

# Cómo incrementar la facturación de la clínica

*Actualmente, en general, el precio que pagan los clientes por la atención y servicios recibidos están por debajo de lo que deberían ser, y si no, pensemos la respuesta a esta pregunta: ¿tiene sentido que una clínica cobre la consulta a la mitad de precio que una hora de mano de obra en un taller mecánico?*



**H**ablar de precios es siempre complicado. Cada clínica vive su realidad (zona geográfica, tipo de clientela, servicios prestados...), cosa que hace que la gestión de los precios sea particular.

A la hora de valorar cómo incrementar la facturación de la clínica, podemos pensar en varias posibilidades. Destacamos algunas por orden de mayor a menor rapidez de resultados:

**1. Subir precios.** Aunque en los tiempos que vivimos pueda estar justificado, es siempre una medida "impopular". Debemos analizar nuestros costes, los precios medios del sector y ver en qué situación estamos, producto por producto y servicio por servicio. Seguro que encontraremos dónde actuar.

**2. Incrementar ticket medio.** No es una acción directa que podamos hacer, sino la suma de varias acciones, principalmente, dos: incremento de precios y venta cruzada. De la primera ya hemos hablado. En cuanto a la segunda, se trata de ofrecer al cliente productos o servicios complementarios a los que solicita. Para ello es interesante valorar los programas de fidelización, por ejemplo, los de alimentación. Ofrecer a los clientes de pacientes en programa de pérdida de peso, cupones, descuentos... por la compra del pienso en nuestra clínica. Otro ejemplo es incluir en las limpiezas dentales, cupones de descuento para los sticks dentales y que el cliente los compre en nuestra clínica y no por internet.

**3. Incrementar el tráfico en la clínica.** Es quizá la que ofrece un resultado más lento en el tiempo. Si disponemos de un buen CRM (*Customer Relationship Management*), son muchas las acciones que podemos hacer para aumentar el número de visitas a nuestra clínica. Comento sólo algunas de ellas:

**3.1. Clientes "perdidos".** Contactar con clientes que no han pasado por la clínica en los últimos 12-18 meses. Averiguar el porqué de ello y, en el caso que sea posible, buscar un motivo y "gancho" para que nos visiten.

**3.2. Pacientes crónicos.** Listar los pacientes con patologías crónicas y establecer planes de visitas periódicas en función de la patología. Estando el cliente en nuestra clínica es más fácil y probable hacer venta cruzada.

**3.3. Nichos de clientes.** Seleccionarlos por grupos de edad, raza, u otras características en común y establecer programas de fidelización que "fuercen" al cliente a visitarnos para beneficiarse de los mismos.

Hecho con profesionalidad y de forma correcta deontológicamente hablando, cuántas más veces nos visite un cliente, más posibilidades tendremos de aumentar nuestra facturación.

Todas estas acciones anteriormente comentadas conllevan hacer un análisis de la situación de la clínica, valorar pros y contras y establecer protocolos de trabajo. Sin embargo, hay

una acción que creo que debe ser la primera que debemos hacer y ésta no es otra que preguntarnos '¿Facturamos y cobramos todo aquello que realizamos a nuestros pacientes?'. Por un motivo u otro, es muy frecuente en nuestras clínicas el dejar de cobrar por algunos servicios prestados. No voy a comentar dichos motivos, cada uno tendrá los suyos y cada veterinario es muy libre de gestionar su clínica como crea conveniente.

### Servicios "gratis"

Ahora bien, sí que me gustaría poner sobre la mesa aquellos servicios que, con mayor frecuencia, veo que no se cobran en muchas clínicas:

**1. Análisis coprológico.** Lleva tiempo preparar la muestra y conocimiento el analizarla. ¿No vale eso dinero?

**2. Citología.** El microscopio es uno de los equipos más rentables de la clínica, pero, claro está, si cobramos por él. Yo recomiendo conectar una cámara al microscopio y mostrarle al cliente lo que vemos, incluso, darle las imágenes (email, whatsapp...) Esto nos facilitará mucho el cobrar por ello.

**3. RX.** He oído en muchas ocasiones '*le he hecho tres radiografías, pero cóbrale sólo dos*'. Seguro que hay muchas razones detrás de esa decisión, pero, si no encontramos ninguna de peso, ¿por qué no cobrar esa tercera?

**4. Corte de uñas.** Otro acto 'gratis'. ¿Qué valor tiene para el cliente si nosotros lo despreciamos? Muchos propietarios de animales no quieren asumir el riesgo que tiene el corte de uñas o simplemente les da pereza. ¿Por qué no deben pagar?

**5. Consulta.** El veterinario es el que sabe sobre salud animal, ¿no debe cobrar cuando alguien le pide opinión profesional? Recuerdo las visitas al ginecólogo durante las gestaciones de mi mujer. En ocasiones, entrábamos en la consulta y el ginecólogo preguntaba a mi mujer '¿cómo estás?' Si la respuesta era 'perfectamente', la visita no duraba más de 10 minutos y pagábamos 10.000 pesetas (años '90). Creo que la consulta es una de los primeros actos a revisar desde el punto de vista económico, no sólo si se cobran o no sino también cuál es su precio en nuestra clínica y decidir si está o no en línea con nuestro conocimiento y servicios ofrecidos y prestados.

Con este artículo no pretendo juzgar las decisiones de mis compañeros veterinarios; mi objetivo no es otro que dar argumentos para la reflexión y que, a través de los mismos, cada uno pueda sacar sus propias conclusiones.

Si los veterinarios no nos valoramos, nadie lo hará por nosotros. Actualmente, en general, el precio que pagan los clientes por la atención y servicios recibidos están por debajo de lo que deberían ser, y si no, pensemos la respuesta a esta pregunta: ¿tiene sentido que una clínica cobre la consulta a la mitad de precio que una hora de mano de obra en un taller mecánico? Creo que la respuesta va en la pregunta. 🐾

Autor:

**Jordi Gimeno**, veterinario  
www.jordigimeno.com

---

**A la hora de valorar cómo incrementar la facturación de la clínica, podemos pensar en varias posibilidades**

---