

Crecimiento de las clínicas veterinarias en España durante 2018.

El crecimiento alcanzado durante 2018 se debe a un aumento del 2,6% de los pacientes atendidos y un 2,8% por el incremento de los precios.

Por Francisco López | Animal's Health www.animalshealth.es

Otro año más ha tenido lugar, coincidiendo con la feria del sector de las mascotas Iberzoo de Ifema, el congreso VetMadrid, organizado por la Asociación Sindical Madrileña de Veterinarios de Animales de Compañía (AMVAC).

En esta ocasión, la convención vuelve a contar con ponencias de formación empresarial en las que ha participado el director general de la consultora Veterinary Management Studies (VMS), Pere Mercader, quien ha presentado el informe del sector de las clínicas de pequeños animales de 2018.

Vale decir que si bien en la Argentina no se cuenta con una base de información tan detallada como sucede en el país ibérico, los datos vertidos por el especialista ayudan a entender cuál es el pasado, presente y futuro de esta industria.

El analista asegura que el crecimiento en este sector es "robusto y estable", pues cuenta con un factor muy valioso, y es que, independientemente de la situación económica, los clientes siempre estarán dispuestos a pagar por la salud de sus mascotas. "Los clientes quieren mucho a sus perros y gatos", asegura Mercader y explica que debido a esto, el sector lleva creciendo por encima del PIB nacional desde 2015, solo frenado en 2013 y en 2014 por la subida del IVA del 8 al 21%, que las clínicas asumieron y no traspasaron a los clientes.

Cinco datos para entender la lógica de las veterinarias españolas

1. España contaba en 2018 con 5.364 clínicas veterinarias orientadas a pequeños animales, en las que trabajaban 12.800 veterinarios. Ese año se habrían atendido a 5.428.840 perros y a 1.485.248 gatos.
2. En promedio, a cada veterinaria le corresponden 1.755 mascotas, por debajo de otros países europeos como el Reino Unido, que cuenta con 3.975 animales de compañía por clínica, y muy lejos de China, el país con más mascotas por clínica: 45.000.
3. Pere Mercader ha explicado que el ecosistema de clínicas en España es de centros pequeños, con un 66% que factura menos de 250.000 euros al año. Algo que considera negativo, ya que este tipo de establecimientos no pueden aplicar economías de escala y, por lo tanto, no pueden acceder a lo último en equipamiento. Alrededor del 24% de las clínicas facturan entre 250.000 y 500.000 euros, el 5% de 501.000 a 750.000 euros y el resto más

de 750.000.

4. En España muchas de las clínicas (36%) están abiertas por empresarios veterinarios que trabajan solos. El otro 34% son centros en los que cuentan con dos profesionales veterinarios, el 26% de 3 a 5 y solo un 3% cuenta con una plantilla de 6 a 10 veterinarios y un 1% con más de 10.

5. Entre 2010 y 2018 hubo 1.728 cierres y 2.383 aperturas, pasando de 4.709 clínicas en 2010 a las 5.364 de 2018.

Fuente: Veterinary Management Studies.

¿Y las clínicas?

Concretamente, en 2018 han crecido un 3,7% los ingresos, por debajo del aumento de años anteriores, pues en 2017 creció un 5,1%; en 2016 un 7,4% y en 2015 un 5,8%. El crecimiento de 2018 se ha conseguido, por un lado por el aumento del 2,6% de los pacientes atendidos, un 0,7% de aumento en el número de facturas, y un 2,8% de subida en los precios.

El análisis de VMS también detalla el paisaje del sector de las clínicas.

Así, según la consultora, España contaba en 2018 con **5.364 clínicas** veterinarias en las que trabajaban **12.800 veterinarios**.

Además, estima que se atendió **a 5.428.840 perros** y **a 1.485.248 gatos**.

Teniendo en cuenta que en España viven 46 millones de personas, hay una clínica cada 8.500 personas. Una cifra muy baja y que, para Mercader, significa que los clientes tienen muy fácil tener a mano a algún veterinario, y que, por lo tanto, hay una competencia muy alta.

En el otro lado, el número de mascotas que corresponderían a cada clínica, España también cuenta con un panorama desafiante en el que a cada establecimiento le corresponden 1.755 mascotas, por debajo de otros países europeos como Reino Unido, que cuenta con 3.975 animales de compañía por clínica, y muy lejos de China, el país con más mascotas por clínica: 45.000.

Con estos datos, VMS ha creado la clínica tipo, que es aquella que atiende a 1.300 pacientes al año, de los que el 74,2% son perros y el 20,3% gatos. Asimismo, esta clínica genera 17,4 facturas diarias y unas 4,8 al año por mascota, lo que genera unos ingresos anuales medios de 269.595 euros, con una media de gasto promedio anual por mascota de 198 euros. Una cifra que, según Mercader, nos sitúa muy lejos de los países europeos de nuestro entorno.

El analista ha explicado teniendo en cuenta lo dicho que el ecosistema de clínicas en España es de centros pequeños, con un 66% que factura menos de 250.000 euros al año. Algo que considera negativo, ya que este tipo de establecimientos no pueden aplicar economías de escala y, por lo tanto, no pueden acceder a lo último en equipamiento.

Alrededor del 24% de las clínicas facturan entre 250.000 y 500.000 euros, el 5% de 501 a 750.000 euros y el resto más de 750.000.

"En España, más que empresas lo que tenemos es un sistema de autoempleo", apunta Mercader para explicar la situación. Y es que el analista apunta que muchas de las clínicas (36%) están abiertas por empresarios veterinarios que trabajan solos. El otro 34% corresponde a centros en los que cuentan con dos profesionales veterinarios, el 26% de 3 a 5 y solo un 3% cuenta con una plantilla de 6 a 10 veterinarios y un 1% con más de 10. Este panorama plagado de microclínicas genera que muchas de las más pequeñas acaben cerrando. De hecho, el analista apunta que entre 2010 y 2018 ha habido 1.728 cierres y 2.383 aperturas, lo que ha generado que se haya pasado de 4.709 clínicas en 2010 a las 5.364 de 2018.

Precios más bajos, no garantizan más clientes

VMS también ha estimado el precio de los servicios más comunes en veterinaria, como la visita, la radiografía y la castración. El analista ha elegido estos tres servicios al ser considerados "de guerrilla" por lo comunes que son y por generar más lucha de precios. Algo que considera que se incrementa por el hecho de que en España haya tantas clínicas pequeñas.

Así, el precio medio de la visita es de alrededor de 30 a 36 euros, aunque llega a costar 80 en algunas clínicas.

En cuanto a la radiografía, el precio más común también ronda los 30 euros, aunque puede alcanzar los 80. Por último, las castraciones son las que más varía, pues el precio más común se encuentra en una amplia horquilla de 100 a 200 euros, llegando a costar más de 400 en algunos establecimientos.

Mercader ha querido aclarar en este punto que estos son datos meramente orientativos, y una clínica debe de establecer los precios que considere adecuados, sobre todo, teniendo en cuenta lo que ha calificado como una "falsa creencia", que es la de pensar que cuando más bajos serán los precios más clientes se tendrán.

De hecho, Mercader asegura que adaptar el negocio a los clientes que no están dispuestos a pagar por lo que realmente vale un servicio no es buena idea, y aporta un dato: el 50% de los clientes genera el 84% de la facturación, mientras que el otro 50% solo genera el 16%. "Hay que diseñar los servicios y precios para los buenos clientes", asegura.

Otro dato que desmiente la falsa creencia, según Mercader, es que, según sus cálculos, tener precios más bajos no genera más clientes, y ha aportado como prueba una tabla en la que se divide el precio de las visitas de las clínicas en comparación con el número de clientes que acudieron a consulta.

Así, los que establecían un precio muy bajo de 18 a 28 euros, recibieron 397 visitas de media, los que colocaron un precio de 29 a 33, 522; los que cobraron de 34 a 38 euros (muy cercano a la media), 683; y los que cobraron de 39 a 65 por consulta contaron con 591 clientes.

Esto, para Mercader, demuestra que existen otros factores además del precio para

conseguir más clientes y por lo tanto poder permitirse precios más altos, como la posición de mercado, la reputación de la clínica, o la calidad del servicio. "El precio no es la solución de nada", concluye el analista español.

Fuente: Revista 2+2
