

Tu agenda dice que hoy tienes 8 citas. La realidad es que vas a atender 5 o 6. Esa diferencia no es mala suerte: es un patrón medible, predecible y, sobre todo, corregible.

La mayoría de los consultorios y clínicas tratan la inasistencia como un problema de actitud del paciente — "se le olvidó", "no le importó", "así es la gente". Pero cuando se revisan los datos de cientos de clínicas, el patrón es otro: **la inasistencia se concentra donde no hay un sistema de recordatorio, seguimiento y registro**, sin importar la especialidad ni el tipo de paciente.

1 de 3

citas agendadas se pierde sin un sistema de recordatorios

67%

de pacientes que faltan, lo hacen porque simplemente lo olvidaron

\$1,500

En este artículo vas a encontrar exactamente qué hacer al respecto:

- **Por qué el recordatorio manual no es suficiente** y cómo la automatización reduce la inasistencia sin que nadie tenga que estar pendiente del teléfono.
- **La encuesta de satisfacción que casi nadie envía** y que puede recuperar pacientes que dieron por perdidos, convirtiéndolos en recurrentes.
- **Por qué tus registros de prospectos valen más que tus anuncios** y qué pasa cuando esa información se pierde o no se usa.
- **El rol más subestimado de tu clínica:** qué hace exactamente un buen closer y por qué determina si un lead se convierte en paciente o desaparece.

Esto no es teoría. Es la diferencia entre una agenda que se ve llena y una agenda que realmente factura.

✓ Guía desbloqueada. Aquí está el contenido completo.

Por qué tus pacientes no llegan a su cita

Cuando un paciente agenda una cita, ese momento representa el pico más alto de su intención. Está convencido, está listo, decidió actuar. El problema es que entre ese momento y el día de la cita pasan horas, días, a veces semanas — y en ese tiempo, la vida diaria se encarga de hacerle olvidar.

No es indiferencia. Es ausencia de sistema. Estas son las tres razones reales detrás de la inasistencia:



Lo olvidó.

cita.



El registro de prospectos

asegura que nadie se pierda en el camino — ni el que no agendó la primera vez, ni el que ya es paciente y es momento de su siguiente visita.

Una clínica que tiene estos cuatro elementos funcionando juntos no solo reduce su inasistencia: construye una base de pacientes que regresan, que refieren y que sostienen el negocio incluso en los meses donde la publicidad rinde menos.

¿QUIERES IMPLEMENTARLO EN TU CLÍNICA?

Hablemos de tu *sistema de retención*.

Te ayudamos a automatizar tus recordatorios, estructurar tu registro de prospectos y entrenar a tu equipo para cerrar más citas. Escríbenos directo por WhatsApp.



Escribir por WhatsApp

► AVISO DE PRIVACIDAD

► AVISO DE PUBLICIDAD

► POLÍTICA DE COOKIES

© 2025 Desarrollo Empresarial CEO · Todos los derechos reservados

desarrollo.empesarail.ceo@gmail.com