



LOS INDICADORES
MÁS IMPORTANTES

PARA CONSEGUIR EL ÉXITO DE TU CLÍNICA

GUIDE BOOK

CLINICS DEVELOPER

GROWTH & SCALE

INDICE

Introducción: La importancia de los KPIs

Capítulo 1: KPIs Financieros

Capítulo 2: KPIs Pacientes

Capítulo 3: KPIs Marketing

Capítulo 4: KPIs Productividad

Capítulo 5: KPIs Recursos Humanos

Capítulo 5: KPIs Calidad

INTRODUCCIÓN



Los KPIs “Key Performance Indicators”, o “indicadores claves de desempeño” son **herramientas fundamentales para la toma de decisiones** informadas y basadas en datos.

Estos indicadores proporcionan información valiosa sobre el rendimiento de la clínica en áreas clave, lo que permite **identificar rápidamente las fortalezas y debilidades** de la organización y tomar decisiones informadas para mejorar la calidad del servicio que se ofrece a los pacientes.



Por ejemplo, mediante el seguimiento de los KPIs de pacientes como el **número de pacientes**, la **tasa de retención de pacientes**, el **NPS** y la **satisfacción del paciente**, los gerentes pueden evaluar fácilmente la calidad del servicio que se ofrece a los pacientes y tomar medidas para mejorarla.

Si el número de pacientes disminuye o si la tasa de retención es baja, se pueden utilizar estos datos para **identificar las áreas de mejora necesarias**, como una mayor atención al paciente, una mejora en los procesos de programación de citas o una revisión de la política de precios.

CAPÍTULO 1- KPI FINANCIEROS



Las clínicas, como cualquier otra empresa, necesitan **medir su rentabilidad y tomar decisiones** informadas basadas en **datos financieros**. Los KPIs financieros son indicadores que permiten **evaluar la situación financiera de la empresa** y tomar medidas para mejorar su rentabilidad.

A continuación, se explican los principales KPIs financieros que se utilizan en las clínicas.

ROI (Retorno de inversión): Mide la rentabilidad de una inversión, en este caso, en una campaña publicitaria o en la adquisición de nuevos equipos. Se calcula dividiendo el beneficio obtenido por la inversión realizada y multiplicándolo por 100 para obtener un porcentaje. Un ROI alto indica que la inversión ha sido rentable. En general, **un ROI a partir del 10% se considera decente, mientras que un ROI del 20% o más se considera muy alto**. Debemos saber que el nivel de ROI, puede variar según la industria y el tipo de inversión.



Flujo de caja: El flujo de caja mide la **cantidad de efectivo que entra y sale de la clínica** en un período determinado. Es importante para evaluar la solvencia de la empresa y su capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras.

CAPÍTULO 1- KPI FINANCIEROS

Margen de beneficio: Es la diferencia entre los ingresos y los costos de la clínica. Se calcula dividiendo el beneficio obtenido por los ingresos totales y multiplicándolo por 100 para obtener un porcentaje. Un margen de beneficio alto indica que la clínica es rentable.



Punto de equilibrio: El punto de equilibrio es el nivel de ingresos en el que los ingresos totales igualan los costos totales. **Es importante para determinar cuántos pacientes deben atenderse para cubrir los costos fijos y empezar a generar beneficios.**

Ingresos por paciente: Los ingresos por paciente son los ingresos promedio que recibe la clínica por cada paciente atendido. Es importante para **evaluar el valor que aporta cada paciente a la empresa.**

Coste por paciente: El coste por paciente es el coste promedio en el que incurre la clínica por cada paciente atendido. Es importante para **evaluar la eficiencia de los procesos y los costes asociados a cada paciente.**

Rentabilidad: La rentabilidad es **la capacidad de la clínica para generar beneficios a largo plazo.** Se calcula dividiendo el beneficio obtenido por los ingresos totales y multiplicándolo por 100 para obtener un porcentaje. Una rentabilidad alta indica que la clínica es capaz de generar beneficios sostenibles.

CAPÍTULO 1- KPI FINANCIEROS



Una clínica de fisioterapia, que tenga al día estos KPIs puede, tomar acciones concretas en caso de que los resultados obtenidos no sean favorables, como aumentar sus ingresos ofreciendo paquetes de servicios o programas de fidelidad.

Otro ejemplo de cómo aplicar los KPI de rentabilidad sería **analizar los datos financieros del último trimestre y compararlos con los del mismo período del año anterior**. Si la rentabilidad ha disminuido, se pueden realizar análisis más detallados para determinar cuál ha sido el factor que ha generado este descenso.

Si se identifica que los costes han aumentado, se pueden tomar medidas para reducirlos, como renegociar contratos o buscar proveedores más económicos. Por otro lado, si los ingresos han disminuido, se puede analizar qué especialidad ha sufrido una reducción y **establecer estrategias para incrementar la demanda de ese servicio en particular**.

CAPÍTULO 2- KPI PACIENTES



En una clínica la satisfacción del paciente es uno de **los aspectos más importantes a tener en cuenta**. La calidad del servicio y la atención al paciente son clave para mantener una buena reputación y **fidelizar** a los pacientes existentes, lo que a su vez puede atraer nuevos pacientes. Por lo tanto, es esencial **medir y monitorear la satisfacción del paciente a través de diferentes KPIs**.

1 NÚMERO DE PACIENTES

Este KPI mide la cantidad total de pacientes que visitan la clínica en un período determinado. Se puede utilizar para hacer un seguimiento de la evolución del número de pacientes y detectar cualquier cambio en la demanda de servicios de la clínica.

2 TASA DE RETENCIÓN DE PACIENTES

Este KPI mide la cantidad de pacientes que regresan a la clínica después de su primera visita. Una alta tasa de retención indica que los pacientes están satisfechos con el servicio y la atención recibida.

3 TIEMPO DE ESPERA PARA LA CITA:

Este KPI mide el tiempo que los pacientes esperan desde que solicitan una cita hasta que se les asigna una. Un tiempo de espera corto puede mejorar la satisfacción del paciente y reducir la probabilidad de que busquen servicios en otra clínica.


CAPÍTULO 2- KPI PACIENTES

4 NPS (NET PROMOTER SCORE):

Este KPI mide la disposición de los pacientes a recomendar la clínica a familiares y amigos. Los pacientes responden a una pregunta simple sobre una escala del 1 al 10, y se clasifican en detractores (puntuación de 0 a 6), pasivos (puntuación de 7 u 8) y promotores (puntuación de 9 o 10). El NPS se calcula restando el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores. Un NPS positivo indica que los pacientes están satisfechos con el servicio y es más probable que lo recomienden.

5 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PACIENTE:

Este KPI mide la satisfacción general del paciente con la atención y el servicio recibidos. Los pacientes pueden ser encuestados después de la visita para obtener una evaluación detallada de su experiencia y los resultados pueden utilizarse para mejorar la calidad del servicio.



Es importante recordar que **la satisfacción del paciente es subjetiva y puede variar de un paciente a otro.**

Por lo tanto, es importante utilizar diferentes KPIs para obtener una visión completa de la satisfacción del paciente. Además, se deben tomar medidas para abordar cualquier problema que se identifique en el proceso de atención al paciente y mejorar continuamente la calidad del servicio.

CAPÍTULO 3 - KPIS MARKETING



El marketing es **un aspecto crucial para el éxito de cualquier clínica**. Es importante contar con estrategias efectivas que permitan atraer y retener pacientes, así como **fidelizarlos a largo plazo**. En este capítulo, exploraremos los diferentes KPIs de marketing que pueden ayudar a medir la eficacia de las estrategias de marketing y ventas de una clínica.

ROI de la campaña publicitaria: Como ya sabéis, El ROI es una medida financiera que indica la rentabilidad de una inversión. En el caso de una campaña publicitaria, el ROI mide el retorno económico que se obtiene en relación con el costo de la campaña. Para calcular el ROI de una campaña publicitaria, **se divide el ingreso generado por la campaña entre el costo de la campaña y se expresa en forma de porcentaje**.



Tasa de conversión del sitio web: La tasa de conversión del sitio web mide la proporción de visitantes del sitio web de la clínica que completan una acción deseada, como realizar una cita o solicitar información. **Es un indicador importante para evaluar la eficacia de la página web de la clínica y la calidad del tráfico que recibe**.

CAPÍTULO 3 - KPIS MARKETING

Número de visitas al sitio web: El número de visitas al sitio web es una medida importante de la visibilidad de la clínica en línea. **Un mayor número de visitas al sitio web puede indicar una mayor conciencia de marca** y un mayor interés por parte de los pacientes potenciales.



Coste por clic: El coste por clic es una medida del costo en la que se incurre cada vez que un usuario hace clic en un anuncio de la clínica en línea. Este indicador es importante para evaluar la eficacia de las campañas publicitarias en línea y para determinar si se está obteniendo el máximo valor de cada clic.



Coste por adquisición: El coste por adquisición mide el costo promedio de adquirir un nuevo paciente para la clínica. Es un indicador importante para evaluar la eficacia de las estrategias de marketing y ventas de la clínica. Un coste por adquisición más bajo indica que la clínica está siendo más eficaz en la adquisición de pacientes.



CAPÍTULO 3 - KPIS MARKETING



- **ROI de una campaña de publicidad en redes sociales:** La clínica invierte 1.000€ en una campaña publicitaria en redes sociales. La campaña genera 3.000€ en ingresos. El ROI de la campaña sería del 200%, lo que significa que la clínica recibió el doble de su inversión inicial.

- **Tasa de conversión del sitio web:** La clínica recibe 1.000 visitas al mes en su sitio web y de ellas, 100 completan una cita en línea. La tasa de conversión sería del 10%.

- **Coste por clic:** La clínica lanza una campaña publicitaria en Google Ads y recibe 1.000 clics en el anuncio. El costo total de la campaña es de 500€, lo que resulta en un costo por clic de 0,50€.

CAPÍTULO 4 - KPIS PRODUCTIVIDAD



Para que una clínica sea rentable y exitosa, es esencial que se optimice la productividad de los profesionales y se maximice el uso de los recursos disponibles. A continuación, se describen algunos KPIs de productividad que pueden ayudar a medir el rendimiento de la clínica:

1 TASA DE OCUPACIÓN DE LOS PROFESIONALES:

Esta métrica mide el porcentaje de tiempo que los profesionales de la clínica están ocupados atendiendo a pacientes en comparación con el tiempo total disponible. Una alta tasa de ocupación indica que se está utilizando de manera efectiva el tiempo de trabajo de los profesionales.

2 PRODUCTIVIDAD POR PACIENTE:

Este KPI mide la cantidad de pacientes que un profesional puede atender en un período determinado de tiempo, como una hora o un día. La productividad por paciente puede ayudar a identificar cuellos de botella en el flujo de trabajo de la clínica y mejorar la eficiencia.

3 FACTURACIÓN POR EMPLEADO:

Este indicador mide el total de ingresos generados por cada empleado en la clínica. Una alta facturación por empleado indica que el personal está trabajando de manera productiva y que se está generando suficiente ingreso para cubrir los costos laborales.

CAPÍTULO 4 - KPIS PRODUCTIVIDAD

4 PRODUCTIVIDAD POR CONSULTA :

Este KPI mide la cantidad de ingresos generados por consulta en la clínica. Una alta productividad por consulta indica que se está utilizando de manera efectiva el espacio disponible y que se está generando suficiente ingreso para cubrir los costos de alquiler y mantenimiento.

5 NÚMERO DE PACIENTES POR HORA:

Este indicador mide la cantidad de pacientes que son atendidos en una hora determinada. Una alta tasa de pacientes por hora indica que se está atendiendo a un gran número de pacientes en un corto período de tiempo.

6 TIEMPO DE CONSULTA PROMEDIO:

Este KPI mide el tiempo que un profesional pasa en consulta con cada paciente. Una baja duración de las consultas puede indicar una mayor eficiencia y productividad en la atención.


7 NÚMERO DE CITAS PERDIDAS:

Este indicador mide el número de citas programadas a las que no se presentan los pacientes. Un alto número de citas perdidas puede indicar una falta de productividad en la gestión de citas y puede ser una oportunidad para mejorar la eficiencia de la clínica.

CAPÍTULO 4 - KPIS PRODUCTIVIDAD

8 TIEMPO DE ESPERA EN LA SALA:

Este KPI mide el tiempo que un paciente espera en la sala de espera antes de ser atendido. Una baja duración de espera puede mejorar la satisfacción del paciente y aumentar la productividad.



En conclusión, los KPIs de productividad son esenciales para evaluar el rendimiento de una clínica y asegurarse de que se está utilizando de manera efectiva el tiempo y los recursos disponibles.

Monitorear estos indicadores puede ayudar a identificar áreas de mejora y mejorar la eficiencia y la rentabilidad de la clínica.



CAPÍTULO 5 - KPIS RECURSOS HUMANOS



La gestión adecuada de los recursos humanos es crucial para el éxito de cualquier clínica. Los siguientes KPIs pueden ayudar a medir la eficacia de la gestión de recursos humanos en una clínica:

Tasa de rotación de personal: Esta métrica mide la cantidad de empleados que abandonan la clínica en un período determinado. Una alta tasa de rotación puede afectar negativamente la calidad del servicio y la satisfacción del paciente **influyendo directamente en la fidelización de pacientes**. Por otro lado, una baja tasa de rotación puede indicar que la clínica está proporcionando un ambiente laboral saludable y satisfactorio.

Horas trabajadas por empleado: Esta métrica mide la cantidad de horas que cada empleado trabaja en la clínica. Es importante tener en cuenta que trabajar más horas no siempre significa que un empleado es más productivo. Si los empleados trabajan muchas horas, es posible que experimenten fatiga y estrés, lo que puede afectar su productividad y aumentar el riesgo de errores.



CAPÍTULO 5 - KPIS RECURSOS HUMANOS

Productividad del personal: Esta métrica mide la cantidad de trabajo que realiza cada empleado en un período determinado. Una alta productividad puede indicar que la clínica está bien organizada y que los empleados están capacitados y motivados. Por otro lado, una baja productividad puede indicar problemas con la gestión de recursos humanos, como la falta de capacitación, motivación o recursos adecuados.



Es importante tener en cuenta que los KPIs de recursos humanos deben ser evaluados en conjunto con otros KPIs para tener una imagen completa del rendimiento de la clínica.

Por ejemplo, si la tasa de rotación de personal es alta, puede ser necesario evaluar **otros KPIs como la satisfacción de los empleados y la calidad del servicio para identificar las causas del problema.**

En resumen, los KPIs de recursos humanos son una herramienta importante para evaluar la eficacia de la gestión de recursos humanos en una clínica. La tasa de rotación de personal, las horas trabajadas por empleado y la productividad del personal son algunos de los KPIs que pueden ayudar a medir el rendimiento del personal de la clínica

CAPÍTULO 6 - KPIS CALIDAD



En este capítulo, exploraremos los KPIs que miden la calidad de la atención en una clínica. Estos KPIs son **fundamentales para asegurarse de que los pacientes reciban la mejor atención posible** y de que la clínica esté operando de manera eficiente y efectiva.

A continuación, se detallan los KPIs más importantes de calidad:

Número de quejas: este KPI mide el número de quejas que recibió la clínica en un período de tiempo determinado. Una queja puede incluir una mala experiencia del paciente con el personal, instalaciones insuficientes o cualquier otro problema que haya surgido en la clínica.

Número de reclamaciones: este KPI mide el número de reclamaciones presentadas contra la clínica, como reclamaciones de mala praxis, de facturación o de cualquier otro tipo de problema legal.

Tiempo promedio de espera: este KPI mide el tiempo que los pacientes deben de esperar para ser atendidos. Un tiempo de espera excesivo puede generar insatisfacción y afectar la retención de pacientes.



CAPÍTULO 6 - KPIS CALIDAD

Tiempo promedio de consulta: Este KPI mide el tiempo que los pacientes pasan en consulta con el médico. Es importante mantener este tiempo en un nivel adecuado para que el paciente se sienta atendido y pueda resolver sus dudas e inquietudes.



Si una clínica de odontología, quiere medir el tiempo que los pacientes deben esperar antes de ser atendidos **debe establecer un registro que inicie cuando el paciente llega a la clínica y termine cuando se le atiende.**

Otro ejemplo, para medir la satisfacción del paciente, se realizaría a través de encuestas de satisfacción, enviadas por correo electrónico o llevadas a cabo en persona. Las preguntas en la encuesta podrían incluir preguntas sobre la amabilidad del personal, la eficacia del tratamiento y la limpieza de la clínica.

¿TE GUSTARÍA LIDERAR
TU CLINICA
MEJORANDO TUS
HABILIDADES DE
GESTIÓN?

¡NUESTRO CURSO
ES LA RESPUESTA!



Clinics Developer

- ✓ 20h de clase
- ✓ Materiales de apoyo
- ✓ Sesiones en directo con expertos

700€

APÚNTATE AL CURSO

15 días de garantía (sin preguntas)

[¡APÚNTATE!](#)