

¿SABEMOS IDENTIFICAR QUÉ TIPO DE FORMACIÓN QUIEREN LOS VETERINARIOS?

Todos tenemos claro que cuando le preguntas a un veterinario clínico, como podemos ayudarte, que necesitas para tu clínica, más del 95% siempre responde: Formación.

En el contexto actual, los veterinarios de pequeños animales se enfrentan a múltiples retos: nuevos avances científicos, cambios en la regulación, expectativas crecientes de los tutores, presiones de eficiencia, competencia creciente, y una sociedad que cada vez valora más la prevención, la medicina del comportamiento, la digitalización, etc. Todo esto exige formación continua, especializada, práctica y flexible. ¿Pero sabemos que necesitan en realidad nuestros clientes? ¿Cómo prefieren la formación? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿En que formato? Conocer estas preferencias es básico para tener éxito a la hora de ofrecer una formación de interés para el veterinario.

Cada audiencia puede tener matices propios. Existen algunas fórmulas para averiguar qué quieren los veterinarios en tu zona, organización o red. Vamos a ver algunos ejemplos.

1. Encuestas dirigidas

- Formularios cortos enviados por correo electrónico o WhatsApp a colegios veterinarios podrían ser una buena opción.
- Preguntas como: "¿Qué temas te interesan para tu clínica?", "¿Qué formatos prefieres (online, presenciales, mixtos)?", "¿Qué días u horarios te vienen mejor?", "¿Qué duración ideal?", "¿Cuál precio estarías dispuesto a pagar?", "¿Qué nivel de profundidad buscas (básico, intermedio, avanzado)?".

2. Focus group/ entrevistas

- Reunir a un pequeño grupo de veterinarios, representativos de distintos tipos de clínica (urbana/rural; grandes/pequeñas; novatos vs veteranos) para con-

versar sobre lo que buscan, qué mejoras notan en formaciones anteriores, qué les frenó a apuntarse, etc.

- Nos permite entender no solo lo que dicen, sino los motivos que hay detrás: limitaciones de tiempo, percepciones, barreras tecnológicas, etc.

3. Análisis de participación histórica

- Ver, en cursos ya impartidos, qué formatos han tenido mejor asistencia, menor abandono, mejores valoraciones.
- Revisar las estadísticas de cursos online vs presenciales, duración, horario, precio, etc.

4. Feedback postformación

- Evaluaciones al final de cada curso preguntando qué funcionó, qué no, qué mejorarían, sugerencias para nuevas formaciones.
- También seguimiento a posteriori: qué aspectos de lo aprendido aplicaron en su clínica, qué barreras encontraron.

5. Colaboración con colegios y asociaciones del sector

- Los colegios veterinarios suelen tener buenas vistas de conjunto y pueden recoger datos de sus miembros, organizar foros de discusión y coordinar oferta formativa.
- Asociaciones veterinarias, grupos de especialistas, y plataformas de formación pueden trabajar juntos para sondear intereses.

6. Uso de redes profesionales y plataformas digitales

- Grupos de veterinarios en redes sociales, foros, WhatsApp/Telegram, pueden servir de termómetro: ver qué temas se comentan, qué preguntas surgen, qué necesidades expresan, etc.
- Plataformas de formación pueden analizar qué cursos son más buscados, qué formatos más visitados, etc.

Pero no solo nos podemos fijar en el contenido, el formato también será clave a la hora de tener éxito con tu propuesta de formación. ¿Prefieren cursos grabados? ¿Webinars? ¿Eventos presenciales? Sabemos que cada uno de estos formatos tiene ventajas e inconvenientes. También tendremos que investigar.

Eso sí, lo más relevante será tener muy claro porque hacemos una formación, que queremos conseguir, con qué objetivo. Una vez tengas respuestas sobre las necesidades de formación del veterinario y hayas fijado un objetivo, llegará el momento de diseñar la formación. Comparto algunas recomendaciones al respecto:

1. Segmenta la audiencia: no todos los veterinarios son iguales. Identifica subgrupos según experiencia, especialidad, ubicación, tipo de clínica. Adaptar contenidos/formatos según segmento aumenta la relevancia.

2. Ofrece opciones flexibles: dar alternativas para los que no pueden desplazarse, para los que tienen poco tiempo, para los que buscan profundizar. Que haya online, presencial, híbrido; diferentes duraciones; posibilidad de modular.

3. Incorpora casos reales y aplicación práctica: por ejemplo, mediante talleres, clínicas de casos, simulaciones, sesiones prácticas. Esto mejora la transferencia del aprendizaje a la clínica cotidiana.

4. Buen soporte tecnológico: que las plataformas online sean fáciles de usar, con buen soporte técnico, streaming de calidad, interacción en vivo cuando se pueda, material complementario accesible.

5. Evaluar y adaptar continuamente: usar feedback, analizar qué cursos tuvieron mejor acogida, y ajustar agenda/formato/contenido. Innovar co creando con veterinarios para que sientan que la oferta es diseñada con ellos, no para ellos.

6. Comunicación clara: informar bien fechas, horarios, formato, exigencias previas, beneficios, lo que se obtendrá. Que los veterinarios sepan exactamente lo que van a ganar, cuánto les va a costar en tiempo y dinero.

Identificar qué formación y en qué formato quieren los veterinarios de pequeños animales no es una tarea trivial, pero es esencial para que la formación aporte valor real. Para quienes organizan formación, la clave está en **escuchar activamente a los veterinarios**, recogiendo sus necesidades reales, segmentando, experimentando con formatos mixtos, recogiendo feedback, adaptándose al cambio tecnológico y manteniendo la calidad práctica.

**¿Estás preparado para activar tu próxima formación?
Te deseo mucho éxito!**