

La economía del tratamiento de la miopía

Wes McCann, PhD, OD, MBA

Director del College of Optometrists of Ontario, Estados Unidos
Febrero 2025

Nota. Tanto la unidad monetaria como algunos términos corresponden al léxico de Estados Unidos. Ejemplo: "coste de la silla" sería "coste de la consulta".

A medida que las tasas de miopía continúan aumentando a nivel mundial, brindar tratamiento de la miopía en una práctica optométrica se está convirtiendo no solo en un servicio valioso para los pacientes, sino también en una fuente potencial de ingresos para las clínicas. Sin embargo, la implementación de este servicio requiere una comprensión integral de los compromisos financieros involucrados. Desde los costes generales hasta los honorarios de los pacientes, establecer un programa de tratamiento de la miopía rentable requiere una consideración cuidadosa de la economía. Las áreas clave que garantizan que el tratamiento de la miopía sea factible para los pacientes y sostenible para su práctica incluyen el coste del sillón, las estructuras de honorarios, el marketing y el retorno de la inversión (ROI).

Costes generales de ofrecer tratamiento de la miopía

Brindar un tratamiento de la miopía implica costes generales específicos que deben calcularse en el modelo financiero de su clínica. Los componentes clave incluyen:

1. Coste de la silla: en una clínica típica, el "coste de la silla" (que incluye servicios públicos, tiempo del personal y gastos operativos) es de un promedio de 150 a 200 dólares por hora. Las citas para el tratamiento de la miopía pueden ser más largas debido a consultas exhaustivas, pero también debe considerar la cantidad total de citas, ya que muchos pacientes requerirán un mínimo de dos visitas al año. Si se tiene en cuenta la cantidad de seguimientos a lo largo de un año, se obtiene una estimación más precisa del coste de la silla por paciente de tratamiento de la miopía. Por ejemplo, si un paciente requiere dos visitas de 15 minutos al año, el coste de la silla por visita podría ascender a 50 dólares.

2. Costes de alquiler de equipos: el tratamiento eficaz de la miopía depende de equipos especializados, como un biómetro, para rastrear los cambios de longitud axial. El alquiler de un biómetro suele costar alrededor de 1000 dólares al mes, un factor importante

para cualquier consultorio que desee ofrecer servicios de tratamiento de la miopía de alta calidad. Las clínicas que ofrecen ortoqueratología también pueden necesitar un topógrafo corneal, lo que aumenta los costes mensuales. En conjunto, estas herramientas representan una inversión significativa que debe equilibrarse con un volumen adecuado de pacientes.

3. Costes de capacitación: El personal capacitado es esencial para brindar una atención constante y de alta calidad. La capacitación inicial y continua para los asistentes de optometría en medición biométrica y educación del paciente puede variar entre 300 y 1.000 dólares por miembro del personal. La capacitación ayuda a minimizar la carga de trabajo de los optometristas al permitir que el personal de apoyo se encargue de las tareas rutinarias y la atención de seguimiento, lo que mejora la eficiencia de la clínica.

Cómo determinar la tarifa de su clínica de tratamiento de la miopía

Establecer tarifas adecuadas es esencial para equilibrar los ingresos de la clínica con la asequibilidad para las familias. Considere estas opciones:

1. Modelo de pago por servicio: este modelo cobra a los pacientes por cada servicio individual, desde consultas hasta exploraciones biométricas, adaptación de lentes de contacto o terapia con atropina. Si bien es transparente, este enfoque puede generar resistencia, ya que las familias pueden sentirse agobiadas por cada cobro por separado. El pago por servicio puede funcionar bien para visitas más pequeñas o únicas, pero puede disuadir a los pacientes de necesitar un seguimiento constante.

2. Modelo de tarifa anual global: un enfoque más simplificado, la tarifa anual global, abarca la mayoría de los servicios de tratamiento de la miopía por una tarifa anual fija, lo que ofrece a las familias costos predecibles. Sin embargo, las tarifas anuales más altas pueden generar un shock en el precio, especialmente si los pacientes sienten que están pagando por servicios que tal vez no utilicen.

3. Modelo híbrido: un enfoque híbrido puede ser una solución intermedia práctica, en la que una tarifa anual cubre los servicios básicos de gestión y ciertos tratamientos (por ejemplo, OrthoK, adaptación y enseñanza de lentes de contacto o terapia con atropina) se facturan por separado según las necesidades del paciente. De esta manera, las familias se benefician de la certeza de los costes y al mismo tiempo mantienen la flexibilidad en sus opciones de tratamiento.

Marketing para el tratamiento de la miopía

Educar a los pacientes sobre el tratamiento de la miopía de forma temprana (idealmente antes de que ingresen a la sala de exámenes) es clave para fomentar la aceptación y aumentar la inscripción en su programa. Un enfoque de marketing integral, tanto interno como externo, puede garantizar que las familias conozcan el servicio:



1. Marketing interno: las clínicas deben utilizar carteles, folletos y folletos informativos para presentarles a los pacientes el tratamiento de la miopía durante las visitas de rutina. Además, se puede capacitar al personal para que analice los riesgos de la miopía sin tratamiento y los beneficios de la intervención temprana. El marketing por correo electrónico también es una herramienta poderosa que le permite llegar a los pacientes con información y recordatorios sobre el tratamiento de la miopía, las próximas consultas o las promociones de temporada. El marketing por correo electrónico garantiza que las familias ya conozcan el servicio antes de sus citas.

2. Marketing externo: generar conciencia fuera de la clínica ayuda a generar familiaridad y confianza. Las redes sociales, los boletines informativos por correo electrónico y la divulgación comunitaria son formas eficaces de informar a las familias sobre las opciones de tratamiento de la miopía. La asociación con escuelas o pediatras locales puede presentar el concepto a una audiencia más amplia y garantizar que las familias comprendan su importancia. El marketing externo posiciona a su consultorio como experto en el tratamiento de la miopía y ayuda a establecer su marca.

Retorno de la inversión en equipos

Invertir en equipos especializados es necesario para el tratamiento de la miopía, pero requiere un enfoque estratégico para obtener el retorno de la inversión.

En este escenario, considere:

1. Coste de la silla: 200 dólares por hora

2. Tiempo del examen: 15 minutos por visita de control de la miopía, lo que se traduce en un costede silla de 50 dólares por visita.

3. Arrendamiento de equipos: Arrendamiento de biómetros a 1.000 dólares al mes

4. Volumen de pacientes: 10 pacientes de tratamiento de miopía por mes, cada uno inscrito en el programa.

5. Tarifa anual: 350 dólares por paciente, por el programa de manejo de la miopía de todo el año.

Remuneración del asociado: 21% de los ingresos brutos: gastos e ingresos:

1. Ingresos anuales por paciente: con una tarifa anual de 350 dólares por paciente y 10 pacientes inscritos, la clínica genera 3.500 dólares al mes brutos.

2. Compensación del asociado: con un 21% de los ingresos brutos, la compensación del asociado sería: $0,21 \times 3.500 \$ = 735 \$/\text{mes}$

3. Coste de la silla para visitas anuales: cada paciente tiene dos visitas al año, lo que da como resultado un coste de silla de 100 dólares por paciente al año (50 por visita). Para 10 pacientes, esto suma: $10 \times 100 \text{ dólares} = 1.000 \text{ dólares/año}$ o 83.33 dólares/mes.

4. Alquiler de equipo: El coste del alquiler del biómetro sigue siendo de 1.000 dólares al mes.

5. Costos generales mensuales totales: sumando la compensación del asociado, el costo de la silla y el alquiler del equipo: $735 \$ + 83,33 \$ + 1000 \$ = 1818,33 \$/\text{mes}$.

6. Rentabilidad mensual: restando los gastos generales mensuales totales de los ingresos brutos: $3.500 \text{ dólares} - 1.818,33 \text{ dólares} = 1.681,67 \text{ dólares/mes}$.

Resumen del ejemplo de roi

En este escenario ajustado, la clínica retendría aproximadamente 1.681,67 dólares al mes después de cubrir la compensación de los asociados, los costes de ↩



↪ la silla y los gastos de alquiler de equipos. Para alcanzar el punto de equilibrio en la inversión en el biómetro, la clínica solo necesitaría mantener 10 pacientes inscritos en el programa de manera constante. Ampliar la cantidad de pacientes inscritos aumentaría aún más la rentabilidad, lo que permitiría a la clínica cubrir gastos generales adicionales o invertir en otras áreas de la práctica.

Este ejemplo destaca cómo un programa de manejo de la miopía, incluso con una tarifa anual moderada, puede ser sostenible y rentable al gestionar cuidadosamente el volumen de pacientes, los gastos generales y la compensación.

Consideraciones adicionales para la economía del manejo de la miopía

1. Seguros y planes de pago: Dado que la cobertura de seguros para el tratamiento de la miopía es poco frecuente, ofrecer opciones de pago flexibles puede ayudar a que sea más accesible para las familias. Asociarse con empresas de financiación de la atención médica u ofrecer planes de pago puede hacer que la tarifa anual sea manejable para una base más amplia de pacientes, lo que fomenta una mayor inscripción.

2. Optimización del tiempo del personal: para maximizar la rentabilidad, los asistentes de optometría deben encargarse de la mayor parte posible del programa de tratamiento de la miopía. Al delegar las mediciones y el asesoramiento de rutina al personal

capacitado, los optometristas pueden centrarse en las consultas y el diagnóstico, optimizando el flujo de pacientes y el tiempo en el consultorio.

3. Retención y referencias de pacientes: las familias que participan en programas de tratamiento de la miopía probablemente sigan siendo leales a la clínica, especialmente si ven resultados. Esta retención es valiosa para la rentabilidad a largo plazo, ya que los pacientes con miopía pueden continuar con el cuidado ocular de rutina en su clínica y recomendar a familiares o amigos, ampliando así su base de pacientes de manera orgánica.

Conclusión

La economía del tratamiento de la miopía implica una planificación cuidadosa y un volumen constante de pacientes para cubrir los costos y generar ganancias. Al combinar una estructuración de tarifas bien pensada, marketing estratégico y una asignación eficaz de recursos, las clínicas pueden desarrollar un programa de tratamiento de la miopía sostenible que aborde las necesidades de los pacientes y, al mismo tiempo, aumente los ingresos de la clínica.

Cuando se ejecuta bien, el tratamiento de la miopía ofrece a los optometristas la oportunidad de diversificar sus servicios y establecer su práctica como líder en el cuidado ocular pediátrico, fomentando la confianza de las familias y asegurando el éxito de la clínica a largo plazo.

