

Método FASTER

LO QUE LAS GUÍAS NO
REVELAN

RocaSanchez



GESTIÓN CLÍNICA 2024
CLÍNICA DENTAL ESPINARDO

INDICE

Introducción	03
Capítulo 1	
Herramientas para la productividad interna	04
Capítulo 2	
Entendiendo a tu audiencia y entorno	11
Capítulo 3	
Mejorando la comunicación interna	13
Capítulo 4	
Optimización de procesos repetitivos	15
Capítulo 5	
Estrategias de Neuromarketing para fidelizar a pacientes	16
Capítulo 6	
Impulsando la cuenta de resultados	17
Capítulo 7	
Optimizando la liquidez	19
Capítulo 8	
Indicadores clave de desempeño económico (KPIs)	20
Conclusión	21

CONOCE MI HISTORIA



D. Pedro Roca

Ceo en Clínica Dental Espinardo y Centro de Formación Odontológica Forma

Desde mi infancia, he aprendido mucho de quienes me rodean, especialmente de personas carismáticas, como mi abuelo y su compadre, un empresario exitoso que comenzó desde cero. Su forma de divertirse y trabajar en equipo me inspiró profundamente, llevándome a estudiar Administración y Dirección de Empresas.

Durante mis años de estudio y trabajos en diversos oficios, desarrollé habilidades en ventas y relaciones interpersonales. Estas experiencias, junto con el apoyo de mi esposa, quien me motivó a entrar en mi primer trabajo en una clínica dental, me llevaron a enamorarme del sector.

En los últimos 11 años, he desempeñado roles diversos, desde recepción hasta gestión de recursos humanos, ventas, hasta desempeñar el rol de gerente en clínicas desde su apertura hasta establecimientos consolidados con más de 2M de facturación anual.

Mi enfoque como gerente siempre ha sido mejorar los resultados financieros y valoro especialmente las soft skills, que me permiten comunicarme con todo el equipo de manera efectiva.

Os invito a conocer más sobre mi experiencia en mi perfil de LinkedIn.



INTRODUCCIÓN

MEJORA CONTINUA EN LA GESTIÓN DE TU CLÍNICA DENTAL

Proceso continuo de revisión y ajuste

Mejorar la gestión de tu clínica dental no solo implica más trabajo, sino también un proceso continuo de revisión y ajuste.

Entendemos que en cualquier clínica dental, sin importar su tamaño, el uso inteligente del tiempo y los recursos es una preocupación constante. Nos esforzamos por ser más eficientes, haciendo las cosas de manera más rápida y efectiva, pero sin sacrificar la calidad.

Equilibrio entre eficiencia y calidad

La productividad en el trabajo puede verse influenciada por muchas cosas. Algunas están fuera de nuestro control, pero otras dependen de nosotros y de cómo manejamos nuestro día a día. Podemos hacer

cambios en los procesos y en la forma en que trabajamos para mejorar el rendimiento de la clínica.

Para nuestros pacientes, la atención oportuna y sin esperas innecesarias es esencial. Desde el momento en que intentan agendar una cita hasta que llegan a la clínica, queremos que su experiencia sea lo más fluida y agradable posible.

Una clínica bien gestionada y centrada en el paciente puede hacer una gran diferencia.

Normalizar los procedimientos diarios y encontrar formas de hacer las cosas más rápido y eficiente permite a nuestro equipo dedicar más tiempo a lo que realmente importa: cuidar de nuestros pacientes.

La productividad es clave para lograr resultados sobresalientes. Por eso, quiero compartir contigo algunos consejos e ideas que puedes aplicar y adaptar según las necesidades específicas de tu clínica dental.

CAPÍTULO I

HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCTIVIDAD INTERNA

Establecimiento de objetivos SMART

Muchas clínicas dentales comienzan su actividad sin definir siquiera unos objetivos como meta hacia dónde quieren llegar, y otras, sin embargo, plantean objetivos surrealistas que, lejos de ayudar a establecer un rumbo, lo que hacen es desorientar y crear situaciones ficticias de éxito que no se cumplirán, perjudicando y eclipsando así objetivos que sí podrían llevarse a cabo. Por lo tanto, debemos fijar unos objetivos que sean específicos, medibles, alcanzables, realistas y limitados en un periodo de tiempo, o como las siglas en inglés lo denominan: “SMART” (inteligentes).

No estoy revelando nada nuevo pero... ¿Cómo los ponemos en marcha? Tendremos que aplicar esto, ya sea para una simple tarea, como por ejemplo, fijar los objetivos y variables de un trabajador, autónomo o asalariado. Pero, igualmente tendremos que fijar estos objetivos en el Plan Estratégico o Plan de Negocio de nuestra clínica dental.

Ya está, lo tenemos TODO bien planificado, estructurado en hojas de cálculo donde todo cabe, pero... ¿Cómo los alcanzamos? Empieza por lo siguiente, lo más importante.

Aplicación del Método FASTER

Como gerente de una clínica dental, entiendo la importancia de establecer conexiones efectivas en todas las áreas de nuestro negocio. Es por eso que quiero compartir contigo una herramienta de gran valor: el Método FASTER.

Basado en mi experiencia trabajando en equipos clínicos, este método ha demostrado ser para mí esencial para gestionar mis interacciones diarias.

Inspirado en el método de triaje estadounidense para pacientes con ictus, donde la rapidez y eficacia son clave, el Método reconoce el valor del tiempo en nuestro entorno profesional.

Es una guía práctica que nos ayuda a navegar por las complejidades de la gestión de clínicas dentales, desde la comunicación con socios, empleados y colaboradores, hasta la comunicación fructífera con el área de ventas y proveedores, e incluso, acreedores.

LEYENDA

F (Face – Cara): como gerentes, sabemos que el contacto visual y una sonrisa genuina son fundamentales para establecer una conexión positiva con nuestro equipo y nuestros pacientes. Observemos las reacciones y tomemos la iniciativa para mejorar la comunicación cuando sea necesario.

A (Aid– Asiste): pedir ayuda es fácil, pero garantizar que se realice de manera efectiva es crucial. Demostremos nuestro compromiso con el bienestar de nuestro equipo, brindando apoyo desinteresado y fomentando un ambiente colaborativo.

S (Speech – Lenguaje): la comunicación clara y abierta es esencial para abordar cualquier problema que surja en nuestra clínica dental. Fomentemos un entorno donde todos se sientan seguros para expresar sus inquietudes y compartir sus ideas.

T (Time- Tiempo): gestionar nuestro tiempo de manera efectiva es clave para el éxito de nuestra clínica. Tomemos decisiones informadas sobre cuándo intervenir y cómo priorizar nuestras acciones para maximizar la eficacia y eficiencia.

E (Emergency- Urgencia): ante cualquier situación urgente, evaluemos rápidamente su importancia y actuemos con prontitud para resolverla de manera efectiva.

R (Regularly- Frecuente): la revisión y adaptación constantes de nuestros métodos garantizan que estemos siempre en sintonía con las necesidades cambiantes de nuestra clínica y nuestro equipo.

En resumen, el Método FASTER es una herramienta de gran valor para gestionar nuestras interacciones en la clínica dental. Al aplicar estos principios en nuestra práctica diaria, podemos mejorar la eficacia de nuestra gestión y llevar nuestra clínica al siguiente nivel de éxito.

Casos practicos del Método

Situación 1:

Uno de tus empleados de ventas muestra resistencia al adoptar un nuevo sistema de gestión y control, lo que está impactando negativamente en su desempeño y en las relaciones con los pacientes.

Solución FASTER:

- F (Face – Cara): al notar la expresión preocupada de tu empleado durante las interacciones con los pacientes, te das cuenta de su incomodidad con el nuevo sistema.
- A (Aid– Asiste): te acercas al empleado para comprender sus preocupaciones y le ofreces apoyo personalizado para ayudarlo a adaptarse al cambio.
- S (Speech – Lenguaje): durante una conversación, escuchas sus inquietudes y le brindas consejos prácticos para superar los desafíos.
- T (Time- Tiempo): reservas tiempo adicional para que el empleado practique y se familiarice con el nuevo sistema a su propio ritmo.
- E (Emergency- Urgencia): dado que su resistencia está afectando su rendimiento y la satisfacción del paciente, tomas medidas rápidas para proporcionar apoyo y evitar posibles pérdidas de ventas.
- R (Regularly- Frecuente): programas reuniones regulares para evaluar su progreso y ajustar la capacitación según sea necesario.

Situación 2:

Uno de tus socios muestra falta de compromiso con la visión y los objetivos del negocio, lo que está afectando a colaboración y la toma de decisiones.

Solución FASTER:

- F (Face – Cara): al notar la falta de entusiasmo del socio durante las reuniones de equipo, percibes una desconexión con la visión compartida del negocio.
- A (Aid– Asiste): organizas una reunión privada con el socio para discutir sus inquietudes y ofrecer apoyo emocional para realinear sus metas con las del negocio.
- S (Speech – Lenguaje): durante la conversación, utilizas un lenguaje comprensivo y motivador para inspirarlo a comprometerse con la visión y los valores de la clínica.
- T (Time- Tiempo): reservas tiempo suficiente para la reunión y te comprometes a seguir ofreciendo apoyo y orientación.
- E (Emergency- Urgencia): dado que su falta de compromiso puede afectar la moral del equipo y el éxito del negocio, actúas rápidamente para abordar la situación.
- R (Regularly- Frecuente): programas reuniones regulares para mantener abiertas las líneas de comunicación y asegurarte de que ambos estén alineados con los objetivos del negocio.

Solución FASTER:

Situación 3:

Uno de tus empleados de recepción muestra una actitud desinteresada hacia los pacientes, lo que está afectando la experiencia y la reputación de la clínica.

- F (Face – Cara): al notar la falta de actitud del empleado durante las interacciones con los pacientes, te das cuenta de que su desidia está afectando la imagen de la clínica.
- A (Aid– Asiste): te acercas al empleado para discutir sus preocupaciones y ofrecer apoyo para identificar y abordar cualquier problema que pueda estar afectando a su actitud.
- S (Speech – Lenguaje): durante la conversación, utilizas un tono amigable y comprensivo para alentarle a mostrar empatía y entusiasmo hacia los pacientes.
- T (Time- Tiempo): reservas tiempo adicional para capacitar al empleado en habilidades de servicio al cliente y proporcionar recursos adicionales para mejorar su desempeño.
- E (Emergency- Urgencia): dado que su actitud puede afectar la reputación de la clínica, actúas rápidamente para rectificar la situación.
- R (Regularly- Frecuente): programas reuniones regulares de seguimiento para evaluar su progreso y asegurarte de que mantenga una actitud positiva hacia los paciente y si, finalmente, es no es posible reconducir, tomar otras decisiones.

Una vez interiorizado el método puedes aplicarlo en situaciones delicadas y concretas como:

Trabajando entre socios

F (Face – Cara): observa las expresiones faciales y el lenguaje corporal de tus socios durante las reuniones y conversaciones. Por ejemplo, al presentar una nueva idea para mejorar la clínica, observa si tus socios muestran interés y entusiasmo o si parecen preocupados o escépticos. Estar atento a estas señales te ayudará a comprender mejor sus reacciones y opiniones.

A (Aid– Asiste): ofrece tu apoyo y colaboración activa a tus socios cuando lo necesiten. Por ejemplo, si uno de tus socios está lidiando con un problema específico en la gestión financiera de la clínica, ofrece tu ayuda para revisar los números juntos y buscar soluciones prácticas para mejorar la situación. Demostrar tu disposición para trabajar en equipo fortalecerá la relación de socios y promoverá la resolución efectiva de problemas.

S (Speech – Lenguaje): fomenta la comunicación abierta y transparente con tus socios. Por ejemplo, establece reuniones regulares para discutir el estado y la dirección de la clínica, y anima a tus socios a expresar sus opiniones, preocupaciones y sugerencias. Escuchar activamente sus puntos de vista y responder con empatía y respeto fortalecerá la confianza y la colaboración entre los socios.

CAPÍTULO I: HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCTIVIDAD INTERNA

T (Time- Tiempo): administra eficientemente el tiempo de tus socios para maximizar la productividad y minimizar los conflictos. Por ejemplo, establece agendas claras y objetivos específicos para las reuniones de socios, y asegúrate de que se cumplan los plazos acordados para las tareas y proyectos importantes. Respetar el tiempo y el compromiso de tus socios promoverá una relación de trabajo armoniosa y efectiva.

E (Emergency- Urgencia): trata cualquier problema o conflicto entre socios con prontitud y tacto. Por ejemplo, si surge un desacuerdo sobre una decisión importante para la clínica, aborda el problema de manera proactiva y busca soluciones que satisfagan las necesidades y preocupaciones de todos los socios involucrados. Priorizar la resolución de conflictos de manera constructiva fortalecerá la relación de socios y evitará posibles tensiones a largo plazo.

R (Regularly- Frecuente): mantén una comunicación regular y una revisión periódica del desempeño y la dirección estratégica de la clínica con tus socios. Por ejemplo, programa reuniones mensuales o trimestrales para evaluar el progreso hacia los objetivos establecidos, revisar el rendimiento financiero de la clínica y discutir cualquier cambio o ajuste necesario en la estrategia empresarial. Estas reuniones regulares promoverán la transparencia, la alineación y el compromiso entre los socios, y ayudarán a mantener el enfoque en los objetivos compartidos de la clínica dental.

“Aplicar el Método FASTER de manera consistente hacia tus socios fortalecerá la colaboración, la comunicación y la toma de decisiones efectiva en la gestión de la clínica dental”.

Si bien podrás pensar que la teoría resulta interesante pero que llevarlo a la práctica es imposible y que, en caso de conseguirlo, esto únicamente podría ser posible con equipos de no más de cinco personas, déjame decirte que este método lo aplico de forma diaria con equipos de más de 30 personas.

MÉTODO FASTER

Enfoque para delegar tareas de manera efectiva utilizando este método

- **F (Face – Cara):**
 - Establece reuniones individuales con cada miembro del equipo para discutir las responsabilidades y expectativas asociadas con la tarea a delegar.
 - Durante estas reuniones, asegúrate de hacer contacto visual y fomentar una comunicación abierta para comprender las habilidades y preocupaciones de cada empleado.
- **A (Aid– Asiste):**
 - Brinda capacitación y recursos necesarios para asegurarte de que cada empleado tenga las herramientas adecuadas para llevar a cabo la tarea asignada.
 - Ofrece apoyo continuo y disponible para responder preguntas o abordar problemas que surjan durante el proceso de delegación.
- **S (Speech – Lenguaje):**
 - Fomenta una comunicación clara y abierta al explicar claramente las expectativas y objetivos de la tarea delegada.
 - Anima a los empleados a hacer preguntas y compartir sus ideas para mejorar el proceso de delegación.
- **T (Time- Tiempo):**
 - Establece plazos claros y realistas para completar la tarea delegada, teniendo en cuenta las capacidades y disponibilidad de cada empleado.
 - Programa reuniones de seguimiento periódicas para evaluar el progreso y realizar ajustes si es necesario para cumplir con los plazos establecidos.
- **E (Emergency- Urgencia):**
 - Anticipa posibles obstáculos o problemas que puedan surgir durante la ejecución de la tarea y establece un plan de contingencia para abordarlos rápidamente si es necesario.
 - Mantén abiertas las líneas de comunicación para que los empleados puedan informar cualquier problema o emergencia que surja durante el proceso de delegación.
- **R (Regularly- Frecuente):**
 - Programa reuniones regulares para revisar el progreso de la tarea delegada y proporcionar retroalimentación constructiva a los empleados.
 - Evalúa periódicamente el proceso de delegación para identificar áreas de mejora y ajustar la estrategia según sea necesario.

Delegar con el Método FASTER garantiza que las tareas se asignen de manera efectiva y se completen con éxito, aprovechando al máximo el talento y las habilidades de tu equipo.

CAPÍTULO II

ENTENDIENDO A TU AUDIENCIA Y ENTORNO

Primero, es crucial comprender el entorno en el que trabajas y conocer a tu público objetivo. Por ejemplo, si descubres que la mayoría de tus pacientes son adultos mayores, podrías adaptar tus servicios y horarios para satisfacer sus necesidades.

Análisis DAFO: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

Una herramienta útil para entender tu situación es el análisis DAFO. ¿Qué significa esto? Digamos que, al realizar el análisis DAFO de tu clínica, descubres que una de tus fortalezas es el equipo altamente capacitado. Entonces, podrías destacar esto en tu marketing para atraer a más pacientes.



CAPÍTULO II: ENTENDIENDO A TU AUDIENCIA Y ENTORNO

Análisis PESTEL: factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales

Otro aspecto importante es el análisis PESTEL, que considera factores externos como la situación económica o política. Por ejemplo, si notas que la economía de tu área está en crecimiento, podrías invertir en tecnología avanzada para ofrecer tratamientos más innovadores.

Las 5 fuerzas competitivas de Porter y Buyer Persona

Las 5 fuerzas competitivas de Porter también son relevantes. Imagina que estás evaluando la amenaza de nuevos competidores. Si descubres que hay muchas clínicas nuevas abriendo cerca de ti, podrías enfocarte en mejorar tu servicio al cliente para mantener a tus pacientes fieles.

Además, es fundamental entender a tu público objetivo. ¿Quiénes son tus pacientes ideales? ¿Qué los motiva a elegir tu clínica? Crear un Buyer persona te ayuda a responder estas preguntas. Por ejemplo, si identificas que muchos de tus pacientes son jóvenes preocupados por la estética dental, podrías ofrecer más servicios de blanqueamiento dental.

“Optimizar la gestión de tu clínica dental implica comprender tu entorno, conocer a tu público objetivo y utilizar herramientas como el análisis DAFO, el análisis PESTEL y las 5 fuerzas competitivas de Porter para tomar decisiones informadas y aumentar la productividad de tu clínica”.

CAPÍTULO III

MEJORANDO LA COMUNICACIÓN INTERNA

Impacto de una comunicación interna deficiente

A menudo, nos encontramos con situaciones en las que la información se pierde debido a una comunicación interna deficiente entre los miembros del equipo de la clínica o entre los diferentes departamentos. La comunicación interna, que implica la transmisión de información entre empleados, directivos y colaboradores dentro de la empresa, es esencial para garantizar que la información relevante llegue de manera clara y oportuna a quienes la necesitan.

Imagina que en tu clínica, el equipo de recepción no está al tanto de los cambios en el horario de citas, lo que provoca malentendidos y retrasos en la atención de los pacientes. O tal vez, los dentistas no están informados sobre los materiales nuevos que se utilizarán en los tratamientos, lo que afecta la calidad del servicio ofrecido. Estos son solo algunos ejemplos de cómo una comunicación interna deficiente puede afectar el funcionamiento de la clínica.

Herramientas digitales para mejorar la comunicación

Hoy en día, gracias al avance de la tecnología, contamos con diversas herramientas digitales que facilitan la comunicación interna. Por ejemplo, aplicaciones como WhatsApp, correo electrónico y Slack permiten compartir información de manera instantánea y eficiente entre los miembros del equipo, mejorando la coordinación y la colaboración.

Casos de estudio sobre comunicación interna efectiva

Imagina que el equipo de la clínica utiliza una aplicación de mensajería instantánea para comunicarse. Esto les permite coordinar rápidamente los cambios en el horario de citas, compartir actualizaciones sobre los tratamientos y resolver cualquier problema que surja durante el día. Como resultado, el equipo trabaja de manera más eficiente y los pacientes reciben un servicio de mayor calidad.

Además, una comunicación interna efectiva garantiza que todos los miembros del equipo estén al tanto de las decisiones y acciones que se tomarán en la clínica, lo que ayuda a mantener a todos en la misma página y a trabajar hacia un objetivo común.

“Mejorar la comunicación interna en tu clínica dental es fundamental para garantizar un funcionamiento suave y eficiente. Al aprovechar las herramientas digitales disponibles y asegurarse de que todos estén informados y en sintonía, puedes optimizar el rendimiento de tu equipo y brindar un mejor servicio a tus pacientes”.

CAPÍTULO IV

OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS REPETITIVOS

Automatización de tareas administrativas

En una clínica dental, la eficiencia y la productividad son fundamentales para brindar un servicio de calidad y mantener la satisfacción del paciente. Por ejemplo, el proceso manual de gestionar las citas de los pacientes puede consumir mucho tiempo y propiciar errores, lo que afecta negativamente la experiencia del paciente y la eficacia del personal.

Una solución efectiva para abordar este problema es la automatización de procesos. Por ejemplo, al implementar un sistema de agendamiento automatizado, los pacientes pueden programar sus citas directamente a través de una plataforma en línea, eliminando la necesidad de llamadas telefónicas o correos electrónicos. Esto no solo reduce la carga administrativa del personal, sino que también mejora la precisión de los horarios de citas y la puntualidad en la atención.

Además, la automatización de tareas como el envío de recordatorios de citas y la gestión de historias clínicas digitales pueden agilizar los procesos internos y mejorar la comunicación entre el personal y los pacientes. La incorporación de un simple software de gestión clínica puede enviar automáticamente recordatorios de citas por mensaje de texto o correo electrónico, incluso WhatsApp, lo que reduce las tasas de ausencia y optimiza el tiempo del personal, quizás aún poco rentables económicamente en el último caso, pero será cuestión de poco tiempo.

En resumen, la identificación, eliminación y automatización de procesos repetitivos no solo mejoran la eficiencia y la productividad de una clínica dental, sino que también contribuyen a una experiencia más satisfactoria para el paciente y a un mejor funcionamiento general del negocio.

CAPÍTULO V

ESTRATEGIAS DE NEUROMARKETING PARA FIDELIZAR PACIENTES

Importancia de generar confianza y seguridad

Imagina que tienes una clínica dental donde los pacientes no solo están satisfechos, sino que están tan encantados que recomiendan tu servicio a todos sus conocidos. ¿Suenas como un sueño? Aunque no es algo que sucede de la noche a la mañana, podemos implementar estrategias de neuromarketing para lograrlo.

Cuando alguien necesita un tratamiento dental, generalmente busca opciones que le generen confianza y seguridad. Por ejemplo, consideremos a María, una de las muchas personas que buscan un blanqueamiento dental. Encuentra tu clínica, donde se siente atraída por el diseño acogedor de tu página web y los testimonios positivos de otros pacientes.

Durante la consulta inicial, utilizas colores y diseños que generan confianza y tranquilidad en tu consultorio. Las paredes están pintadas en tonos suaves y la música de fondo es relajante. María se siente cómoda y relajada, lo que aumenta su disposición a aceptar el tratamiento propuesto.

Cuando le explicas el procedimiento de blanqueamiento dental, utilizas imágenes de sonrisas brillantes y felices para asociar tu servicio con emociones positivas. Utilizas un lenguaje claro y sencillo para explicar el proceso, evitando términos técnicos que puedan generar confusión o ansiedad en María.

Uso de técnicas de persuasión y psicología del consumidor

Al final de la consulta, utilizas la técnica de la "escasez" al informarle a María de que solo quedan unos pocos espacios disponibles para agendar el tratamiento esta semana. Esto crea un sentido de urgencia y aumenta su motivación para tomar una decisión en ese momento.

Este ejemplo ilustra una de las muchas situaciones que pueden surgir en una consulta dental. La clave para convertir a tus pacientes en fieles seguidores está en comprender sus necesidades emocionales y utilizar técnicas de neuromarketing para conectar con ellos a un nivel más profundo. Con el tiempo, tu clínica se convertirá en la opción preferida de personas como María, que confían en ti para cuidar su salud dental y emocional.

CAPÍTULO VI

IMPULSANDO LA CUENTA DE RESULTADOS

Maximización de ingresos mediante la diversificación de servicios

La gestión financiera es clave para el éxito de cualquier clínica dental. En este sentido, la elaboración de la cuenta de resultados se convierte en una herramienta fundamental para comprender la salud financiera del negocio. Aquí te presento algunas estrategias prácticas para optimizar tus resultados:

- **Diversificación de Servicios:** por ejemplo, ofrecer servicios adicionales como blanqueamiento dental junto con tratamientos de ortodoncia puede aumentar los ingresos por paciente sin incrementar los costos operativos.

- **Colaboraciones con Otros Profesionales:** establecer alianzas con otros odontólogos para brindar servicios especializados, como implantes dentales o endodoncia, puede generar ingresos adicionales y expandir la base de clientes.
- **Aprovechar los Ingresos Adicionales:** identificar oportunidades para obtener ingresos adicionales, como ofrecer servicios de radiografías a otros profesionales de la salud bucal, puede ser una fuente adicional de ingresos.
- **Optimización de Inversiones:** aprovechar al máximo las inversiones financieras, como colocar dinero a plazo en el banco, para generar intereses y aumentar los ingresos financieros de la clínica. Por ejemplo, invertir los excedentes de efectivo en un fondo de inversión de bajo riesgo.

Estrategias para minimizar los gastos operativos

- **Negociación con Proveedores:** por ejemplo, negociar mejores condiciones con proveedores para obtener descuentos en materiales dentales o equipos puede reducir significativamente los gastos operativos. Por ejemplo, negociar con el proveedor de implantes dentales para obtener un descuento por volumen de compra.
- **Control de Gastos Operativos:** realizar un seguimiento detallado de los gastos operativos y buscar áreas donde se puedan reducir los costos innecesarios. Por ejemplo, identificar y eliminar gastos redundantes como servicios de suscripción no utilizados o gastos de envío excesivos.
- **Inversión en Tecnología:** adoptar tecnologías innovadoras, como sistemas de gestión de citas online o equipos dentales avanzados, puede mejorar la eficiencia y reducir los costos a largo plazo. Por ejemplo, implementar un sistema de gestión de citas online para reducir los costos administrativos y mejorar la experiencia del paciente.
- **Optimización de Personal:** evaluar la estructura de personal y buscar formas de optimizarla para reducir los costos laborales sin comprometer la calidad del servicio. Por ejemplo, implementar un sistema de turnos flexibles para adaptarse a la demanda del paciente y reducir los costos de personal en horas de baja demanda.

“Al implementar estas estrategias, los gerentes de clínicas dentales pueden mejorar la rentabilidad de su negocio y garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Recuerda que la gestión financiera es un proceso continuo que requiere análisis constante y ajustes según sea necesario”.

CAPÍTULO VII

OPTIMIZANDO LA LIQUIDEZ

Importancia del presupuesto de tesorería

En la gestión diaria de tu clínica dental, la liquidez es clave. ¿Cómo asegurarte de que siempre tienes suficiente efectivo a mano? Aquí es donde entra en juego el presupuesto de tesorería, una herramienta que te permite anticipar tus necesidades financieras.

El presupuesto de tesorería no es solo un montón de números aburridos; es tu guía para saber si tendrás suficiente efectivo para cubrir tus gastos o si necesitarás buscar financiamiento adicional. Se trata de prever tus ingresos y gastos para el mes y tomar decisiones informadas sobre cómo manejar tu dinero.

Gestión de flujos de efectivo para cubrir necesidades financieras

Con este enfoque, puedes planificar con anticipación cualquier necesidad de crédito y también, aprovechar al máximo tus excedentes de efectivo. Imagina poder obtener rendimientos adicionales invirtiendo esos excedentes en productos financieros que generen intereses.

En resumen, optimizar la liquidez en tu clínica dental es esencial para mantener la salud financiera del negocio. Con el presupuesto de tesorería como tu aliado, puedes tomar el control de tus flujos de efectivo y asegurarte de que tu clínica esté siempre preparada para enfrentar cualquier desafío financiero que se presente.

CAPÍTULO VIII

INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO ECONÓMICO (KPIs)

Identificación y seguimiento de KPIs relevantes

Hoy en día, es posible utilizar herramientas como un Business Intelligence (BI) o un Customer Relationship Management (CRM) para obtener los datos que necesitas de manera más accesible. Por ejemplo, un CRM podría proporcionarte información detallada sobre la cantidad de citas agendadas y el porcentaje de pacientes que aceptan tratamientos sugeridos.

La tecnología está avanzada y disponible, pero recuerda que los datos por sí solos no garantizan eficiencia: es la interpretación y las decisiones que tomas basadas en ellos las que marcan la diferencia. Incluso si prefieres trabajar con Excel, también puedes obtener tus KPIs, aunque requerirá un poco más de trabajo manual al tener que actualizar datos constantemente para mantenerlo actualizado.

Interpretación de datos y toma de decisiones basadas en KPIs

Independientemente de la metodología que elijas, algunos de los principales KPIs mensuales o trimestrales que yo utilizo:

- Cantidad de presupuesto: por ejemplo, cuántos tratamientos se han presupuestado para el mes.
- Porcentaje de aceptación: cuántos pacientes aceptan los tratamientos sugeridos en comparación con los que se les ofrecen.
- Presupuesto promedio: el costo promedio de los tratamientos ofrecidos.
- Valor de facturación respecto al valor presupuestado: qué porcentaje del presupuesto se ha facturado realmente.

CAPÍTULO VIII: INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO ECONÓMICO (KPIS)

- Número de primeras visitas y oportunidades de venta: cuántos nuevos pacientes llegan a la clínica y cuántas oportunidades de tratamiento se presentan.
- Índice de eficacia en porcentaje y en euros: qué tan eficazmente se están utilizando los recursos en términos de porcentaje de éxito y retorno de la inversión.
- Desglose por grupo o área: cómo se distribuyen los ingresos y los gastos entre diferentes áreas de la clínica.
- Punto de equilibrio de facturación entre presupuesto y gastos fijos: en qué punto los ingresos cubren los gastos fijos de la clínica.
- Intereses de deuda: cuánto se está pagando en intereses por cualquier deuda pendiente.
- Índice de cuello de botella entre aceptación y producción: si hay algún obstáculo que esté impidiendo que los tratamientos aceptados se completen.
- Porcentajes de derivación a especialidades: cuántos pacientes son derivados a especialistas externos para tratamientos específicos.
- KPIs relacionados con pérdidas misteriosas: como contactos sin presupuesto y contactos sin próxima cita, que podrían indicar áreas de mejora en el proceso de seguimiento y programación.
- Desglose por género: cómo se distribuyen los pacientes por género y si hay diferencias en el comportamiento de aceptación de tratamientos entre hombres y mujeres.
- Número de presupuestos diarios: cuántos presupuestos se generan en un día, separados por turno de mañana y tarde.

“Conocer y comprender estos KPIs te permitirá tener una visión más clara del desempeño de tu clínica dental y tomar decisiones informadas para mejorar su rendimiento”.

CONCLUSIÓN

En este viaje a través de la gestión de clínicas dentales, hemos explorado diversas estrategias, herramientas y enfoques destinados a optimizar el rendimiento y la eficiencia de tu práctica. Si has llegado hasta esta página, en primer lugar, quiero expresar mi más sincero agradecimiento por acompañarme en este recorrido. Tu interés y dedicación son fundamentales para el éxito de cualquier iniciativa de mejora.

En segundo lugar, me encantaría saber tu opinión sobre este eBook y si te ha resultado útil. Tu retroalimentación es invaluable y me ayudará a mejorar y adaptar futuros contenidos para satisfacer mejor tus necesidades y expectativas. Por último, quiero compartirte que este es solo el comienzo. Hay mucho más por descubrir y explorar en el vasto mundo de la gestión empresarial en el ámbito dental. En la siguiente etapa, me gustaría profundizar en temas como el análisis de datos y la extracción de conclusiones, la implementación de protocolos de trabajo efectivos, la realización de reuniones de desempeño productivas, el desarrollo de un sólido plan de negocios con planes de acción detallados, y mucho más.

Además, exploraremos estrategias de marketing de vanguardia, desde el mejor marketing digital hasta el poderoso marketing interno. Hablaremos sobre tácticas offline efectivas que pueden impulsar el crecimiento de tu clínica dental y cómo diseñar incentivos efectivos para motivar y comprometer a tu equipo.

Estoy ansioso por continuar este viaje contigo y seguir compartiendo conocimientos y experiencias que nos ayuden a alcanzar nuestros objetivos profesionales y personales en el emocionante mundo de la odontología.

Hasta la próxima página!
P.

Esta **metodología** revolucionaria que optimiza la gestión y operación en clínicas dentales, no es una simple teoría; ha sido desarrollada y perfeccionada en la Clínica Dental Espinardo, una clínica dental destacada en España, reconocida en la región de Murcia y zona de Levante, tanto por profesionales odontólogos, al ser pionera en muchas áreas, como por sus pacientes que han trasladado de forma orgánica su buen hacer.

Nuestra clínica, cuenta con 8 sillones y esta respaldada por más de 30 profesionales, se ha caracterizado por su constante adaptación a los tiempos.

Nos hemos mantenido a la vanguardia en tratamientos y tecnología, pero nuestra verdadera fuerza radica en el desarrollo y la excelencia de nuestro equipo humano.

Durante más de 33 años, la **Clínica Dental Espinardo** sigue cuidando la salud de más de 30 mil pacientes, bajo el propósito de su fundador y director clínico el **Dr. Fernando Sager**, "**RODEARSE DEL MEJOR EQUIPO DE PROFESIONALES**".

Bajo esa premisa nació esta metodología de gestión y dirección de la organización.

El **Método Faster** ha sido fundamental en nuestro crecimiento y éxito.



FORMA
Centro de Formación Odontológica