

DIEZ MODALIDADES DIFERENTES PARA PERCIBIR HONORARIOS DE PACIENTES

Autor:

Antônio Inácio Ribeiro

*Doctorando en Administración de Marketing
por la Universidad La Rioja - España*

*Master Ejecutivo en Marketing por ISAE de la Fundación Getúlio Vargas
Especialista en Marketing PUC de Paraná; Habilitado para la Enseñanza en
la Educación Superior de PUC de Paraná; Postgrado en Ventas y Marketing
ADVB - Miembro de la Asociación de Líderes de Ventas y Marketing de Brasil;
Administrador para el Universidad Mackenzie de São Paulo y Autor de los
libros "Marketing para el Profesional Liberal" y "Secretos del Éxito"
ribeiro@odontex.com.br*

Diez modalidades diferentes para percibir honorarios de pacientes
Ribeiro AI
Revista Secib On Line 2006;3:1-10
ISSN 1697-7181



RESUMEN

Se proponen y analizan diferentes maneras y modos de actuación para percibir honorarios profesionales de clientes, de buenos o malos pagadores, desde la presentación y motivación, pasando por la oferta de alguna facilidad de pago, alternativas más modernas de éstas, descuentos especiales anticipados, consulta sobre la mejor forma de pagar, cheque para cobertura total, elaboración simple de una aceptación en la ficha clínica, carta periódica con estado de la factura, procedimientos y entrenamiento del personal auxiliar, llamadas telefónicas para la función, comisión por recepciones atrasadas y hasta la adopción de un lugar apropiado para simular la situación del pago, son analizadas con el propósito de perfeccionar la recepción de honorarios por los servicios dados.

INTRODUCCIÓN

Además de las dificultades naturales para conseguir y mantener pacientes, función que está volviéndose cada vez más difícil, otros problemas asociados al ejercicio de la Odontología se presentan hoy en día, siendo uno de los más comunes, el percibir honorarios de los pacientes por los tratamientos realizados.

Hay que tener algo más que mucha paciencia, situación hoy normalmente aceptada por los actuantes en la profesión. En verdad es preciso un conjunto de acciones, como acontece normalmente en otras actividades acerca del sistema de percepción de honorarios, porque las iniciativas aisladas no se han mostrando eficaces en los últimos y difíciles tiempos.

Se comienza por una mejor negociación y detalle de los planes de tratamiento, tarea ésta que podrá delegarse en la asistente, después de una buena orientación y entrenamiento para tal motivo. Se continúa por una apropiada documentación, exámenes de laboratorios, fotos y modelos, más la firma del registro clínico, que incluye el presupuesto, en el formulario de aprobación. Pasa por un contrato de prestación de servicios en los casos que involucran trabajos mayores, en el cual las partes expresan su acuerdo entre los derechos y deberes, responsabilidades y obligaciones.

Colaboraría que alguna de las entidades colegiadas, que a nivel local o nacional, general o de la especialidad, den un recurso en los modelos del servicio de protección del crédito, de las asociaciones comerciales o del tipo usado por



los bancos (VERAZ). Dependiendo del estudio más apropiado de la legislación específica, podría crearse una centralización de la información de clientes morosos que no honraron sus compromisos con un colega que al ser atendido por otro que conoce sus antecedentes, lo estimularía a saldar su deuda.

Se culmina con la adopción de un método más eficaz de percepción de honorarios: tarjeta de crédito, convenios con descuento en la forma de pago, cheque diferidos (para una mayor aceptación por parte de quien lo emitirá podría llamarse de pagos programados), o hasta los viejos pagarés, con el propósito de profesionalizar más la cobranza, que en los formatos actuales, casi voluntarios, se ha mostrado poco eficaz, principalmente en los momentos en que algún tipo de crisis se presenta.

Seguramente los procedimientos para optimizar la recepción de honorarios de los pacientes, pasa por la adopción de asistentes orientadas y bien entrenadas en este propósito, en cuánto, cuándo y cómo intervenir. Estas iniciativas se constituirán con el tiempo, en un método de cobranza y ayudará a reducir el stress del profesional debido a las dificultades financieras, consecuente a la no recepción de honorarios en tiempos correctos.

Tales procedimientos ayudarán a desvincular al profesional de la necesidad de contraer costos elevados, como son el uso de cheque, el arancelamiento de la tarjeta de crédito, los descuentos de cheques, contratación de préstamos y otros procedimientos para la anticipación de ingresos. Además de disfrutar las ventajas del poder de compra que se reserva al que dispone de dinero para las compras al contado.

Estas medidas activadoras de recepciones de honorarios en tiempos apropiados permitirán también inversiones con capital propio, constitución de un ahorro, que aplicados en los momentos correctos, serán decisivos en la búsqueda de la mejora general de la clínica, con aumento de la satisfacción de los pacientes y mayor placer al pagar por los servicios recibidos.

Para evaluar la necesidad de adopción de nuevas medidas en la intención de mejorar sus cobranzas, es oportuno una evaluación en períodos de tres a seis meses, a través de una evolución del débito vencido y no pagado por los pacientes, comparado a los mismos períodos anteriores, como forma de concluir como están comportándose éstos con relación a los pagos y las necesidades reales de cambios en el sistema de cobranza.



MÉTODO

Uno de las causas de deficiencias en el proceso de cobranza a los pacientes, es la no adopción de un método sistemático de cobro, cómo habitualmente las compañías hacen. Esto quizá pasa para la falta de conocimiento que también deberían enseñarse en los cursos de grado, o la inexistencia en los cursos de postgrado. Como consecuencia, el Dentista algunas veces pasa de ser un mal cobrador a un mal pagador, dañando su imagen y concepto.

La adopción de algunos procedimientos simples, de una manera sistemática y con entrenamiento de quién lo realizará, terminará constituyéndose en un método de cobranza, variando en mayor o menor complejidad e intensidad en función de la estructura o del número de profesionales que usarán y se beneficiarán con el sistema. En esta hipótesis los costos contraídos para poner en práctica el servicio de cobranza, aunque pequeño, deben ser divididos entre los beneficiarios participantes.

Una idea práctica, es la instalación de una micro-sala, aprovechando algún espacio muerto en la división de los ambientes, con el objetivo primero de ser el local donde siempre terminar cualquier consulta, el paciente se dirigirá por la marcación de la fecha para la próxima consulta. En este ambiente se puede tener una máquina para rellenar cheques, una máquina manual para la emisión de la factura de la tarjeta del crédito, una lapicera, estratégicamente colgada para que el cliente pueda recordar que tiene algo que escribir, además de su estado de cuenta en el monitor de la computadora o solicitud del registro de débito/crédito que se debe tener una copia en poder del cliente, para ser solicitada en este momento. Este ambiente, lejos de los oídos del paciente, podrá ser llamado el "pagódromo". En presencia de éstos, se identificará como el marcador de consultas.

Puede usarse como rutina, el envío de una carta con información variada, incluso con pautas sobre la salud bucal en idioma laico al alcance e interés de los pacientes, además de una nota sutil con un comentario del estado de cuenta actual, con una periodicidad que puede ser mensual de acuerdo con la mayor o menor incidencia de pacientes negligentes en cuanto al pago en su área o su clientela.



La inclusión de un mensaje alertando cuando es el momento correcto para hacer el pago de la cuota, puede ser incluida en la nota a ser usada en la conexión habitual de la asistente, para reforzar la nota de consulta, un día antes de la misma, de manera de recordar al paciente de traer el cheque o el dinero para el pago. Es un procedimiento simple y eficaz, que realizado de una manera sutil trae efectos sin reprimir a los clientes.

Otra medida simple, de bajo costo que puede adoptarse en los momentos de apretón financiero o de un poco de ociosidad en el calendario, es que la asistente llame a los pacientes con falta de pago de más de treinta días, haciendo un comentario sobre el hecho y pidiendo una programación o previsión, simulando que esta conexión está siendo realizada con el pretexto de marcar una próxima consulta.

Ofrecer, preguntando cual es la mejor opción para el paciente: tarjeta del crédito, escalonamiento de pagos a 30/60/90 sin intereses, cheques diferidos o descuento por pago de contado, siempre recordando hacer un comentario sobre las ventajas y desventajas de cada uno, es un buen procedimiento para la identificación de la modalidad más apropiada para cada paciente, que así identificada, minimiza las oportunidades de atrasos del pago por inadecuación a un único sistema de pago.

La alternativa para los casos en que ninguna de estas opciones es adoptada, es solicitar un cheque por el valor total del tratamiento, como forma de garantía del monto total, explicando que el mismo se devolverá al cliente al fin del tratamiento y su correspondiente pago. Para amenizar su solicitud, se puede comentar que en el acto de su emisión, se anotará en el reverso del contrato, este destino del cheque que se firmará por el emisor y receptor.

Hacer convenios con compañías de la región, para el pago escalonado del tratamiento dental, no sólo es la forma de conquistar mayor encaminamiento de los pacientes, sino también, un incentivo al tratamiento en el momento correcto de su necesidad. En estos casos, se presenta algún tipo de ventaja, tal como descuento de 10 % o servicio de emergencia en casos de dolor, se optimizan los resultados, mientras el propio sistema de convenio minimiza los problemas del cobro de honorarios.



Ofrecer a la asistente una comisión variable en la cobranza, que puede ser 1% para los pacientes del corriente año, 2% para del año anterior y 5% para las facturas con más de dos años de falta de pago, no es sólo una alternativa motivadora en el incentivo al trabajo, sino también, una forma segura y efectiva de mayor dedicación, además de propiciar una oportunidad de ganancias adicionales a algunos colaboradores que por tiempo o dedicación éstos merecen.

Dar descuentos significativos y estimulantes al pago del dinero en efectivo (mitad al principio y otra mitad al fin del tratamiento) o más grande todavía si el pago es anticipado, es algo que uno no puede dejar de ofrecer siempre que los candidatos o pacientes demuestren por evidencias externas u otra información, estar en condiciones de efectuar el pago de contado y adelantado, esta es la mejor garantías que no se tendrá retraso en el pago de los honorarios.

Tener un plan definido de pagos para ofrecer como, por ejemplo, PLAN IMPLANTOLOGICO o PLAN 10 (RIBEIRO, 2003) es la medida actual, porque en los países con restricciones o dificultades en los medios financieros, las necesidades de segundo o tercer orden son relegadas a un segundo plano. La idea de extender el tiempo de ejecución de los servicios, con la consecuente dilatación en el período de pago, es una iniciativa excelente en este sentido.

Importante también será el entrenamiento con la asistente o auxiliar, una manera sistemática de cómo pasar el presupuesto, cómo y con qué recursos hacer su presentación, para que desde este momento las modalidades de pago sean tratadas y definidas.

En este particular y para adecuar mejor, es importante observar si los recursos usados para la presentación y demostración de los presupuestos son compatibles con los valores que están siendo presentados.

Intentar y estudiar bien cómo motivar a los pacientes a la realización de los tratamientos, analizando las diferentes formas eficaces usadas por otros colegas, tales como modelos, libros, cintas de videos, programas de computadora u otras, son medios más seguros de obtener aceptación de los mismos, que de una manera verbal en un primer momento o como definitivo, después de su confirmación, deberá hacerse de manera escrita. Conscientes y motivados éstos estarán más dispuestos y propensos a pagar bien en fecha por el servicio contratado.



Descubrir la manera de motivar a clientes buenos que además de realizarse los tratamientos, se mostraron como buenos pagadores para derivar a otros clientes, partiendo del principio que los amigos de buenos pagadores, también acostumbran a serlo, así como mucho veces, los amigos derivados de malos pagadores, son también difíciles de cobrar. En este objetivo pueden ayudar las tarjetas sociales de agradecimiento para clientes o la entrega después de haber concluido la parte protética, de diez tarjeta comerciales, comentando con los clientes para que ellos las tengan a mano en el caso de que alguien manifieste interés al comentar el éxito de su tratamiento.

RESULTADOS

Acompañando durante aproximadamente quince años a casi 2.000 implantólogos, la mayoría demostrando el éxito en sus actividades y otros no tanto, además de treinta y un años en la comercialización de libros odontológicos, en gran parte a clientes desconocidos, adquirimos nuestra propia experiencia, además de las situaciones y las iniciativas individuales relatadas por varios profesionales, nos fue posible concluir que diferentes situaciones exigen diferentes soluciones.

Ninguno de los métodos o fórmulas aquí presentados pueden ser consideradas como solución infalible para todos los casos, así como todas las comprobaciones prácticas permiten afirmar que una sola modalidad en conceder crédito o apenas una forma de cobrar, puede ser admitida como ideal. El conocimiento simple de varias alternativas y formas de procedimiento optimizan el discernimiento para la mejor forma de proceder en cada caso.

Aquellos que relatan la casi inexistencia de problemas con el cobro de honorarios, en su inmensa mayoría, tienen más de un criterio a la hora de conceder crédito y procuran rodearse de seguros mínimos o ideas. En común muestran efectividad a partir de un control estricto entre el flujo de servicios dados y los correspondientes cobros, no dudando en tratar el tema con la claridad que este merece o carece.

El entrenamiento del personal definido como responsable para las tareas de ejecución y control de la cobranza, es la mejor garantía de buen funcionamiento de esta función. Dada la inexistencia de cursos específicos, el debate franco y abierto entre el profesional y su auxiliar y de ésta con los clientes, se ha mostrando como una excelente escuela para el aprendizaje de



estas funciones, así como la adopción de medidas más objetivas, entre las presentadas, siempre que las situaciones adversas se presentan, constituyen una buena iniciativa.

DISCUSIÓN

La no adopción de procedimientos propios de cobranza, en los momentos de situación recesiva o de estancamiento económico, llevará, ciertamente, a los imprudentes a situaciones de dificultades financieras, en la medida en que mayores fueran los desequilibrios entre las facturas a pagar y los cobros realizados.

Normalmente los más generosos con sus clientes en lo relativo a los pagos, son los que más sufren en manos de los malos pagadores. Lamentablemente, los tiempos modernos han estado creando culturas donde los que no honran sus compromisos no son tan responsables desde el punto de vista de una sociedad, que cada vez acepta más fácilmente lo que otrora se rechazaba por desviaciones de conducta.

Ser objetivo en el tratamiento de los honorarios a recibir no es una cuestión de inflexibilidad o intransigencia y sí una necesidad defensiva en vista de las dificultades, que al paso del tiempo, se muestran cada vez más común y constante.

CONCLUSIÓN

La distancia cada vez mayor entre el profesional y sus pacientes, tanto físicas como de una manera amistosa, lleva cada vez más a una definición en los procedimientos a la hora de recibir los honorarios. El viejo dicho "amigos son amigos, los negocios aparte" dejan cada vez más lugar a un "amigos aparte, a los demás las normas."

Ninguno de las alternativas aisladas tendrá fuerza para resolver el problema de las dificultades de la recepción de honorarios de los pacientes, cabiendo en cada uno, conocedor de las características y peculiaridades de su clientela, identificar y poner en práctica la más conveniente en su caso privado.

Buena parte del éxito profesional estará vinculado a cuando mejor consiga recibir los merecedores de una buena y gran clientela, que por cuenta de sus



merecimientos, tendrán cada vez más trabajo y, consecuentemente, cada vez más facturación a percibir.

NOTA: Agradecimientos por la traducción al Lic. Horacio Kippes y por la revisión al Dr. Pedro Soler.



BIBLIOGRAFÍA

RIBEIRO, A. I., Asistente de Clínica Dental, 5 edición, Maio/Odontex, Curitiba, 2001.

RIBEIRO, A. I, Marketing Odontológico, 4 edición, Maio/Odontex, Curitiba, 2001.

RIBEIRO, A. I, Administración y Marketing en Odontología, 2 edición, Mayo, Curitiba, 1998.

RIBEIRO, A. I, Un Plan Implantológico como Optimización del Marketing en la Implantología, Revista Brasileña de Implantología y Prótesis en Implantes, año 10, volumen 2, 2003.

RIBEIRO, A. I., Uso de la fecha de aniversario de los implantes como marketing del retorno de los pacientes para el mantenimiento, Revista Brasileña de Implantología y Prótesis en Implantes, año 10, volumen 4, 2003.