

Guía práctica

La recepción de la clínica veterinaria

M.T. McClister, DVM - Amy Midgley



dr. Herriot

ÍNDICE

Capítulo 1	Dar una buena primera impresión	1
Capítulo 2	Cómo organizarse	11
Capítulo 3	Procedimientos administrativos generales	21
Capítulo 4	Respuestas a las preguntas de los clientes	31
Capítulo 5	Política de precios y pagos	39
Capítulo 6	Programación de citas	49
Capítulo 7	Manejo de situaciones de urgencia	61
Capítulo 8	La interacción con los clientes	73
Capítulo 9	Tu papel en el marketing de la clínica	87
Capítulo 10	Las redes sociales: el nuevo boca boca	99
Capítulo 11	La importancia de las pruebas de diagnóstico	105
Capítulo 12	La importancia de las vacunas	113
Capítulo 13	La importancia del control de los parásitos internos	123
Capítulo 14	La importancia del control de los parásitos externos	135
Capítulo 15	Dispensación de medicamentos y productos	147
Capítulo 16	Procedimientos quirúrgicos habituales	157
Capítulo 17	Enfermedades y afecciones habituales	167
Capítulo 18	Preguntas frecuentes: animales de compañía	179
Capítulo 19	Preguntas frecuentes: caballos	201
	Glosario de términos veterinarios	211
	Índice alfabético	231

Capítulo 1

Dar una **primera** buena impresión



¿Cuántas veces has entrado a un sitio y te has sentido ignorado por la gente que trabaja allí? No es agradable, ¿verdad? Hace que te enfades o que tengas ganas de marcharte. En realidad lo que ha ocurrido es que tu primera impresión no ha sido buena, ¿no?

La regla de oro del recepcionista

Tú eres la primera persona con la que los clientes hablan por teléfono y la primera persona a la que se encuentran antes de pasar a la sala de espera. La imagen que proyectas será su primera impresión de la clínica. Tu trabajo como recepcionista es asegurarte de que tus clientes nunca se sientan ignorados y hacer que entiendan que tú, el equipo veterinario y toda la clínica os preocupáis sinceramente por su mascota. De hecho, tu regla de oro es:

Haz que los clientes se sientan a gusto.

Muéstrales lo mucho que te importa que hayan elegido tu clínica.

Cuando los clientes entren en tu clínica, sonríe. Salúdales a ellos, a sus mascotas y a sus hijos por su nombre. Si estás al teléfono cuando los clientes entran, sonríe y hazles un gesto para hacerles saber que los has visto y que enseguida vas a atenderles.

Si ocupas el puesto desde hace poco tiempo y no conoces a tus clientes, no te desesperes. Consulta el sistema de citas para saber quién tiene que llegar. Ahora muchas clínicas hacen fotos de la mascota y las incluyen en la ficha digital de la mascota, de forma que podrás reconocerla en cuanto llegue. Familiarízate con las mascotas del cliente a partir de las fotos que aparecen en las fichas. Si no puedes acceder al sistema de citas, una hoja de registro puede ser una ayuda muy valiosa. Si no tienes ni idea de quién es el cliente, ¡pregunta! Después, dirígete a él por su nombre, preséntate y “habla” también con el paciente.



Tus clientes también quieren saber quién eres. Utiliza una tarjeta identificativa que indique tu nombre y título o coloca una placa indicadora sobre tu mesa.



Un cliente sin cita previa llama y quiere que examinen a su nuevo perrito para comenzar con la serie de vacunas.

Tú responderás:

“Estaremos encantados de ayudarle con este asunto. ¿Cómo se llama?”

Cliente: *“Vicente Mateo y mi nueva mascota se llama Cobi”.*

Tú dirás: *“Señor Mateo, sé que esta es la primera vez que viene Cobi, pero ¿ya ha venido usted antes con otras mascotas?”*

Cliente: *“Hace unos dos meses llevé a mi gato”.*



Miras el registro del cliente y dices: *“Sí, ahora lo veo en su ficha. ¿Qué tal se encuentra Félix? Tardaré solo unos minutos en crear un archivo para Cobi”.*

Entonces procedes a obtener toda la información importante acerca de Cobi, creas su ficha y dices al cliente: *“Podemos ver a Cobi a las diez de la mañana o a las tres de la tarde. ¿A qué hora le viene mejor?”*

De esta manera, transmites al cliente que el veterinario quiere ver a la mascota y que lo incluirás en la agenda lo antes posible.

Aprovecha cualquier situación para expresar a los clientes tu satisfacción por haber elegido tu centro veterinario. Si haces esto proyectarás de forma automática una imagen amistosa y de compromiso de tu clínica, y harás que los clientes se sientan cómodos y receptivos cuando entran en la sala de consulta para ver al veterinario. Recuerda que si el cliente recibe un trato desagradable en tu clínica, podrá elegir marcharse a otra de las muchas clínicas que hay.



¡Actúa de manera profesional: eso es lo que eres!

No es necesario tratar al cliente y a la mascota con efusividad.

Una sonrisa, un tono de voz agradable y un interés auténtico por el cliente y por su mascota es todo lo que se necesita.

La regla de los cinco minutos

¡Por mucha simpatía que muestres, los clientes no van a la clínica a pasar el rato contigo! Van a que un veterinario vea a sus mascotas. Por este motivo, otra regla importante que deberías seguir es la de:

No hagas esperar al cliente.

Lo ideal es que un cliente no tenga que esperar más de cinco minutos para que su mascota sea trasladada a una sala de exploración. Hay circunstancias especiales (como pueden ser las emergencias), que a veces hacen que el ritmo de trabajo se vea afectado, pero podrás comprobar que la regla de los cinco minutos te ayudará, en especial en días en los que la sala de espera está llena.

Utiliza sabiamente esos cinco minutos con el cliente. Comprueba la dirección y el número de teléfono para asegurar que el registro de información está actualizado. Asegúrate de preguntar al cliente el motivo de su visita si no lo hiciste en el momento en el que el cliente concertó la cita (ver capítulo 6).

Todos los perros son iguales, en especial a los ojos de su propietario. Un perro de raza no es “mejor” que un mestizo. Las cualidades de una buena mascota: compañía, amistad y lealtad no pueden recogerse en un formulario de registro.

Cuando el retraso es inevitable

Siempre habrá ocasiones en las que el cliente llegue a tiempo y el veterinario no esté disponible para ver a la mascota.

Los procedimientos quirúrgicos largos, las emergencias o, simplemente, una larga serie de citas pueden hacer que todo se descoloque en la agenda.

Si esto ocurre explica la situación a los clientes, diles cuánto puede durar el retraso y ofréceles la opción de esperar o, cuando sea posible, dejar a las mascotas en la clínica y recogerlas más tarde.

También puedes preguntarles si quieren cambiar la cita.

¡La mayoría de los clientes decidirán esperar, así que no olvides que están en la sala de espera! Mantenlos informados acerca del progreso del veterinario y comunícales cualquier cambio que pueda hacer que la espera se prolongue o se acorte.



Han traído un perro herido a la clínica y el veterinario tiene que estabilizarlo antes de ver a ninguna otra mascota. Cuando la señora Manuela García aparece puntual en la clínica a las 10:00 para la cita de Estrella, tú sonríes y dices:

“Buenos días, Señora García. Usted y Estrella han llegado puntuales, pero llevamos un poco de retraso. El veterinario ha tenido que dejar todo para tratar a un perro herido y se espera un retraso de 20 minutos. Lo siento por las molestias. Si no puede esperar, puedo ofrecerle otra cita o puede dejar aquí a Estrella para que la tratemos hasta que pueda volver a buscarla”.



Si no va a cumplirse el horario previsto, intenta llamar a los clientes a tiempo para concertar otra cita. Valorarán tu consideración y así no tendrás clientes impacientes esperando en la sala de espera.

El teléfono: la esperanza de la clínica

La sala de espera está llena. Un perro está ladrando. El nuevo gatito de un cliente está subiendo por las cortinas. Y, como no, el teléfono está sonando. ¡Espera! No toques ese teléfono. Respira hondo. **SONRÍE**. Ahora coge el teléfono y responde.

El teléfono es la esperanza de la clínica. Sin él, el negocio desaparecería. Por eso es tan importante responder correctamente. Tu habilidad para proyectar una buena imagen de tu clínica a través del teléfono depende de que seas capaz de contestar a las preguntas con seguridad y de forma precisa (ver capítulo 2) y aplicando la regla de oro: ¡Haz que los clientes se sientan a gusto y demuéstrelas que te preocupas por ellos y

por sus mascotas! Esto se aplica a todos los clientes, tanto a los que están al teléfono como a los que están en la sala de espera.

Lo primero que tienes que hacer cuando cojas el teléfono es sonreír y utilizar un tono de voz agradable. ¡Recuerda que la manera en la que dices algo puede ser más importante que lo que dices! De hecho, las partes más importantes de una conversación telefónica son el tono y la inflexión de la voz. Después, identifica tu clínica y di tu nombre. Por ejemplo: “Clínica veterinaria Calle Mayor. Le atiende Julia.” A la gente le gusta saber con quién habla y así se siente más cómoda. El tercer paso, lo creas o no, es el más difícil: escucha lo que dice la persona que está al otro lado del teléfono. Haz que la persona que llama perciba todo el interés que muestras por ella y por sus mascotas.



El teléfono no debería sonar más de dos veces hasta que respondas. Si no puedes cogerlo la segunda vez que suena, pide a alguien que responda por ti.



Cuando hables por teléfono sonríe y habla despacio y con claridad. Eres el enlace de la clínica con el mundo exterior. ¡Asegúrate de que el mundo exterior te entienda! Recuerda, tu sonrisa se transmite a través de tu voz.

El botón de retención de llamada

A veces tienes que dejar a los clientes en espera mientras buscas respuesta a sus preguntas o solucionas los asuntos de algún cliente que está en la sala de espera. Utiliza el botón de retención de llamada lo menos posible, pero si lo utilizas di, por ejemplo: “Me llaman por la otra línea. ¿Puede esperar un momento? Muchas gracias.” Vuelve a contactar con la persona que llama tan pronto como sea posible y di “Gracias por esperar. ¿Cómo puedo ayudarle?” o “Gracias por esperar. Ya tengo la información que desea”.

OBSERVACIÓN: Si tu clínica utiliza mensajes de marketing durante las esperas, asegúrate de estar familiarizado con estos mensajes y de que puedes responder a cualquier pregunta complementaria que los clientes puedan plantear.

Ninguna pregunta del cliente es trivial, incluso si has respondido a esa misma pregunta 10 veces ese mismo día. Si la Señora Romero lo pregunta a las seis de la tarde, será la primera vez que esta señora lo pregunta. Respóndele con la misma educación y respeto que al primer cliente que has atendido a las ocho de la mañana.

“Tengo que hablar con el veterinario”

Enseguida te darás cuenta de que los veterinarios son gente muy ocupada. Cuanto menos les interrumpas, más tiempo tendrán para su trabajo.



Da siempre la opción a la persona que llama de devolverle la llamada más tarde si no quiere esperar. Apunta el nombre y el número de la persona que llama y confirma que en cinco o diez minutos pueda recibir tu llamada.

Si las llamadas rutinarias se gestionan de forma adecuada no interrumpirán el trabajo del veterinario.

Sin embargo, a veces, sin importar la pregunta o la situación, los clientes piensan que solo pueden obtener la información correcta hablando con el veterinario. Estos clientes no quieren menospreciarte, simplemente no saben que hay más personas, además del veterinario, capacitadas para responder a sus preguntas. Cuando un cliente insiste en hablar con el veterinario, sé agradable y cooperativo. Explica que el veterinario no puede responder en ese momento, pero que le devolverá la llamada más adelante.

Puede que tu clínica tenga previstos 20 o 30 minutos por la mañana y/o por la tarde para que el veterinario devuelva llamadas telefónicas. En ese caso, puedes decir a los clientes la hora aproximada a la que la clínica puede volver a llamarles. Por ejemplo, “la Doctora Ibarra está en este momento en una operación. Estará encantada de hablar después con usted sobre Lulú. ¿A qué número podemos llamar?” Además, puedes preguntar: “¿Puedo decirle a la Doctora Ibarra el motivo de su llamada?” Esto puede provocar que la persona que llama te explique la razón de la llamada (ver página 50 para saber cómo transformar las llamadas para preguntar en citas). Las emergencias, por supuesto, se gestionan inmediatamente (ver capítulo 7).

Al final del capítulo puedes anotar las normas de la clínica en lo referente a devolución de llamadas.



Asegúrate de transmitir a la persona que llama la idea de que el veterinario está ocupado pasando consulta a sus pacientes, haciendo visitas de revisión o atendiendo una llamada: en definitiva, que está ocupado haciendo algo y no simplemente “muy ocupado” para hablar con el cliente.

“¿Qué tal se encuentra mi mascota?”

Los propietarios nerviosos suelen querer comprobar el estado de sus mascotas hospitalizadas a primera hora de la mañana, pero puede darse el caso de que el veterinario no haya llevado a cabo las revisiones cuando llaman. Muchas clínicas reservan una hora para que los clientes puedan llamar y saber cómo se encuentran sus mascotas hospitalizadas, por ejemplo, a partir de las 10 de la mañana. Esto da tiempo al veterinario para que pueda comprobar los casos de mascotas hospitalizadas y su evolución posquirúrgica e informarte del estado de cada paciente. Asegúrate de actualizar la información de todas las mascotas a la hora acordada para poder informar a tiempo a los clientes. ¡Esto tranquilizará a los propietarios preocupados y hará que tu trabajo sea más sencillo! Tu clínica también puede seguir la norma de llamar a los clientes para ofrecer esta información. También puedes escribir mensajes de texto a los propietarios con información actualizada para tranquilizarlos y mejorar el valor de tu servicio. Puede que este no sea tu trabajo, así que asegúrate de que conoces bien los procedimientos de tu clínica.

Los clientes pagan por el tiempo que pasan con el veterinario y se merecen toda su atención. No interrumpas las visitas de los pacientes con preguntas que no sean urgentes.



La primera preocupación del cliente cuando llama a tu clínica es el estado de su mascota. La siguiente pregunta probablemente será “¿Cuál es el precio de la factura?” Asegúrate de que puedes responder a ambas preguntas, en particular en el caso de mascotas a las que se va a dar de alta ese mismo día.

Es probable que los propietarios nerviosos llamen antes de la hora prevista. Para tranquilizar a tus clientes, lo mejor es saber si se ha producido un cambio drástico en el estado de su mascota. Si no es el caso, tranquilízales y diles que podrás darles más detalles en breve. No desanimas a los clientes diciendo “ha llamado demasiado pronto”. Después de todo, te preocupas por sus mascotas tanto como ellos, así que comunica tu preocupación tranquilizando al cliente.

Al final del capítulo puedes anotar las normas para informar sobre casos de hospitalización y llamadas telefónicas de seguimiento.





Un cliente llama a primera hora de la mañana y dice *“traje a mi perro anoche a las once. Lo atropelló un coche. ¿Qué tal se encuentra?”*

En primer lugar, comprueba que la mascota no esté en peligro inmediato. Después dile al cliente: *“Rufo está descansando tranquilamente esta mañana. El veterinario tendrá todos los detalles del caso esta misma mañana un poco más adelante. ¿Le llamamos entonces para darle más información?”*

Escribe una nota para que no se te olvide que tú o el veterinario tenéis que volver a llamar al cliente. Es tu trabajo asegurarte de que se devuelva la llamada.

Recuerda que el teléfono funciona de forma recíproca. Una de las mejores maneras de proyectar una actitud positiva y atenta de tu clínica y de mostrar tu preocupación por las mascotas de tus clientes es llevar un seguimiento. Llama a los propietarios después de cualquier caso quirúrgico el día posterior a la intervención y di *“Soy Julia, de la clínica veterinaria Calle Mayor. El Doctor Vázquez quería saber cómo se encuentra hoy Blanquito”*.

También es importante hacer un seguimiento de las mascotas enfermas. Si los propietarios están preocupados por sus mascotas, no hay nada que les tranquilice más que la llamada de la clínica veterinaria interesándose por su compañero. Las llamadas de seguimiento son una buena práctica.



Como norma general, ¡SONRÍE! Es casi imposible hablar en un tono de voz desagradable si estás sonriendo.

El ordenador te ayudará a controlar las llamadas telefónicas de seguimiento. Introduce notas sobre llamadas de comprobación para todas las mascotas enfermas y casos de intervenciones quirúrgicas y los nombres y números de teléfono aparecerán en un informe de comprobación en la fecha adecuada. Si tu software no se puede ocupar de esto, deja un espacio en el calendario de citas de cada día, donde podrás escribir los nombres y los números de teléfono de los clientes a los que debes llamar. También puedes usar un software de avisos para realizar estas importantes llamadas.

El cliente difícil de entender

A veces será difícil entender a alguien por teléfono porque habla de forma poco clara, tiene otro acento o defectos del habla o, simplemente, debido a una mala conexión telefónica. Mantén un tono de voz agradable, ¡no pierdas la paciencia! y admite que tienes problemas para entender a esa persona. Pídele que hable despacio y que pronuncie despacio su nombre y número de teléfono.

Resumen de los puntos importantes

- Pregunta siempre a la persona que llama si quiere que la mantengan en espera.
- Da siempre a la persona que llama la opción de devolverle la llamada.
- No interrumpas al veterinario durante una consulta para obtener respuestas a preguntas rutinarias.
- Las sonrisas son contagiosas.



Normas sobre las llamadas telefónicas de seguimiento



Normas para informar sobre los casos de hospitalización

Glosario de términos veterinarios



Glosario de términos veterinarios

*El glosario se ha extraído en parte del libro Guide to Veterinary Medical Terminology de Phillip E. Cochran. Consulte dicha obra si quiere ver las definiciones de manera más detallada.

A

abdomen: parte del cuerpo situada entre el tórax y la pelvis. La cavidad abdominal contiene las vísceras del aparato digestivo envueltas por el peritoneo, los riñones y la porción inicial de los uréteres y los ovarios y parte del útero en las hembras (el resto del aparato genitourinario se encuentra en la cavidad pélvica).

aberración: desviación de la condición normal.

aborto: interrupción del embarazo o nacimiento prematuro antes de que el feto esté lo suficientemente desarrollado como para sobrevivir.

absceso: cavidad llena de pus.

abducción: movimiento de un miembro o un segmento del miembro al separarse de la línea media del cuerpo.

adducción: movimiento de un miembro o un segmento del miembro al acercarse a la línea media del cuerpo.

adeno-: prefijo utilizado con el significado de glándula.

adhesión: unión fibrosa anormal de tejidos.

adiposo: con grasa.

aeróbico: organismo capaz de sobrevivir únicamente en presencia de oxígeno.

agudo: de aparición repentina; de duración breve (síntoma).

albinismo: falta de pigmentación (color) congénita en la piel, los ojos y el pelo. Un albino es un animal con albinismo.

albúmina: proteína del plasma sanguíneo que se produce en el hígado.

alergia: hipersensibilidad adquirida por medio de la exposición a una sustancia particular (alérgeno).

-algia: sufijo que indica dolor o condición dolorosa.

alimentario: relativo a una comida o nutriente, o al sistema digestivo.

alopecia: pérdida de pelo en una zona en la que normalmente está presente.

ambi-: prefijo que significa ambos lados.

amígdala: masa pequeña y redondeada de tejido linfático, situada a ambos lados de la parte posterior de la boca (parte superior de la garganta).

amigdalectomía: extirpación quirúrgica de una o de las dos amígdalas.

amigdalitis: inflamación de las amígdalas.

anaeróbico: organismo capaz de sobrevivir solo en ausencia de oxígeno.

analgésico: capaz de aliviar el dolor; agente que reduce o elimina el dolor, pero no produce una pérdida de la consciencia.

análisis de orina: examen químico y microscópico de la orina.

análisis de sangre: examen químico y microscópico de la sangre.

anatomía: estudio de las estructuras del cuerpo y de sus relaciones entre sí.

andro-: prefijo o partícula que significa masculino.

anemia: condición caracterizada por una cantidad de glóbulos rojos inferior a la normal.

anestesia: estado caracterizado por la privación de la sensibilidad, en especial hacia el dolor. Puede ir acompañada o no de la pérdida de consciencia (anestesia general o anestesia local respectivamente).

anestésico: medicamento que produce anestesia, evitando con ello el dolor.

anestro: período de inactividad sexual entre dos periodos estrales.

aneurisma: dilatación de la pared de una estructura vascular, generalmente arterial.

angio-: prefijo que significa “vaso” o “conducto”. Normalmente se refiere a un vaso sanguíneo, aunque también puede referirse a un vaso linfático.

ano: abertura u orificio final del canal alimentario (tracto digestivo).

anorexia: pérdida del apetito.

anormal: que no es normal; desviación de la estructura o condición habitual.

anoxia: trastorno debido a una ausencia de oxígeno en un tejido.

anquilostomas: gusanos nematodos del género *Strongylus*. De manera específica, se refiere al *Strongylus vulgaris*, que se encuentra en los caballos.

antebrazo: segmento de la extremidad anterior que va del codo al carpo. Su esqueleto se compone de dos huesos largos: el cúbito y el radio.

anterior: relativo a la parte delantera del cuerpo.

anti-: prefijo que significa contra.

antibiótico: medicamento utilizado para eliminar bacterias u otros microorganismos.

anticoagulante: agente que evita que la sangre se coagule.

anticonvulsivo: agente que evita o frena las convulsiones.

anticuerpo: proteína sintetizada por las células plasmáticas que ofrece una protección específica frente a un antígeno (un organismo invasor o una sustancia extraña).

antidiarreico: agente que combate la diarrea.

antídoto: agente utilizado para contrarrestar un veneno.

antiemético: agente que combate la náusea y los vómitos.

antígeno: cualquier sustancia que produce una respuesta inmunitaria (formación de anticuerpos).

antihelmíntico: medicamento que elimina gusanos (helminths: lombrices y tenias).

antihistamínico: medicamento que combate los efectos de la histamina.

antiinflamatorio: medicamento que combate la inflamación.

antimicótico: medicamento que inhibe o mata los hongos.

antipirético: medicamento que reduce la fiebre.

antiprurítico: medicamento que previene o reduce el picor.

antitoxina: anticuerpo que se produce en respuesta a la exposición a una toxina producida por microorganismos, insectos o plantas.

antitusivo: medicamento que combate la tos.

aorta: tronco principal del sistema arterial que se origina en el ventrículo izquierdo del corazón.

apéndice: parte añadida a la parte principal de un órgano.

arcial: instrumento que se usa en la boca, oreja u otra parte de los caballos para sujetarlos durante procedimientos menores.

arritmia: variación en el ritmo del corazón.

arteria: conducto a través del cual la sangre fluye desde el corazón a otras partes del cuerpo.

arterio-: prefijo con el significado de arteria.

arteriolas: vaso sanguíneo de pequeño calibre que nace de las arterias y que conduce la sangre hasta los capilares arteriales.

articulación: unión más o menos móvil entre huesos contiguos.

artritis: inflamación de una articulación.

artro-: prefijo que significa articulación.

artrosis: trastorno reumático de tipo degenerativo, causado por la alteración del cartílago de una articulación.

asepsia: ausencia de infección o contaminación de microorganismos.

asintomático: que no muestra ningún indicio de enfermedad.

asma: condición en la que los bronquios se estrechan provocando jadeos y dificultades para respirar.

aspirar: extraer un líquido o gas de una cavidad mediante succión; inhalar.

atípico: inusual, que se desvía de lo normal.

atragantamiento: obstrucción del esófago causada por un cuerpo extraño, comida o estenosis.

atrofia: disminución del tamaño de un órgano o un tejido.

auditivo: relativo al oído o a la percepción del sonido.

autoclave: máquina que esteriliza instrumentos médicos y materiales mediante el uso de vapor bajo presión.

aviar: perteneciente a las aves.