

## Guía de una consulta efectiva

### Modelo Calgary-Cambridge

En este artículo me gustaría tratar algo que hacemos todos los días en nuestro trabajo y que muchas veces no realizamos efectivamente. Se trata de una consulta "típica" (aunque dos consultas nunca son iguales). Durante nuestra formación nos explican como realizar una auscultación diagnóstica, pero no nos dicen como integrarla en la exploración física y el resto de la consulta, y aún más importante, como comunicar al dueño de nuestro paciente los hallazgos de manera eficiente.

Además, el realizar las consultas de manera efectiva, nos permitirá organizar el trabajo en la clínica gracias a un sistema de cita previa, protocolos de diagnóstico...

Después de muchos años consultado, cada uno de nosotros desarrollará nuestra manera personal de consultar, pero aún así, hay ciertas cosas que siempre debemos de hacer. De la misma manera que memorizamos diagnósticos diferenciales y tratamientos, debemos de cuidarnos de hacer lo mismo con las preguntas que siempre debemos realizar en la consulta (ya sea que nuestro paciente venga con una vacuna o una cojera).

En medicina humana existen diferentes modelos de consulta, pero en veterinaria este problema nunca se ha considerado con la seriedad suficiente. Intentaré dar unas pautas de como llevar a cabo esta consulta, pero al mismo tiempo, es importante recordar, que todos los veterinarios tenemos la obligación, como profesionales que somos, no solo hacia las mascotas, sino hacia sus dueños, y por lo tanto debemos de poner los medios para comunicarnos, y eso implica el desarrollar nuestra técnica de consulta y nuestras habilidades comunicativas de la misma manera que lo hacemos con nuestras técnicas quirúrgicas y médicas.

## Preparación

- Establecer un contexto
- Crear un ambiente profesional, seguro y efectivo

### Iniciar la Consulta

- Establecer un contacto inicial con el cliente y el animal
- Identificar la razón (es) para la consulta

### Recoger la información

- Exploración para descubrir la queja con la que se presenta el cliente
  - Perspectiva clínica (enfermedad – historia clínica a corto plazo)
  - Perspectiva del cliente (incluyendo el uso del animal)
  - Información esencial de antecedentes (historia a largo plazo)

### Examen Físico

### Explicación y Plan

- Dar la cantidad y tipo adecuado de información
- Ayudar a un entendimiento claro
- Alcanzar un entendimiento común: incorporar la perspectiva del cliente
- Planear: tomar la decisión adecuada de mutuo acuerdo

### Cerrar la Consulta

- Resumir
- Planear el futuro

Proveer estructura a la consulta

+ Hacer una organización abierta

+ Atender el flujo de la consulta

Construir una relación con el cliente

+ Comportamiento no verbal

+ Construir una buena relación

+ Involucrar al cliente

+ Involucrar al animal

- Preparación
  - Establecer contexto
    - Familiarizarse: con la historia del animal y del cliente (leer la historia y si existe alguna alergia o algún conflicto previo con el cliente)
    - Anticipar posible conflictos o dificultades, relacionados con el cliente (si es un buen o mal pagador), el animal (necesita un bozal) o las infraestructuras (comprobar que tiene pilas el otoscopio)
  - Crear un ambiente profesional, seguro y efectivo
    - Asegurarse que tanto la consulta como el equipamiento son profesionales y apropiados, anticipando las necesidades (debemos estar seguros de que tenemos las vacunas)
- Iniciar Consulta
  - Establecer un contacto inicial con el cliente y el animal
    1. Saludar al cliente(un apretón de manos) y a la mascota (un contacto inicial para tranquilizarlo); obtener y confirmar el nombre del cliente así como identificar a la mascota (solo se pueda dar una primera impresión una vez, y llamar el nombre erróneo es siempre una mala)
    2. Presentarse, confirmando la posición en la clínica, mientras se confirma la naturaleza de la consulta, si fuera necesario, obtener consentimiento (para una cirugía por ejemplo)
    3. Demostrar interés, preocupación y respeto por el cliente y el animal  
Comprobar que tanto el paciente como el cliente están cómodos (un animal estresado, es un dueño estresado)
  - Identificar la razón (es) para la consulta
    1. Utilizar una pregunta inicial para identificar la preocupación del cliente, como puede ser; "¿Cuál es el problema hoy con *nombre del mascota*?" O "¿Qué podemos hacer por usted hoy?"
    2. Escuchar atentamente a los primeros comentarios del cliente, sin interrumpir o dirigir las respuestas de los clientes (aunque debemos ser prácticos e intentar evitar que nuestros clientes se difuminen mucho)
    3. Compruebe si existe algún otro problema; ejemplo: "Así que su mascota tiene los ojos rojos, ¿ha notado algún otro tipo de problema?"
    4. Negociar la agenda teniendo en cuenta las necesidades del cliente y el

veterinario; ejemplo "Miraremos primero esa inflamación en los ojos, y luego miraremos porque el apetito está disminuido, ¿si le parece bien?"

- Recoger información
  - Explorar para descubrir la queja con la que se presenta el cliente (incluyendo la historia pasada y presente)
    - Dejar al cliente contar su historia, para descubrir cual considera que es el problema del animal y cuando lo notó por primera vez (muchas veces lo que nosotros podemos considerar como síntoma, el dueño considera un comportamiento normal y viceversa)
    - Usa preguntas abiertas (¿Cómo es el apetito?) y cerradas (¿Cuál es la frecuencia del vómito?) según convenga.
    - Escuchar activamente, permitiendo al cliente finalizar su comentario, sin interrumpir y dejando al cliente tiempo antes de contestar cualquier pregunta que realicemos
    - Facilita las respuestas del cliente, ya sea de manera verbal o no verbal, por ejemplo uso de la motivación, silencios, requisitos paralingüísticos, lenguaje corporal, contacto visual, repetición, parafrasear, aclarar la interpretación
    - Descubrir las pistas verbales y no verbales del cliente (lenguaje corporal, forma de hablar, expresión facial); comprueba o reconoce lo que dice adecuadamente
    - Clarifica los comentarios que sean poco específicos o necesiten amplificación, por ejemplo "¿Puede explicar que quiere decir con eso de que bebe mucho?"
    - Resume regularmente para verificar que estás entendiendo que es lo que el cliente dice; invita al cliente a corregir tu interpretación o extender con más información
    - Usa un lenguaje conciso y fácil de entender, evitando o explicando adecuadamente la jerga técnica
  - Habilidades adicionales para entender la perspectiva del cliente
    - Determina y reconoce
      - Las ideas de los clientes (por ejemplo lo que el cliente piensa que causa el problema), y preocupaciones (por ejemplo, si el animal está perdiendo peso), referente a cada problema
      - Que esperan los clientes: que es lo que el cliente espera que ocurra con

- cada problema
  - Efectos: como cada problema afecta la vida del paciente y su dueño (el hecho de que un gato con hipertiroidismo puede necesitar medicación diaria por el resto de su vida y la capacidad del dueño para que esto ocurra, por ejemplo)
    - Facilita la expresión de los sentimientos y pensamientos de los clientes
- Proveer estructura a la consulta
  - Realiza una organización abierta
    - Resume al final de cada línea de investigación para confirmar que lo has entendido antes de moverse a otra línea
    - Pasa de una sección a la siguiente, usando señales claras, por ejemplo: “Necesito preguntar unas cuantas cosas sobre su mascota antes de pasar el examen físico”
  - Presta atención al flujo de la consulta
    - Estructura la consulta en una secuencia lógica (primero preguntamos al dueño y luego examinamos al paciente, y no al revés, por ejemplo)
    - Atiende el tiempo y mantén el tema de la consulta
- Construye una relación con el cliente
  - Comportamiento no verbal
    - Usa un lenguaje no verbal apropiado; por ejemplo, contacto visual, postura y posición, movimiento, expresión facial, uso del tono de voz
    - Si se requiere el escribir notas o usar el ordenador, debe hacerse de manera que no interfiera con el diálogo y la buena relación (di en voz alta lo que vas a hacer con el ordenador y pide disculpas, por ejemplo)
  - Desarrollo de una buena relación
    - Reconoce el punto de vista y los sentimientos de los clientes, acepta su legitimidad, y sobre todo no hagas juicios de valor
      - Demuestra un entendimiento de la importancia de cualquier mascota; hay que saber reconocer la relación única que existe entre un animal de compañía y su dueño
    - Usa la empatía para comunicar el entendimiento y la apreciación de los sentimientos del cliente y el animal
    - Provee apoyo al cliente: expresa tu preocupación, entendimiento y voluntad

- de ayuda, reconoce los esfuerzos y el cuidado adecuado del animal, ofrece tu ayuda
  - Se sensible a la hora de tratar temas espinosos y sobre todo el dolor físico, incluyendo el que pueda estar asociado al examen físico del animal (previene al cliente si alguna de las pruebas a realizar provocará una reacción en la animal)
- Involucra al cliente
  - Piensa en voz alta para fomentar que los clientes se involucren, por ejemplo: "Lo que creo es que..."
  - Explica racionalmente las preguntas o las partes del examen físico que pueden parecer irrelevantes (si viene porque el animal se rasca en exceso, es importante saber si ha habido un cambio de dieta reciente que fuera la causante de una reacción alérgica, por ejemplo)
- Involucra al animal
  - Reconoce al animal o los animales, interactúa con los animales de manera segura, permite que te reconozcan (pon la mano para que te huelan), o se paciente para que el gato salga solo de su caja en lugar de meter las manos dentro...
  - Relacionate con el animal, teniendo en cuenta la relación entre el cliente y el animal. Acercate y explora al animal sistemáticamente. Empieza por una punta y termina por la otra, repitiendo siempre los mismos pasos. De esta manera evitaremos el olvidarnos alguna parte.
- Explica y planifica
  - Hay que proveer la cantidad y el tipo adecuado de información
    - Objetivos: dar una información comprensiva y apropiada;
      - valorar las necesidades individuales informativas del cliente;
      - no dar de menos ni de más
    - Valora donde se encuentra el cliente: pregunta al cliente por lo que ya sabe cuando des información, descubre al mismo tiempo cuanto quiere saber el cliente
    - "*Trocea y controla*": da, en trozos fácilmente asimilables, la información esencial referente a las opciones de diagnóstico y tratamiento, las implicaciones en la prognosis y las económicas; utiliza la respuesta del

cliente como una guía para saber como proceder

- Da información adicional de acuerdo a los deseos del cliente, por ejemplo, etiología. Debemos recordar que los clientes quieren saber la prognosis y no están tan interesado en el diagnóstico
  - Da las explicaciones en el momento adecuado; evita dar consejos, información o tranquilidad prematuramente
- Prioriza la información que se da: reconoce que alguna información puede darse mejor más tarde, cuando se tengan los resultados del test, por ejemplo

○ Ayuda a un buen entendimiento

Objetivo: hacer la información más fácil para el cliente para que la recuerde y entienda

- Organiza la explicación: divide en secciones pequeñas que se desarrollen en una secuencia lógica
- Utiliza señales claras, por ejemplo "Hay tres cosas importantes que me gustaría discutir. Lo primero..."
- Utiliza la repetición y el resumen frecuentemente para reforzar la información
- Utiliza un lenguaje conciso y que se entienda fácilmente, evitando o explicando la jerga técnica
- Utiliza métodos visuales para dar la información: diagramas, modelos, información escrita e instrucciones
- Comprueba que el cliente ha entendido la información dada (o los planes que se han acordado)

○ Alcanzar un entendimiento común: incorporar la perspectiva del cliente

Objetivos: dar explicaciones y planes que se adapten a la perspectiva del cliente;

descubrir los pensamientos y sentimientos de los clientes sobre la información recibida;

motivar un interacción más que una comunicación en un solo sentido

- Relaciona las explicaciones con las preocupaciones iniciales (Recordemos que el dueño viene porque su mascota cojea, no porque tiene artritis, así que quiere saber si dejara de cojear...)
- Crea oportunidades para motivar al cliente a hacer preguntas, hay que buscar el dejar las cosas claras y dejar que expresen dudas. Estas deben ser

respondidas apropiadamente, no sirve de nada preguntar a un cliente si ha entendido algo si luego vamos a repetir la misma explicación de la misma manera

- Reconoce pistas verbales y no verbales, por ejemplo las necesidades del cliente cuando este dé información o haga preguntas, si existe un exceso de información, distrés
- Comprueba las reacciones de los clientes y sus sentimientos dependiendo de la información dada, las implicaciones económicas; reconoce (empatiza) y da seguridad cuando sea necesario, por ejemplo “Veo que esto le preocupa”
- Planear: tomar la decisión adecuada de mutuo acuerdo

Objetivos: permitir al cliente entender el proceso de la toma de decisiones;

involucrar al cliente en el proceso de la toma de decisiones al nivel que quieran;

aumentar el compromiso de los clientes con los planes hechos

- Comparte tus pensamientos: ideas, proceso de pensamiento y dilemas
  - Ofrece opciones en lugar de dar directrices
  - Motiva a los clientes a contribuir con sus ideas, pensamientos, sugerencias y preferencias
  - Negocia un plan aceptable para ambas partes
  - Motiva a los clientes para que tomen decisiones en el nivel que quieran – consentimiento informado
  - Comprueba con el cliente si aceptan el plan, y si todas sus preocupaciones han sido respondidas
- Cerrar la consulta
    - Resumir: resumir la sesión y clarificar el plan de acción
    - Planear el futuro
      - Redes de seguridad, explicar la posibilidad de que las cosas no salgan bien, que hacer si el plan no funciona, cuando y como buscar ayuda (Es fundamental que nosotros seamos conscientes de los riesgos y que no demos unas expectativas que no podamos cumplir)
      - Llegar a “acuerdos” con el cliente de acuerdo a los siguientes pasos para el cliente, el animal y el veterinario (Que el plan de trabajo sea conocido por ambas partes, con supuestos de las cosas yendo bien o mal)



- Una última verificación de que el cliente está de acuerdo y está conforme con el plan y se le pregunta por alguna corrección, preguntas y cualquier otro tema
- Despedirse

Esta lista, no pretende ser exclusiva o excluyente, pero he tratado de incluir todos los puntos necesarios dentro de una consulta. Como se consigan es un tema distinto, aunque lo que es claro es que la comunicación es fundamental. Cada veterinario debe de tener en cuenta que el cliente no tiene entrenamiento veterinario y puede encontrarse bajo mucho estrés o incluso confuso especialmente si la enfermedad de su mascota es súbita.

Por tanto, mi consejo se tiene que basar en el hecho de que nuestra única y mejor defensa es nuestra capacidad de comunicación. He conocido muchos veterinarios a lo largo de mi carrera y los mejores siempre tienen algo en común, una capacidad extraordinaria de transmitir sus conocimientos. Los clientes no valorarán tu capacidad de realizar una ecocardiografía o una técnica quirúrgica mínimamente invasiva, sino la mejoría de su mascota y la empatía demostrada.