

El Uso de las Nuevas Tecnologías en la Clínica Diaria

En la clínica del siglo XXI existe una tendencia a acumular equipamiento de alta tecnología o “juguetes para niños”, que muchas veces solo un miembro del equipo puede usar, en lugar de invertir en herramientas más accesibles y que puedan ser usadas por la mayoría de los miembros de la clínica veterinaria de manera más regular.

En estos tiempos, los clientes se presentan en la consulta con un copia impresa de artículos de internet con lo que creen que sus animales pueden tener. También son capaces de recitar de memoria un montón de tratamientos que existen aquí y en otros muchos sitios del planeta. Todos estaremos de acuerdo que la mayoría de las veces, estos diagnósticos y tratamientos no son del todo correctos o apropiados para ese animal en particular.

Si los dueños están usando el internet, entonces nosotros deberíamos también ser capaces de hacerlo, complementando los viejos libros de texto y apuntes. La investigación a través de internet es una manera moderna y en estos momentos esencial que mejora la calidad del servicio, así como hace nuestro trabajo más excitante.

El tener banda ancha de internet (o incluso wi-fi), en la clínica es algo tan simple y a la vez tan temido, puesto que los jefes son aprehensivos al hecho de que sus veterinarios y otros empleados pasarán horas en internet mirando su correo personal y organizando sus próximas vacaciones. Sin embargo, en mi experiencia, este no es el caso y el potencial de información del internet no está tan desarrollado como es posible. Por ejemplo, existen páginas web especializadas, que por una pequeña cuota anual por cada clínica, tienen foros y cursos “online”, así como la última investigación científica, que puede utilizarse en el beneficio del clínico.

No debería considerarse algo inusual que alguien más que el nuevo graduado investigue una condición particular o un procedimiento quirúrgico. El uso de internet debe ser complementario a los libros en las baldas, porque nos permitirá estar en contacto con una variedad de profesionales enfrentándose con la misma condición y compartir experiencias.

Continuando con el mundo de la triple W, voy a centrarme en principio en lo que se puede ofrecer a los clientes usándolo, así como que nos pueden ofrecer.

Es importante tener una página web para la clínica que sea interactiva y que se ponga al día regularmente. Casi todas las clínicas hoy en día tienen páginas web básicas, explicando como llegar a la clínica, las horas de consulta y algo de información básica sobre sus veterinarios, pero podríamos proveer mucho más.

El diseño y mantenimiento de la página web puede asignarse a un miembro del equipo y debería ser presentado como una recompensa y no un castigo como se ve actualmente. El mantenimiento y desarrollo del sitio debería ser un incentivo más para el miembro del equipo elegido, puesto que puede ir acompañado de una información relacionada con la actividad.

De la gran cantidad de servicios que la página web puede ofertar, me gustaría mencionar los siguientes:

- Pedir Cita:

Como parte de un esquema para miembros más amplio, los clientes tendrían acceso a su propia sección privada y podrían hacer la cita ellos mismos en un hueco de su conveniencia, y, donde fuera posible, con el veterinario de su elección. En estos tiempos modernos, los clientes tienen una vida muy ocupada, pero pueden acceder a internet desde su teléfono, "blackberry", en el trabajo, en casa... Este sistema hará el proceso más sencillo para los clientes y también quitará carga de trabajo a los recepcionistas. Los dueños podrán incluso coger una cita después de la hora de cierre, lo que implica que las "e-citas" tengan su hueco decidido antes de la hora de cierre el día anterior para evitar sorpresas.

- Pedir recetas:

Como arriba, en el manejo de enfermedades crónicas (problemas de corazón, problemas de tiroides...) se puede modernizar ofreciendo la oportunidad de repetir las recetas en internet en la sección del cliente. Esto debe mejorar la eficiencia para ambas partes, el cliente y la clínica. Se puede entonces enviar la medicación por correo, junto con una nota recordando cuando es necesaria la siguiente cita o test sanguíneo.

- Pedir Comida:

De acuerdo a un estudio reciente por una de las grandes compañías de comida para mascotas, hasta el 60% de los dueños de animales seguirían el consejo de sus veterinarios en lo que se refiere a la dieta. Por ello es recomendable que los dueños puedan pedir comida por internet e incluso que se le mande a su casa. De esta manera las clínicas veterinarias pueden superar la ventaja que poseen sobre ellas los supermercados y las tiendas de animales, un acceso más sencillo. Además, permite a la clínica veterinaria el tener un “stock” virtual de diferentes marcas a precios distintos que se adapten a las posibilidades de todos los clientes.

- Boletín electrónico informativo:

Como he mencionado con anterioridad, esto puede asignarse como premio a algún miembro del equipo. El correo electrónico se usa tan abundantemente como forma de comunicación que debería usarse regularmente como un método de pasar información y recordatorios a los clientes. En el boletín informativo virtual se pueden incluir diferentes temas, desde consejos sobre salud, artículos específicos sobre enfermedades, fotos de las mascotas de los clientes,... hasta la oferta del mes o un descuento específico si deciden tener tratamiento dental por ejemplo; o informar incluso cuando el veterinario se va de vacaciones, para que estén informados de cuando su veterinario habitual está de vacaciones. La hoja informativa debe ser un puente en la comunicación entre la clínica y los dueños, de esta manera sentirán que pertenecen al grupo y que nos preocupamos por sus necesidades. Este nexo de unión tan fuerte, dificultará la deserción y el cambio de veterinarios, así como facilitará la resolución de conflictos.

- Consejos de salud:

Una sección de la página web puede usarse para responder a preguntas que los dueños puedan tener sobre la salud de sus mascotas. El dar consejo sobre pequeños problemas de los animales en internet no significa una pérdida de ganancias potenciales, sino que prueba que nosotros nos preocupamos por los animales y que no solo estamos interesados en ver a los animales para ganar dinero. Como he mencionado anteriormente, este servicio solo podrá darse a ciertos clientes, que deberán de registrarse y entrar en la sección de clientes.

- Foro en la página web:

Esta sección permitirá la comunicación entre los clientes, donde compartirán sus experiencias y dudas. De nuevo, se busca potenciar la sensación de pertenencia a un grupo, como base de la confianza.

Nuestro cuestionario de satisfacción debe encontrarse disponible en la recepción para ser recogido después de la consulta, pero también debemos dar la oportunidad de rellenar uno on-line.

En la página web, podría existir también un área especial, en la que los dueños puedan comprobar el estado de los pacientes con una cámara web. En tratamientos hospitalarios largos, los dueños no siempre tienen el tiempo para ir a visitar a sus mascotas cuando es conveniente para el equipo. Con esto en mente, se puede dedicar una de las jaulas o consultas, a la que los pacientes serían llevados a cierta hora, para que los dueños se pudieran conectar por una cantidad determinada de tiempo (5-10 minutos dependiendo del estado del paciente) y observar a sus animales. Sino, se puede grabar un video y éste ser enviado por correo electrónico para que el dueño observe el desarrollo del tratamiento.

Es importante el considerar el uso de las redes sociales (facebook, myspace, twitter...), puesto que son otra manera de comunicación entre clientes. Las fotos de los nuevos cachorros y gatitos, ejercicios de equipo, días de puertas abiertas... pueden incluirse en la página de la clínica. Sería otra manera, aunque no la única ni principal, de demostrar que la compañía se mantiene en contacto con las nuevas generaciones.

La página web (a menos que un miembro del equipo tenga un interés especial en el diseño de páginas web), debido a la complejidad que puede adquirir, debería ser diseñada por un especialista, que además pueda ocuparse de mantenerla al día regularmente.

Después de haber mencionado algunas de las ventajas de tener una página web interactiva, me gustaría también mencionar algo sobre otros medios de comunicación populares actualmente como son el correo electrónico y los mensajes de texto.

Es necesario conseguir los datos de contacto de los dueños en el momento de registrarse o cuando se comience a usar el sistema. Es también importante explicar a los dueño porque necesitamos esos detalles. Todo el equipo debe de entrenarse en el uso del sistema informático de manera eficiente.

El envío de correos electrónicos y mensajes de texto permite una comunicación más pro-activa. Esto permitirá a la clínica no solo el enviar recordatorios por correo normal una vez al año para la vacunación anual, pero también el recordar los tratamientos, contra las pulgas, los parásitos intestinales, test sanguíneos para los pacientes crónicos... Debemos conocer a nuestros clientes y son ellos los que deben decidir como quieren que

se les recuerde las visitas al veterinario. Incluso las generaciones más mayores utilizan las nuevas tecnologías regularmente, así que es importante que no tomemos esa decisión por ellos.

Este uso de las nuevas tecnologías puede formar parte de la estrategia global de marketing, puesto que implica una reducción en el uso de los recursos de papel. Para estimular a los clientes a unirse a la opción de los recordatorios electrónicos, podemos ofertar al dueño un descuento equivalente al sobre y el sello en el momento de pagar la vacuna anual.

Los programas para mandar mensajes de texto a teléfonos móviles desde internet son baratos y fáciles de usar. Esto puede significar que en una clínica normal, podemos mantener informado al dueño sobre el estado de su mascota hospitalizada, cuando recogerlos después de una operación o la peluquería o si las medicinas que pidió ya están listas, por ejemplo, vía mensaje de texto.

La falta de comunicación es una de las principales quejas de los dueños de mascotas y el no tener suficiente tiempo es la excusa más utilizada por los veterinarios. El uso de las nuevas tecnologías puede acabar con esa hueco, permitiendo a ambas partes estar en contacto.

Estos son solo algunos de las maneras de aplicar internet y los teléfonos móviles a la clínica diaria. Puede sonar como alta tecnología, pero de la misma manera que hoy en día ninguna practica podría vivir sin tener un fax, en el futuro cercano estos nuevos métodos de comunicación serán naturales a todas las clínicas. En definitiva, si tu médico de cabecera, compañía de teléfono o servicio a domicilio de pizza puede enviarte un mensaje de texto recordándote tu próxima cita, cuando tendrás el ADSL listo o que nuestra cena está en camino, ¿por qué no podemos ser nosotros iguales?.

Me gustaría ahora dedicarle un momento a todos esos aparatos que pueden ser útiles en la clínica diaria y que no suponen un gran reto al ser utilizados por un veterinario sin mucho interés en las nuevas tecnologías. El objetivo, como siempre, es mejorar la comunicación entre veterinarios y de estos con sus clientes.

En prácticamente cada consulta veterinaria existe una pantalla para el ordenador del veterinario, pero el tener un segundo monitor (o que el del veterinario pueda ser visible a los clientes si fuera necesario) es algo de gran ayuda. En estas pantallas, el veterinario puede mostrar al cliente las radiografías, electrocardiogramas, test sanguíneos, imágenes

microscópicas... Una imagen vale más que 1000 palabras, y facilita la comprensión. Es importante que exista una manera sencilla para el veterinario para dibujar diagramas o imágenes, puesto que alrededor del 90% de la información que el ser humano recibe es a través de la vista.

Lógicamente, necesitaremos maneras de obtener tales fotografías. Una cámara para el microscopio es relativamente barata y sencilla de utilizar. Podemos entonces mostrar al dueño esas imágenes de los cristales en la orina, los ácaros de la piel o los parásitos intestinales.

Otro equipamiento que se ha convertido natural a la clínica veterinaria es la máquina de rayos X. Muchos sitios han usado la misma por más de 20 años, porque el socio piensa que saca unas radiografías perfectas. Y probablemente lo haga, pero si pudiéramos enviar esas radiografías a un especialista y conseguir el diagnóstico en menos 24 horas, sería un servicio extra que ofertar a nuestros clientes, otro hecho diferencial. Sino tuviéramos que tener una sala oscura exclusivamente dedicada para revelarlas, así como tener en el almacén líquidos de sobra, o tenerlos que cambiar regularmente y esperar a que éstos líquidos calienten antes de usar la máquina, mejoraríamos nuestros procesos. La inversión en un nuevo sistema de radiografía digital se puede amortizar convirtiendo la vieja sala oscura en una consulta extra o una nueva sala de operaciones. Esto sería parte de otro artículo, pero me gustaría mencionar que la vieja máquina de rayos, así como los cassettes, puede reciclarse, necesitando únicamente invertir en una nueva máquina de revelado digital y las placas digitales.

El ecógrafo es otro de esos “juguetes” que están presentes en un montón de clínicas. Es común que vengan con una impresora, pero sus imágenes también pueden añadirse al sistema informático, para ser guardadas o enviadas. Debemos recordar también que cuando se use el ecógrafo para un diagnóstico de embarazo los dueños estarán impresionados al poder llevarse a casa la imagen de uno de los cachorros como harían con una de sus propios hijos.

Un escáner para los documentos nos permitirá guardar los informes recibidos por fax de manera rápida y eficiente. También permitirá convertir el ECG y otros resultados de test en una imagen que pueda enviarse a un especialista o ser mostrada al dueño durante la consulta. El escáner es una inversión barata para actualizar la clínica.

Un cámara digital (en lugar de usar la del móvil), puede ser una buena inversión. ¿Cómo juzgar la mejoría de una úlcera corneal si dos veterinarios distintos hacen el chequeo original y la re-visita, por ejemplo? Unas buenas notas clínicas ayudarán, pero

dos imágenes una junto a la otra harán la comparación más sencilla. Además la cámara puede usarse para sacar fotos de los nuevos miembros de la clínica y utilizar esas fotos para colocarlas en la pantalla de la clínica con el nombre de la mascota.

Un lector de códigos de barra portátil es algo que se usa comúnmente para el control del almacén de productos. Funciona tan sencillamente como usando el código de barras de los productos en la clínica (botellas de medicamentos, cajas de medicinas...), para que los datos del producto (fecha de caducidad, número de botellas...) se introduzcan en el programa. El programa se encargará de controlar las cifras y pedir automáticamente cuando se alcanza el nivel mínimo. Algunos productos serán contados individualmente (botellas de medicación), mientras que otros serán contados en grupos (cajas de vendajes).

Estas son solo algunas ideas en las que, con una inversión razonable, el beneficio a largo plazo será elevado. No significa que puedas aplicar todas ellas en tu clínica, pero las que puedas adaptar, harán tu vida mucho más fácil.