda Animal; ahora que ha llegado la familia Mulder, que son expertos en comercios veterinarios no en clínicas veterinarias? En el próximo año iremos viendo movimientos en este grupo empresarial ahora bajo el mismo dueño. Ya se acaba de producir uno reciente con la salida de un hospital del grupo y compra por uno de los grupos empresariales anteriores.

Está ocurriendo, ni más ni menos, en nuestro país lo que pasó en otros países europeos hace años, integraciones de clínicas veterinarias y concentración del sector.

Algunos veterinarios dicen, van a acabar con las clínicas pequeñas, con la veterinaria tal cual está actualmente. Pues sí.

El cliente cambia, el entorno cambia, la competencia cambia, o te adaptas tan rápidamente como aparecen los cambios o estarás perdido.

Dedica unas horas de reflexión contigo mismo o con tus socios. Y decide hacia dónde queréis ir profesional y personalmente con vuestro centro veterinario. Y luego moveros en una u otra dirección. No vale quedarse como estás, te llevará "el océano" y no precisamente el azul, sino el rojo.

Es un sector muy divertido, muy dinámico y rentable. Merece la pena seguir compitiendo, formando parte de él y aprendiendo del mismo.