

En esta obra, ampliada y corregida, Nicole Wilde desvela los trucos y secretos mejor guardados por los adiestradores profesionales, al tiempo que aconseja sobre la profesión. Aporta información sobre todos los aspectos relacionados con la profesión de adiestrador canino:

En qué consiste realmente eso de adiestrar a los perros y enseñar a los amos.

Cuáles son realmente las posibilidades en esta profesión.

Aspectos relacionados con la formación.

Cómo establecer una empresa propia.

Todo lo relacionado con la publicidad y promoción de la empresa.

El enfoque para las clases en grupo.

Las clases particulares.

Los accesorios y herramientas imprescindibles (sin los que no puedes estar).

Consejos para atender el teléfono.

Las cuestiones de seguridad.

Tu aspecto y apariencia.

Borradores de contratos, anuncios, cartas de presentación y una amplia sección de recursos.

Paso a paso y con mucho sentido común, Nicole Wilde descubre todos esos pequeños detalles que facilitan alcanzar el éxito en esta profesión, que sin tener una titulación homologada, goza cada vez de más demanda social. Puedes seguir luchando tú solo contra los elementos, pretender «inventar la rueda», o aprovechar los sabios consejos de la autora. ¡Tú decides!

«Adiestrar perros realmente no es tan difícil, pero enseñar a los amos y sobrevivir como adiestrador profesional ya es otra historia. Si deseas tener éxito en el mundo del adiestramiento, la lectura de este libro resulta obligatoria». **Dr. Ian Dunbar** (autor de *Un cachorro en casa*).

Nicole Wilde

Así que quieres ser adiestrador

Consejos paso a paso de una profesional

Título original: *So You Want to be a Dog Trainer. Step-by-step Advice from a Professional*

Nicole Wilde, 2006

Traducción: Gonzalo Zavala

Diseño de portada: Jose Manuel Aldrey

Fotografía de portada: Benigno Paz Ramos

Para Mojo, Soko, Phantom, Heyoka y Sequoia.

Prefacio de la segunda edición (inglesa)

No es habitual realizar una segunda edición de una obra tan sólo cinco años después de su publicación. En este caso, la necesidad de esta actualización se debe a la aparición de numerosos y excitantes recursos para el adiestramiento canino. Ahora hay mejores herramientas y productos, mayores oportunidades de formación, y modos más eficaces (y económicos) de promocionar tu negocio. Sería una pena no poner toda esta información a tu alcance.

Uno de los primeros pasos en el proceso de convertirse en adiestrador de perros consiste en adquirir cierta formación acerca del modo de aprendizaje y el comportamiento canino. Desde la primera edición de este libro han aparecido nuevas e interesantes oportunidades de formación: algunos cursos exigen asistencia presencial, otros ofrecen la posibilidad de realizar el aprendizaje a distancia, desde casa, ya sean clases en formato *online* o telecursos (seminarios impartidos vía telefónica). He ampliado la sección de recursos de esta obra para incluir el mayor número de organizaciones y oportunidades de formación que puedan resultar de ayuda tanto a los aspirantes como a los adiestradores ya establecidos.

También he actualizado la sección sobre cómo promocionar tu negocio. La búsqueda de material y servicios en Internet es algo tan habitual que *Google* es ahora una palabra que todo el mundo conoce. Disponer de una página web eficaz, y saber cómo atraer las visitas de clientes potenciales a esa web, es una necesidad en el tan competitivo mundo actual de los negocios. Se incluyen además ideas y recursos para crear una página web.

Esta sección presenta igualmente nuevas herramientas y nuevos productos que pueden ayudarte a mejorar la atención a la gran variedad de problemas de comportamiento de tus clientes caninos.

¡Has elegido un momento maravilloso para hacerte adiestrador canino!

Agradecimientos de la autora

Desearía brindar los siguientes agradecimientos:

Al Dr. Ian Dunbar, por todo su apoyo, amistad y ánimos, Ian, sin ti nunca habría publicado este primer libro, y qué decir de los otros cinco.

A Laura Bourhenne, por su generosidad, sus sugerencias y su habilidad para detectar esos pequeños errores que sólo ella es capaz de descubrir.

A Michelle y Jake Blake, por permitirme utilizar sus adorables perros como maniquís para los ronzales (Halti/Gentle Leader).

Y como siempre, mi gratitud para mi marido, C. C, quien no sólo está siempre animándome, apoyándome, y soportando todo «lo relacionado con los perros», sino que lee cada uno de los manuscritos. Realmente me casé con el mejor hombre del mundo.

También deseo agradecer a Mojo, Soko, Phantom, Heyoka, Sequoia (que descanse en paz, mi pequeña Roo), y a los innumerables perros y lobos con los que he compartido mi amor, mis risas y lecciones a lo largo de todos estos años. Ellos siempre serán mis mejores y más apreciados maestros.

Introducción

Hay en el mercado innumerables libros de formación, vídeos y DVDs sobre adiestramiento de perros. La mayoría están dirigidos a propietarios de perros, y se centran en técnicas de adiestramiento y resolución de problemas.

Pero ¿qué pasa si tu objetivo no es sólo adiestrar a tu propio perro sino convertirte en un profesional del adiestramiento? ¿Adónde puedes dirigirte para obtener información, formarte, poner en marcha un negocio, interactuar con clientes, y conocer todos los innumerables detalles de esta actividad?

Parece que no hay demasiada información disponible. Por supuesto sería de gran ayuda que te proporcionasen toda esa información desde dentro, que hubiese alguien que te permitiese acceder a todos los secretos de esta profesión, que te ofreciese motivación y compartiese sus brillantes ideas contigo... Piensa en mí como en esa amiga.

Progresaremos con calma, paso a paso. Para empezar, consideraremos todos los factores que te ayudarán a decidir si la carrera de adiestrador es realmente la que quieres desarrollar. Luego presentaremos diversas técnicas de adiestramiento, estudiaremos la manera de enfocar el periodo de formación (no se trata de «volver al cole»), los entresijos de la puesta en marcha de tu negocio y del trato con los clientes, y mucho más (todo esto sin que tengas que invitarme a una cena).

Permíteme compartir contigo mis primeras experiencias en el adiestramiento de perros.

Yo tenía catorce años cuando mi madre me inscribió con mi perro Skippy, un cruce de Schipperke (un nombre original, lo sé) en un curso de obediencia. En mi interior desbordaba alegría. Ser adiestradora de perros era mi sueño más deseado, pero nunca se lo había dicho a mis padres. En mi familia se esperaba que terminaras la escuela y encontraras un trabajo que te diese «estabilidad», algo fijo y razonable, maestra, por ejemplo. No es necesario decir que aspirar a ser adiestradora era algo que no sería bien recibido. Me comían todos los demonios por iniciar el curso.

El primer día del curso transcurrió entre perros ansiosos y amos nerviosos. Lo observábamos todo atentamente, mientras la instructora explicaba cada ejercicio. Parecía una señora agradable, pero daba la impresión de que se requeriría un cierto grado de fuerza física para el adiestramiento. Por ejemplo, para enseñarle a un perro a echarse, pisaba la correa con fuerza, cerca del cuello del perro, haciendo que su cabeza golpease el suelo, y que el cuerpo, irremediablemente, le siguiese. Aunque ninguna de aquellas técnicas, tan alejadas de las que yo había imaginado, me agradaba, procuré probarlas todas

obedientemente con Skippy, que, aunque era un perro muy inteligente, no parecía estar disfrutando en absoluto con ello. A medida que los perros adquirían nuevas destrezas, nos enseñaban a corregir a los perros en caso de desobediencia. Aprendimos a dar tirones y relajar el collar metálico de estrangulamiento con la fuerza suficiente como para que entendiesen que «no tenían elección».

Aunque era joven e inexperta, podía ver que mi perro estaba triste, y yo también lo estaba. Algunos de los otros perros y sus amos también parecían estar estresados. Otros perros se mostraban cada vez más agitados e incapaces de concentrarse. A medida que la frustración de los amos aumentaba, los tirones se volvían cada vez más fuertes. Yo quería llorar. ¡En mis fantasías nunca imaginé que el adiestramiento de los perros fuese a realizarse de ese modo! Pese a que completamos el curso, yo estaba deshecha. Sabía que nunca podría volver a hacerle esas cosas a los perros, entonces, ¿cómo podría llegar a ser adiestradora?

Treinta años después, ¡excelentes noticias! El adiestramiento canino ha cambiado de forma impresionante.

Gracias a pioneros como el Dr. Ian Dunbar, Karen Pryor, Jean Donaldson y otros, cada vez más adiestradores han descubierto el placer y el poder del adiestramiento en positivo. En lugar de forzar el aprendizaje, se encamina a los perros hacia la realización del ejercicio deseado haciendo el aprendizaje más fácil y agradable. Es como enseñar a los niños: paso a paso, de forma sistemática, con mucha paciencia y delicadeza. Cuando el perro realiza un ejercicio correctamente, lo premiamos.

El adiestramiento con premios no sólo es eficaz, sino que además permite disfrutar tanto a los perros como a sus amos.

Es posible que te estés preguntando cómo me involucré en esta carrera de adiestradora canina, después de haberlo dejado hace tantos años. La respuesta es «de forma indirecta».

Estaba colaborando como voluntaria con una organización del sur de California que rescata lobos y perros asilvestrados (cruce de perro y lobo). Aparte de trabajar en el cuidado y la socialización de los residentes de aquel santuario, con frecuencia tenía que visitar las casas de los propietarios de perros-lobo que necesitaban asistencia. Muchos se encontraban en una situación límite, a punto de tener que desprenderse de sus queridos animales de compañía. Ayudé a algunos propietarios a construir cierres adecuados y también en los temas de adiestramiento y comportamiento. Nunca se me pasó por la cabeza cobrar por mis servicios, y aprendí muchísimo a través de la experiencia.

A lo largo de los diez años siguientes, compaginándolo con diversos trabajos de oficina, me ofrecí voluntaria para colaborar con un albergue de mi ciudad en el pude trabajar con perros de una gran variedad de razas y temperamentos. Un tiempo después, fui codirectora del albergue, y, finalmente, empecé a adiestrar los perros de los asistentes, esta vez, cobrando.

Descubrí que, mientras que adiestrar lobos y perros-lobo podía ser difícil, adiestrar perros (de compañía) es mucho más fácil, si bien enseñar a sus amos puede ser todo un reto en muchas ocasiones. Después hice un giro en mi vida y me dediqué al adiestramiento a tiempo completo.

Ahora trabajo a diario con variedad de perros maravillosos, me encuentro con gente muy interesante, marco mi propio horario y disfruto de unos buenos ingresos. Pasar el tiempo con perros, enseñar nuevas destrezas, tanto a los perros como a las personas, y ayudar a modificar el comportamiento de perros que de otro modo podrían perder sus casas es increíblemente gratificante. ¡Y pensar que además, me pagan por ello!

Bien, es posible que pienses que todo esto suena maravilloso, pero que tienes algunas cosillas que has de resolver antes de hacer del adiestramiento de perros tu carrera profesional. Tal vez te falte experiencia en el manejo de los perros, tal vez consideres que eres demasiado viejo para empezar una carrera nueva, o tal vez no te encuentres a gusto en el trato con la gente. Sean cuales sean tus temores, déjalos a un lado. Asimilando la información de este libro y dedicando el tiempo y el esfuerzo necesarios, puedes llegar a ser adiestrador de perros. ¡Vamos allá!

1. ¿Por qué quieres adiestrar perros?

Me encantan los perros. Quizá a ti también y es por eso por lo que quieres ser adiestrador. De hecho es la razón por la que mucha gente empieza en este negocio. Otros se meten no sólo porque les gustan los perros, sino porque disfrutan trabajando con la gente. En esta profesión hay mucho de «adiestramiento de personas», ya sea para transmitir información, para acompañar, o para dar ánimo y apoyo. Algunos de los mejores adiestradores sobresalen en su trabajo tanto con los perros como con las personas y disfrutan con ello. Un tercer incentivo para hacerse adiestrador de perros es el deseo de ganar dinero. Examinemos cada una de estas motivaciones.

1.1 «¡Me encantan los perros!»

Si te gustan los perros, adiestrarlos puede realizarte en el ámbito emocional. Es maravilloso ver a un perro al que se mantenía fuera de casa, viviendo ahora dentro y siendo parte de la familia por la mejora de sus actitudes gracias a tus esfuerzos. No puedo ni siquiera describir el placer que da cuando un cliente te dice: «Estábamos a punto de dar a nuestro perro. Gracias por ayudarnos a quedarnos con él. Realmente lo queremos». ¿No es eso satisfacción en el trabajo? También es emocionante encontrar el origen del problema de comportamiento de un perro, diseñar un programa para solucionarlo y ver cómo va progresando. Resulta conmovedor observar a un perro otrora asustadizo de la gente aceptando tratar y jugar con extraños. Es increíble ver cómo un perro que era reacio al contacto con otros perros retoza y juguetea con ellos. Y presenciar la armonía que existe entre un perro y su familia, sabiendo que uno ha ayudado a crearla, no tiene precio.

A pesar de que el amor y la compasión por los cánidos ayuda a ser un gran adiestrador, puede también hacer el trabajo más difícil a veces. Es inevitable que visites casas donde al perro se le mantiene en condiciones mucho peores que las ideales o incluso se le maltrata. Si tratas con perros agresivos, habrá casos en los que el dueño, quizá por consejo tuyo, tome la decisión de aplicarle la eutanasia. ¿Te afectarían estos casos hasta el punto de perder el sueño, deprimerte o enfadarte?

Esas reacciones son desde luego comprensibles. Pero considéralo detenidamente y sé honesto contigo mismo. Ese mismo amor por los perros que te hace querer ser adiestrador, ¿causará demasiada tensión o sufrimiento a tu bienestar emocional?

La responsabilidad de prestar ayuda para tomar una decisión a vida o muerte es muy grande y seguro que habrá casos en los que, a pesar de tus esfuerzos, la situación no se pueda salvar. ¿Te culparás por ello si pasa, o sabrás que has hecho lo mejor que podías

hacer bajo esas circunstancias?

Afortunadamente, la mayor parte del adiestramiento no implica decisiones tan drásticas como esta y puedes evitarlas si decides no tratar casos avanzados de problemas de comportamiento. Sin embargo, tu amor por los perros debe de permitirte evaluar objetivamente las situaciones y dar consejos constructivos en vez de soltar comentarios como «¡Claro que rompe cosas, está abandonado todo el día en el jardín y se aburre como una ostra!» (esa escena, por desgracia, no es para nada inusual).

Créeme, muchas veces uno querría decir esto último. Sin embargo, el consejo constructivo es esencial, aunque requiere mucho más autocontrol.

Merece la pena pensar de forma realista sobre si eres realmente capaz de controlar los aspectos emocionales de esta profesión, aunque en la mayor parte de los casos hay muchos más resultados positivos que negativos y la mayoría de ellos compensa emocionalmente.

1.2 «Soy una persona sociable»

Algunas personas empiezan en el adiestramiento de perros porque les gusta ayudar y trabajar con gente. ¿Eres una persona sociable? Considera esto detenidamente, puesto que al menos la mitad del adiestramiento de perros trata de educar a los dueños. Este es un trabajo de servicios al cliente, y te toparás con todo tipo de personas. Algunas serán absolutamente maravillosas, algunas ignorantes y unas pocas realmente desagradables. Sin duda vas a necesitar tanto habilidades sociales como capacidad para adiestrar perros para llegar a ser un adiestrador bueno y efectivo. El tener una base de psicología o trabajo social puede ayudar, pero no es imprescindible; lo que sí es esencial es tener empatía con las personas y tratarlas con amabilidad y paciencia. Los dueños de los perros no quieren oír que lo están haciendo lodo mal, independientemente de lo malos que sean haciéndolo. Debes desarrollar su talento para encontrar lo bueno y elogiarlo, igual que harías con los perros.

Cuando un cliente simplemente no capte lo que le intentas explicar y se equivoque una y otra vez con un ejercicio, ¿qué harás? ¿Lo tratarás como si fuese un problema de adiestramiento, dividiendo pacientemente la tarea en pasos más pequeños y manejables para ayudar a tu cliente a conseguirlo? ¿O te frustrarás y perderás la paciencia?

Te encontrarás en casas con niños gritando y fuera de control (mi reto personal más duro) y clientes que reciben llamadas de teléfono y permiten otras interrupciones durante sus clases. Algunas personas discutirán todo lo que les digas, mientras que otras discutirán con sus parejas o hijos delante de ti. Me he encontrado en situaciones donde habría jurado haber estado viendo ese viejo programa de televisión «Pelear de familia». Casi no podía aguantar las ganas de gritar «¡Buena respuesta, muy buena!». Respira hondo y pregúntate si esas situaciones son algo que realmente puedes o quieres manejar.

Ten en cuenta que te estoy planteando las situaciones menos atractivas, para que puedas tomar todo en consideración. La verdad es que la mayoría de las personas con las que trabajarás serán amables y desearán sinceramente lo mejor para sus perros. Después de todo, por eso llamaron a un adiestrador. La mayoría estará deseando escucharte y valorarán tu ayuda. La mayoría te dirá lo mucho que les has ayudado con tus consejos de adiestramiento.

Tampoco le dolerá a tu ego cuando, tras conseguir que un perro se comporte bien, un cliente asombrado te pida que te vayas a vivir con ellos (¡no viene mal un poco de refuerzo positivo para el adiestrador!). He tenido muchos clientes maravillosos a lo largo de los años a los que no habría podido conocer de otra forma. Con algunos hemos llegado a ser amigos y he mantenido contacto con otros, simplemente porque ellos y sus perros eran encantadores. Si disfrutas tratando a la gente y eres capaz de ser un profesor paciente, esta puede ser tu profesión.

1.3 ¡Pasen por caja!

Ahora llegamos a la parte de la que quizá no estés seguro, la económica. ¿Realmente se puede vivir de ser adiestrador de perros? La respuesta es que sí. ¿Amasarás una fortuna? Probablemente no, especialmente al principio. Como otros negocios, puede ser duro cuando uno está empezando. A la mayoría de los negocios les lleva una media de un año para que se extienda el boca a boca. El adiestramiento de perros no es una excepción. También es normal que un pequeño negocio tarde aproximadamente tres años en dar ganancias. Adiestrando perros, salvo que incurras en gastos para construir instalaciones, puedes empezar a tener ganancias casi inmediatamente, pero aún así te llevará tiempo levantar tu negocio. Tendrás gastos iniciales como seguros de responsabilidad, equipo de adiestramiento y publicidad; pero si te promocionas bien, haces un buen trabajo y a la gente le gusta, vas por buen camino.

Una forma segura de pasarse al adiestramiento es trabajar a tiempo completo o parcial en otra actividad mientras se adiestra. A medida que tu negocio crezca, puedes ir cambiando gradualmente hasta adiestrar a tiempo completo. Algunas personas se deciden por adiestrar a tiempo parcial de forma permanente. Esa es una de las ventajas de esta profesión: cada uno hace su propia programación.

El tipo de adiestramiento que elijas determinará enormemente tus ingresos. A las clases en grupo se les ha llamado «el pan y la mantequilla» del negocio. Es cierto que las clases en grupo proporcionan unos ingresos más estables que el «visto y no visto» de las sesiones privadas individuales. Habitualmente los clientes se inscriben por adelantado para una media de ocho clases de grupo, lo que garantiza unos ingresos semanales durante ese periodo. Algunos adiestradores sólo hacen clases de grupo, les encanta lo que hacen y ganan lo suficiente para vivir bien. En el próximo capítulo discutiremos los diferentes tipos de clases en grupo que se pueden ofrecer.

Algunos adiestradores ganan cantidades considerables adiestrando a domicilio de forma privada. Los adiestradores privados enseñan habilidades de obediencia y también tratan los problemas habituales de comportamiento como el abalanzarse sobre las visitas, destrozos en el hogar o morder indebidamente. Una vez que te conozcan por el boca a boca y tu negocio se estabilice, podrás acabar teniendo desde cinco hasta veinte visitas a domicilio semanales. Lo malo de las visitas a domicilio son las cancelaciones y la potencial falta de citas durante la temporada baja como las vacaciones.

Una opción que puede que no hayas considerado es la «residencia y adiestramiento». Significa que adiestras al perro de tu cliente en tu propia casa o recinto canino (o un hotel canino con quien tengas un acuerdo) durante un periodo de tiempo acordado. La residencia y adiestramiento puede ser bastante lucrativo y lo proporciona un tiempo muy valioso a solas con el perro.

Algunos adiestradores ofrecen residencia y adiestramiento y también sólo residencia. Si dispones de las instalaciones y las licencias apropiadas, cualquiera de las dos es una forma excelente de mejorar tus ingresos por adiestramiento.

Independientemente del tipo o tipos de adiestramiento que hagas, habrá siempre altos y bajos a lo largo del año. Mucha gente se va de vacaciones en verano, cuando los niños no tienen clases; puede que el negocio decaiga durante esa época. El negocio puede ser esporádico durante las vacaciones y justo después, pero puede haber un pico de actividad a los dos meses, cuando todos esos simpáticos cachorritos, regalo de vacaciones, empiecen a mostrar los típicos problemas de comportamiento.

El clima puede parecer una cosa extraña a tener en cuenta, pero dependiendo de donde vivas y qué tipo de adiestramiento hagas, el tiempo puede afectar a tu negocio. Yo vivo en el sur de California. Gracias a su clima suave, las clases se pueden hacer fuera casi todo el año. En Nueva York, donde nací, no hay mucha gente que quiera adiestrar bajo la lluvia o la nieve, así que mediados del invierno es temporada baja para las clases en grupo, salvo que se den en el interior.

Considera el clima del lugar donde vives. ¿Pondrá un freno a tus ingresos? Si el disponer de ingresos estables a lo largo del año es crucial, considera mantener un trabajo a tiempo parcial incluso después de haberse establecido el negocio, o acepta otros trabajos temporales durante los periodos de poco trabajo. De esa forma, cuando baje la demanda tendrás con qué pagar las facturas.

A continuación presentamos los diversos tipos de adiestramiento que podrías escoger.

2. ¿Qué tipo de adiestramiento harás?

Este libro se centra en el adiestramiento de perros, que es solamente una parte del adiestramiento de perros. Pero incluso este servicio puede ofrecerse de diferentes formas.

A continuación se exponen las más comunes.

2.1 Adiestramiento de obediencia

Algunos adiestradores escogen ofertar sólo adiestramiento de obediencia, en vez de tratar también los problemas de comportamiento. Esta sería una buena elección para un adiestrador principiante. Las habilidades de obediencia se pueden enseñar en una configuración de clase en grupo o bien de clases privadas en casa del cliente.

Las clases privadas se suelen dar con el dueño del animal presente; al fin y al cabo, lo que realmente se trata de hacer es *adiestrar* al dueño para que adiestre al perro. Sin embargo, algunos adiestradores establecen un programa en el que trabajan a solas con el perro, en general varias veces a la semana. Estas visitas se complementan con sesiones periódicas junto con el cliente, para enseñarle lo que ha aprendido el perro y para ayudarlo a conseguir que el perro haga los ejercicios de obediencia aprendidos. Este tipo de régimen es apropiado para dueños que están demasiado ocupados como para realizar el adiestramiento de forma regular o para asistir ellos mismos a las sesiones prácticas.

Por otra parte, las clases en las que el dueño está siempre presente tienen la ventaja de ofrecer una instrucción más personalizada y con un mayor refuerzo.

2.2 Clases en grupo

Si decides enseñar obediencia en clases en grupo, deberás tomar algunas decisiones. Primero, ¿dónde se desarrollarán las clases? Si eres empleado de una cadena de productos para mascotas u otro negocio que oferte adiestramiento, ellos te proporcionarán el lugar. Si no es así, podrías ofrecer clases a través de alguna tienda del ramo en el barrio o de una clínica veterinaria. En estos casos las clases se dan en un aparcamiento o, si el espacio lo permite, en el interior. Es común dejar hojas de inscripción en la tienda para captar a potenciales clientes.

Algunos adiestradores alquilan espacio a los departamentos municipales de Parques y Jardines o de Deportes. Las «clases en el parque» tienen la ventaja de que ofrecen un bonito emplazamiento en un parque y dan la oportunidad de ser vistas por los viandantes, que pueden estar interesados en apuntarse. Muchos departamentos de Parques y Jardines incluso promueven las clases. Sin embargo, casi todos se quedan con un porcentaje de tus ganancias, lo que afecta al número de perros que se necesitan en una clase para que sea rentable.

Otros sitios posibles para dar las clases incluyen los aparcamientos de iglesias o tiendas, gimnasios o auditorios de colegios y centros de mayores. Ten en cuenta el clima de donde vives y si este te permite adiestrar en el exterior todo el año. Si no es así, una instalación interior será más apropiada. Podrías incluso optar por alquilar un lugar para convertirlo en tus propias instalaciones.

Otra consideración es el tamaño del grupo. Algunas cadenas de productos para mascotas ofrecen clases de hasta veinte perros con sólo un instructor. Pero, salvo que cuentas con asistentes, será mejor que mantengas el tamaño de la clase reducido. Una regla práctica es tener un máximo de seis perros por instructor. De esta manera se puede controlar la conducta de los perros y darle a todos la atención práctica y de calidad que merecen. ¡Y la gente realmente lo agradecerá!

También podrías ofrecer clases «semi privadas» en grupo, limitadas a, digamos, cuatro perros. No he visto muchos anuncios de este tipo de clases, pero cuando las he ofertado la respuesta ha sido positiva. Los grupos semi privados son una alternativa para los que no quieren o no pueden pagar una clase privada a domicilio, pero que tampoco quieren un grupo grande e impersonal. Además, la etiqueta de semi privada atrae de verdad a cierto tipo de personas.

También deberás decidir qué niveles de obediencia ofrecerás. Algunos adiestradores, sobre todo cuando están empezando, únicamente ofertan obediencia básica y nada más. ¡Fantástico! La mayoría de los dueños de perros ganarán mucho con el adiestramiento básico, incluso si nunca van más allá. Por supuesto que también puedes ofrecer clases intermedias y avanzadas. Para consideraciones más detalladas sobre las clases en grupo, consulta el capítulo correspondiente.

2.3 Clases para cachorros

Las clases para cachorros son un tipo de clase importante y divertida que puedes ofrecer. El énfasis en estas clases es la socialización, junto con algunos problemas comunes de los cachorros como el mordisqueo, el comer cosas, el abalanzarse y los destrozos en el hogar. ¡A los dueños les alivia saber que su cachorro no es el único que tiene esos problemas!

Las clases de cachorros deben incluir ejercicios de manipulación y restricción, que

hacen más fáciles las visitas al peluquero y al veterinario, a la vez que cimientan el lazo entre cachorro y dueño. Además, deben de enseñarse y explicarse los juguetes dispensadores de recompensas y la comida interactiva (juguetes a los que llamo «pacificadores de cachorros»), como el Kong y el Buster Cube (mira el capítulo titulado La caja de herramientas). Sobre todo se les debe enseñar a los alumnos a controlar el ambiente doméstico y a supervisar que sus cachorros no se meten en problemas. La socialización en la clase debe incluir la exposición de los cachorros a todo tipo de objetos inusuales, incluyendo sonidos extraños, diferentes tipos de superficies sobre las que caminar y la exposición a situaciones que a veces pueden asustar a los perros, tales como personas que llevan sombreros o gafas de sol. La mayoría de las clases para cachorros incluyen también una introducción a la obediencia básica. ¡Los cachorros no son demasiado pequeños para aprender!

Tradicionalmente, las clases de cachorros empiezan cuando tienen cuatro meses. Esto se debe a que a las dieciséis semanas se les vacuna contra la rabia, junto con la última serie de vacunas para cachorros. Muchos veterinarios opinan que no es seguro exponer a los cachorros a otros perros antes de que la serie de vacunas esté completa. Sin embargo, la ventana temporal óptima para la socialización en los perros es entre las cuatro y las seis semanas de edad. No es que no se pueda socializar a un cachorro más tarde, pero si se le expone a nuevas situaciones (incluyendo otros perros y personas) entre ese periodo de las cuatro a las doce semanas, es mucho más probable que las acepte y que tenga menos reacciones de miedo en el futuro.

Muchos adiestradores creen que los cachorros pueden asistir a clase mientras estén sanos y tengan al menos dos o tres rondas de vacunas. Por supuesto, querrás asegurarte de que el lugar en el que enseñas está libre de gérmenes potencialmente nocivos. Si tu clase se imparte en una clínica veterinaria, asegúrate de que los suelos sean desinfectados concienzudamente antes de la clase. No hagas clases de cachorros en parques públicos, ya que existe el riesgo de que los cachorros contraigan enfermedades como el parvovirus o el moquillo, traídas por perros que han estado ahí antes.

Si decides aceptar cachorritos muy pequeños en la clase, te conviene reducir un poco la edad máxima para que los cachorros de seis meses no acaben agobiando a los de tres meses. Para más detalles, mira el capítulo Clases de cachorros.

Otros tipos de clases en grupo que puedes ofrecer incluyen el adiestramiento de trucos (ve al capítulo de Recursos, al final de este libro), adiestramiento con clicker (volveremos sobre esto más adelante), clases específicas (por ejemplo, sesiones de cuatro semanas únicamente sobre trabajo con correa) y clases de «gruñidos» para perros agresivos con otros perros. Las clases de gruñidos no deben ser impartidas por adiestradores novatos, pero son algo que puedes considerar más adelante, a medida que vayas ganando confianza y experiencia en el trato con comportamientos agresivos.

2.4 Adiestramiento a domicilio

Algunos adiestradores prefieren hacer solamente enseñanza privada a domicilio. Seleccionan sus clientes cuidadosamente por teléfono y luego van a sus casas a adiestrar. Si tienes la suerte de tener una oficina o instalación propia, los clientes pueden ir allí. Un adiestrador privado puede también acompañar a los clientes para realizar la valoración del temperamento antes de aceptar al perro, para asegurar una buena sintonía.

La mayor parte de mi práctica consiste en adiestrar a domicilio y lo disfruto enormemente. Se puede progresar muchísimo cuando se dedica toda la atención a un solo equipo de perro y dueño. Lamentablemente, esa implicación personal puede ser una espada de doble filo. Por una parte, resulta fascinante y gratificante descubrir qué es lo que origina un problema de comportamiento, observar la interacción entre perro y dueño, diseñar un programa de modificación de la conducta y ver cómo progresa.

Por otro lado, cuando aparecen dificultades con un cliente (generalmente es con la persona y no con el perro), ahí está uno: frente a frente. Si tener habilidades sociales es importante en el trabajo en grupo, resulta crucial en el adiestramiento individual. Afortunadamente resulta un placer trabajar con la mayoría de los dueños de perros. (Para encontrar ayuda sobre los casos en los que no es así, ve al capítulo final Recursos, como por ejemplo libros, incluido el mío, *No son los perros, ¡son las personas!*).

Si bien los clientes te pedirán que vayas a sus casas sólo para adiestramiento de obediencia, el problema a veces será de comportamiento. Un «problema de comportamiento» puede ser cualquier cosa, desde abalanzarse sobre los niños, a salir disparado por la puerta de casa, a la ansiedad por separación (el perro se estresa cuando se queda solo), o incluso morder a las personas. Hay más problemas de comportamiento que los que podría enumerar, y variaciones de cada uno de ellos. Aprenderás con cuáles te sientes cómodo trabajando a medida que lo haces. Simplemente no aceptes un problema de comportamiento hasta que te sientas suficientemente seguro y bien informado como para hacer un buen trabajo para tu cliente.

Durante los primeros años de mi experiencia como adiestradora no hice ningún trabajo con perros agresivos. Cuando recibía llamadas por cuestiones de agresión, las dirigía a otro adiestrador. Te sugiero que hagas lo mismo. No hay nada malo en redirigir a los clientes con un problema particular a otro adiestrador con mayor habilidad y experiencia (de hecho es lo correcto, por el bien de todos). Sé trabajar con perros agresivos hacia otros perros o hacia personas, pero si me llega un caso extremo, consultaría a un veterinario conductista que esté especializado en agresividad o le remitiría el caso.

Si vas a trabajar con problemas de agresividad entre perros, considera la posibilidad de tener un perro propio que sea poco reactivo. Es mucho más fácil desensibilizar a un perro agresivo con otros perros cuando hay otros perros alrededor si puedes poner el ejemplo de un perro que no reacciona. ¿Posees o tienes acceso a algún perro con ese tipo de

carácter? Si no, puedes trabajar igualmente con perros agresivos, pero será un reto mayor, ya que dependerás de otros perros que encontrarás aleatoriamente en público, en vez de trabajar con el perro del cliente desde el principio en ese nivel.

¿Cuántas sesiones lleva el adiestramiento a domicilio?

Depende. Un problema simple de comportamiento como los destrozos en el hogar quizá sólo necesite una visita. Con esto no quiero decir que llegas, mueves tu varita mágica y ¡chas!, el perro de tu cliente ya nunca romperá un plato. Pero con una sesión deberías ser capaz de poner en marcha un programa de control sobre los destrozos que el cliente pueda entender y sea capaz de llevar adelante sin más visitas.

Otros problemas simples de comportamiento, tales como robar cosas de la encimera, salir disparado por la puerta o abalanzarse sobre las visitas, pueden necesitar varias sesiones. Los problemas de comportamiento más serios, como los relativos al miedo o la agresividad, llevarán más tiempo. El número de sesiones necesario depende de cada perro, el tiempo que lleva produciéndose la mala conducta, su severidad y el nivel de compromiso del dueño.

Podrías, como hacen muchos adiestradores, decidir vender «paquetes» de sesiones. Por ejemplo, si observas que un problema de comportamiento necesitará más que unas pocas visitas, puedes requerir a tu cliente que pague por adelantado cuatro, seis o más sesiones. Este acuerdo por paquetes no sólo es ventajoso económicamente para ti como adiestrador, sino que también motiva al cliente para mantenerse en el programa.

Si te decides a ofrecer estos paquetes, ten preparado un contrato que defina los términos del acuerdo (Véase la sección Uno a uno: guía de las clases privadas para el adiestrador de perros, que incluye un contrato sencillo, en la sección Recursos).

También es una buena idea incluir una cláusula que estipule la fecha en la que se deben de completar las sesiones. Si no es así, podrías encontrarte con un cliente que posponga constantemente las citas, lo que afectaría a la continuidad del programa.

2.5 Residencia y adiestramiento

Podrías decidir que prefieres alojar y adiestrar perros en casa mejor que dar clases en grupo o ir a adiestrar a domicilio. Si escoges esta opción, lo primero que debes investigar es la legislación oficial y administrativa de tu zona. Este tipo de instalación puede necesitar licencias de actividad y quizá también permisos de la perrera municipal. Comprueba en tu ayuntamiento los requisitos y disposiciones.

Otra consideración importante sobre el alojamiento y adiestramiento es cuántos perros puedes manejar y qué nivel de destreza tienes para controlarlos. Por ejemplo, algunos perros no se llevarán bien con otros. Si planeas alojar más de un «alumno» a la vez,

¿puedes tenerlos separados? La responsabilidad va de la mano con el alojamiento: eres completamente responsable del bienestar de los perros a tu cargo. Por el lado positivo, el alojamiento y adiestramiento es una forma fantástica para proporcionar un adiestramiento de calidad. Algunas veces el sacar a un perro de su ambiente doméstico os da a ambos una oportunidad para trabar ciertos problemas, especialmente aquellos a los que el dueño contribuye. Es muy gratificante ver la cara de alegría de un dueño cuando se le enseña cuánto ha progresado su querido cuadrúpedo. El alojamiento y adiestramiento pueden ser también muy satisfactorios económicamente.

2.6 Otras opciones

Otras opciones de adiestramiento incluyen la instrucción en una instalación de alojamiento ya existente, o en un centro de acogida en donde el adiestramiento que brindes ayude a que los perros sean adoptados. En todas las opciones mencionadas hasta ahora se asume que trabajas en solitario. Si no quieres involucrarte del todo al principio, hay alternativas, como trabajar para una empresa que se encargue de tu formación para dar clases en grupo y quizá también para el adiestramiento a domicilio. Además de las organizaciones locales, en Estados Unidos hay dos cadenas nacionales, la PetSmart y la PETCO, que tienen sus propios programas de formación y contratación de nuevos adiestradores.

No te dejes abrumar por todas estas consideraciones. No es necesario que tomes las decisiones ya mismo. Además, puedes comenzar haciendo una cosa que te lleve naturalmente a otra.

A continuación trataremos diversas maneras de comenzar tu formación.

3. Formación

3.1 El adiestramiento ha cambiado

El adiestramiento de perros ha cambiado mucho a lo largo de los últimos treinta años. La forma tradicional de adiestramiento de obediencia implicaba la fuerza física y la coerción y no siempre era agradable ni para los perros ni para las personas.

Ahora cada vez más adiestradores utilizan métodos humanos y divertidos tales como señuelo con recompensas o adiestramiento con el clicker. El adiestramiento con recompensas utiliza señuelos de comida para hacer que el perro alcance un objetivo de adiestramiento y recompensarlo por ello.

Por ejemplo, para hacer que un perro pase de la posición de sentado a la de echado, se le acerca una golosina al hocico, como señuelo, y se desplaza la golosina hacia el suelo. El perro sigue la golosina hasta echarse: no hay coerción física. Finalmente, se le da la golosina como recompensa.

El adiestramiento con clicker, que se ha usado largo tiempo con mamíferos marinos y animales exóticos, es una forma divertida y eficiente para adiestrar perros. Se usa un pequeño aparato llamado clicker para marcar con un clic sonoro el instante en el que el perro realiza la acción deseada. Al clic le sigue una golosina. El perro aprende rápidamente que un clic equivale a una golosina, así que empieza a intentar averiguar qué puede hacer para ganarse un clic. Este método enseña a los perros a pensar por sí mismos. Es muy efectivo para enseñar habilidades de obediencia y modificar problemas de comportamiento, así como un método excelente para enseñar trucos.

La sección Recursos incluye libros que explican con detenimiento el adiestramiento con clicker.

Elección de las técnicas de adiestramiento: Cuando se busca formación y experiencia, se debe ser consciente de que existe una amplia variedad de técnicas y estilos de adiestramiento.

Algunos adiestradores se consideran a sí mismos «adiestradores totalmente positivos», porque no utilizan correcciones para nada. Otros utilizan correcciones verbales y castigos suaves como chorros de agua, pero evitan herramientas como los collares de castigo o los collares eléctricos.

Algunos adiestradores enseñan utilizando golosinas como recompensa y otros métodos positivos, y luego utilizan correcciones en caso de desobediencia. Otros evitan todo tipo de recompensas con comida y prefieren usar sólo elogios y castigos.

Algunos adiestradores utilizan tanto refuerzo positivo como castigos y se autodenominan «adiestradores equilibrados». Incluso dentro de estas categorías hay variaciones, por ejemplo, lo que es «un castigo» puede variar de un adiestrador a otro, y también depende de la situación particular.

Finalmente, hay adiestradores que utilizan una fuerza física excesiva; algunos para corregir a un perro que no obedece a una orden, otros para enseñar nuevas habilidades, y algunos para ambas cosas.

El uso de fuerza excesiva no debe considerarse adiestramiento, sino abuso.

Cuando indagues sobre cualquier escuela u oferta individual de adiestramiento, asegúrate de preguntar sobre las técnicas y de observar cómo se adiestra a los perros. Escoge un profesor con cuyos métodos te sientas a gusto. En el camino de convertirte en un adiestrador profesional, te cruzarás con adiestradores de todas las filosofías. Ten presente que puedes aprender algo de casi todos, aunque sólo sea decidir lo que no quieres incorporar a tu propio adiestramiento.

3.2 APDT: Asoc. de Adiestradores de Perros

Una de las mejores cosas que puedes hacer en tu búsqueda de conocimiento es inscribirte en la Asociación de Adiestradores de Perros (APDT, Association of Pet Dog Trainers) fundada por el Dr. Ian Dunbar, pionero de los métodos de adiestramiento en positivo.

Esta organización se centra en la promoción de técnicas de adiestramiento respetuosas con los perros y la formación continua de sus miembros. No se necesita ser profesional para inscribirse. La cuota anual da derecho a recibir el boletín de la asociación, descuentos en las conferencias y a participar en una lista electrónica de discusión. ¡El boletín sólo ya vale la pena! Está repleto de noticias sobre la organización y sus miembros, artículos fascinantes sobre adiestramiento, «tormenta de ideas» sobre cómo resolver problemas de comportamiento, información sobre nuevos productos y futuros seminarios y mucho más.

La lista de discusión de la APDT en Internet es también un recurso impresionante. Los adiestradores noveles pueden hacer preguntas sobre cualquier cosa, desde técnicas de adiestramiento hasta dilemas éticos con clientes, pasando por todo el espectro intermedio. Muchos adiestradores con gran experiencia están suscritos y son generosos con sus consejos. Los adiestradores de todos los niveles comparten su experiencia y sus consejos sobre problemas típicos de comportamiento; los miembros publican historiales de casos y

reciben comentarios y sugerencias. Se ofrece apoyo y aliento a todo el que lo necesita y se comparte información sobre productos y seminarios próximos.

A propósito de seminarios, no debes perderte la Conferencia Anual Educativa de la APDT. Cada año se celebra en un lugar diferente de Estados Unidos y este excepcional evento de cinco días sumerge a los adiestradores en seminarios y talleres impartidos por alguno de los más importantes adiestradores. La conferencia da a los adiestradores la oportunidad de conocer y aprender de algunos de los autores cuyos libros han leído y contactar con otros adiestradores de todo el mundo.

También auspicia una gran muestra comercial donde se puede probar lo último en equipo de adiestramiento, conseguir ofertas de todo tipo de productos relacionados con perros y asistir a demostraciones en vivo durante todo el día.

Puedo asegurarte de primera mano que, independientemente de tu nivel de conocimientos, del principiante al experto, la APDT te será de gran ayuda. Doy fe de que sus seminarios, su lista de Internet, su boletín y contactos han contribuido enormemente a mi formación. Y, a pesar de que ahora también doy charlas en su conferencia, mi aprendizaje continúa a través de la organización. Por algo la APDT es la mayor organización para adiestradores de perros. (Ve a Recursos para contactar).

3.3 Escuelas, academias y cursos

Como ya se ha mencionado, no hace falta ningún título para ser adiestrador de perros. Pero puede que desees cursar estudios para aumentar tus conocimientos e incrementar tu credibilidad. Las titulaciones que te serían de utilidad para trabajar con perros incluyen las de psicología aplicada, etología y zoología y comportamiento animal aplicado. La mayoría requiere trabajos de licenciatura en materias como biología y otras ciencias. También puedes continuar con un máster o un doctorado, pero no pierdas de vista que se puede ser un fantástico adiestrador sin ningún título. La mayoría de escuelas tradicionales presuponen la asistencia presencial, realizar un trabajo de curso y desarrollar cierta experiencia práctica. Afortunadamente, hay ahora nuevas y emocionantes oportunidades tanto para educación presencial como a distancia.

A continuación se presentan algunas muy buenas opciones.

3.3.1 San Francisco SPCA

La organización San Francisco SPCA, situada en el norte de California, ofrece cursos presenciales sobre adiestramiento de perros y asesoramiento en comportamiento utilizando métodos basados en el refuerzo positivo.

Las instructoras principales de la academia son la conocida adiestradora y escritora Jean Donaldson, y Janis Bradley, una adiestradora con clicker y educadora con 20 años de experiencia en el diseño de programas y asesoría. Como conferenciantes invitados tienen a algunos de los nombres más importantes dentro del campo de adiestramiento de perros.

La página web de la organización lleva a cabo el programa de Certificado de Adiestramiento y Asesoría (CTC), «un curso de seis semanas a tiempo completo diseñado para dar una formación profunda y completa en adiestramiento de perros y asesoría en problemas de comportamiento.

El programa combina clases, vídeos, pruebas y mesas redondas con prácticas de adiestramiento, así como ensayos de habilidades de enseñanza y entrevistas». (Hay también un curso avanzado de seis días).

Los alumnos trabajan con perros abandonados, realizan tareas en casa y obtienen un montón de apoyo. Si puedes permitirte el gasto de seis semanas fuera de casa, y cumples con los requerimientos para inscribirse (véase forma de contacto en Recursos), quizá esta sea la escuela apropiada para ti.

3.3.2 Sociedad Humanitaria Marin

También situada en el norte de California, la Sociedad Humanitaria Marin ofrece cursos de 10 semanas para ser adiestrador profesional, así como para los que simplemente están interesados en aprender más sobre adiestramiento y comportamiento.

El programa incluye etología, características de las razas, teoría social y del aprendizaje, problemas y técnicas de modificación de la conducta, manejo, realización de consultas y mucho más.

El director de adiestramiento es Trish King, escritor, adiestrador y conocido conferenciante. (Ve a la sección Recursos para más información).

3.3.3 Instituto Moorpark

El Instituto Moorpark, situado al sur de California, ofrece a los alumnos una oportunidad única de trabajar con animales exóticos que van desde monos tití hasta elefantes, cocodrilos o grandes felinos. Esta es otra excelente vía para mejorar las destrezas en el adiestramiento, no con perros sino con animales exóticos. A él llegan alumnos de todo el mundo para trabajar con los 150 animales del programa EATM (Exotic Animal Training and Management: Manejo y adiestramiento de animales exóticos). El programa es muy intenso y los alumnos tienen que trabajar muchas noches y fines de semana. Aunque los

perros no forman parte del programa, el trabajo con animales exóticos da un entrenamiento incalculable sobre condicionamiento operante y te hará mucho mejor adiestrador. Incluso puedes obtener un título de Asociado en Ciencias (mira la información de contacto en Recursos).

La Peacable Paws Intern Academy, situada en Maryland, dirigida por la adiestradora y escritora Pat Miller, ofrece cursos de 45 horas en 6 días que incluyen prácticas en adiestramiento positivo y con clicker, además de clases y debates sobre los principios científicos del comportamiento y del aprendizaje (véase la sección Recursos).

Sue Stenberg es una autora y adiestradora especializada en trabajar con perros abandonados. En su instalación, Rondout Valley Kennels, en Accord, Nueva York, da cursos cortos para adiestradores que incluyen todos los aspectos de la conducta y adiestramiento caninos (véase Recursos).

Dogs of Course (Perros, por supuesto) ofrece diversos cursos de adiestramiento para instructores, así como talleres y seminarios a lo largo de todo el país (EE.UU., véase Recursos).

Legacy Canine Behavior and Training (Herencia del Comportamiento y Adiestramiento Caninos) encabezada por la autora, adiestradora y conocida conferenciante Terry Ryan, auspicia un curso de instructores anual, impartido por Terry y otros en sus instalaciones de Sequim, Washington. También se realizan otros seminarios en sus instalaciones (véase Recursos).

3.3.4 Otras academias de adiestramiento

Es probable que hayas visto anuncios en revistas nacionales, en la web o en otros sitios como escuelas y academias de adiestramiento.

Cuando busques posibles centros de formación, ten presente que un buen currículo debe incluir una visión general de adiestramiento, teoría, características de las razas, genética, desarrollo social, problemas de comportamiento y cuestiones empresariales. También debe darte suficiente experiencia práctica con una variedad de perros. Solicita contactar con alumnos que han pasado por la escuela y pídeles su opinión.

Pregunta si puedes observar una clase en donde los alumnos estén adiestrando perros. Hay una amplia variedad de técnicas que se usan en las escuelas de adiestramiento, desde aquellas realmente afables con el perro hasta las excesivamente severas.

Si hay algo que te incomode, no presupongas que los instructores tienen razón con su metodología sólo porque tienen más experiencia. Pueden estar usando métodos que simplemente no te interesan. Sigue buscando hasta encontrar lo que te va.

3.4 Enseñanza a distancia

3.4.1 Instituto de Cinología (Cynology College)

Para los que no puedan pasar tiempo lejos de casa, la educación *online* es la opción ideal. El Cynology College, una respetada escuela de enseñanza a distancia, ofrece cursos exhaustivos y exigentes y programas de diplomatura. A pesar de que la escuela está orientada hacia la enseñanza a distancia, en los cursos se utilizan ejercicios prácticos. Hay un programa de prácticas optativo y también programas supervisados. La inscripción da automáticamente al alumno el derecho de participar en el Aula Virtual, una lista de correo electrónico para discutir las tareas y problemas de comportamiento y obtener ayuda, apoyo y aliento con casos reales. Los alumnos pueden también asistir por videoconferencia a ponencias de renombrados adiestradores, terapeutas de comportamiento y científicos. Para más información, mira en Recursos.

3.4.2 Instituto Americano de Ciencia Aplicada (ACAS)

Establecido en Florida, el ACAS ofrece el primer título de diplomado en ciencia de animales de compañía en los Estados Unidos. El objetivo de este programa de diplomatura *online* es preparar a los alumnos para trabajar en el campo de la ciencia y cuidado animal, con especial énfasis en los animales domésticos de compañía. Las materias de estudio incluyen biología, psicología, anatomía y fisiología animal, aprendizaje y comportamiento, nutrición, etc. Se necesitan de dos a tres años para completar el programa. Para quienes quieran continuar con estudios avanzados, se ofrece un título de máster en asesoramiento en comportamiento de animales de compañía. El instituto también ofrece un diploma profesional de adiestramiento de perros e instrucción de habilidades (véase Recursos para requisitos y más información).

3.5 Cadenas de distribución de productos para mascotas

PetSmart y PETCO, las más grandes cadenas nacionales en EE. UU. de productos para mascotas, ofrecen cada una un programa de formación y contratación de adiestradores de perros. Muchos adiestradores han comenzado de forma barata y cómoda a través de estos programas. Las empresas te dan la formación y luego te colocan para dar clases en sus tiendas. Visita su tienda más cercana para averiguar sobre las clases y obtener más información sobre sus programas.

3.6 Aprendizaje

Una forma excelente de aumentar el conocimiento y la experiencia es convertirse en aprendiz de un adiestrador de prestigio. Con frecuencia los adiestradores que ofertan clases en grupo tienen colaboradores. Algunos de ellos tienen como requisito el que primero lleves tu perro a sus clases. Este acuerdo es ventajoso para ambos (tú ganas experiencia de primera mano con las técnicas del adiestrador y ambos podéis probar si las personalidades y estilos de adiestramiento se compaginan).

No te desanimes si encuentras que algunos adiestradores son poco amables. Lamentablemente hay algunos que tendrán seriamente en cuenta la posible competencia y asumirán actitudes poco útiles para otros adiestradores. Habitualmente quienes se comportan así se sienten inseguros de sí mismos. Sigue buscando. Los adiestradores expertos y seguros, que entienden que hay suficientes perros con problemas de comportamiento para todos y que el mundo necesita más adiestradores buenos, están ahí. Encontrarás alguno que esté dispuesto a ayudarte. Un buen punto de partida es la página web de la APDT. En «Trainer Search» (búsqueda de adiestradores) está la información de contacto de los adiestradores de tu zona.

Nota: Si planeas enseñar en clases en grupo, observa la mayor cantidad de adiestradores de grupos que puedas. Puede que no te guste todo lo que hacen, pero sacarás muchas ideas simplemente observándolos. Puede que aprendas nuevas técnicas o ganes perspectiva sobre formas de gestionar una clase o cómo llegar mejor a los alumnos.

Una vez que has establecido relación con un adiestrador experto, puede que te lleve a sus clases privadas. Dependiendo del adiestrador, podrías convertirte en un asistente pagado para las clases en grupo, dar tú mismo las clases o dar por ellos las sesiones a domicilio. El adiestrador también puede llevarte a encuentros de adiestradores. Conocidos como mesas redondas de adiestradores, estos encuentros sirven para que los adiestradores se conozcan e intercambien ideas e información. Tu mentor podría incluso informarte de eventos en tu zona que no estén muy publicitados.

3.7 Dame cobijo

Una forma excelente de ganar una inestimable experiencia práctica con perros es ser voluntario en un centro de protección municipal o en un albergue. Te recomiendo encarecidamente que lo hagas, independientemente de si encuentras un adiestrador o una empresa con quien trabajar. No hay formación como la que se obtiene en el manejo y adiestramiento de la amplia variedad de perros que llegan a estos centros. He pasado muchas horas a la semana durante varios años en el refugio de mi ciudad, primero como voluntaria y luego como coordinadora de voluntarios, formando a otros voluntarios.

Fue una experiencia increíble que mejoró mis habilidades a muchos niveles. El trabajo en un centro de protección de animales mejorará enormemente tu capacidad para manejar perros, entender su lenguaje corporal y tratar con el público. También puede que hagas contactos que te sirvan en tu futura carrera.

Puede ser que el centro de acogida donde quieras ser voluntario ya tenga un adiestrador. ¡Genial! Observa lo que hace. Puede que estés de acuerdo o no con los métodos, pero igualmente puedes aprender algo. Cuando te ofrezcas voluntario en un centro de acogida, más que ofrecerte como un potencial adiestrador, toma una actitud más discreta y colaboradora para ayudar en lo que puedas. Algunos centros tienen programas estructurados para formar nuevos voluntarios, mientras que otros no. De cualquier modo, aprende y respeta los procedimientos en el trato con animales y con el público.

Nota: El trabajo en centros de acogida puede ser emocionalmente complicado, especialmente si la instalación sacrifica a los animales que no son adoptados. Recuerda que la ayuda que estás dando a los perros y la experiencia que estás ganando son incalculables.

Hay recursos excelentes a disposición de los que están interesados específicamente en trabajar con perros en centros de acogida. La adiestradora Sue Sternberg ha escrito folletos dirigidos específicamente a pruebas de carácter y adiestramiento de perros en centros de acogida, cómo escoger a un perro en estos centros, etc. (Véase Recursos). También hay una lista de discusión en Internet dedicada a los que adiestran en centros de acogida. Es una gran fuente de información y apoyo y se incluye en la sección Recursos.

3.8 Al rescate

Muy relacionado con los centros de acogida está el trabajo con grupos de rescate de perros. Algunos grupos están especializados en ciertas razas, mientras que otros rescatan también mezclas. Investiga si hay grupos en tu zona. Muchos grupos celebran días de adopción en aparcamientos o tiendas de mascotas. Pásate por allí, observa, y si te interesa, preséntate. Explica que sólo quieres comenzar tu carrera de adiestrador y que te gustaría ayudar. La mayoría de los grupos se alegrarán de contar con tus servicios. El hecho de que seas un adiestrador novato no debe de ser un estorbo. Al fin y al cabo sus perros recibirán adiestramiento gratis, lo que facilitará su adopción.

3.9 Lecturas/Audiovisuales

Se puede aprender mucho sobre adiestramiento de perros sin siquiera salir de casa. Libros, revistas, videos, DVDs o grabaciones de audio o vídeo de seminarios son recursos de gran ayuda para emprender tu formación. Tawzer Dog Videos (véase Recursos), es un recurso estupendo para adiestradores de todos los niveles. Venden videos y DVDs de seminarios que se han dado sobre adiestramiento y comportamiento. Se ofrece una variedad

de temas, tales como cómo tratar con clientes difíciles, cómo reconocer señales de estrés en perros y cómo identificar las características de las razas. Todos estos temas son enormemente útiles para convertirse en un adiestrador completo y efectivo.

La sección Recursos recoge libros que van desde guías de instrucción de obediencia dirigidas al público en general hasta libros de texto más apropiados para los estudiosos serios del comportamiento canino, junto con muchos intermedios. También recoge la lectura de libros no relacionados con perros sobre temas como adiestramiento de otros animales, trabajo con personas, dinámica familiar y gestión de pequeñas empresas. Todo ello te ayudará en tu profesión.

Hay una publicación que merece mencionarse: la revista *The Whole Dog Journal*. Esta excelente publicación mensual ofrece siempre artículos de primera clase sobre técnicas de adiestramiento, salud y nutrición caninas y evalúa libros de adiestramiento, equipo, juguetes, comida, etc.

Si encuentras lagunas en temas concretos de tus conocimientos y no puedes encontrar información actualizada, por ejemplo el tratamiento de fobias caninas, puede que haya algún número atrasado que trate justo ese tema. Incluso pueden descargarse los artículos en Internet (mira en Recursos). Personalmente, acabo de renovar mi suscripción por dos años más.

3.10 Recursos en Internet

Hay un montón de información en Internet sobre adiestramiento, alguna de la cual es sumamente útil y alguna... bueno, digamos que no tan útil. Usa tu criterio y recuerda que cualquiera puede publicar un sitio web, y que sólo porque algo esté impreso no quiere decir que sea cierto. Sin embargo, hay algunas páginas web excelentes que están repletas de información útil. Algunas conservan las mejores aportaciones de listas de correos para que cualquiera pueda acceder a ellas. Otras enumeran los problemas de comportamiento canino individualmente, con ideas sobre cómo resolver cada uno de ellos. Se mencionan algunas en Recursos. Encontrarás muchas más por tu cuenta.

También hay páginas web que te avisarán de próximos seminarios y talleres. Aparte de la de la APDT, Puppyworks publica los próximos seminarios y lo mismo hace Dog Seminars Directory (ver Recursos). Estos sitios anuncian seminarios impartidos por reconocidos adiestradores profesionales, la mayoría de los cuales utilizan métodos positivos, al igual que otros recién llegados menos conocidos pero igual de talentosos. Si no hay seminarios en tu zona, piensa en organizar uno tú mismo. Si hay un grupo o adiestrador de quien te gustaría aprender, contacta con ellos y pregunta cuánto costaría organizar un seminario. Muchos adiestradores viajan por todo el país y están dispuestos a dar conferencias y talleres.

Hay muchas listas de discusión en Internet dedicadas específicamente a temas de

adiestramiento. Si utilizas clicker, visita Clicker Solutions, que se centra exclusivamente en adiestramiento con clicker. Allí encontrarás adiestradores muy buenos y montones de información. Una vez que has encontrado una buena lista de correo electrónico es posible que acabes guardando los mensajes sobre diferentes temas en archivos. Por supuesto también está la lista de la APDT, accesible sólo para sus miembros, que es otra fuente de información útil.

Otras listas cubren temas específicos como la agresión o el trabajo con perros en centros de acogida. En la sección Recursos están reflejadas unas cuantas.

Una buena manera de encontrar otras listas es dirigirse a los grupos de Yahoo (<http://groups.yahoo.com>). Haz allí una búsqueda con «perro» o «canino» (sin las comillas) y cualquiera que sea el tema de tu interés, por ejemplo «centro de acogida». Obtendrás una selección de listas, junto con una descripción de cada una. Pruébalas. Puedes cancelar tu suscripción fácilmente si no encajas en la lista y es posible que obtengas un montón de información útil, totalmente gratis.

3.11 Certificación

Quizás te sorprenda saber que, en el momento de imprimir este libro, aún no hay un título o licencia necesarios para ser adiestrador de perros. Tu tío Paco puede colgar mañana un cartel que anuncie «Adiestramiento de perros Tío Paco». Espantoso, ¿verdad? Y aunque algunos centros ofrecen certificados como «máster de adiestramiento» después de unas pocas semanas de entrenamiento (una práctica sospechosa), hasta ahora no hay un agente de certificación centralizado.

El Certification Council for Pet Dog Trainers, CCPDT (Consejo de Certificación de Adiestradores de Perros) está trabajando en solucionar el problema ofreciendo un certificado a los adiestradores que esperemos que algún día sea reconocido mundialmente. Los requisitos para la certificación incluyen un cierto nivel de experiencia, superar un examen escrito y enviar cartas de recomendación de profesionales del ramo. Para renovar su certificación anual, los adiestradores deben obtener «unidades de educación permanente» (CEU, en inglés) que prueben que han asistido a seminarios u otras tareas educativas. Para más información, consulta Recursos.

Como ya he dicho, has escogido un momento estupendo para ser adiestrador de perros. Hay una gran cantidad de oportunidades de formación disponibles y habrán surgido muchas más desde la publicación de este libro. La mejor noticia es que no sólo hay más recursos que nunca para los que quieren aprender a adiestrar mascotas, sino que esos recursos se basan en métodos de adiestramiento respetuosos con el perro.

4. Temas de estudio propuestos

Cuando empieces a mirar libros y videos o DVDs sobre adiestramiento y modificación del comportamiento, puedes verte abrumado por la ingente cantidad de información. No intentes aprendértelo todo de golpe; aborda los temas uno a uno. Investiga sobre uno en particular, no sólo en libros, sino también en artículos en Internet y poniéndote en contacto con otros adiestradores.

He aquí algunos temas con los que empezar.

4.1 Características de las razas

Nadie espera que estés familiarizado con todas y cada una de las razas existentes. Además, no importa lo bien que conozcas las comunes: es inevitable que encuentres algunas de las que no hayas oído hablar. Hace poco vi dos Entlebucher en menos de un mes, que viven en familias separadas pero dentro del mismo vecindario. ¿Qué probabilidad había de que ocurriera esto? Y recientemente conocí mi primer Lagotto Romagnolo (suena como un rico postre italiano, ¿no?). Te encontrarás con que ciertas razas son habituales en tu zona.

Mi negocio se circunscribe a una comunidad de familias en la que mucha gente tiene Labradores o Golden Retrievers. También trabajo en un área más rural, donde veo muchos Boyeros Australianos y otras razas «de finca». Puede que veas más perros de raza, Retrievers, Bulldogs y de otros tipos, según tu situación geográfica.

Comienza por las razas más comunes que se encuentren en la zona. Averigua para qué se seleccionaron esos perros, cuáles son los problemas médicos típicos de esas razas y su carácter típico, su nivel de actividad física y todo aquello que pueda ser útil para convivir con ese tipo de perros. Si te informas sobre la raza del perro antes de una cita a domicilio estarás mucho mejor preparado para contestar preguntas e impresionar al cliente con tus conocimientos.

También te ayudará en tu adiestramiento saber las semejanzas entre las razas y las características de cada una. Por ejemplo, los Beagles son rastreadores, así que tendrás que tener presente que es importante una llamada súper segura. Después de todo, es posible que un Beagle se distraiga por un aroma fascinante en el suelo mientras su dueño lo está llamando. ¡También sabes que has de decirle al dueño que tape bien el cubo de basura!

4.2 Etapas del desarrollo

Debes tener una idea básica de cómo abordar y resolver los siguientes problemas:

Destrozos en el hogar

Robos y excavaciones

Adiestramiento con jaula

Escaparse de casa

Ladran en exceso

Escaparse del jardín

Mordeduras

Saltar sobre personas

Mordisqueo destructivo

Subirse a los muebles

Serás un adiestrador mucho más eficaz, especialmente con cachorros y perros jóvenes, si estás familiarizado con las etapas caninas del desarrollo físico y del comportamiento.

Por ejemplo, si sabes que el periodo óptimo para la socialización con otros perros, personas y estímulos nuevos es entre las cuatro y doce semanas de edad, puedes recomendar a los clientes que expongan a sus cachorros a esos estímulos en ese periodo de tiempo de forma segura. Si sabes que la época en que les salen los dientes es normalmente entre los cuatro y los siete meses, estarás preparado para darle soluciones a un cliente con un cachorro que esté en esa fase.

Saber que la adolescencia de un perro empieza aproximadamente a los seis o siete meses de edad y dura entre dieciocho meses y dos años puede ayudarte a explicarles a los clientes que durante esa época, los perros, al igual que los quinceañeros, ganan confianza y fuerzan los límites de las situaciones.

Muchos problemas de agresividad, por ejemplo, comienzan durante la adolescencia. Existen innumerables situaciones en las que te resultará útil conocer las etapas del desarrollo canino.

4.3 Problemas de comportamiento

No hay forma de prepararse para cada uno de los problemas de comportamiento que aparecerán. Incluso aquellos con los que estás familiarizado tendrán variaciones, y el cómo manejarlos puede precisar modificaciones, según la situación. Sin embargo, algunos problemas son sumamente comunes y seguro que se te presentan.

Dado que trabajarás con familias, es también importante que conozcas los problemas comunes entre perro y niño y cómo solucionarlos. La sección Recursos recoge algunos libros excelentes sobre el tema.

Si escoges tratar problemas serios de comportamiento, tu campo de conocimiento debe incluir programas de modificación de conducta para los siguientes casos:

Protección de objetos, comida, sitios y personas.

Ansiedad por separación.

Problemas de miedos.

Agresión a las personas.

Agresión a otros perros.

Peleas entre perros dentro de casa (de nuevo, tratar este tipo de problemas no es obligatorio, depende de ti).

4.4 Adiestramiento en obediencia

En primer lugar, debes aprender a adiestrar a un perro para que responda a las siguientes órdenes básicas:

Atención (préstame atención, mira hacia mí).

Sienta.

Quieto.

Échate.

Ven.

Suelta/deja.

Junto (camina a mi lado con la correa suelta).

4.4.1 Lenguaje corporal canino

Es fundamental que te hagas experto en leer el lenguaje corporal canino. Serás mucho más eficiente apoyando a los dueños si puedes detectar (y enseñar a otros a reconocer) cuándo los perros se están poniendo ansiosos, asustados, frustrados, reactivos, potencialmente agresivos o mostrando una variedad de otras emociones.

Te sugiero que leas el maravilloso libro de Turid Rugaas, *El lenguaje de los perros: las señales de calma* (mira en Recursos), que muestra las señales comunes de estrés en perros, de las que la mayoría de las personas no son conscientes.

Una buena forma de aprender sobre el lenguaje corporal canino es visitar los parques para perros. Fílmalos interactuando entre ellos y revisa la cinta más tarde. La gran ventaja de este método es que puedes repetir las escenas una y otra vez, y a cámara lenta. Con la práctica tu habilidad al leer el lenguaje corporal de los perros mejorará enormemente.

¡No olvides también que trabajar con perros en albergues es una forma excelente de tener un curso intensivo de lenguaje corporal canino!

4.4.2 Farmacología y terapias complementarias

Como adiestrador de perros no estás autorizado a prescribir medicamentos. Sin embargo es útil tener un buen conocimiento básico sobre medicamentos que se prescriben habitualmente para problemas de comportamiento canino, especialmente si trabajas con casos que tengan que ver con miedo y agresión. Algunas veces las medicinas afectan al comportamiento del perro de una forma que el cliente desconoce, pero que tú sí debes conocer. Algunas medicinas, por ejemplo, tienen como efecto secundario intensificar las tendencias agresivas. Otras se usan como sedantes, pero también tienden a rebajar las inhibiciones (lo que puede traducirse en comportamiento anormal). Cierta conocimiento de las medicinas y sus usos te permitirá sugerirle a los clientes, cuando corresponda, que consulten las prescripciones con fin veterinario.

La medicación se debe usar como un resquicio abierto para ayudar a que el perro se relaje lo suficiente y pueda empezar a funcionar un programa de modificación de la conducta. Con el tiempo, cuando el programa haya tenido éxito y el comportamiento del perro haya cambiado, se le puede retirar gradualmente la medicación.

Familiarízate también con las terapias complementarias y alternativas. Se puede ayudar a los perros con problemas como miedo, agresión y ansiedad por separación a través de modalidades como Tellington Touch (una forma de terapia de contacto), acupuntura, acupresión, esencias de flores de Bach, medicinas homeopáticas, terapia nutricional y otras ayudas naturales. Mira los libros sobre estos temas en la sección Recursos.

5. Ganar confianza

5.1 Llama a un amigo

Recluta a un amigo para que te ayude con un juego de rol de una sesión de adiestramiento. Debe llamarte igual que haría un cliente, así practicas tus habilidades al teléfono. Fijad una cita. Cuando llegues a su casa debe mantenerse la convención de que, mientras estés allí, tú eres el adiestrador y él es el cliente (ninguna conversación amistosa hasta después). Haz todo como lo harías con un cliente real. Lleva a cabo la sesión, haz preguntas, charla, trabaja con el perro y haz recomendaciones. Programa otra cita si es necesario.

Después, procura que tu amigo te haga observaciones. Pregúntale si las sugerencias que hiciste eran útiles, si fuiste claro en las instrucciones y cualquier otra observación constructiva. Hacer este tipo de sesiones simuladas puede ayudarte a ahuyentar algunos temores antes de tomar clientes reales y fomentará enormemente tu confianza.

5.2 ¡Al rescate!

Contacta con algún albergue local y ofrécete para hacer sesiones a domicilio para cualquiera que adopte un perro. O bien ofrécete una clase de grupo a los que adopten. Como no estás cobrando por tus servicios, no te sentirás tan presionado a hacerlo perfecto. Aunque no tienes por qué ceñirte estrictamente a un esquema de tiempo, será una buena práctica para organizarse, pues tus clientes reales pagarán por horas.

Otro tipo de servicio que puedes ofrecer es una clase de grupo para los voluntarios de un albergue. Cada voluntario debe hacerse cargo de un perro del albergue para la clase. Con esto se consiguen tres cosas: se adiestra a los perros, lo que hace que sea más fácil que los adopten; los voluntarios aprenden habilidades de adiestramiento, que podrán usar luego con cualquier perro que se rescate, y tú desarrollas tus capacidades y ganas confianza. Un beneficio extra de ofrecer servicios en un albergue es que, cuando comiences a cobrar, probablemente te recomendarán. ¡No olvides ofrecer un descuento a los que adopten allí!

5.3 Contrata a un adiestrador

Contrata a un adiestrador experto para que te acompañe a una visita a domicilio real. Explícale antes al cliente que estará presente otro adiestrador y que conseguirá un apoyo extra. Al cliente no debería importarle. Después de todo conseguirá ¡dos adiestradores por el precio de uno! El adiestrador debe observar la sesión en silencio, dar consejos útiles cuando convenga y después hacer una crítica constructiva y algunas observaciones en privado. Intenta no estar nervioso porque te estén observando. El adiestrador está ahí para ayudar y las observaciones positivas te harán sentir más cómodo.

5.4 Cuando todo lo demás falla

Aunque no es probable, imagina que sucede lo peor: vas a ver a un cliente de pago y te encuentras un problema que simplemente no puedes resolver. Quizá es un problema, es algo que no te esperabas, o que ya conoces, pero que nunca se te había presentado de esa forma.

Relájate. Si hay otras cuestiones que resolver durante la sesión, ofrécete a consultar con otros adiestradores y buscar otros recursos y luego llama al cliente con una solución. Si el problema en sí resulta ser la única razón de tu visita, como último recurso siempre puedes dar la opción de devolver el dinero y disculparte por no ser capaz de solucionar ese tema.

Si conoces a un adiestrador más experimentado, recoméndaselo al cliente. (Intenta asistir a su sesión para ver cómo lo maneja el adiestrador). La situación puede parecer extraña, pero no es el fin del mundo. Y la gente agradece que alguien admita que no lo sabe todo y que recomiende a alguien que pueda hacerse cargo de las necesidades de ese perro. De todas formas esta situación probablemente nunca se dé. De hecho te sorprenderá descubrir cuánto sabes realmente. Con el tiempo tus habilidades mejorarán. Desarrollarás la confianza y mejorarás en el manejo de situaciones nuevas. ¡Serás un buen adiestrador!

Tómate tu tiempo, acumula conocimientos y experiencia y no te sientas intimidado por otros adiestradores ni te compares con ellos. Alguien puede llevar en el negocio treinta años, pero la cuestión es ¿Qué ha aprendido esa persona en todo ese tiempo? ¿Sigue yendo a seminarios, leyendo libros y manteniendo una mente abierta a nueva información? ¿O esa persona sigue anquilosada en las formas de adiestramiento usuales hace treinta años? Recuerda: ¡el mejor adiestrador es el que nunca deja de aprender!

6. Montar tu empresa

6.1 Papeleo, detalles prácticos: cosas de oficina

Si escoges emplearte en una empresa de adiestramiento, no tendrás que tratar con algunos de los temas tratados en este capítulo. La responsabilidad de la publicidad, llevar las cuentas y otros asuntos de la empresa recaerán en quien te emplee. Tu responsabilidad será aprender nuevos métodos y formarte, y hacer un buen trabajo al adiestrar perros de los clientes.

Si eliges abrir tu propio negocio, incluso aunque seas autónomo, hay algunos preparativos que debes hacer.

6.2 Haciendo negocio como... (DBA)

La mayoría de los estados^[1] obligan a poner un anuncio DBA («Doing Business As...») en el periódico cuando una empresa se instala en una nueva ubicación. Es un anuncio pequeño y barato que hace pública la identidad de tu negocio. El periódico hará una búsqueda antes de insertar tu anuncio, para asegurarse de que nadie más está usando el nombre exacto como marca (si ya hay uno en uso, no sería legal que lo usases). Lo bueno es que, una vez hayas publicado tu anuncio, nadie en tu ciudad puede usar el nombre que hayas escogido. Llama a tu periódico local para más información, y compara: los precios pueden variar mucho.

Nota: el nombre del negocio debe reflejar de qué se trata. El nombre del mío, «Gentle Guidance» (Guía Suave), sugiere la utilización de métodos blandos en el adiestramiento. He tenido usuarios que decían que me habían escogido por lo que implicaba el nombre. «Adiestramiento K9 de toma de control» implica una aproximación más enérgica.

Evita los nombres genéricos. Puedes utilizar tu propio nombre, como en «Escuela de conducta canina de Fulano de Tal». Haz que tu negocio destaque, para que lo sepa la gente.

6.2.1 Licencia

Algunas ciudades exigen licencia de apertura, independientemente del tipo de negocio o del número de empleados que tengas. Otras no exigen licencia a los autónomos sin instalaciones. Llama al ayuntamiento para averiguar las normas de tu zona.

6.2.2 Venta

Si planeas vender productos de adiestramiento u otros a tus clientes, necesitarás una licencia de vendedor. Dependiendo de dónde vivas te exigirán que cargues impuestos sobre las ventas (IVA), hagas la declaración de ese cobro e ingresos lo recaudado. Consulta las normas fiscales de tu área.

6.2.3 Bancos

Abre cuentas corrientes aparte para tu negocio. Una cuenta corriente mantendrá separados los ingresos y gastos de tus movimientos personales. Tendrás las cosas mejor organizadas para los impuestos. También resulta más profesional que los clientes hagan los cheques a una empresa que personalmente a ti.

Encarga un sello de autorización para endosar los cheques que recibas. Debe incluir el nombre de la empresa, el banco y el número de cuenta. Al fin y al cabo, por suerte, ¡vas a recibir demasiados cheques como para seguir firmándolos a mano!

6.2.4 Seguros

Independientemente de lo pequeña que sea tu cartera de clientes al principio, contrata un seguro de responsabilidad. Puede que seas un adiestrador increíble, pero esto es el mundo real y, bueno, las pifias con perros ocurren. Hubo un caso en el que un conocido experto en comportamiento estaba trabajando con el perro de un cliente en público. El perro mordió seriamente a un transeúnte. El hombre lo demandó por un millón de dólares y ganó. Aunque este tipo de cosas no ocurren a menudo, pueden ocurrir. Si planeas dar clases a través del servicio municipal o comarcal de Parques y Jardines, puede que te exijan tener una póliza de seguro de responsabilidad de hasta un millón de dólares. (No te asustes, cuesta mucho menos de lo que puedas imaginar). También pueden pedirte que se les incluya como asegurados. Es una práctica estándar y les protege en caso de que alguien les denuncie.

Los seguros son relativamente baratos y valen la pena. Comprueba exactamente qué cubre la póliza. ¿Te asegura a ti solamente, o también el lugar donde das las clases? ¿Cubre los gastos médicos en caso de que un cliente resulte herido? En la sección Recursos se enumeran dos aseguradoras que cubren a adiestradores de perros.

6.2.5 Poner precios

Tanto si optas por las clases en grupo o el adiestramiento privado a domicilio, o una combinación de ambas, tienes que decidir cuánto cobrar. No hay verdaderas pautas, ya que las tarifas de adiestramiento de perros varían enormemente de un lugar a otro. Los precios son, en general, más altos en zonas urbanas densamente pobladas y menores en regiones más lejanas.

Lo cierto es que sólo puedes cobrar «lo que admita el mercado», es decir, lo que la gente esté dispuesta a pagar. Llama a adiestradores de tu zona y pregunta por sus tarifas. No necesitas decir que eres adiestrador si no quieres, pero puedes preguntar como si estuvieses interesado. Si no te gusta eso, pídele a un amigo que llame por ti. Otra opción es buscar en las páginas web de adiestradores de tu zona, ya que algunos tendrán tablas de tarifas.

No trates a propósito de tirar los precios; además, lo barato no siempre es más atractivo para los clientes potenciales. Aunque puede que no intentes rebajar los precios de nadie, hay una tendencia real cuando uno está empezando a cobrar menos, debido a la falta de confianza y experiencia. No estoy proponiendo que cobres tanto como un adiestrador experto y bien asentado, sino que no te vendas demasiado barato. De hecho, hay un extraño fenómeno económico por el que la gente piensa que si algo cuesta más, es porque lo vale.

Si piensas ofrecer clases en grupo, calcula cuánto debes pedir por persona, según el número de perros que admitas en clase, para conseguir el ingreso deseado. Una clase en grupo de una hora me reporta aproximadamente lo mismo que una sesión de una hora a domicilio. Tu kilometraje puede variar dependiendo del tamaño de la clase, lugar de reunión y situación geográfica. Cuando lo calcules, asegúrate de incluir el tiempo que empleas en preparar la clase, es decir, hacer la planificación de la clase, los folletos y los ejercicios.

Cuando pongas precio al adiestramiento a domicilio, no olvides tener en cuenta el tiempo de viaje. Decide un precio básico para cubrir un rango de distancias específico. Por ejemplo, tus cuarenta dólares por hora pueden aplicarse a las visitas hasta diez kilómetros a la redonda. Entonces dibuja un círculo de diez kilómetros de radio centrado en tu casa. Dibuja otro círculo por fuera con un radio de diez kilómetros más. Todo lo que caiga entre el primer círculo y el segundo se cargará, por ejemplo, con seis dólares más por gasto de desplazamiento. Sigue haciendo círculos hasta la distancia a la que estés dispuesto a llegar.

De esa forma, cuando te llamen para preguntar por zonas que no conoces bien, puedes mirar rápidamente en el mapa y decir si sirves a esa área y, si es así, cuánto cobras.

Tengo un amigo adiestrador que simplemente carga medio dólar extra por cada kilómetro de viaje (en cada sentido). Con la experiencia llegarás a saber cuál es la tasa extra por desplazamiento, si la hay, sólo con preguntar el área donde vive la persona que llama.

No te apures mucho con el poner precios: nada es inamovible. Si encuentras gente que te grita por tu tarifa, bájala. Si, después de ganar más confianza y experiencia, decides subir la tarifa, es totalmente adecuado. Ve paso a paso.

7. La oficina en casa

Dado que estás empezando, suponemos que tu casa será el lugar de tu oficina. Asigna una habitación o un área de la casa a tu oficina. El material de oficina más útil para tener en este sitio es un ordenador personal con una impresora de alta calidad. Tratamos a continuación otros temas básicos.

7.1 Lo básico de la oficina en casa

7.1.1 Programas de contabilidad

Compra un programa de contabilidad para PYMES (pequeñas y medianas empresas). El programa te permitirá introducir transacciones como ingresos de clientes y gastos de empresa. Es esencial llevar libros de contabilidad para los impuestos y un programa de ordenador hace más fácil añadir y separar registros en categorías. Por ejemplo, los gastos pueden dividirse en Publicidad, Equipo de adiestramiento, Material de oficina, y así sucesivamente. Personalmente uso uno que es fácil de utilizar y te permite crear cuadros y gráficos de modo que puedas seguir tu progreso económico. Hay muchos programas en el mercado.

Acostúmbrate a guardar los recibos o facturas de cualquier cosa que tenga que ver con el trabajo. Si usas tu coche para ir a la casa de los clientes, parte de los gastos del coche son deducibles. Si consultas sobre adiestramiento durante una comida con tu maestro y tú pagas, esa comida es deducible, igual que el material de adiestramiento.

Tener la oficina en casa puede permitirte declarar parte de la hipoteca, cuenta de teléfono y suministros. Pide una lista de gastos deducibles a tu gestor o asesor de impuestos. Lleva un archivo de tus facturas y recibos. Recuerda que con un negocio propio eres el único responsable de llevar un registro de todos los gastos e ingresos. Una vez que tus ingresos comiencen a crecer, puedes considerar pagar los impuestos trimestralmente mejor que anualmente^[2], así el pago no es tan abrumador.

7.1.2 Otros programas

Un programa de base de datos es otra herramienta informática bastante útil. Mantener un archivo con toda la información de contacto y direcciones de tus clientes ayuda a mantener las cosas organizadas y a obtener rápidamente información de un cliente, enviar facturas u otra correspondencia, y hacer una impresión masiva de etiquetas para saludos navideños o para incentivos especiales.

El último programa que necesitarás es un procesador de texto como Word, para que puedas imprimir cartas, contratos, hojas de asistencia, planificación de sesiones, ejercicios para las clases en grupo y materiales de apoyo. Afortunadamente hoy en día la mayoría de ordenadores traen un procesador de texto.

7.1.3 Contestador telefónico

Además de un ordenador, necesitarás un teléfono con contestador automático. Gasta unos pocos dólares de más en comprar uno de calidad. No hay nada más desconcertante que alguien te diga que te ha dejado varios mensajes, cuando nunca has recibido ninguno. Incluso peor, cuando te quedas preguntándote cuántas llamadas más has perdido. Si puedes permitirte, es una buena opción un servicio de contestador (disponible en la mayoría de empresas de telefonía). La ventaja es la independencia, ya que no depende del buen funcionamiento de tu aparato físico y nunca dejará ningún mensaje a medias.

Una segunda línea telefónica dedicada a tu negocio es mejor, pero si es necesario se puede usar la línea doméstica también. (Consulta las deducciones permitidas con un asesor). Tu mensaje debe sonar suficientemente amable y profesional y, cuando contestes el teléfono, el nombre del negocio debe ser dicho de una forma profesional.

7.2 En el camino

7.2.1 Teléfono móvil

Cuando estás fuera, un móvil es básico. Te permitirá llamar a tus clientes cuando vayas retrasado, comprobar los mensajes y devolver las llamadas rápidamente y por supuesto hacer llamadas de emergencia si fuese necesario (programa un botón de llamada automática para el 112). Tener un teléfono móvil vale la pena desde cualquier punto de vista. Además, su uso para trabajar es deducible de impuestos.

7.2.2 Agenda

Deberás comprar una agenda en papel o una agenda electrónica para llevar las citas de adiestramiento. De esa forma, tus clientes quedarán impresionados (dirán, ¡caramba!), y si quieren concertar otra cita podrás anotarla en ese mismo momento.

7.2.3 Organizador para la información de clientes

Hay varias formas de organizar la información de clientes. Tengo una amiga adiestradora que mete la información de cada cliente, incluso lo que pasa en cada sesión de adiestramiento, en un organizador personal portátil. Luego pasa la información al ordenador de casa. Yo no tengo fe en que esos aparatos vayan a funcionar bien, así que lo hago de la manera tradicional, con un cuaderno. Llevo una carpeta de anillas a las sesiones. Tengo una hoja para cada cliente que incluye la información de contacto, información sobre el perro, problemas de adiestramiento y espacio para anotar lo que se ha hecho en cada sesión y las notas necesarias. (Ve a Preparación para las sesiones a domicilio, para ver un ejemplo de una hoja de cliente). Si un cliente cancela una sesión (o si tienes que cancelarla tú), eso se anota también. Hacer estas anotaciones te permitirá llevar la cuenta de cuántas veces ha cancelado alguien, así puedes decidir si sigues trabajando con ese cliente. Un beneficio adicional de la carpeta de anillas es que puede servir como barrera rígida ¡si alguna vez un perro te recibe de forma inesperadamente agresiva!

Aquí tienes una lista de compra de material de oficina:

Papel para el ordenador y el fax

Carpeta de anillas/agenda electrónica

Perforadora para carpeta de anillas

Bloque de papel para mensajes telefónicos

Grapadora

Cinta adhesiva

Tijeras

Bolígrafos

Lapicero

Papeles de notas autoadhesivos (Post-it)

Sobres

Etiquetas de remite

Sellos

Disquetes u otro medio de copia de seguridad

Panel

Calendario de pared

Rotuladores marcadores

8. Preparación del material impreso

Ya casi estamos. Pero antes de empezar a anunciarte, preparemos algunos materiales impresos.

8.1 Contratos

Tanto si haces adiestramiento a domicilio como si organizas clases en grupo, debes hacer que tus clientes firmen un contrato. Si enseñas en clases en grupo, una buena práctica es mandar de antemano un contrato para que te lo devuelvan firmado, junto con un depósito para la reserva de plaza en la clase. Los clientes privados deben firmar una renuncia de reclamación de responsabilidad antes de que se lleve a cabo el adiestramiento, independientemente de que el cliente contrate una sesión o diez.

El contrato debe especificar claramente y de forma concisa a qué servicios tiene derecho el cliente, tu política de reembolso y debe liberarte (al menos sobre el papel) de toda responsabilidad que no sea debida a una negligencia por tu parte.

Puntualizo «al menos sobre el papel» porque en realidad un contrato puede no resistir un procedimiento jurídico. Sin embargo puede que haga menos atractivo para un cliente el demandar una vez que se ha firmado. Para las clases en grupo, tu política de reembolso debe especificar que no se reembolsará una vez que haya comenzado la primera clase. Por supuesto que siempre puedes escoger reembolsar a clientes por causas mayores, pero el contrato te da derecho a no reembolsar fondos si así lo decides.

Encontrarás un ejemplo de contrato de responsabilidad para una clase de grupo en el capítulo Preparación para la clase de grupo. Eres libre de incorporar cualquier parte del mismo en tu propio contrato, o de utilizarlo tal cual. Pero haz siempre que un abogado revise todos los contratos antes de utilizarlos.

8.2 Apuntes

Los apuntes para los clientes son normalmente un resumen de una página sobre un tema en particular. Por ejemplo, tengo apuntes titulados *Principios básicos del adiestramiento en positivo*, *adiestramiento con jaula*, *introducción al adiestramiento con clicker*, *lista de lecturas recomendadas*, *guarda y liderazgo*, o *cómo rellenar un Kong* (o

¡Trae este Kong y rellénalo!), entre otros (habrá más sobre los Kongs más adelante).

Tanto en sesiones particulares como en grupo, los clientes pueden estar nerviosos o distraídos y puede que no se queden con toda la información que deseas que les llegue. Los apuntes son algo que se puede consultar y también son útiles para complementar cualquier detalle que hayas podido olvidar mencionar. Puedes incluso preparar apuntes para determinadas fechas, como unos apuntes para Navidad sobre los peligros de las plantas y de los adornos navideños, o apuntes para las fiestas nacionales tratando las fobias por ruido.

8.3 Tareas para casa

Otro tipo de apuntes que tendrás que preparar si piensas dar clases en grupo son las tareas para casa. Una buena hoja de deberes repasa lo que se enseñó en clase, incide sobre puntos clave del adiestramiento y proporciona sugerencias sobre cómo deben trabajar los alumnos con su perro hasta la próxima clase.

Por ejemplo, si se enseñó «échate» en la clase mediante golosinas, los apuntes podrían repasar este proceso, tratar sobre cómo disminuir gradualmente los premios de comida y proporcionar directrices concretas sobre cuándo, dónde y cuánto tiempo hay que practicar cada sesión en casa. Algunos adiestradores distribuyen apuntes en cada clase, mientras que otros los ofrecen todos juntos en un manual que se entrega a los alumnos al principio del programa.

8.4 Formularios

Si piensas dar clases en grupo, ten preparados formularios para enviar a los que se inscriban junto con el contrato. Encontrarás un ejemplo de formulario en las Consideraciones sobre la clase en grupo.

8.5 Cupones

Los cupones son otro tipo de impresos a tener en cuenta.

¡A todos nos gustan las ofertas!

Aunque no debes vender demasiado baratos tus servicios, ofrecer un descuento único del 10% para una clase privada o en grupo no te pasará nada y puede atraer nuevos clientes. Los cupones se pueden dar en cualquier momento del año, o estar referidos a un evento o vacaciones específicas. Pueden imprimirse como parte de un anuncio o dejarse allí

donde haya folletos tuyos en la ciudad. También puedes regalar a tus clientes actuales, como incentivo, un vale de descuento para sesiones futuras por cada cliente que recomienden.

Y, por supuesto, los cupones de descuento también pueden ir a los centros de acogida y albergues.

Ahora que ya tienes montado tu negocio, establecidas las normas e impreso el material, ¡vayamos a la publicidad!

9. Publicidad básica

Ya es hora de que el mundo sepa lo mucho que necesitan tus servicios. Independientemente de lo pequeño que sea tu presupuesto inicial para publicidad, se necesitan tres cosas básicas: folletos, tarjetas de visita y una página web.

9.1 Folletos

Los folletos no necesitan tener un papel extravagante, montones de colores o ser muy caros. Diseñé mi propio folleto utilizando un programa de tratamiento de textos en mi ordenador. El primer año que estuve en el negocio sólo imprimía los que necesitaba en cada momento. Mi folleto es un tríptico impreso por ambas caras con texto simple en blanco y negro sobre un papel de color pastel a tamaño carta. Tiene una apariencia profesional, es limpio y claro, incluso con la foto en blanco y negro de la cubierta. Años más tarde, aún utilizo el mismo diseño básico, con ligeras modificaciones. Llevo mi archivo en el disco a la imprenta más cercana y ellos sacan tantas copias como necesite sobre el papel color pastel.

Puede que en algún momento te decidas a actualizarlo con fotos en color, papel satinado o cartoncillo duro, pero no hace falta gastarse mucho dinero al principio. Mientras el folleto parezca atractivo y profesional, llamará la atención a la gente. Además, lo que hará que te llamen es lo que está escrito en él.

Si aún no tienes uno, haz un logotipo que represente a tu empresa. El logotipo debe aparecer en tarjetas de visita, folletos, anuncios, página web y cualquier otra cosa que salga a la luz pública. Debe tener líneas claras y sencillas. Si no tienes inclinación artística, contrata a un diseñador gráfico. Es importante que el logotipo parezca profesional.

Haz que la portada de tu folleto sea llamativa y simple. Puedes añadir una foto atractiva contigo y un perro o perros, o incluso una foto tierna de un perro con un niño. La portada debe mostrar el nombre de tu empresa y la forma de contacto, junto con un breve anuncio de qué es lo que haces. El frontal de mi folleto, por ejemplo, pone «Gentle Guidance» (Guía Suave) con mi logotipo arriba, y más abajo «Adiestramiento» en letras de molde. Un poco más abajo está mi frase gancho: «Para perros y su gente».

Aparecemos mi perro (un cruce de Malamute) y yo en primer plano, juntando las cabezas afectuosamente. Lo único que hay como pie de foto es «Especialista en comportamiento» y, más abajo, «Adiestradora de perros cualificada».

Cuando daba clases en grupo, la portada enumeraba:

Adiestramiento privado a domicilio

Modificación de comportamiento

Obediencia

Guardería de cachorros

Ahora simplemente dice: «Adiestramiento privado a domicilio». Mi nombre y número de teléfono aparecen abajo, junto con una línea que dice «miembro de la asociación de adiestradores de perros (APDT)». Puede que parezca mucho texto, pero está suficientemente espaciado para no parecer apelmazado. Mantén la portada sencilla. Hay suficiente espacio dentro para explicar lo que haces y por qué eres el mejor para el trabajo; pero primero necesitas captar la atención del cliente potencial.

En el interior del folleto describe los servicios que ofertas. No escribas simplemente una lista de la compra con tus servicios, ¡haz que el texto cante! Muestra claramente a la gente cómo les puedes ayudar. Puedes mencionar problemas comunes de comportamiento o adiestramiento para que al verlos piensen ¡Ah, eso es justo lo que mi perro necesita!

El primer panel de mi folleto enumera los problemas de comportamiento más comunes y al final dice «... y lo más importante... ¡Las necesidades específicas de su perro!». El panel central habla de mi filosofía de adiestramiento, poniendo énfasis en que utilizo métodos positivos, que son efectivos y agradables tanto para el perro como para el dueño. Asegúrate de que la gente sepa qué es lo especial de tu adiestramiento y de ti y por qué eres mejor elección que cualquier otro adiestrador que pudieran contratar con igual facilidad.

Nota: En cuanto al diseño del folleto, yo prefiero el tríptico. Algunos adiestradores prefieren un cartoncillo simple de un tercio de página. Estos tarjetones altos y rígidos a veces tienen texto también por detrás. De cualquier forma, asegúrate de que caben bien en los exhibidores estándar de folletos. Al fin y al cabo, ¡puede acabar sobre las encimeras de todo tu vecindario!

El último panel interior de mi folleto ofrece una biografía mínima que incluye mi experiencia y cualificación en el tema. Si tienes experiencia como voluntario en un centro de acogida, perteneces a alguna asociación relacionada con los perros, has tenido empleos que tengan que ver con ellos o tienes algún diploma o certificado relacionado, aquí es donde debes hacérselo saber al mundo.

No seas tímido, pero tampoco te des demasiado auto bombo. Una vez vi un tríptico en el que los tres paneles interiores estaban cubiertos por la experiencia y cualificación del adiestrador. A pesar de lo extenso que era, ¡no había una sola palabra sobre cómo podía ayudar al perro de un cliente potencial!

Busca el equilibrio. Si no tienes mucha experiencia, pues vale. No mientas sobre tu cualificación, pero destaca tus puntos fuertes. ¿Has tenido siempre buena mano con los perros tímidos? ¡Genial! Hay alguien por ahí que tiene un perro tímido y le encantaría conocerte. ¿Has hecho alguna vez terapia de familia? Muy útil, pues no sólo tienes facilidad con los perros sino también con las personas. Incluso si tienes experiencia no relacionada con los perros, enumera las cosas que te hacen único o que harán que la gente te recuerde y quiera llamarte.

Darle un toque familiar y cálido puede ayudar a distinguir tu folleto del resto de los folletos fríos y comerciales. El mío tiene una línea al final de la parte biográfica donde se lee «A Nicole la mueve un verdadero amor por los perros y eso se nota. Su paciencia, amabilidad y sentido del humor hacen que el adiestramiento sea fácil y divertido tanto para el perro como para el dueño».

La idea es que la gente entienda que no voy a tratar bien al perro únicamente, sino que también tendré paciencia con ella. El resultado es que sienten que la experiencia será agradable para todos. ¡Y lo será!

No incluyas precios en tu folleto (no parece profesional y, además, puede que quieras ajustarlos) pero menciona explícitamente cualquier oferta especial en activo. Por ejemplo «Una clase a domicilio gratis cuando se inscriba en una clase de Obediencia en Grupo». Si ofertas programas de adiestramiento específicos, menciónalos. La mayoría de los adiestradores de mi zona ven den paquetes en los que el cliente tiene que comprar un bloque de seis a ocho sesiones.

Mi folleto ofrece la alternativa, «De sesión en sesión, contrate tantas cuantas necesite». De nuevo estoy diciéndole al público qué es lo que me hace diferente y por qué es ventajoso para ellos que me escojan.

A medida que te hagas con una clientela, puede que quieras incluir testimonios en tu folleto. Estos testimonios son comentarios elogiosos de clientes satisfechos que hará que otros quieran tener la misma experiencia de adiestramiento contigo. No incluyo estos testimonios en mi folleto porque corre el riesgo de saturarse (en vez de eso, están en mi página web), pero si los tienes y tienes espacio, inclúyelos.

En la parte trasera del folleto sólo tengo un óvalo que reza «¡Recomendada por más veterinarios, peluqueros caninos y tiendas de mascotas de la zona que ningún otro adiestrador!». No hagas este tipo de reivindicaciones si no son ciertas, pero si lo son, no te sientas ridículo o fanfarrón por incluirlo. Frases como esta informan a un cliente potencial que los profesionales de la zona tienen una opinión tan buena de ti como para recomendarte a sus clientes (una valiosa promoción de tus servicios).

9.2 Tarjetas de visita

Tus tarjetas deben llevar el nombre de tu empresa, el logotipo, el eslogan, si tienes uno (por ejemplo, «Hacemos del adiestramiento algo fácil y divertido»), una o dos breves líneas indicando tus servicios y tu información de contacto. Eso es todo.

Dispones de una variedad infinita de diseños de tarjetas de visita, desde texto simple en negro sobre cartoncillo blanco hasta fotos a todo color sobre un fondo con holograma. Hazla sencilla. Recuerda, quieres que tu tarjeta de visita tenga una apariencia profesional, pero sin que te cueste una fortuna.

Mejor que meterme en los entresijos del diseño de tarjetas de visita, prefiero recomendarte un libro excelente, titulado *Cómo comercializar tu negocio de adiestramiento de perros*, de Lisa K. Wilson. Fue de gran ayuda para mí cuando comenzaba. Wilson da información útil y concreta sobre el diseño de tarjetas, folletos, boletines y panfletos para el buzono, junto con ejemplos de cada cosa. También proporciona detalles y ejemplos de cartas para boletines, notas de prensa, etc. (Mira en Recursos).

Una vez que tengas el diseño básico de tu tarjeta de visita, puedes imprimirla en casa con tu ordenador personal a medida que las necesites o ir a una imprenta para cantidades mayores.

Lleva siempre encima tarjetas de visita. Te serán útiles en reuniones o en cualquier sitio donde te encuentres con gente y comiences a hablar de perros (te darás cuenta de que es ¡en casi cualquier lado!). Deja siempre unas cuantas tarjetas a tus clientes, así pueden quedarse con una y repartir las otras.

9.3 Página Web

En el mercado tan competitivo de hoy, una página web es una herramienta publicitaria esencial, incluso si trabajas solo. El primer paso es diseñar un sitio sencillo y atractivo. Hay muchos programas de ordenador a tu disposición que te dirigirán paso a paso en todo el proceso. O, si lo prefieres, contrata a alguien para que te haga la página web. La inversión merece la pena.

9.3.1 Contenido

Tu página web debe incluir el nombre de tu empresa y el logotipo, los servicios que ofreces y unas cuantas palabras sobre tu filosofía de adiestramiento. También debe dar una

idea clara de por qué los dueños deberían llamarte a ti en vez de a otras empresas de adiestramiento que hayan visto en la red.

Algunos ejemplos de cómo podrías destacar son: «Vecino, recomendado por dueños en el vecindario», o «¡Métodos sin el uso de fuerza!». También debes poner tu formación y experiencia, cualquier mención que te hayan dedicado los medios (como copia de artículos de periódico) y testimonios cortos de clientes, veterinarios locales, peluqueros caninos y otros negocios relacionados con mascotas.

Pon claramente tu información de contacto, incluido tu correo electrónico. De esta forma, la gente podrá encontrarte enseguida para hacerte cualquier tipo de consulta.

Si das clases en grupo, incluye tu programa y el lugar. Esto te ahorrará el tiempo de dar esa información por teléfono. Para simplificar aún más las cosas, podrías incluir tus precios y un formulario de inscripción que se puedan bajar, junto con una forma de pago *online*. Este esquema tiene la ventaja de permitir la venta al instante, cuando los clientes potenciales se sienten motivados. Si ofreces clases privadas, mencionar los precios o no es una decisión personal. Yo prefiero no dar mis precios, me gusta más llegar a un acuerdo por teléfono con un posible cliente para tener una mejor idea de los problemas del perro antes de establecer el precio, pero incluir tus tarifas puede estimular a las personas y filtrar a los que se lo pueden permitir o no.

Otras cosas a incluir en tu página web son artículos que hayas escrito sobre adiestramiento u otros temas relacionados con perros, información de actividades locales sobre mascotas y enlaces a otras páginas útiles. Como verás a continuación, todas estas cosas pueden ser útiles para que la gente pueda encontrar tu página web.

9.3.2 Nombre del dominio

Un nombre de dominio te asegura una identidad y una dirección en Internet. Por ejemplo, del nombre de dominio

[adiestramientodeperros.com](http://www.adiestramientodeperros.com)

la URL, o dirección, sería la siguiente:

<http://www.adiestramientodeperros.com>

Sin embargo, para que puedas adquirir el dominio que quieres, no debe estar ya registrado por alguien diferente. Los nombres más comunes suelen estar ya registrados. Hay muchos sitios donde se puede comprobar si el dominio que quieres está disponible y, suponiendo que lo está, registrarlo para que nadie más pueda usarlo. El pago de una tasa de renovación anual te asegura que sigas siendo soberano de tu dominio.

9.3.3 Anunciando tu presencia

Una vez que hayas creado tu página web, el truco es ayudar a los clientes potenciales a encontrarlo. He aquí algunas formas de conseguirlo:

1. Título de la página: Asegúrate de que el nombre de tu página principal incluye las palabras que la gente utilizará en los buscadores de Internet. Por ejemplo, si tu empresa se llama «Tu mejor amigo», será mejor que el título de la página sea «El adiestramiento de tu mejor amigo». De esa forma, cuando busquen «adiestramiento de perros» el título ayudará a que los buscadores encuentren tu página. Mejor aún, incluye también tu localización en el título de la página. En el lenguaje HTML, el título se escribe entre dos etiquetas de título.

Así que si vives en Torralba, el código HTML sería:

```
<TITLE>
```

```
El adiestramiento de tu mejor amigo en Torralba
```

```
</TITLE>
```

2. Las etiquetas META son códigos de HTML que te permiten insertar palabras clave y otra información importante. Nadie ve esa información realmente, pero ayuda a los buscadores a encontrar tu página. La etiqueta más importante es «keywords» (palabras clave). Piensa qué palabras o frases podría utilizar la gente para buscar tus servicios. Eso podría incluir: adiestramiento de perros, comportamiento de perros, cachorros, clases en grupo, clases de adiestramiento, (el nombre de tu ciudad) y cualquier otra especialidad que ofrezcas, como «agresión por mordedura de perros».

Separa cada una de las palabras o frases por comas y utiliza diferentes combinaciones para facilitar que te encuentren. Aquí tienes un ejemplo de cómo podría quedar tu código HTML:

```
<METANAME="keywords" CONTENTS="pals. clave">
```

y donde pone «pals. clave» puedes poner «adiestramiento de perros, clases de cachorros, comportamiento de perros, adiestramiento de perros Torralba».

Si alguien te diseña la página, te preguntará qué palabras clave o frases debe incluir.

3. Intercambia enlaces con otras páginas web. Cuantos más lugares te incluyan, mayor puntuación te darán los buscadores y más arriba aparecerás en la lista.
4. Como ya he mencionado, una buena idea es incluir artículos de temas relacionados con perros e información sobre actividades locales. Supongamos que hay una feria de mascotas en tu ciudad. Y la anuncias en tu página web. Cuando alguien entra en un buscador y escribe «feria de mascotas», tu página se incluirá en el listado de las encontradas. La persona visita tu página, encuentra la información que busca y también se entera de tus servicios de adiestramiento. Ahora que sabe que tu negocio existe, puede que te contrate en el futuro o al menos que recomiende a otros tu página.
5. Buscadores: Cada buscador tiene sus propios requisitos para enviarles páginas web. Visita algunos de los más populares (como Google o Yahoo!) para averiguarlos. También hay sitios que registrarán tu página en muchos buscadores a la vez. Algunos de estos servicios son gratuitos, mientras que otros no. No hace falta que pagues para que registren tu página. Cuando la hayas registrado, ten paciencia, pueden pasar desde varios días a varios meses hasta que aparezca en las listas del buscador.

Hay un montón de información disponible en la red sobre cómo extender tu presencia en ella y conseguir mejores puestos en los buscadores. Si visitas Google (www.google.com) y escribes «promoción de páginas web», «conseguir visitas en la web» o frases similares, aparecerá un listado con sitios útiles.

Necesitarás, por supuesto, un alojamiento web (alquilar espacio en un servidor para que aloje tu página). Hay muchos con tarifas mensuales baratas. Búscalos también en la red o en alguno de los muchos libros sobre el tema. Cerciórate de incluir tu página web en todo tu material publicitario, folletos, tarjetas de visita, anuncios e imanes.

10. Todo lo que cabe en letra impresa

10.1 El anuncio impreso

Los anuncios impresos abarcan toda la gama que va desde los pequeños y baratos hasta los caros y lujosos. Algunos requieren mucho trabajo, mientras que otros simplemente quedan muy bonitos así, impresos. Analiza las publicaciones de tu zona y pregunta por las tarifas. Piensa en los periódicos locales, publicaciones vecinales de descuento y revistas regionales o comarcales. Límitate a la zona en la que tu negocio ofrece servicios. No olvides que recibirás llamadas de gente de toda la zona a la que llega la publicación. Decide hasta dónde estás dispuesto a viajar y pon los anuncios en función de eso.

Hay dos tipos principales de anuncios: los clasificados o anuncios por palabras, sólo de texto, y los anuncios por módulos. Los anuncios clasificados son más baratos, así que puedes permitirte ponerlos más a menudo. Busca qué es lo que ofrece tu periódico local. El domingo suele ser un buen día para poner anuncios clasificados, pues mucha gente lee esa sección los fines de semana. Muchos periódicos ofertan paquetes que incluyen algunos otros días también.

Aunque un anuncio clasificado sea pequeño, puede atraer la atención. Escribe un titular llamativo y hazlo imprimir en negrita (no querrás que tu información se pierda en el mar de texto negro simple). Dado que tu anuncio será pequeño, incluye únicamente la información más apropiada. En función de la cantidad de palabras, trata de incluir algo que haga destacar a tu anuncio, como «Clases personalizadas en grupos pequeños» o «Consultas gratuitas». Puede que te sorprenda cuánta actividad puede traer un simple listado de anuncios clasificados.

Un anuncio por módulos es más grande, permite incluir fotos y te llevará más trabajo. Un anuncio por módulos bien diseñado debe incluir el nombre de tu empresa y el teléfono, página web, logotipo, texto atractivo y, si hay suficiente espacio, una foto. Las fotos atraerán a los lectores y merecen el coste extra. Simplemente asegúrate de no atiborrar el espacio del anuncio con demasiado texto.

Sea cual sea el tipo de anuncio que escojas, comprueba si hay ofertas especiales. Algunas publicaciones ofrecen una tarifa mensual o anual. Prueba el impacto publicitario de una publicación particular antes de comprometerte con un acuerdo a largo plazo, pero ten en cuenta que normalmente hacen falta al menos tres tiradas de un anuncio hasta que el público general responde. La gente suele notar un anuncio a la primera o segunda vez y entonces realmente responden a la tercera vez o siguientes.

¡Parece que la repetición es una herramienta efectiva de aprendizaje tanto para las personas como para los perros!

10.2 Guías telefónicas

Otro tipo de anuncio impreso que puede ser muy efectivo es un anuncio por módulos en la guía de teléfonos local. Las tarifas varían según la guía telefónica y dónde vivas, pero la mayoría son bastante caras. Hoy en día suele haber más de una guía telefónica en una zona particular (no todo son las Páginas Amarillas). Otros factores que afectan al precio son el tamaño y la localización del anuncio, si es a color o blanco y negro, color de fondo, fotos y tamaño del área de distribución. Anunciarse en una guía de una gran ciudad será notablemente más caro que hacerlo en una que se distribuya en una pequeña área rural. Comprueba el área que cubre tu guía de teléfonos, ya que las respuestas llegarán de toda esa región. Decide si la potencial clientela justifica esos precios.

Igual que con cualquier otro anuncio, haz que sea sencillo y atractivo. Yo decidí ponerlo en las Páginas Amarillas con un color de fondo silueteado (el color de fondo es blanco en vez del amarillo habitual). Los silueteados son una forma excelente y relativamente barata de hacer que tu anuncio destaque. Yo utilicé dos colores (además del negro estándar) para hacer que cierto texto «sobresalga», y realcé algunas palabras clave colocando una forma estrellada enmarcándolas. El anuncio no era lo bastante grande para incluir una foto, pero utilicé mi logotipo y, gracias al departamento de diseño de la guía, diseñé un anuncio sencillo y llamativo que ha sido muy efectivo. Fui unas cuantas veces al departamento de diseño hasta que quedé satisfecha. Si acabas haciendo lo mismo no debes sentirte culpable. Para eso se les paga. Además, tendrás que apechugar con el resultado durante todo un año. Muchas guías ofrecen descuento para nuevos anunciantes, así que compara precios.

10.3 Notas de prensa

Otra forma de utilizar el poder de la palabra escrita es difundir un comunicado de prensa. No te costará nada y es una forma excelente de dar a conocer tu negocio. Aunque tu objetivo es hacer publicidad, una nota de prensa no debe estar escrita como un anuncio, es más bien un «anuncio-artículo», una combinación entre anuncio y artículo. Por ejemplo, puedes titular tu artículo «Un nuevo servicio de adiestramiento de perros abre sus puertas en (tu ciudad)». Enfatiza los servicios que se ofrecen y explica cómo tu fabuloso servicio va a beneficiar a la comunidad. Más abajo encontrarás una copia de la nota de prensa que difundí cuando comencé a anunciar mi negocio. Como también ofertaba clases para cachorros en esa época, titulé otra nota «Los cachorros empiezan con la pata derecha en las clases de cachorros». Trataba de cómo la socialización temprana con otros perros y personas beneficia a los cachorros. Por supuesto que mi información de contacto aparecía al final del artículo.

Dale a tu nota de prensa el sesgo adecuado para que atraiga la atención del dueño de mascota tipo. Cuando la gente haya leído sobre lo útil que son la socialización y el adiestramiento y sobre otros temas fascinantes que decidas incluir, querrán llamar para que les des más información. Ponte en contacto con tu periódico local para saber a la atención de quién debe mandarse la nota de prensa. (Consulta el libro de Lisa Wilson para ver otros ejemplos de notas de prensa).

ATT.: (NOMBRE Y APELLIDOS)
Fax: (número de fax)

PARA SU PUBLICACIÓN INMEDIATA
Contacto: Nicole Wilde (y número de teléfono)

A los perros les encanta aprender con Guía Suave

Guía Suave, empresa de adiestramiento de perros de Santa Clarita, adiestra perros y enseña a sus dueños. Sea en clases privadas a domicilio o en grupo, los dueños aprenden a comunicarse mejor con sus perros y los perros aprenden a obedecer. ¡Ambos aprenden que el adiestramiento puede ser divertido!

«Por fortuna, ha pasado mucho tiempo desde la época de los collares eléctricos y los castigos severos», ha dicho la dueña y directora de adiestramiento, Nicole Wilde. «Con métodos positivos y agradables los perros no sólo se comportan mejor, sino que realmente disfrutan con el proceso de adiestramiento. Los métodos basados en la recompensa también estrechan el vínculo entre el perro y el dueño. Queremos a nuestros perros, así que ¿Por qué adiestrarlos de otra forma?».

Wilde ha trabajado durante largo tiempo con todo tipo de cánidos (incluidos lobos y mezclas de lobos) tanto en adiestramiento como en rescate. Su trabajo como coordinadora de voluntarios en los centros de acogida de Los Ángeles, donde adiestró y socializó a perros y enseñó a los voluntarios sobre comportamiento canino, hizo que cientos de perros encontraran un cálido hogar.

«Es muy triste que muchas de las razones por las que se abandona a perros se relacionen con la falta de adiestramiento», dijo Wilde. «Hay muchísimas personas que no se molestan en adiestrar a sus perros hasta que los problemas ya se han desarrollado. Pero incluso entonces, nunca es demasiado tarde. A nuestros perros les damos regalos, juguetes y afecto. Pero para una vida juntos larga y feliz, el adiestramiento es en realidad el mejor regalo de todos».

Para información adicional, llame a los servicios de adiestramiento de Guía Suave al (número de teléfono).

11. Otras formas de anunciarse

11.1 Carteles

Un cartel contiene la misma información básica que un folleto, de una forma simplificada. Tus carteles deben aclarar brevemente qué es lo que haces y enseñar tu logotipo, quizá una foto y pestañas para recortar (pequeños trozos de papel que se pueden quitar sin retirar todo el cartel). Estas pestañas tienen que llevar siempre el nombre de tu empresa, mejor que sólo tu teléfono. De otra forma, cuando Juan, cliente potencial, vacíe sus bolsillos una semana después, puede ser que diga «¿Qué es esto?» y lo tire (¡y no hablemos de la disputa que puede causar entre él y su esposa!). Puedes hacer fácilmente mini-carteles imprimiendo cuatro copias del mismo diseño en una hoja DIN A-4 y luego cortándola en cuartos. Colocar cuatro carteles en la misma hoja te ahorrará dinero y costes de reproducción y te permitirá colocarlos en sitios donde no cabría un cartel más grande.

Sé creativo al colocarlos. Aunque los tablones de anuncios en tiendas de mascotas, peluquerías caninas y veterinarios son elecciones obvias, es posible que acaben tapados por carteles de otros adiestradores. Pégalos en esos sitios, pero también sé creativo: piensa en lugares como lavanderías automáticas, donde la gente no tiene nada que hacer más que pasear arriba y abajo y leer los tablones de anuncios. Son también un buen lugar, y suelen tener zonas comunes para anuncios las comunidades de vecinos que admiten mascotas. ¿Y qué tal en los supermercados? ¿Salones de belleza? Incluso sé de una adiestradora que convenció a una pizzería del barrio para que diese un cartel suyo con cada pizza. ¡El límite es el infinito y la publicidad es gratis, así que inténtalo!

11.2 Publicidad en movimiento

Una de las mejores compras que hice para mi negocio fue la de logotipos magnéticos para el coche. Los carteles anuncian mi servicio por el camino hacia y desde las citas, y siempre que mi todo-terreno está aparcado en la calle. Hacen horas extras cuando paseo por la calle en mis días libres. Siempre intento aparcar donde la gente pueda ver los carteles, incluso cuando voy a una película o a un restaurante. Ha habido gente que ha entablado una conversación sobre adiestramiento en la gasolinera, que me ha golpeado en la ventana desde el coche de al lado en el semáforo en rojo para decirme que me llamarían por su perro y que ha apuntado mi número según pasaban caminando por la calle. Incluso ha habido gente que ha llamado y me ha dicho «he visto tu coche aparcado en la casa de mi vecino. ¡Y también necesitamos tu ayuda!».

Igual que con cualquier anuncio, haz que el diseño sea claro y sencillo. Un impresor del barrio me aconsejó que no atiborra se los carteles con demasiado texto. Y tenía razón. Sólo utilizamos el nombre de la compañía, el logotipo, el eslogan, el número de teléfono y la página web. Me sugirió dos colores sobre fondo blanco. ¿El resultado? Un cartel atractivo y legible en cada puerta. Desde entonces he observado carteles en vehículos con tanta información que la letra es pequeña y difícil de leer (un grave error si tu objetivo es atraer clientes en el camino).

Mis carteles del coche se han amortizado por sí mismos con citas de adiestramiento. Personalmente creo que valen la pena y, además, siempre los puedes quitar temporalmente si la situación lo requiere.

11.3 Regalos promocionales

Una forma estupenda de hacer publicidad de tu negocio es dar regalos promocionales con el nombre de tu empresa impreso, junto con el logotipo (si cabe) y la información de contacto. Dependiendo del tamaño, su coste y tu presupuesto, estos regalos pueden darse a cada cliente que veas, utilizarlos como premios o regalos de graduación en las clases en grupo, como agradecimiento a los que te recomienden o como regalos de Navidad. Como adiestradora que a veces usa el clicker, regalo clickers a muchos de mis clientes. ¡Puedes apostar a que mi información les ha dejado huella! Los pedidos al por mayor me han permitido conseguir un buen precio y es bueno saber que mis clientes literalmente van a pasar mi número de mano en mano a otros.

Otro regalo promocional que doy habitualmente son imanes para la nevera. Encargué los míos a una empresa por Internet que ofrece diseños específicos para negocios de mascotas. El que escogí tiene un Cocker Spaniel en una bota; habitualmente arranca exclamaciones de «¡Qué adorable!». Regala imanes a los clientes privados y los alumnos de clases en grupo que acaben. (Cuando vuelvo a las casas de los clientes, a menudo veo mi imán pegado en la nevera. Los imanes de nevera son una forma útil de que los clientes te tengan en cuenta para el adiestramiento y que te recomienden en el futuro.

Otros regalos promocionales incluyen camisetas (algo más caras de producir), gorras, bolígrafos y tazas. En la sección Recursos he listado unos cuantos sitios de clickers e imanes impresos. Hay muchas compañías que se especializan en regalos promocionales para empresas. Busca en la red y revisa sus catálogos, puedes encontrar ideas únicas para promocionar tu negocio.

11.4 Otras opciones

Investiga otras formas de hacer llegar tu nombre a potenciales clientes. Mira en los servicios de buzoneo, donde se envían grupos de folletos directamente a los vecinos. Los

servicios pueden ser caros, pero están dirigidos a las vecindades específicas donde quieras trabajar. Algunos sólo se envían a particulares, mientras que otros también se envían a empresas. Pregunta por los detalles. Si escoges esta opción, no dejes de ofrecer un descuento, como «¡Con este cupón 20% de descuento en clases en grupo!».

La mayoría de los albergues dan un paquete de información con cada adopción. ¡Tu folleto debe ir en cada paquete! ¿Te dejaría el centro de acogida local dejar un exhibidor con folletos en el mostrador? ¿Y qué tal si les ofreces charlas gratis en el albergue? Los temas podrían incluir: «Cómo escoger un perro» o «Problemas comunes de comportamiento». Obviamente tendrás tarjetas de visita y folletos para dar a los posibles clientes. Muchos albergues también tienen secciones en sus páginas web en las que se enumeran los adiestradores locales. Solicita que te incluyan en ellas.

No hay mejor publicidad que un perro bien adiestrado. Simplemente paseando por el parque con tu perro, que está haciendo trucos y comportándose estupendamente, se disparan las preguntas sobre su adiestramiento. ¿O qué tal hacer una demostración gratuita en el parque o delante de una tienda? Puedes hablar sobre la importancia de tener un perro bien adiestrado, o si eres un adiestrador con clicker, deslumbrarles con una demostración en vivo sobre qué se puede hacer con el adiestramiento con clicker. Seguro que consigues unos cuantos clientes de los que pasen por allí.

Indaga sobre empresas, albergues y actividades relacionadas con animales en tu zona. Luego, invéntate cómo puedes dar a conocer tus servicios.

11.5 Seguimiento del éxito

Siempre que recibas una llamada telefónica de un cliente potencial, pregúntale quién te recomendó. Lleva un registro de cuantas llamadas consigues con cada forma de publicidad. Eso te ayudará a decidir si continuar con los anuncios impresos, si renovar tu anuncio en la guía de teléfonos, saber si se ven los carteles de tu coche, o si los veterinarios o tiendas de mascotas te están recomendando. En función de esa información, ajusta tu campaña de publicidad para que siga siendo efectiva.

12. Encantado de conocerte

Ahora que ya has puesto en marcha tu negocio, insertado la publicidad y tienes los apuntes preparados, es el momento de darte a conocer en la comunidad.

12.1 Veterinarios

Las referencias de los veterinarios pueden significar un amplio porcentaje de tu negocio. Una recomendación de un veterinario es un aval especialmente valioso, ya que los dueños realmente confían en su veterinario. Llama a los despachos de veterinarios en tu zona y pregunta si tienen algún adiestrador al que recomienden (o puedes comprobarlo pasando por ahí en persona para ver si hay algún folleto a la vista). Cuando yo llamaba, si un recepcionista contestaba que no tenían ningún adiestrador al que recomendaran, exclamaba «¡Genial, porque resulta que soy adiestradora de perros y me encantaría conocerles!». Más veces que las que no, conseguía una cita para visitarles y presentarme.

Cuando trates con clínicas veterinarias, sé amable y agradable tanto con los empleados de recepción como con el veterinario. Al fin y al cabo los empleados serán los que te recomendarán a la gente (¡o no!) y contestarán a las preguntas cuando la gente vea tu folleto.

Es una buena política pasarse periódicamente con una caja de bombones u otros dulces para agradecer a los empleados las recomendaciones. Como siempre, ¡no hay nada malo en un poco de refuerzo positivo!

Si, cuando llamas, te dicen que la clínica ya recomienda un adiestrador, pregunta si tienen un acuerdo de exclusividad. Si no, puede que aún estén abiertos a conocerte. Como mínimo, puede que te permitan dejar tus folletos en la sala de espera junto con los otros.

12.2 Peluqueros caninos y otros

A los peluqueros caninos en general les gusta tener un adiestrador que recomendar. Sus clientes preguntan periódicamente, pero muchos pueden no conocer ningún adiestrador. Tú puedes cambiar eso fácilmente. Si prefieres algo más cálido que una llamada, lleva tus propios perros al peluquero y luego entabla una conversación sobre el adiestramiento. Lo mismo se aplica a las tiendas de mascotas. Habla con los dependientes o con los dueños la

próxima vez que vayas a comprar y averigua si tienen un adiestrador asignado a la tienda. Si te planteas ofrecer clases en grupo, la tienda puede ser un lugar de reunión potencial.

Los albergues de perros también son otra buena referencia. Salvo que ya tengan un adiestrador allí, estarán muy contentos de tener uno bueno en la comunidad a quien recomendar. Lo mismo ocurre con los hoteles para perros. Tanto si te aproximas a una clínica veterinaria, peluquería o cualquier otro establecimiento, nunca está mal mencionar que tu clientela es de la zona y que te encantaría recomendarles a su vez. (No hagas esto salvo que realmente lo creas. La gente cuenta quién se lo recomendó y sería obvio si sólo es palabrería). Puedes conseguir un acuerdo que es beneficioso mutuamente.

12.3 Abastecimiento

Cuando una empresa te permita dejar tus folletos y/o tarjetas de visita, dales tarjeteros donde colocarlos. Existen atriles de plástico baratos que van bien para folletos y también hay gran variedad de tarjeteros. Ambos se pueden comprar en cualquier tienda de material de oficina. Pon una pegatina en la parte de atrás de cada uno con el nombre de tu empresa y el teléfono para que puedan llamarte si se les acaba el material. Esto también evita que otros se apropien de tus atriles vacíos.

Visita estos centros periódicamente y mantén breves charlas agradables con quienes recomiendan tu actividad a sus clientes y asegúrate de que disponen de folletos y tarjetas suficientes. Quizá necesites hacer una tabla con todos los sitios en los que has dejado folletos y tarjetas, y la fecha de la última vez que los abasteciste. Esto es especialmente útil para llevar la cuenta si tus materiales se exhiben en muchos sitios diferentes de la ciudad.

13. Cuando el cliente llama (consejos telefónicos)

Consejos telefónicos

Cuando la publicidad esté ya puesta en su sitio, empezarás a recibir llamadas preguntando por tus servicios. Aquí van algunos consejos sobre cómo gestionar las llamadas de forma eficiente:

1. El mensaje saliente de tu contestador tiene que ser claro, amable y profesional. Comprueba que tus saludos en vivo suenen igual. Cuando ya tengas establecido tu horario de oficina, deja que el contestador recoja las llamadas fuera de esas horas. Incluso si tu empresa eres tú solo, no des la impresión de estar disponible a todas horas (no es profesional). No llamarías a un médico para que venga a cualquier hora de la noche y tampoco se espera de ti que atiendas llamadas fuera de hora, salvo una emergencia. Puedes informar del horario de oficina en el contestador, por ejemplo, «Nos importa mucho su llamada. Por favor, deje su mensaje y le llamaremos en horas de oficina, de 9 de la mañana a 7 de la tarde, de lunes a sábado. Esperamos poder hablar con usted». De ese modo, si alguien llama un sábado por la noche, no esperarán una llamada de vuelta hasta el lunes por la mañana. O, si definitivamente no quieres limitar tu horario al principio, da un margen de tiempo aproximado para que esperen la devolución de la llamada, por ejemplo: «Le llamaremos en las próximas 24 horas».

2. Devuelve las llamadas sin demora. Personalmente tengo como objetivo devolver las llamadas entre tres y cuatro horas. Si estás todo el día fuera, comprueba tu contestador periódicamente por si hay mensajes. He tenido numerosos clientes que han llamado a otros adiestradores y nunca les han devuelto la llamada. Eso no sólo es grosero, sino que es un mal negocio. Devuelve todas las llamadas, incluso si los problemas no son los que atiendes normalmente. Recomendar a alguien que pueda ayudar invita a quien llame a que te recomiende a ti en el futuro, ya que fuiste tan amable.

3. Ten siempre cerca del teléfono un cuaderno o registro de llamadas. Cada vez que tengas una llamada, apunta la fecha, el nombre del cliente y el tema de la llamada. Una vez que hayas aclarado tus tarifas y tu disponibilidad, algunos de los que llaman querrán confirmar con sus esposas antes de fijar una cita. Toma nota de ello, o de cualquier otro resultado. Por ejemplo, «Fijada cita para (fecha)» o «De vacaciones, llamará la próxima semana». Si no has apuntado los detalles, salvo que tengas memoria fotográfica, parecerá que no tienes ni idea cuando esa persona te vuelva a llamar. Las notas son una gran ayuda. Si alguien te llama diciendo «Me llamo Denise, llamé hace tres semanas...», cuando ella acabe de hablar ya habrás mirado tus notas y podrás responder «Ah, sí, Denise, que tiene un Bichón con

problemas de destrozos en casa». Eso hace que quien ha llamado note claramente que «recuerdas bien» quién es. Registrar los detalles de las llamadas también te ayudará a controlar la eficacia de tus anuncios impresos y otras actuaciones, y a comprobar cuántas llamadas llegaron a convertirse en citas. Si la mayoría de tus llamadas se concretan en citas, ¡genial! Si la mayoría no se concretan, revisa si tus tarifas, habilidad al teléfono u otros factores están influyendo.

4. Los potenciales clientes comenzarán a menudo las conversaciones telefónicas diciendo cosas como «Hola, ¿cuánto costaría adiestrar a mi perro?». Nunca digas tus tarifas directamente: primero establece una conexión personal. Habitualmente, yo respondo con «Con mucho gusto le daré la información. Déjeme que le haga unas preguntas para poder afinar lo más posible. Primero, ¿en qué zona vive?». Suponiendo que sí (si no, le recomendaré otro adiestrador y nos ahorrará un montón de tiempo a ambos), pregunto de qué raza es el perro y su edad. Luego pregunto «¿En qué puedo ayudarlo? ¿Busca adiestramiento básico en modales y obediencia o su perro tiene problemas de comportamiento?». Solamente después de haber conversado algunos minutos y quedado claro que soy profesional, amable, educada y experta (y he averiguado sobre los problemas del perro), diré mis tarifas. Después de todo, si la persona llama y le contestas enseguida con tus tarifas, no hay ninguna razón para que te escoja frente a otros adiestradores, salvo que tus tarifas sean más baratas. En esos primeros minutos has de convencer a quien llama de que tú eres lo que buscan, independientemente de las tarifas. Puede que decidan contratarte en el momento en vez de seguir buscando. Al fin y al cabo ¡ya han encontrado el mejor adiestrador para el trabajo!

5. A pesar de que es una ventaja conseguir que los clientes potenciales conversen, una vez que algunas personas empiezan a hablar de sus perros es difícil que paren. Aunque necesitas saber cuál es el problema de comportamiento del perro, no querrás pasarte media hora al teléfono escuchando «A Scout nos lo trajo una pareja que tuvo una camada de repente, todo iba bien hasta que vino la Tía Pepa y entonces todo empezó a derrumbarse, y Pedro, que por cierto, tiene diez años, dice que...». Tienes que aprender el delicado arte de interrumpir sin que parezca que quieres cortarles. Yo uso frases como «Sí, es realmente interesante, me lo tiene que contar cuando nos encontremos. Vamos a ver cuándo podemos fijar la cita».

6. A algunas personas les encanta comparar precios. Aprenderás a reconocer las llamadas de los comparadores. Generalmente quieren un montón de información pero no se comprometen a una cita. Incluso puede que te digan que ya han llamado a tales y tales empresas y sus precios son menores, o que le sugirieron alguna cosa y querrá que asumas lo que le dijeron. Aunque no está mal que alguien quiera encontrar la mejor persona para el trabajo, no dejes que los comparadores de precios monopolicen tu tiempo. Dedícales una cantidad razonable de tiempo a contestar sus preguntas y luego ofréceles fijar una cita. Si la rechazan, pídeles que te llamen de nuevo cuando estén dispuestos.

7. Los gorriones de información son muy parecidos a los comparadores de precios. Realmente en absoluto están buscando fijar una cita ni contigo ni con nadie más. Creen que, porque eres adiestrador profesional, estarás deseando contestar a sus preguntas por

teléfono, gratis, todo el tiempo que quieran. No hay ningún problema con dar una solución sencilla y rápida a un problema que no precisa de una cita privada; simplemente no dejes que el gorrón de información te exprima con una larga conversación interesada sobre los problemas de su perro sin pedir ninguna cita.

8. Cuando digas tus tarifas, sé preciso con tus honorarios y lo que cubren. Por ejemplo, supongamos que tu tarifa por adiestramiento a domicilio son cuarenta dólares la hora y que en general la primera cita dura una hora y media. No digas simplemente «Mi tarifa son cuarenta dólares la hora» y supongas que el cliente hará las cuentas. Una vez que hayas acabado una sesión de 90 minutos, el cliente se sorprenderá cuando oiga que el total son sesenta dólares y no cuarenta. Mucha gente sólo presta atención a la tarifa por hora y olvida el resto, que puede hacer que crean que la sesión entera les costará cuarenta dólares, independientemente de cuanto dure. Es mucho mejor dejarlo claro desde el principio.

Por ejemplo: «Mi tarifa son cuarenta dólares a la hora. La primera sesión suele durar una hora y media, así que serían sesenta dólares la primera sesión. Las siguientes clases duran una hora, así que serían cuarenta dólares cada una».

Si vendes paquetes de sesiones, deja claro a los que llaman cuántas sesiones tienen que adquirir y cuánto se ahorran con eso. Si vendes sesiones individuales, deja claro que no hay obligación después de la primera.

Tres palabras sobre negociar tus tarifas: no lo hagas. Si alguien que llama está interesado pero dice que lo que pido por los noventa minutos es excesivo, podría contestarle «Comprendo que el dinero puede ser un problema. Lo que podemos hacer es que la primera sesión dure sólo una hora y le costará sólo (...). ¿Le iría bien así?». Lo que no voy a hacer es bajar o negociar mi tarifa. Algo que hay que decidir de antemano es tener una tarifa con descuento para quien haya adoptado en un albergue o centro de acogida, o tenga circunstancias atenuantes. Sin embargo, si dejas que alguien te haga bajar tu tarifa inicial, no sólo no es profesional, sino que ganarás un cliente que es mucho más probable que no valore tanto tus consejos, que siempre esté intentando conseguir algo más por el menor precio y que regateará también en el adiestramiento.

Hay un fenómeno extraño en la cultura americana por el que mucha gente siente que las cosas por las que se paga son valiosas, mientras que aquellas que son gratis no lo son. Ten cuidado con a quien le ofreces tu caridad. Hacerle un favor a alguien porque está apurado de dinero y tú te sientes mal por el perro puede llevarte a invertir demasiado tiempo y esfuerzo, y que la persona realmente no valore tus consejos. Después de todo, es gratis. Está genial dar clases gratis en albergues o trabajar sin cobrar con grupos de perros adoptados, pero ten cuidado con ofrecer adiestramiento gratuito donde no se lo vayan a tomar en serio o donde no lo vayan a apreciar.

9. No des garantías. Aunque es muy tentador decirle a un cliente que sabes que el problema que tiene su perro es fácil de resolver, no importa lo seguro que lo sientas, no lo garantices. Los perros son seres vivos y no es posible garantizar sus acciones al cien por cien (y tampoco se puede garantizar que el dueño vaya a seguir al cien por cien tu consejo).

Cuando te pregunten si puedes garantizar que resuelves un problema de comportamiento, contesta algo en la línea de «he trabajado muchas veces con este problema y no he encontrado ningún caso en que no pudiera mejorarlo». Eso es diferente a decir «Le garantizo totalmente que resolveremos el problema de comportamiento del perro». Lo primero inspira confianza. Lo segundo inspira una denuncia.

10. Intenta no sentirte presionado a encargarte de ningún caso con el que no te sientas a gusto, ya sea porque el problema de comportamiento está fuera de tus capacidades, porque alguien no está dispuesto a pagarte el precio completo o por cualquier otra razón. Te llamarán con todo tipo de historias, pretendiendo que hagas cosas que están totalmente fuera del ámbito de tu negocio. El otro día una mujer me llamó en relación con el problema de ladridos de su Bichón. Vivía en un apartamento, estaba todo el día fuera y el pobre perro se pasaba todo el rato ladrando. Los vecinos se quejaban. Le dije que estaría encantada de fijar una cita. Y me informó que ya había gastado un montón de dinero con otro adiestrador que no había podido resolver el problema y que, si no lo solucionaba en los tres días siguientes, se iba a deshacer del perro. Bien, en este caso lo que te aconsejo es que no debes dejar que te presionen para que des consejos gratuitos. Llevas un negocio y no importa lo mala que sea la situación. Tengo que admitir, sin embargo, que al final me pasé media hora con esa mujer haciendo justo eso, ya que el pensar en que ese perrito iba a ser sacrificado me horrorizaba. Lo que digo es que, aunque es bueno tener compasión y hacer lo que se pueda, debes intentar no sentirte forzado (como algo habitual) a hacer cosas que no quieres o que realmente no debes hacer. Como siempre, si el problema tiene que ver con la agresión o con cualquier otro comportamiento con el que no te sientas cómodo trabajando, deriva el caso a otro adiestrador.

11. Después de decidir que quien llama es un buen cliente potencial, es decir, que se puede tratar el problema del perro con el servicio que ofreces y que son aceptables tus tarifas y disponibilidad, es hora de «hacer la venta». Aunque no me fascina la venta agresiva (de hecho me repugna), tienes que ser un poco vendedor. En vez de preguntar «¿Quiere que le dé una cita?» (que da opción a decir que no), di algo como «¿Le viene bien entre semana?». No estás presionando, estás siendo eficiente. Si alguien suena realmente inseguro, no lo presiono. Algunos puede que no estén de acuerdo con esto porque piensan que siempre debo de conseguirse un «sí» como respuesta. Pero bajo mi experiencia, presionar a alguien para que pida una cita cuando no existe un convencimiento real a lo único que lleva es a la cancelación de la misma conforme se va acercando el día. No te preocupes si la parte de la «venta» resulta rara al principio; con el tiempo desarrollarás tu propio estilo.

12. Intenta programar las citas cuando toda la familia pueda asistir. Es más claro y productivo que los familiares escuchen las instrucciones directamente de ti, el profesional, que de otros de segunda mano. Además, puedes obtener una valiosa información viendo cómo interactúa cada miembro de la familia con el perro, especialmente si los niños están presentes, ya que ¡los niños revelan información que los padres no siempre dan!

13. Si tienes una sensación desagradable hablando con alguien por teléfono, por cualquier razón, haz un montón de preguntas. De vez en cuando siento «vibraciones extrañas» cuando llama un hombre. En ese caso, hago un montón de preguntas más que las que hago

habitualmente, como por ejemplo ¿Dónde consiguió el perro? ¿Cuánto tiempo hace que lo tiene? ¿Por qué escogió esa raza?, y otras preguntas así. Mi duda inicial suele disiparse; si no, busco alguna excusa para cancelar la cita (si te pilla por sorpresa y no se te ocurre ninguna, puedes decir que te llaman a la puerta y que le llamarás más tarde; eso te dará un poco de tiempo). Haz caso de tu intuición y nunca conciertes una cita si tienes alguna duda, por mucho que necesites el trabajo. No vale la pena. Para más información sobre seguridad en las citas y cómo manejar las llamadas difíciles, consulta el libro *¡No son los perros, son las personas!* en el capítulo final Recursos.

14. Etiqueta del adiestrador

De la misma forma que los modales amables y eruditos impresionan a los clientes, una presentación personal profesional mantendrá la buena impresión.

14.1 Puntualidad

Usa reloj y llega siempre en hora a las citas a domicilio o las clases en grupo. Aunque se comprenden las demoras por tráfico y otras circunstancias inevitables, si vas a llegar más de cinco minutos tarde llama a tus clientes para que lo sepan. Si vas a dar una clase en grupo, discúlpate cuando llegues. Si tienes un día con varias citas a domicilio programadas, intenta acabar las sesiones puntualmente, para mantener el horario previsto. Una sesión que se pase veinte minutos de más puede retrasar todas tus citas el resto del día.

14.2 Apariencia

En el negocio del adiestramiento de perros nadie espera que aparezcas con un traje de chaqueta. Sin embargo lo primero que nota la gente es la apariencia y el aseo personal. Tomemos dos adiestradores, el Sr. A y la Señorita B. El señor A tiene un sobrepeso de unos veinte kilos. No es ningún delito salvo que, por la forma en que su camiseta sucia se le sube por la barriga, se diría que está orgulloso de ello. Sus vaqueros tienen agujeros en las rodillas y su pelo está perfecto para una producción independiente de «Grease». Cuando el Señor A se acerca para darle la mano a su cliente, resulta obvio que le gustan las hamburguesas con mucha cebolla. Vaya impresión ¡Y ni siquiera ha empezado el adiestramiento! Por otro lado, la Señorita B llega con una camiseta y vaqueros limpios. Tiene el pelo limpio y recogido con esmero. Su aliento es fresco. Parece agradable, atenta y lista para el trabajo. ¿Qué adiestrador querrías tú en casa? No seas perezoso. La primera impresión cuenta. (Por mi parte, ¡soy tan paranoica con el mal aliento que siempre uso un elixir de menta antes de visitar a un cliente!).

Nota: La mayoría de los clientes a domicilio te ofrecerán la mano al abrir la puerta. En el lenguaje humano, eso significa «encantado de conocerte», pero para un perro demasiado susceptible puede significar algo totalmente diferente. De hecho, puede que el perro se tome el acercamiento a su dueño como una verdadera amenaza y se lance a morderte. No estoy diciendo que no respondas al saludo y renuncies dar la mano a nadie, sino que estés atento al lenguaje corporal del perro antes de hacerlo. No hay nada de malo en decir: «Por favor, no piense que soy grosero, pero por ahora no le daré la mano, ya que veo que al perro

podría molestarle». Más que ofenderse, la persona seguramente quedará impresionada por lo observador que eres.

14.3 Control del tiempo

Si descubres que poco a poco te estás pasando del tiempo previsto para una sesión a domicilio de una hora, hazlo saber al cliente. Nadie quiere sorprenderse con un coste extra. Cuando haya peligro de que la sesión se pase de tiempo, di algo como «Me encantaría enseñarte el ejercicio del que hablamos, pero eso se pasaría de la hora. Si seguimos media hora más, serían (...). en total. ¿Está bien? Si no, podemos retomarlo la próxima sesión donde lo dejamos». Da siempre la opción al cliente. Si tienes problemas en controlar el tiempo, ponte una alarma diez minutos antes del final de la sesión.

14.4 Sé educado

Es una buena práctica ser educado con los clientes, sea en grupo o individualmente. Pero créeme, habrá clientes a los que incluso la Señorita Modales estaría tentada de estrangular (¡aunque seguramente usase una corbata recién planchada para hacerlo!). A pesar de que la mayoría de los clientes con los que trates serán agradables, habrá algunos que inevitablemente querrán argumentarlo todo, serán groseros, fastidiosos o cualquier combinación de lo anterior. Mantente educado. No dejes que te arrastren a una discusión. Después de todo, tú eres el profesional.

Lee sobre cómo tratar con gente difícil. En cualquier sector de atención al público existe el mismo tipo de cliente y se han escrito algunos libros fantásticos al respecto. (Mira también en Recursos algunos orientados específicamente a los adiestradores de perros). No importa lo impulsivo que un cliente se ponga, mantén la calma. Muchos clientes peleones, cuando se enfrentan a una fría compostura, se calman solos. De igual modo que no responderías ante un perro agresivo oponiendo fuerza, no lo hagas con un cliente enfadado y te arriesgues a aumentar la confrontación. ¡Utiliza las técnicas de refuerzo positivo!

Algunas veces repetir simplemente lo que la persona ha dicho resulta útil: «Entiendo lo frustrante que debe ser volver a casa y encontrarse la alfombra orinada. Pero, en vez de continuar restregando la nariz del perro sobre ella, ¿por qué no hablamos de un plan de adiestramiento para resolver este problema? De esa forma las cosas serán enseguida mucho menos estresantes». Por supuesto que esto hay que decirlo con voz suave y calmada. La suavidad y la calma son útiles para responder ante la presión y el desequilibrio, y además le haces saber al cliente que has escuchado sus preocupaciones. ¡Llama a un amigo después de la cita o la clase de grupo para desahogarte si lo necesitas!

Si la grosería de un cliente incluye algo como contestar llamadas de teléfono una y otra vez en una visita a domicilio, sugierele cortésmente que deje que el contestador

responda las llamadas. Al fin y al cabo quieres que tu cliente saque el máximo partido a la sesión (y así no tirarte de los pelos). Si el problema tiene que ver con niños tirando trastos o interrumpiendo constantemente, sugiéreles a los padres que le den algo para hacer, como colorear o jugar a un videojuego en otra habitación. Después de todo, a un cachorrito que mordisquea la alfombra le darías algo para hacer (el adiestramiento de perros y la enseñanza de los niños no son tan diferentes).

Otra faceta de ser educado es permanecer en silencio y atento cuando alguien habla. Muchos de nosotros ya estamos pensando en la siguiente pregunta cuando el cliente está respondiendo a la actual. Como el tiempo siempre es un problema, es difícil no interrumpir. Puede que esto te resulte un reto si, como yo, eres el tipo de persona muy vivaracha y dispuesta. Si fuera necesario, apunta la próxima pregunta. Así puedes concentrarte en lo que el cliente está diciendo y no sentir que tienes que interrumpir. Puede que escuches justo una información crucial para resolver los problemas del perro.

Si bien es educado esperar a que otra persona acabe de hablar, algunos clientes se lanzarán a largas historias sobre sus perros o completamente ajenas al tema. Tendrás que encaminarlos. Cuando notes que alguien se sale del tema, dirige suavemente la conversación otra vez al tema original. Siempre puedes decir algo como «Sí, es muy interesante y me encantaría escucharlo, pero quedan sólo quince minutos y quiero asegurarme de que tocamos todos los temas que queríamos tratar hoy». Es especialmente importante no dejar a la gente charlar y charlar durante una clase en grupo, pues eso monopoliza tu tiempo y podría alejar toda la clase de la programación.

14.5 Sé honesto

Si los clientes preguntan cosas de las que no sabes la respuesta, es totalmente válido decirlo. Aunque se espera que sepas ciertas cosas, si te atascas, responde simplemente con algo como «Es una buena pregunta y quiero darte una buena respuesta, así que consultaré con otros colegas y te respondo». Por supuesto, di cuando una pregunta se sale por completo de tu área de conocimiento, y si es posible, recomienda alguna fuente donde se pueda encontrar la respuesta. Si la pregunta tiene que ver con un tema médico, explica que no estás cualificado para dar consejo veterinario y recomienda que vayan a su veterinario para eso. Y si es algo simple como «¿Sabes algún remedio para la piel seca?» y lo sabes, contéstalo. Pero contestar a una pregunta como «¿Crees que debería darle Rimadyl a mi perro para su displasia de cadera?» puede meterte en líos. No estás capacitado para dar consejo veterinario y podrías acabar demandado si algo sale mal. Incluso cuando recomiendes remedios naturales, aconseja que los clientes lo aclaren primero con su veterinario.

14.6 Si no tienes nada agradable que decir

Al final tu madre tendrá razón. Si no tienes nada agradable que decir, no digas nada. Es demasiado tentador entrar al trapo y criticar a una persona cuando un cliente menciona a otro adiestrador del que sabes que es un adiestrador horrible, cruel con los perros, grosero con las personas o cualquier otra cosa desagradable. ¡No lo hagas! Hablar mal de otros no sólo hace que tú parezcas malo, sino absolutamente poco profesional. Además, ¿a dónde lleva? A menudo contesto a comentarios negativos sobre otros adiestradores con un imparcial «Bueno, cada uno tiene sus métodos». Si te hacen una pregunta abierta sobre otro adiestrador, por ejemplo, «¿Qué piensas sobre Fulano de Tal?». Siempre puedes decir que «no te gusta hablar de otros adiestradores» y dejarlo ahí.

Si alguien pregunta sobre un veterinario en el que no confías demasiado, en lugar de decir «¡Uf, he oído cosas horribles de él!», responde con «Personalmente no tengo ninguna experiencia con él, pero aquí tienes el nombre de alguien a quien conozco y del que pienso que es fantástico». Hay un adiestrador en mi zona que era muy recomendado por un veterinario de la misma zona. El adiestrador habló mal del veterinario a un montón de clientes (nada brillante por su parte, ¡considerando que sobre todo los clientes venían recomendados por el veterinario!). La cosa llegó a oídos del veterinario, que ahora ha demandado al adiestrador por difamación. Así que ya lo ves: merece la pena ser agradable y tener cuidado con lo que se dice. Además, las personas que pasan la mayor parte de su tiempo criticando suelen ser inseguras. Pasa por encima de eso y concéntrate en mejorar tu capacidad y tu reputación.

15. La caja de herramientas

En la sección «Perfil del socio» del boletín de la APDT, una de las preguntas es: «¿Qué tienes en tu caja de herramientas?». No, no se refieren a un destornillador o una llave inglesa sino a la caja de herramientas de adiestramiento: collares, correas, clickers, juguetes, señuelos y cualquier otra cosa que el adiestrador tenga a mano. Tu caja de herramientas debe incluir artículos que sean proactivos, es decir, que mantengan a los perros ocupados antes de que se metan en líos. Debe contener herramientas de manejo, materiales educativos y productos útiles. Verás cómo con el tiempo tu caja de herramientas va creciendo a la vez que lo hacen tus conocimientos y tu experiencia.

Muchos de los artículos de mi caja de herramientas son los que utilizo con mis propios perros y les han servido también a numerosos perros de mis clientes. He incluido unos cuantos en esta sección. Si no puedes encontrar los artículos recomendados en una tienda de mascotas cercana, prueba con la sección de Recursos o en una de las muchas tiendas de venta por catálogo o en la red. Bueno, y sin más dilación, tomando prestada una frase de Julie Andrews, «¡Estas son algunas de mis cosas favoritas!».

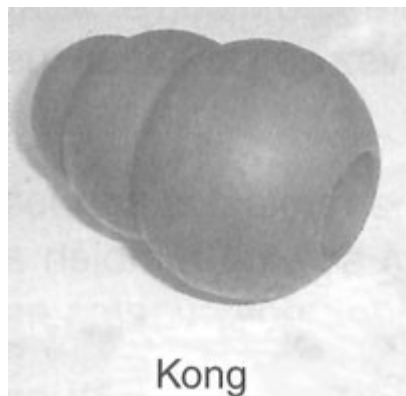
15.1 Juguetes interactivos con comida

La estimulación mental es tan importante como el ejercicio físico. Les proporciona algo en lo que concentrarse y los agota. Enséñale a los clientes cómo estimular la mente de sus perros a través del uso de dispensadores de comida o golosinas. Este tipo de dispensadores es fantástico para tener a los perros entretenidos en horas «punta» familiares como el despertar-niños-y-preparaos-para-el-cole y prepárate-para-el-trabajo, cuando hay visitas y al anochecer cuando lo único que queremos todos es relajarnos. Algunos dispensadores se pueden usar para dar las comidas, incluso si se compone de galletas secas con o sin comida de lata. Otros son mejores sólo para galletas secas, o para darle golosinas entre comidas.

15.1.1 El Kong

A menudo bromeo con que debería trabajar para la empresa Kong. Me gustan tanto sus productos que los recomiendo a casi todos los clientes. Mi favorito, el Kong clásico, tiene la forma de un muñeco de nieve. Viene en varios tamaños y dos colores el rojo normal y negro para mandíbulas más fuertes.

Lo maravilloso del producto, además de que rebota de forma impredecible, es que tiene un pequeño agujero en la parte de arriba y otro grande abajo y ambos se pueden rellenar con golosinas. Los perros pasarán una cantidad considerable de tiempo y esfuerzo tratando de sacar lo que hay dentro. Incluso puedes congelar o cocinar comida al microondas dentro de él. Mis propios perros, que pesan entre 40 y 60 kilos, se pasan más de treinta minutos escarbando cuando aprieto bien el relleno y, créeme, ¡no es fácil encontrar algo que mantenga ocupados tanto tiempo a mis pequeños de mandíbula de acero!



Los clientes que les dan de comer una mezcla de comida seca y húmeda pueden dársela en el Kong. Es fácil mezclar lo seco y lo húmedo juntos y luego rellenar el Kong con una cuchara. O bien alternar capas de húmedo y de seco. Mi «hora de comer» con el relleno del Kong está en unos apuntes que doy a mis clientes, junto con otras recetas e ideas. Hay algunas recetas fantásticas de rellenos para el Kong en la página web de Kns (mira en Recursos), que puedes distribuir a tus clientes.



¡Ah! ¡El poder del Kong!

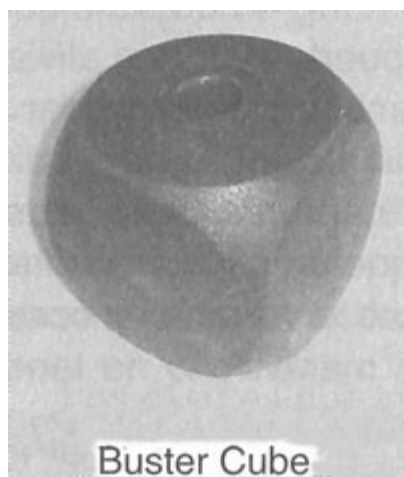
Los Kong pueden ser especialmente útiles para perros a los que se deja solos largos periodos de tiempo o que sufren problemas de ansiedad por separación. Un Kong riquísimo que se da justo cuando el dueño sale de casa puede ayudar a aliviar la ansiedad del perro por quedarse solo. También puede ayudar a calmar perros que tengan que estar en la jaula. Tengo una clienta que llama a este producto mágico un «pacificador de cachorritos» ¡y tiene razón! Hay muchas cosas en las que un cachorro no se meterá mientras intenta excavar ese tesoro enterrado, y como saben todos los dueños de cachorros, es maravilloso no tener que estar todo el rato controlando un cachorro.

En las clases privadas, a menudo relleno el hueco pequeño de la parte superior con golosinas para mascar, así los clientes pueden ver de primera mano la intensidad con la que su perro intenta sacarlas y lo ocupado que se mantiene. (Esto me permite hablar con el cliente sin interrupciones). Es tan difícil que el perro entra en un estado como de Zen ¡Y sólo he rellenado el agujero pequeño!

La mayoría de los clientes corren a comprar el producto después de la sesión y sus perros no pueden estar más felices. Es una buena idea tener varios a mano también para las clases en grupo. Es asombroso hasta dónde una bola de goma rellena de manteca de cacahuets puede calmar a un perro que está ladrando o estresado, dejando a la clase en paz.

La misma empresa que hace estos fabulosos dispensadores interactivos de comida o golosinas ofrece ahora una forma creativa de darlos. El Kong Time proporciona Kong a horas aleatorias durante el día, hasta ocho horas. Simplemente se rellenan de antemano las cuatro bolas que vienen con la unidad, usando la ración de tu perro dividida en cuatro porciones. Este producto puede ser la solución perfecta para perros que caen en la destrucción inducida por aburrimiento mientras los dueños están fuera. Si quieres vender Kong directamente, busca los productos proactivos para mascotas en la sección Recursos.

15.1.2 Buster Cube



Aquí tenemos otra herramienta fenomenal para mantenerlos ocupados. El Buster Cube es un objeto cúbico (parece un dado) con un agujero en un lado y cuatro cámaras interiores. Inserta bolitas o pequeñas golosinas secas por el agujero y luego agítalo para distribuir los manjares en las cámaras. El agujero se puede abrir o cerrar para disminuir o aumentar el nivel de dificultad. El perro pateo y hace rodar el cubo para que las golosinas caigan. Los clientes que alimentan con bolas secas pueden dar toda la ración en el cubo. ¿Por qué alimentar a los perros en platos cuando pueden pasarse todo ese tiempo y energía trabajando para conseguirlo? A mis propios perros les encanta cuando comen de esta forma y a tus clientes les encantará el hecho de que sus perros, especialmente las razas hiperactivas, estén gastando toda esa energía de una forma provechosa.

Este mecanismo es la elección perfecta para los perros sumamente inteligentes que son buenos resolviendo problemas. Sin embargo, el cubo está hecho con un plástico muy duro y puede no ser lo mejor para perros extremadamente fuertes y movidos o si hay muebles antiguos o frágiles. Al Pit Bull de una amiga mía no hay nada que le guste más que hacer rebotar el cubo contra la pared una y otra vez, y Mojo ha destripado literalmente uno o dos. Aún así, para cualquier perro salvo para los más destructivos, el Buster Cube es una buena elección.

15.1.3 Molecuball y Stuff-a-Ball

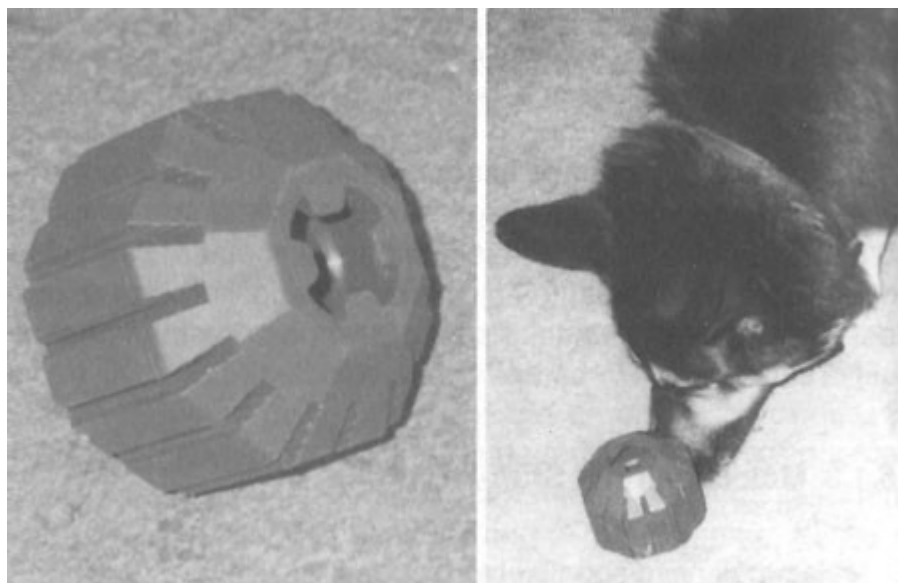


Molecuball

El Molecuball (disponible en tiendas de mascotas y por Internet) es uno de mis dispensadores de comida favoritos. Se llama así porque tiene la forma (sí, lo has adivinado) de una molécula; este ingenioso artilugio está hecho de un termoplástico no tóxico y duradero y tiene un agujero por arriba. La bola viene en tres tamaños. El tamaño del agujero y la forma de la bola mantiene el reto de sacar la comida, pero no tanto como para

que el perro pierda interés. Para asegurarse de que no rompa la bola mordiéndola, sólo se le debe dejar en la hora de la comida o mientras se le dan las golosinas.

El Stuff-a-Ball es una bola octogonal hecha de goma dura, con un gran orificio. En cada lado tiene unas largas crestas para fomentar la salud dental. La bola se puede llenar con golosinas secas, como bolas o galletitas, y va dando la comida fácilmente a medida que se la hace girar.



Izquierda, Stuff-a-Ball, y derecha, demostración de Mojo

Los manjares caen más fácilmente que con los otros dispensadores, así que puede que no tengas al perro ocupado tanto tiempo, pero aguanta de una pieza con destripadores como Mojo y es bueno para perros que no están acostumbrados a usar dispensadores.

El Stuff-a-Ball viene en tres tamaños. A mis perros les encantan los suyos y los clientes valoran la facilidad con la que se pueden rellenar.

15.2 ¡Demos un paseo!

Ahora que hemos hablado de las herramientas que proporcionan estimulación mental a los perros de tus clientes, hablemos de hacerles practicar un poco de ejercicio físico. A muchos perros no se les pasea porque tiran tan fuerte que es un calvario para sus dueños. Esa falta de ejercicio puede llevar a una infinidad de problemas de comportamiento. Cuanto más conozcas sobre las herramientas que pueden hacer los paseos más agradables para todos, mejor servicio podrás proporcionar a tus clientes.

15.2.1 Arnese con enganche frontal

El arnés con enganche frontal es una innovación de manejo relativamente reciente y muy útil. Su sencillo diseño hace que sea fácil y rápido de poner. Al contrario que los arneses de cuerpo tradicionales, la correa se engancha a una argolla sobre el pecho del perro. Si el perro tira de la correa, la presión le hace arquearse hacia atrás, hacia la persona que va caminando con él.

Los perros tienen un «reflejo de compensación», que significa que si se les tira en una dirección, su instinto es tirar en contra de esa fuerza. Por eso cuando se le pone una correa a un cachorro la primera vez y el dueño trata de tirar del cachorro, el cachorro «echa el freno». Cualquier collar en el cuello del perro puede provocar el reflejo de oposición si el perro tira. El arnés con enganche frontal elimina el problema.

15.2.2 El arnés Gentle Leader Easy Walk

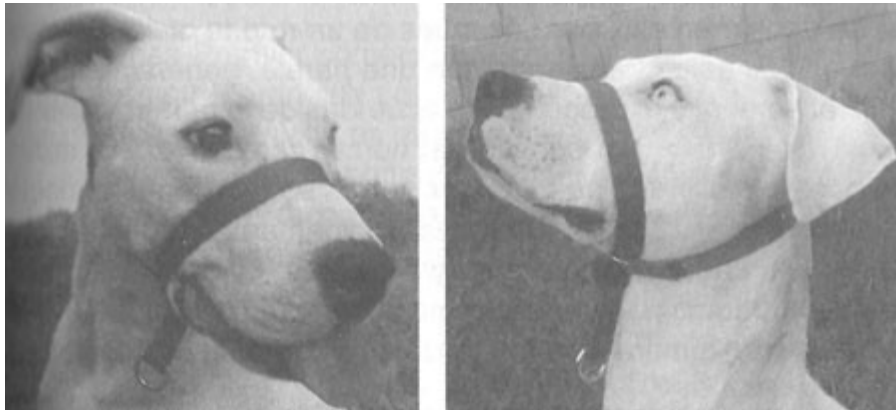
Aunque un arnés con enganche frontal no te permitirá dirigir la cabeza del perro, te dará mejor control que un arnés tradicional de cuerpo y la mayoría de perros lo aceptan inmediatamente. Los arneses con enganche frontal son una buena opción para perros que tiran pero que no son agresivos con otros perros o personas en los paseos. Son también fáciles de poner y quitar. El arnés Gentle Leader Easy Walk de Premier, la marca más conocida, se puede conseguir al por mayor (y venderlo directamente a tus clientes). (Para encontrar estos arneses corporales con enganche frontal, consulta Recursos).

15.2.3 Ronzales (Head Halters)

Los ronzales son una buena opción durante los paseos para perros agresivos con otros perros o personas. Son también útiles cuando el perro de tu cliente es grande o fuerte y el cliente es pequeño, frágil o discapacitado. A los ronzales se les puede llamar la «dirección asistida» de los perros, porque verdaderamente funcionan así. No permiten al perro tirar con mucha fuerza. Mojo pesa 60 kilos, que es mucho más de lo que peso yo empapada hasta los huesos. Está bien adiestrado, pero si ve un gato, estás perdida. ¡Imagínate lo que sería eso si usara un collar normal! Utilizar un ronzal me da suficiente control como para mantenerme de pie bien plantada y para que los gatos no estén en peligro (Sí, se puede adiestrar perros para que no salgan corriendo tras los gatos, pero en este caso pasa tan raramente que no merece mi tiempo de adiestramiento; el ronzal es aquí una buena solución). Los ronzales eliminan cualquier presión sobre el cuello, le dan al dueño la posibilidad de dirigir la cabeza del perro (útil en situaciones en las que es necesario conseguir de inmediato la atención del perro), e incluso para cerrar la boca al perro si es

necesario.

Los dos ronzales más comunes son el Halti y el Gentle Leader (no confundir con el arnés). Ambos están hechos de nylon ligero y consisten en una tira que se ajusta sobre el hocico del perro y dos tiras que se enganchan por detrás de la cabeza. No es un bozal en el sentido tradicional: el perro puede bostezar, comer y ladrar mientras lo lleva puesto. La correa se engancha en un anillo bajo la barbilla del perro. Hay diferencias entre las dos marcas: el Gentle Leader tiene una única tira de nylon alrededor del hocico, con un cierre de plástico para mantenerlo fijo en la posición. El Halti tiene dos tiras diagonales unidas a la tira principal del hocico, formando una cesta de nylon. En vez de un cierre plástico, hay un pequeño anillo metálico que hace que el fleje del hocico se tense cuando el perro tira. El Halti también tiene una tira de seguridad que se abrocha al collar de hebilla plana del perro. De esa forma, incluso si el perro se las arregla para quitarse el arnés, la correa sigue enganchada al collar.



A la izquierda, Gentle Leader (ahora también los hay disponibles con tiras de hocico más finas), y a la derecha, Halti

Con el ronzal a menudo se necesita un corto periodo de aclimatación, ya que evidentemente, a los perros no les gusta sentir nada sobre el hocico. El breve periodo de ajuste merece la pena a la larga. Muchos dueños de perros temerosos o agresivos descubren que, además de hacer más fácil el paseo con el perro, los ronzales tienen un notable efecto calmante. De hecho, el fabricante del Gentle Leader llama la atención sobre el hecho de que los cachorros parecen relajarse cuando sus madres les aprietan el hocico y teorizan sobre que el ronzal tiene el mismo efecto.

Otra posible explicación es que el efecto calmante se produce porque la cinta de la cabeza presiona un punto natural de acupresión. Sea cual sea la razón, muchos perros tienen una respuesta de relajación evidente cuando llevan un arnés de cabeza.

Tienes que familiarizarte con los ronzales antes de usarlos con los perros de los clientes. Practica colocándolos correctamente y paseando a tus propios perros primero. Premier, la empresa que fabrica el Gentle Leader, dispone de un video que muestra cómo

colocarlo y usarlo adecuadamente.

Inicialmente, a algunos perros no les gusta sentir el ronzal. Yo les explico a los clientes que es parecido a acostumbrarse a usar gafas o sujetador. Al principio es incómodo y no puedes dejar de pensar en ello, pero después de un rato te olvidas de que está ahí. Si estoy trabajando con una pareja, generalmente me dirijo al hombre y le pregunto «Te acuerdas de tu primer sujetador ¿no?» (vale, tengo un sentido del humor combativo. Por suerte siempre se ríen). Aunque algunos perros se resisten al principio, la mayoría se acomodan al ronzal rápidamente, especialmente si se acompaña con golosinas y/o paseos. Mira las instrucciones del producto para más información sobre cómo ayudar a los perros a acostumbrarse a los ronzales y sobre su uso correcto.

Nota: Si bien es normal que un perro se resista un poco al uso del ronzal durante el periodo de aclimatación, un pequeño porcentaje de perros se «apagan» completamente, se echan inmóviles y parecen tristes. Para estos perros no son apropiados los ronzales.

La ventaja de vender ronzales o arneses a tus clientes es que puedes tener un ingreso extra. Asegúrate de que el equipo está bien escogido y se ajusta bien al perro y de que puedes ofrecerle a los clientes una práctica supervisada. También le ahorra a tus clientes el lío de ir a la tienda. Si quieres vender Gentle Leader o cualquier otro producto de Premier (incluyendo su arnés Gentle Leader Easy Walk), consulta la sección de Recursos.

15.2.4 Collares Martingale



Collar Martingale (Collar Premier)

Los collares tipo Martingale son parecidos a los collares fijos de hebilla a los que estamos acostumbrados, pero con una cinta extra de nylon con una anilla que hace que actúe como un collar deslizante con un recorrido limitado. La correa se engancha a la anilla de la cinta añadida. Cuando se tira de ella, junta los anillos del collar principal, que se aprieta pero sin llegar a ahogar al perro. Estos collares proporcionan más control que los collares fijos usuales y son especialmente útiles para perros que tienden a quitarse el collar, como las razas de cabeza estrecha.

La empresa Premier comercializa collares de tipo Martingale con el nombre de Collar Premier. Los puedes pedir al por mayor para venderlos a tus clientes, o puedes recomendarles que se los compren en una tienda cercana. Consulta en Recursos.

15.3 Clickers

El adiestramiento con clicker es un modo no coercitivo, efectivo y divertido de adiestrar perros. Aunque yo no utilizo el clicker en todas las situaciones de adiestramiento, siempre está en mi caja de herramientas.

Un clicker es una cajita parecida a las ranitas de hojalata que se vendían como artículos de fiesta. La mayoría de los clickers modernos consisten en una lámina de metal dentro de una caja de plástico. Cuando se oprime la lámina, hace clic. El adiestrador hace clic en el instante exacto en el que el perro realiza la acción correcta. A cada clic le sigue un premio (¿por qué si no le iba a importar a un perro ganarse un clic?). Por ejemplo, podemos recompensar a un perro por ponerse en posición de echado, haciendo clic en el instante preciso en el que el perro está horizontal, y luego darle el premio. Marcar la postura correcta del cuerpo haciendo clic le permite al perro reconocer con precisión el ejercicio que queremos. Una vez que lo capta y lo hace sistemáticamente, basta con darle un nombre, es decir, una palabra (por ejemplo, *échate*) justo antes de que ocurra la acción. El perro asociará la palabra con la acción de echarse. Una vez que el perro responde sistemáticamente a la palabra, se puede proceder a retirar el clicker paulatinamente.

El clicker se usa a menudo junto con el premio con comida, pero también se puede usar para moldear o «fijar» conductas sin recompensa. Moldear una conducta significa hacer clic y premiar cuando un perro hace algo por sí mismo, como bostezar. Si se hace clic en el instante preciso con frecuencia, el perro ofrecerá ese comportamiento con mayor regularidad. El adiestramiento con clicker le enseña a los perros a pensar por sí mismos y es mentalmente estimulante tanto para los perros como para las personas.

Es posible que el adiestramiento con clicker te parezca extraño al principio, especialmente si estás acostumbrado al tipo de adiestramiento en donde se dan órdenes y se lleva a los perros a la posición deseada premiándolos posteriormente. Pero merece la pena investigar y aprender sobre ello. Los dueños se asombran continuamente de lo rápido que aprenden sus perros y lo bien que se concentran en el adiestramiento con clicker.

Para ser honesta, es una forma realmente divertida de adiestrar. Encontrarás excelentes libros sobre adiestramiento con clicker, así como videos y DVD en la sección Recursos, junto con lugares donde comprar clickers. Mis clickers tienen impreso el nombre de mi empresa, el número de teléfono y su logotipo. Los tuyos también deben tenerlos y debes dárselos a cada cliente con el que los uses.

15.4 Recompensas

Es buena idea llevar varios tipos diferentes de recompensas a las sesiones de adiestramiento. Después de todo, el adiestramiento con recompensa es difícil si al perro no le gustan tus golosinas. Si te equivocas, siempre puedes preguntar a los clientes si tienen algo que le guste al perro, pero es mejor estar preparado.

Cada uno tiene su propia golosina favorita de adiestramiento. La mía son las croquetas para perros Natural Balance de Dick Van Patten. Estas croquetas con forma de salchicha tienen ingredientes sanos y huelen casi como la carne. De hecho una vez tuve una clienta que dejó una croqueta en la nevera cuando se fueron de vacaciones y cuando volvió se encontró que quien limpiaba su casa ¡se había estado haciendo bocadillos con él! Para usar en el adiestramiento, corta la croqueta en trozos del tamaño de un guisante. Los premios tienen que tener más o menos el tamaño de un guisante (o un poco más para perros más grandes) y deben ser fáciles de masticar.

Otras recompensas de adiestramiento son queso o salchichas cortados en rodajas del tamaño de una moneda. Si no quieres darle al perro la grasa de las salchichas, cuécelas treinta segundos en el microondas y déjalas enfriar antes de usarlas.

15.5 Assess-A-Hand (Mano de prueba)

La adiestradora Sue Sternberg, que realiza un trabajo increíble con perros de acogida, es la responsable de un invento maravilloso llamado Assess-A-Hand (Mano de prueba).



Assess-A-Hand

Esta sencilla pero brillante herramienta consiste en un palo de madera cubierto de gomaespuma y enfundado en una manga de camisa, con una mano de plástico al final. Aunque no parece exactamente un brazo humano, es suficientemente realista para que muchos perros que protegen la comida no le permitan acercarse a su plato.

Todo el hincapié que pueda hacerse sobre el valor del Assess-A-Hand es poco cuando se trata con la agresividad.

Una vez lo utilicé para probar el carácter de una mezcla de Chow-chow. Mientras el perro protegía su comida, metí la mano despacio desde atrás en su campo de visión, y luego, hacia la comida. El perro no sólo reaccionó a la mano, sino que ¡la mordió una y otra vez subiendo por el brazo de madera hacia mí! He de admitir que salté como metro y medio hacia atrás (y también los que estaban a mi alrededor). Agradecí haber estado usando el Assess-A-Hand.

También es útil para colocarle la correa a perros agresivos o asustados y para probar la agresión ante la aproximación de extraños (para medir si un perro realmente morderá si alguien llega y lo acaricia). Mira en la sección Recursos para adquirirlo.

15.6 Cables

Son cables metálicos cortos (normalmente de uno a dos metros) con cobertura de plástico. Algunos llevan enganches en ambos extremos de forma que uno de ellos puede engancharse al collar y el otro a una anilla adosada a la pared. Otros tienen un enganche en un extremo y un pequeño lazo en el otro, de forma que se puede enganchar alrededor de la pata de un mueble pesado (pasa el cable alrededor de la pata y luego pasa el enganche por el lazo y sujétalo al collar del perro). Una correa normal puede servir, pero muchos perros la romperán a mordiscos (ese problema también se puede resolver utilizando disuasores del gusto; mira en la siguiente sección).

El cable se usa para restringir al perro dentro de una zona. Se puede usar para enseñar a los perros a calmarse cuando sus dueños se relajan, para controlar que varios perros no se peleen mientras mordisquean juguetes y para ayudar a reducir los destrozos en el hogar (los perros no ensucian su área de descanso, y el cable la reduce drásticamente). Si su dueño está ocupado, se puede atar cerca al perro destructivo para evitar comportamientos indeseados.

Los cables deben usarse sólo cuando los dueños del perro estén presentes. Se debe proporcionar una cama para el perro junto con un Kong relleno u otro juguete de morder. Si adquieres el número de abril de 2001 de la revista *Whole Dog Journal*, encontrarás instrucciones sobre cómo hacerte tus propios cables. También puedes comprar los ya preparados que aparecen en la sección Recursos.

15.7 Disuasores del gusto

Los disuasores del gusto suelen venir en forma de spray (también están disponibles en crema), y se usan para evitar que los perros muerdan las cosas que no queremos que muerdan.

Los sprays se usan normalmente sobre muebles, pero se pueden emplear para muchas otras cosas. La marca más popular es el Bitter Apple de Grannick. Este clásico recurso es efectivo en un gran porcentaje de perros. Sin embargo, hay un pequeño gremio que piensa que es un manjar y se pondrá a lamerlo con entusiasmo allí donde se aplique. ¿Tenías que preguntarlo? Sí, a Mojo le encanta. De todas formas, como ninguna marca disuadirá a todos los perros, es bueno tener unos cuantos a mano. Las tiendas de mascotas suelen tener tres o cuatro marcas. Si llevas algunos en la bolsa que llevas a las citas, puedes hacer la prueba de gusto con el perro del cliente para ver cuál provoca ese ¡puaj!, y así ahorrarle al cliente dinero sin tener que comprar lo que no funciona e impresionándolo con lo preparado que vas.

15.8 Conocimiento

«Conocimiento» puede sonar a una cosa extraña para tu caja de herramientas, pero es razonablemente lo más valioso que tienes para ofrecer. Todos los aparatos, recompensas y juguetes del mundo no significan nada salvo que sepas usarlos con eficacia. Cuantas más soluciones tengas para un problema, mejor. Digamos que tu cliente tiene un perro que está nervioso y asustado ¿Qué hay en tu caja de herramientas aparte de las técnicas de modificación del comportamiento? ¿Estás familiarizado con remedios vegetales? ¿Flores de Bach? ¿Medicina holística? ¿Productos con DAP (Dog Appeasing Pheromone: feromona de apaciguamiento de perros)? ¿Y con el Tellington Touch? Cuanto más sepas, más soluciones puedes ofrecer. Se puede encontrar información sobre el uso de productos para perros asustadizos en el libro *Ayuda para tu perro asustado* (mira en Recursos).

El conocimiento de la zona también es importante. ¿Qué pasa si un problema de comportamiento de un perro se soluciona quemando un poco de energía, en lugar de estar encerrado? ¿Conoces algún centro canino de día? ¿Y paseadores o cuidadores competentes? Quizá una clase de Agility cercana, a la que asistan perro y dueño, pueda ser una ayuda. No tienes que aprendértelo todo y de una vez, pero debes mantener los oídos abiertos y la mente despierta. Conviértete en un almacén de información. Puede que lo que encuentres por el camino no sea útil inmediatamente, pero llegará el día en que resulte práctico.

Otras cosas para tener en la caja de herramientas incluyen correas, collares, juguetes, objetos diana (para el adiestramiento con clicker), bolas, vendas y otros productos de primeros auxilios (¡por si acaso!), libros y apuntes. Puede que hayas notado que no hay collares de castigo ni eléctricos en mi caja de herramientas. Eso es porque no los uso. Para ver un artículo informativo en la red sobre los collares de castigo y eléctricos (de choque), visita www.sfspca.org/gifs/pdf_dogrights/choke.pdf.

16. Preparación para sesiones a domicilio

16.1 Sondeo telefónico

Ya hemos dado consejos genéricos para recibir llamadas. A continuación se presentan algunas cuestiones específicas que deben incluirse en cualquier cuestionario telefónico:

1. Raza, sexo y edad del perro. Esta información puede ponerte sobre aviso de posibles razones para los problemas de comportamiento y darte alguna idea del posible pronóstico.

Por ejemplo, se sabe que a los Terrier les gusta excavar y que los Huskies Siberianos pueden ser unos artistas del escapismo. No será raro encontrarse con esos problemas en esas razas. Una situación en la que dos perras de la misma edad se pelean posiblemente no será tan fácil de resolver como una que tenga que ver con peleas entre un par de machos o hembras de diferente edad. Los perros mayores han curtido sus conductas durante más tiempo, así que estarán más afianzados en sus modales que los más jóvenes.

2. ¿Está el perro o perra castrado/esterilizada? Esto puede ser un factor importante cuando hay un problema como la agresión entre dos machos o el comportamiento de marcar de un macho.

3. ¿Tiene el perro algún problema de salud? Al igual que las personas actuamos de forma diferente cuando nos duele algo, los perros también lo hacen. Aunque un problema de salud no siempre provoca un problema de comportamiento, en los casos en los que la agresión aparece repentinamente es prudente considerarlo. En tono menos dramático, querrás saber sobre problemas médicos para, por ejemplo, no recomendar un programa extenuante de ejercicio para un perro con displasia de cadera. Durante la sesión, no olvides preguntar por alergias a la comida, para no utilizar recompensas que puedan producirle una reacción alérgica.

4. ¿Hay en la casa otros animales? Apunta su edad, sexo y raza, si tienen problemas de comportamiento y cómo se llevan todos los animales.

5. ¿Hay otros adultos o niños en la casa? ¿Edad de los niños? Que haya niños en casa puede complicar un problema de comportamiento. Por ejemplo, una cosa es que los adultos vivan con un perro que guarda su comida, pero otra muy diferente es cuando en la casa hay un niño pequeño. Dependiendo del problema, puedes necesitar que los niños estén presentes en la sesión de adiestramiento.

6. ¿Está el cliente interesado en enseñar al perro los modales y obediencia básica, o existe un problema de comportamiento?

a. Si sólo es obediencia y modales, ¿qué quiere enseñarle específicamente el dueño?

b. Si es de comportamiento, ¿cuál es el problema principal? Consigue una pequeña descripción.

7. ¿Hay otros problemas de comportamiento? Algunas veces esta pregunta ayuda a sacar cosas que el cliente no habría mencionado o pensado de otra forma. Por ejemplo, la consulta puede haber sido provocada por el mordisqueo del perro en la pata de una mesa, pero cuando preguntas sobre otros problemas mencionan que también se abalanza sobre la gente durante el paseo.

8. ¿El perro vive en casa con la familia o fuera, en el jardín?

9. ¿Ha mordido el perro alguna vez, o intentado morder a otro animal o a una persona? ¿Qué hace cuando entra una persona extraña? ¿Cuánto tiempo ha pasado desde que ha conocido a una persona nueva?

Aunque algunas de estas preguntas se pueden pasar por alto al teléfono, para formularlas en persona la número 9 no es negociable. Pregunta sobre la agresión incluso si parece totalmente fuera de contexto con el problema por el que llama el cliente. Una vez tuve una llamada de un cliente con la queja de que su encantador perro, un cruce de Dálmata y Pastor Australiano, había mordido la manguera y estaba destrozando el jardín. ¡Fui hasta allí y me encontré con Cerbero, la bestia de tres cabezas que guarda las puertas del infierno! El cruce de Pit Bull y Mastín de 60 kilos tenía los ojos protuberantes y la cabeza más grande que jamás había visto. Que los ojos mirasen hacia afuera en direcciones diferentes no importaba, a pesar de eso todo habría estado bien, si no hubiese sido por su actitud. Encontré a la familia fuera y les seguí hacia la casa. Ellos no tenían ningún problema en pasar al lado de Cerbero, pero aparentemente a mí no me iba a dejar ir más allá de la entrada. Mientras me gruñía, echando saliva, se hizo evidente que no sólo no estaba contento de verme, sino que su mayor problema no tenía que ver con las mangueras de jardín. Empleé todo el lenguaje corporal posible para apaciguarlo. El perro me miraba y decía de forma inequívoca «¡tú y tu lenguaje corporal os vais a ir a #\$*%!». Este «pequeño» tenía algunos problemas importantes de agresión, que deberían haber sido mencionados por teléfono. Desde luego el incidente me enseñó una lección: acordarme de preguntar si un perro ha asustado a alguien alguna vez. (Me quedé para la sesión pero, honestamente, en aquella época seguramente debía haber recomendado otro adiestrador. Recuerda, no hay nada malo en admitir que no estás cómodo con el caso, o que no tienes todas las respuestas. Además, ¡de esa forma tu reputación y la integridad de tu cuerpo quedarán intactas!).

Después de recoger la información por teléfono, debes decidir concretar una cita, escribir correctamente el nombre del cliente, el del perro, dirección, instrucciones, teléfono de casa y alternativo (móvil o del trabajo). Pregúntales también cómo consiguieron tu

número de teléfono.

Como una cortesía y, para evitar plantones y cancelaciones de última hora, llama siempre a tus clientes la tarde antes de la cita para confirmarla.

16.2 Seguimiento

Después de la llamada de teléfono, ¿dónde guardarás todos los datos que tan concienzudamente has registrado? ¿Cómo registrarás información más adelante en la sesión? Ayuda el hecho de tener una ficha individual para cada cliente. El impreso te permitirá llevar un registro de información importante y apuntar lo que ocurre en cada sesión. Así sabrás por dónde continuar la próxima vez.

A continuación encontrarás mi hoja de registro de cliente. Puedes copiarla, y añadir una sección donde señales Aceptable, Buena, Excelente (o una escala de uno a cinco) para evaluar lo bien que ha ido la sesión. Puedes incluso desarrollar un código de anotaciones como CD para Cliente Difícil, CF para Cliente Fantástico y así (mejor que escribir las frases usa códigos, ¡por si alguna vez te dejas el cuaderno en casa de un cliente!). Perfora y guarda las hojas de clientes en una carpeta de anillas, o grábalas en un ordenador portátil o en una agenda electrónica que lleves a las sesiones, y más tarde transferirla a tu ordenador. Algunos adiestradores envían un cuestionario de antemano para que el cliente lo rellene y lo devuelva abonando una señal. Si lo haces así, el formulario tiene que ser más detallado.

16.3 Ficha de entrada

Nombre: _____ Fecha: _____
Dirección: _____ Nombre del perro: _____
Teléfono: _____ Raza: _____
E-mail: _____ Edad/sexo: _____
Rec. por: _____ ¿Castrado/esterilizada? _____

Otras mascotas en la casa: _____

Otras personas en la casa: _____

Profesión/Tiempo fuera de casa: _____

Veterinario: _____

Médico/Alergias: _____

Marca de comida: _____ ¿Cuántas veces al día? _____

¿A qué hora se le da de comer? _____ ¿Come/acaba enseguida? _____

Otras recompensas o comida y frecuencia: _____

¿Dónde consiguieron el perro y hace cuánto? _____

¿Destrozos? ____ ¿Adiestrado con jaula? ____ ¿Dónde duerme? _____

¿% tiempo dentro/fuera? ____ ¿Dónde se queda cuando está solo? _____

¿Adiestramiento previo? Comportamiento y métodos de adiestramiento utilizados: _____

Tipo y frecuencia de ejercicio: _____

Equipo usado en el paseo: _____

¿Ha mordido alguna vez a un animal o persona? (Describir debajo)

Motivo de la consulta: _____

Notas: _____

16.4 Programación

Cuando se trata de programar citas a domicilio, intenta fijarte una carga de trabajo y un horario con el que estés cómodo. A pesar de que estás a merced de la disponibilidad de los clientes, si decides que el domingo es tu día para pasar con la familia, no admitas citas en domingo sólo porque un cliente dice que le vendría mejor. Es muy tentador, especialmente cuando estás empezando, renunciar y acomodarse a los clientes. Si te comprometes demasiado, sin embargo, acabarás con citas a cualquier hora, trabajando a veces cuando no es tu mejor momento. Esfuérzate por conseguir un equilibrio cómodo.

A medida que tu negocio crezca, programar y poner límites serán incluso más importantes. Algunos adiestradores están cómodos haciendo dos o tres citas diarias a domicilio, mientras que otros prefieren cinco o seis. Desarrollarás un sentido de cuánto es lo que puedes gestionar y cuánto tiempo dejar entre citas para el desplazamiento. Si programas uno o dos días inusualmente cargados, intenta dejar el siguiente poco cargado o tómatelo libre. Por supuesto, algunos adiestradores prefieren distribuir las citas más homogéneamente. Si, por ejemplo, estás en tu momento de mayor energía y preparado para el trabajo por las mañanas, pero te aletargas hacia las 4 de la tarde, puede que quieras concentrar tus citas en las mañanas y dejar el resto del día libre.

Aunque resulte obvio, es importante mantener un buen nivel de energía y estar sano. Si has programado varias citas seguidas, llévate una nevera portátil con un tentempié (como por ejemplo con aperitivos de queso o yogur) para no tener hambre y mantener estable el nivel de glucosa en sangre. Las neveras son igualmente útiles para mantener frescas las recompensas para los perros.

Haz ejercicio u otra actividad que te guste para combatir el estrés. Tómate unas cortas vacaciones para recargar baterías. Todo trabajo, independientemente de lo agradable que sea, conlleva la posibilidad de quemarse. El adiestramiento de perros no sólo contribuye al estrés físico, sino también al mental, especialmente si tratas con problemas serios de comportamiento. Establecer pautas y límites desde el principio, mantenerlos y cuidar bien tu cuerpo y tu mente harán mucho para asegurarte una carrera larga y gratificante.

17. La cita

17.1 ¿Qué sé exactamente?

Finalmente llega el momento de tu cita. Naturalmente, eres puntual, estás presentable y listo para el trabajo. ¿Y ahora qué? Tienes sólo unos segundos para dar una buena primera impresión, así que sé amable y profesional. Sonríe y preséntate. Mientras lo haces, fijate en el comportamiento del perro (si el caso tiene que ver con agresión a humanos, tienes que haber acordado antes que el perro esté fuera o controlado de alguna forma cuando llegues). Puedes conseguir información vital simplemente con observar al perro mientras hablas con el dueño, tanto cuando ambos estéis junto a la puerta como cuando estéis dentro sentados en el salón. Observa también la interacción entre dueño y perro.

Emplea todo el tiempo necesario en recoger detalles relacionados con los problemas que te comentaron durante la exploración telefónica. También puedes notar cosas en el ambiente que te sugieran nuevas preguntas. Un buen adiestrador es en parte un detective. Más que confiar en que te la proporcione el cliente, a menudo la información que resuelve el rompecabezas de un comportamiento inadecuado es algo de lo que tú tienes que darte cuenta o sospechar.

Una vez que te hayas entrevistado con el cliente, tienes que tener una idea sólida de los problemas que hay que tratar. Si se trata de adiestramiento en obediencia y modales, sabrás qué habilidades hay que enseñar. Asegúrate también de preguntar al cliente directamente cuáles son sus objetivos generales respecto al perro. Si, por ejemplo, el perro vive en el exterior y está siendo destructivo, ¿es el objetivo del cliente que el perro deje de morder la manguera y destruir los parterres de flores solamente o quiere ir más allá para llegar a tener un perro que pueda vivir en el interior y en el que se pueda confiar?

Es crucial saber qué es lo que quieren los clientes. Lo que tú crees que es mejor para sus perros puede ser diferente a veces; ese es uno de los retos de esta profesión. Todo lo que puedes hacer es exponerle los hechos al cliente, junto con tu consejo experto. Es duro no soltar cosas como «¿Para qué compró un perro si se va a pasar todo el día solo en el jardín?». Lamentablemente eso sería no sólo poco profesional, sino que te ganaría la antipatía del cliente. ¿Recuerdas el refrán sobre que se cazan más moscas con miel que con vinagre? Pues es cierto. Llegarás más lejos con los clientes indicándoles amablemente por qué darle unas palmadas al perro no es realmente efectivo y ofreciéndole alternativas que lo que conseguirás culpándoles o reprendiéndolos. Y por fin, estarás ayudando al perro.

17.2 Diez consejos para la sesión particular

Los detalles de cómo enseñar habilidades de obediencia básica y tratar problemas de comportamiento no entran dentro del objetivo de este libro. Sin embargo, muchos de los libros de la sección Recursos tienen información muy buena al respecto.

Independientemente de cuáles son los problemas a tratar, he aquí diez consejos que ayudarán en cualquier sesión particular de adiestramiento:

1. Minimiza las distracciones. Recomiéndale de antemano a tu cliente que deje que el contestador responda al teléfono durante la sesión. Si hay otras mascotas en la casa, sugiérele que se las lleve a otro cuarto con un juguete riquísimo para morder mientras llevas a cabo el adiestramiento. A los niños debe dárseles alguna actividad como colorear o ver una película. Sin esa preparación, puede que te interrumpan constantemente, lo que puede hacer el adiestramiento difícil, sino imposible.
2. No te fíes de que la información que te suministre el cliente sea precisa. Lo que el cliente te cuenta es su percepción del comportamiento del perro, pero sacarás más información teniendo los ojos y oídos atentos y observando el comportamiento del perro y las interacciones entre perro y dueño. Haz caso de lo que el cliente dice, pero no lo tomes como infalible. El perro te contará la verdadera historia.
3. Sé paciente con el perro. Deja que los perros miedosos se acerquen a ti, no los presiones u obligues. Controla constantemente las reacciones del perro a tus actos y no lleves el adiestramiento hasta el punto de que el perro se sienta estresado o frustrado. Recuerda que en particular los cachorros jóvenes tienen un tiempo de atención muy corto. Es bueno tomarse pequeños descansos durante los que tratar cosas con el cliente. Deja que la actitud del perro marque el paso del progreso.
4. Sé paciente con el dueño. Como se dijo anteriormente, gran parte del adiestramiento de perros trata realmente de enseñar a los dueños. Intenta no frustrarte cuando alguien no entiende un concepto o no es capaz de hacer un ejercicio. Divide las cosas en pasos pequeños y alcanzables para ellos, igual que haces con los perros. Como dice el extraordinario adiestrador Bob Bailey: «El adiestramiento es una habilidad mecánica». Cuando alguien comienza a hacer malabarismos con un clicker, premios y correas, sé consciente de que ¡es difícil! Sé sensible y haz las cosas más fáciles cuando sea necesario. Puede ayudar el hacerle recordar al cliente que cuando empezaba a aprender a conducir era difícil concentrarse en hacer tantas cosas al mismo tiempo. El adiestramiento, como la conducción, se hace fluido y natural con la práctica. Y recuerda, ¡es importante dar a los dueños un refuerzo positivo cuando hacen algo bien!

Es una buena práctica para ti, como profesor, el ponerte a aprender alguna nueva habilidad por algún tiempo. Hace poco me apunté a clases de danza del vientre. Créeme, coordinar todos esos ejercicios por separado no es fácil y de repente me inundó por

completo ¡una nueva empatía por esos clientes que hacen malabares con clickers recompensas y correas!

5. Concéntrate. Abstente de contar largas y complicadas historias sobre tus propios perros o tus experiencias de adiestramiento. Mientras que una breve mención de algo personal y relevante puede ser útil, un recuento largo y detallado de tus aventuras personales podría hacer que tus clientes se preguntasen por qué están pagando por hora para escuchar cosas así.

Asegúrate de cubrir los problemas principales que has venido a tratar. Si te parece que hay otros problemas que necesitan atención, dilo así y programa otra sesión si fuera necesario.

6. Muestra, no cuentes. Si pretendes que un cliente lleve a cabo un programa completo, no le des simplemente un protocolo y esperes que lo siga directamente. Las instrucciones sobre papel no siempre se entienden para lo que fueron hechas y, además, la mayor parte de la gente aprende mejor con la práctica. Muéstrales exactamente a los clientes lo que quieres que ellos hagan con sus perros, paso a paso, y luego haz que lo practiquen para que puedas aconsejarles.

Si el perro no reacciona de la manera esperada, puedes modificar el ejercicio según se necesite.

7. Ofrece unas cuantas soluciones posibles. Siempre hay más de una solución al problema, y es importante que des con una que sea viable para el cliente. Incluso la mejor solución no vale de nada si no encaja con el estilo de vida del cliente, con sus capacidades o con el compromiso de llevarlo a cabo.

Mantén los programas sencillos y realistas y da instrucciones específicas sobre qué hacer, cómo y dónde y sobre cuándo progresar al siguiente nivel de ejercicios. Para los trabajos de modificación de conducta hay que ofrecer una visión general del programa al principio, así como dar instrucciones específicas para cada semana. De esa forma el cliente no se verá abrumado, podrá seguir el camino marcado y tú podrás modificar el programa según sea necesario.

8. No te tomes los fracasos como algo personal. Es inevitable que en algún momento un ejercicio de adiestramiento no funcione. (¡Eh, a veces los perros no han leído los libros de adiestramiento adecuados!). Si pasa eso, simplemente tómate un momento para analizar la situación y luego encuentra otra forma de afrontar el problema. Puede que tengas que dividir el ejercicio en pasos más pequeños para que el perro lo entienda. O puedes cambiar por completo a otra aproximación. La capacidad de replantearte tu enfoque sobre la marcha es parte del arte de ser un buen adiestrador y lo desarrollarás a medida que ganas experiencia. También te encontrarás con que los programas a veces fracasan porque los dueños no siguen tus instrucciones. Eso no significa que tú hayas fracasado. Ten la certeza de que lo hiciste lo mejor posible y que a veces hay cosas que no están en tus manos.

9. Simplemente di «No». Si se hace evidente que un problema no es lo que te presentaron por teléfono y que no es algo con lo que estés cómodo trabajando, dilo. Insisto, no hay nada malo en saludar con elegancia y recomendar al cliente otro adiestrador.

10. ¡Realismo, por favor! La mayoría de los dueños quieren a sus perros y desean lo mejor para ellos, pero, desafortunadamente, algunos no tienen muy claro lo que es posible dentro del campo del comportamiento canino. Es inevitable que te encuentres dueños con expectativas no realistas. A veces es difícil para los adiestradores noveles (e incluso para los expertos) decir a los dueños que el comportamiento que pretenden en el perro simplemente no va a darse. Después de todo, todos queremos agradar a nuestros clientes y sentimos que podemos ayudarlos a conseguir sus metas. Sin embargo, es importante mantener los pies en la tierra y desarrollar algún mecanismo para decirles que algunas expectativas, simplemente, no son realistas. Esperar que un perro orine en un lugar específico del jardín es realista, siempre que el dueño esté dispuesto a ponerle la correa y llevarlo a ese sitio repetidamente al principio. Esperar que un perro macho, sin castrar y sin controlar deje de marcar el territorio que otro perro continúa orinando no es realista. Siempre que sea posible, esfuérzate por llegar a un compromiso en el que el dueño obtenga lo que busca y se consiga que el perro tenga éxito. Si no es posible, dile al dueño de una forma suave que lo que quiere simplemente no es realista esperar de cualquier perro.

17.3 Acabar la sesión

Tu sesión ha ido bien y es hora de irse. Deja a tus clientes tarjetas de visita y los apuntes relacionados con la sesión. Asegúrate de que entienden cómo llevar a cabo el programa de adiestramiento y, si está justificado, programa otra cita. Si no se necesita otra cita, puedes pedirles que te llamen después de una o dos semanas para que sepas cómo van progresando las cosas.

También puedes decir que llamarás por teléfono. Las llamadas de seguimiento son una buena forma de medir el éxito de los programas que prescribas, y ofrecen una oportunidad de despejar las dudas que puedan surgir. También te dan la oportunidad de programar otra cita si fuese necesario. Y el seguimiento muestra tu preocupación.

Inmediatamente después de dejar la sesión, apunta todas las nuevas notas o ideas. Si tardas demasiado, es fácil olvidar lo que se ha conseguido exactamente o lo que planeas hacer en la siguiente sesión.

17.4 Algunas consideraciones finales

Aunque estas consideraciones no se aplican a la visita real, son importantes para cualquier adiestramiento a domicilio:

1. Puede que conocidos bienintencionados o clientes tengan un amigo que está interesado en el adiestramiento, y te pidan que lo llames. No lo hagas. Las personas que no están suficientemente motivadas como para llamar por sí mismas tienen poca probabilidad de seguir un programa de adiestramiento. Agradece a la persona la recomendación y pide que su amigo te llame directamente.

2. Si llegas a una cita pero no puedes encontrar de ninguna forma al cliente, espera. Los atascos de tráfico y otros atrasos son inevitables. Si el cliente no aparece después de quince minutos, deja una cordial nota en la puerta diciendo que estuviste allí para la cita y que esperas que todo esté bien y que por favor te llame para volver a quedar. Incluso puedes tener las notas preimpresas.

No importa lo enfadado que puedas estar, no dejes una nota airada; quién sabe, puede que haya habido una emergencia real. Además, incluso si tienes una cláusula de cancelación en tu contrato, será difícil recuperar el importe si el cliente se ofende. Cuando el cliente llame para volver a quedar, sé cortés. Si hay una tasa de cancelación de por medio, recuérdale a esa persona que deberá abonarla en la siguiente cita.

3. Programa los casos de agresión los primeros del día o cuando estés más alerta y despierto. No consultes casos de agresión si no has dormido la noche anterior o estás de algún modo en baja forma. Es mejor posponer la cita que tener una equivocación importante al juzgar.

4. Más tarde o más temprano encontrarás algún cliente que simplemente no te deja en paz. Has ayudado con las preocupaciones iniciales y quizá con algunas más y el perro va de maravilla. Pero sin embargo el cliente se ha encariñado con tus visitas semanales. La razón puede ser cualquiera, desde la falta de confianza para continuar el adiestramiento por sí mismo, hasta soledad, o simplemente que le gusta tu compañía.

Si bien continuar con el adiestramiento puede ser beneficioso para tu economía, lo ético es hacer saber a esa persona que has terminado el adiestramiento acordado y que crees que es completamente capaz de llevarlo a cabo por sí solo. En caso de que diga que preferiría continuar con el adiestramiento unas cuantas semanas más con tu asistencia, o si hay otras cosas que trabajar, perfecto. Mientras tu cliente saque algo de tus sesiones de adiestramiento, y quieras continuar, adelante. Pero si crees que tu cliente sólo está continuándolo sin ninguna justificación real, lo ético es retirarse.

18. Consideraciones de las clases en grupo

18.1 Tipos de clases

Hay varios tipos de clases en grupo y la más común es la de obediencia básica para perros adultos. Algunos adiestradores también ofrecen clases intermedias y avanzadas. Para cachorros hay grupos de «guardería» que se centran en la socialización, los problemas de los cachorros y algo de obediencia básica. Algunas clases ofrecen especialmente adiestramiento con clicker. Una clase de adiestramiento con clicker incluye generalmente obediencia básica, junto con otras opciones apropiadas para el clicker, como marcar objetos diana (enseñar al perro a tocar con la nariz o con la pata) y el moldeado del comportamiento.

Un tipo de clase más especializado es la «clase de gruñidos», que se centra en perros que se muestran reactivos o agresivos con otros perros. Aunque las clases de gruñidos son cada vez más populares, no son algo que un instructor novel deba intentar. En cambio, una opción estupenda para un adiestrador principiante o intermedio, es una clase de «trucos». Este tipo de actividad se puede enseñar con o sin clicker y quizá sea uno de los grupos más divertidos a los que enseñes nunca.

La gente tiene una actitud especialmente atenta durante la enseñanza de trucos; ellos y sus perros acaban pasándoselo muy bien mientras aprenden. Intenta por todos los medios infundir esa atmósfera divertida y concentrada incluso en tus clases de obediencia básica.

Al final, ¡todas esas habilidades de obediencia no son más que trucos para los perros!

18.2 Localización

Primero, necesitas un sitio donde adiestrar. Algunos adiestradores tienen la suerte de disponer de su propia instalación cubierta. Aunque probablemente no sea tu forma de comenzar, si hay espacio disponible en una tienda para mascotas cercana, por ejemplo, pregunta si se puede alquilar por horas. Otros lugares cubiertos para probar son gimnasios de colegios, tiendas de peluquería canina, oficinas veterinarias, salas de veterinarias, salones de baile o de bodas o salas de recreo de comunidades. Las opciones en exteriores incluyen parques, aparcamientos (intenta en las tiendas de mascotas, iglesias o incluso

funerarias), o patios de colegios. Si planeas dar clases de cachorros, necesitarás un espacio seguro donde los cachorros estén a salvo de contraer enfermedades. Como se dijo anteriormente, un parque público no es un lugar apropiado para las clases de cachorros.

18.3 ¿Cuántos alumnos?

Una vez reservado el espacio, aún quedan unas cuantas decisiones por tomar. Primero, ¿cuántos perros se permitirá en cada clase? El número dependerá del espacio disponible para trabajar, si trabajas solo o con asistentes, con cuántos te sientes cómodo y con cuántos es económicamente viable. Aunque es obvio que se saca más dinero con clases más grandes, también se presta menos atención personal (salvo que tengas asistentes), lo que puede ser frustrante tanto para ti como para los dueños. Seguramente comenzarás enseñando solo, así que mantén la clase con un tamaño manejable. Como se indicó antes, el límite adecuado es de seis perros por instructor. De esa forma puedes prestar atención personal a cada equipo de perro y dueño y controlar lo que pasa en el entorno. Incluso, como se dijo antes, puedes ofrecer clases muy pequeñas, publicitándolas como grupos exclusivos y semi-privados y aceptar sólo de dos a cuatro alumnos.

18.4 Precios

Cuando hayas decidido cuántos perros aceptar, establece tus tarifas. Llama por teléfono para ver cómo están los precios en tu zona. Calcula los precios basándote en el número mínimo de perros que aceptarás en clase, así si no tienes el máximo, aún te valdrá la pena económicamente.

18.5 Horarios

Planifica tus clases en horas que sean convenientes para el público en general. Entre semana, es habitual celebrar las clases al final de la tarde o al anochecer, y en el fin de semana, durante las mañanas. En el verano, evita programarlas para el medio día, el calor puede hacerse incómodo y potencialmente peligroso tanto para los perros como para las personas (si no puedes evitar el calor, sugiere que los alumnos lleven agua para ellos y sus perros, junto con una sombrilla). Si trabajas en interiores, por supuesto no tendrás que preocuparte por el tiempo ni por tener suficiente luz. Planifica las clases del final de la tarde suficientemente tarde para dar tiempo a la gente a que llegue a casa del trabajo, pero no tan tarde que no se sientan motivados a venir. Las clases de la tarde comienzan en general a las 7:00 o 7:30 y, como la mayoría de las clases, duran una hora.

18.6 ¿Cuántas clases?

Un curso básico de obediencia para perros adultos dura generalmente entre seis y diez semanas, con una clase por semana. Algunos adiestradores prefieren que los perros no estén presentes en la primera clase. De esa forma los dueños prestan atención sin preocuparse de lo que están haciendo sus perros y pueden participar en juegos didácticos y ejercicios para personas. Otros adiestradores creen que los dueños sacan más de las clases si los perros están presentes desde el principio. Si estás dando una clase especializada como una clase de trucos, puedes optar por una estructura menos convencional, como tres o cuatro sesiones de dos horas.

18.7 Publicidad

Cuando hayas planificado las clases, es hora de informar a la gente sobre ellas. Si ofreces clases a través del Departamento de Parques y Jardines, es posible que lo publiciten por ti. Si ofreces clases que se darán en una clínica veterinaria o a través de una tienda para mascotas deja, con su permiso, una hoja de inscripción en sus locales. Luego puedes llamar a los que han dejado su número para darles más información. También puedes poner carteles por la ciudad y anunciar la clase en publicaciones locales. También debe incluirse en tu página web la información sobre la clase. Asegúrate de resaltar lo que es especial de tu clase. Por ejemplo, informa de que es una clase de adiestramiento con clicker, o de que se van a hacer juegos, lo cual es una forma divertida y eficaz de que ellos y sus perros aprendan.

18.8 Sondeo telefónico

Cuando llames por teléfono a los posibles alumnos, asegúrate de informar correctamente de la fecha y la hora de la clase, del precio y en general de lo que se abordará en la clase. Infórmales de cualquier norma específica (por ejemplo, la edad mínima que tienen que tener los niños para poder asistir). Algunos adiestradores admiten niños a partir de ocho años y no dejan que los menores de 18 asistan sin uno de sus padres. Expón también tus requisitos sobre vacunas. Para las clases de cachorros, algunos adiestradores sólo admiten a los que ya han completado su programa de vacunación, mientras que otros no son tan rigurosos. Algunos adiestradores aceptarán conteos de anticuerpos en un análisis de sangre.

Recuerda preguntar a todo alumno potencial de clases en grupo esta importante pregunta: ¿Alguna vez tu perro ha mordido a otro perro o a una persona? Plantéalo de esta forma, mejor que preguntar si su perro es «agresivo». La definición de agresivo varía de un

dueño a otro. Es crucial que tengas esta información de antemano, pues sería muy desagradable para los miembros de la clase (¡y para ti!) la sorpresa de un perro agresivo con perros o personas. La inclusión de un perro realmente agresivo en la clase no es solamente una imposición injusta para los alumnos y para sus perros, sino que es una responsabilidad potencial para ti. En vez de eso, propón sesiones privadas de modificación de la conducta para los perros agresivos.

Si bien un perro verdaderamente agresivo con perros no tiene cabida en una clase de grupo normal, si estás cómodo con la idea y tienes espacio suficiente, podrías aceptar perros que son simplemente reactivos con otros perros. Dicho de otra forma, que pueden ladrar y arremeter contra otros perros, por miedo. Es la forma perruna de decir «¡aléjate de mí, gran cosa amenazante!». La mayor parte de los perros reactivos que he aceptado en clase o bien estaban asustados o eran tipo «bull», técnicamente más antipáticos que agresivos con otros perros.

Si decides aceptar perros reactivos en tus clases, no permitas más de uno (o dos como mucho) en cada clase. Informa a los dueños al principio de la clase de que ese perro no es realmente agresivo y que no es ningún peligro para sus perros, pero que agradecerías si todos colaboran para dejarle suficiente espacio. Haz que el perro y su dueño trabajen a una distancia cómoda para los otros perros y acércalos gradualmente a medida que se progresa. En la mayoría de los casos que he encontrado, el perro reactivo podía trabajar mucho más cerca de otros perros al final de la última clase. Incluso si el perro reactivo estaba demasiado estresado para absorber completamente el adiestramiento, si simplemente ha aprendido a estar más cómodo con otros perros, ya habrá sido beneficioso.

18.9 Cartas y contratos

Una vez que te hayas asegurado de que el perro es un buen candidato para la clase, anota la dirección del dueño y envíalo un impreso para rellenar. La carta debe mencionar el lugar y la fecha de celebración de la clase, así como el precio, qué llevar (por ejemplo, golosinas, cartilla de vacunación...) y las normas de la clase. Junto con la carta incluye un contrato que te libere a ti y al proveedor del local de toda responsabilidad en caso de que ocurriese algún percance. Pide que el contrato te sea devuelto convenientemente firmado junto con el pago para garantizar la plaza. El pago por adelantado es una práctica de inestimable utilidad. De esa forma sabrás con certeza cuántas personas asistirán y puedes evitar dar una clase sólo para unas pocas personas, o tener demasiadas para controlar.

A continuación propongo un ejemplo de carta para anunciar una clase de cachorros.

¡Enhorabuena por haber elegido el adiestramiento en positivo para tu cachorro, un método amigable para el perro y las personas!

La clase a la que te has apuntado te proporcionará mucho tiempo de juego y de socialización con otros cachorros. Se tratarán soluciones a problemas comunes como el mordisqueo, comer con ansiedad, saltar sobre la gente, etc. Tu cachorro también se iniciará en los ejercicios de *sienta*, *échate* y la llamada. Aprenderás sobre comportamiento canino, el lenguaje corporal y cómo piensan y aprenden los perros.

Cuando vengas a la clase, por favor trae contigo lo siguiente:

La cartilla de vacunación actualizada.

Tu cachorro, con un collar fijo simple (no collares eléctricos ni de estrangulamiento).

Golosinas como salchichas, queso, hígado seco o rollitos Natural Balance, cortados en piezas del tamaño de guisantes o de monedas. Si tu perro tiene problemas de peso o salud, utiliza su comida seca habitual, ponía en una bolsa cerrada durante una noche con pollo o salchichas. Por la mañana, quita el pollo o las salchichas. ¡La galleta habrá absorbido el delicioso sabor del pollo o la salchicha!

Cuando llegues, entra en la zona de adiestramiento con tu cachorro atado con correa y no te acerques a los otros cachorros. Una presentación segura y supervisada siempre es mejor. Son bienvenidos todos los miembros de la familia, incluyendo niños de más de ocho años, acompañados de uno de los padres.

Por favor firma y devuelve el acuerdo de servicio de adiestramiento adjunto, junto con el pago (60 €) para garantizar tu plaza en la clase. La clase comienza el lunes, 15 de mayo a las 19:30 y continuará durante seis lunes. Por favor guarda esta carta para tener escritos el lugar, el día y la hora de celebración de la clase. Llamaré antes del día de inicio para confirmar las inscripciones y contestar a cualquier pregunta de último momento.

¡Estamos muy contentos de tenerte a ti y a *Sadie* en la clase!

Lugar: Clínica Veterinaria XYZ, Calle mayor, 83. Tel.: 91 666 9584

Acuerdo de servicio de Adiestramiento de perros

Nombre del perro:

Nombre del dueño:

Raza:

Teléfono casa:

Edad:

Sexo:

Peso:

Teléfono trabajo:

¿Castrado / esterilizada?

Dirección:

¿Vacunas en regla?

Código Postal/Ciudad/Provincia:

Nombre del veterinario:

Teléfono veterinario:

Precio adiestramiento: 60 €

Comienzo: Lunes, 15 de mayo de 2007

Duración: 4 semanas

Lugar: Clínica Veterinaria X, C/ Mayor, 83

Hora: 19:30 - 20:30

Tel.: 91 666 9584

A la primera clase se debe acudir sin perro. Por favor, traiga la cartilla de vacunación.

Las clases se completan por orden de llegada. No se reservará plaza hasta que el pago se haya hecho efectivo, junto con el presente acuerdo de adiestramiento firmado y entregado con antelación al inicio de la primera clase.

SERVICIOS OFERTADOS: Las clases serán impartidas por (nombre del adiestrador/a), adiestrador/a de perros profesional. Las clases están limitadas a 6 perros, de manera que se pueda prestar la atención personal suficiente para cada equipo de perro y cuidador. El adiestrador podrá, bajo su criterio, rechazar la entrada de un perro que no esté

sano, sea agresivo o no parezca ser apropiado para los servicios ofertados.

PAGO: El pago debe hacerse antes del inicio del adiestramiento. No se harán reembolsos.

EXPULSIÓN DEL ADIESTRAMIENTO: El adiestrador podrá retirar a un perro de la clase si, según su criterio, existe cualquier riesgo o amenaza de cualquier naturaleza con cualquier otro animal o persona. No se harán reembolsos por ninguna de estas circunstancias.

PELIGRO: El dueño acepta indemnizar y amparar a la clínica X (en adelante «la instalación»), a todo su personal y al adiestrador por toda responsabilidad por cualquier pérdida, daño o heridas a personas, animales o propiedades provocadas o relacionadas con su perro. El dueño acepta eximir a la instalación y/o al adiestrador de toda responsabilidad por pérdidas o daños a animales por cualquier motivo, salvo que dicha pérdida o daño sea el resultado directo de la negligencia del adiestrador o de problemas en las instalaciones.

ARBITRAJE: Cualquier litigio entre las partes sobre cualquiera de los términos, convenios o condiciones de este acuerdo se someterá a la jurisdicción pertinente a petición de cualquiera de las partes, y deberá estar de acuerdo y ajustarse a las cláusulas de arbitraje pertinente.

Fecha:

El dueño:

El adiestrador:

19. La clase en grupo

19.1 Programa de la lección

Independientemente del tipo de clase que des, necesitarás un programa de lo que se tratará en cada lección.

Haz una lista de las habilidades que quieres enseñar durante el curso. Por ejemplo, una clase de obediencia básica habitualmente cubre *sienta*, *échate* y *caminar al lado* (u otras formas menos formales de caminar con la correa suelta), *ven aquí* (también conocido como llamada) y *quieto*. La mayoría de los adiestradores también enseñan ejercicios de atención. Después de todo, si no tienes la atención del perro, ¿no vas a conseguir una gran respuesta de nada más! Además, algunos adiestradores incluyen *deja*, es decir, «eso que estás a punto de meterte en la boca... ¡ni lo sueñes!» y *échate quieto*. Eso es sólo lo básico. Completarás tu programa con otros temas, juegos y ejercicios relacionados con las habilidades que se enseñan.

19.2 La primera clase

El primer día de clase es un buen momento para repasar los procedimientos. Comenta los protocolos que rigen la interacción entre perros, como hacer preguntas y cualquier otra cosa que creas que es importante que sepan tus alumnos. La primera sesión también es el momento para comprobar las cartillas de vacunas, los collares (si son de tipo apropiado y ajustan bien), y recoger los contratos o dinero pendientes.

La mayoría de las clases en grupo para perros adultos no incluyen periodos de juego o de socialización, pero si los perros son amigables y los dueños quieren, puedes dejar que se mezclen antes o después de la clase, aunque sujetos con la correa.

Es importante que los dueños sepan antes de llegar a las instalaciones que no se deja mezclar a los perros durante la clase. Si tu primera clase es sólo para personas, eso no será ningún problema. Si tienes perros en la primera clase, define las reglas de interacción entre perros en tu carta de inscripción y acuérdaselas a los dueños por teléfono antes del primer día. Naturalmente, a veces también tendrás que recordar a los alumnos las reglas durante la clase.

Si los alumnos hacen preguntas durante la clase, respóndelas siempre que correspondan al ejercicio o tema que se trate. Al fin y al cabo, no hay preguntas estúpidas y es probable que alguien más se esté preguntando la misma cosa. Las preguntas más individualizadas pueden hacerse durante los quince minutos previos a la clase para prepararse, o en los quince minutos posteriores a su conclusión. Si prefieres no responder preguntas antes o después de la clase, puedes pedirles a los alumnos que te llamen con las preguntas durante la semana, o dedicar los últimos diez minutos de las clases a las preguntas y respuestas. Un adiestrador que conozco dedica diez minutos a una tormenta de ideas al final de cada clase. Un alumno propone una pregunta de adiestramiento o comportamiento y entonces el instructor u otros alumnos ofrecen respuestas. Este es un modo excelente de mantener a los alumnos implicados y muchos alumnos llegan a soluciones creativas y excelentes.

Es un protocolo estándar que los alumnos se presenten a sí mismos y a sus perros en la primera clase. Recuerda presentarte tú también. En mis clases, a cada dueño se le pedía que diese su nombre, el del perro, la raza y la edad, y que contase alguna cosa que realmente le gustaba de su perro.

Este último detalle puede ser muy revelador. A menudo tendrás un avance de lo que vendrá después cuando alguien responda «realmente no se me ocurre nada», o «vaya, hay tantas cosas que ¡seguro que no podría nombrarlas todas!», o incluso «me gusta porque va a juego con mi sofá» (sí, ¡lo he oído!).

La primera clase también es el momento perfecto (sobre todo si los perros no están) para explicar brevemente los principios básicos de adiestramiento y psicología, y cómo se aplican al adiestramiento que realizarás. Podrías incluir un repaso de cómo piensan y aprenden los perros, cuándo y cómo reforzar comportamientos, la importancia del timing, instante para premiar, etc.

Tus explicaciones deben estar ausentes de jerga científica. Por ejemplo, si quieres que tus alumnos pasen de premiar al perro cada vez que se sienta a premiarlo cada dos o más veces, no deberías de pedirles que cambien «de un patrón de refuerzo continuo a uno intermitente de periodo aleatorio». De otra forma, acabarás con una habitación llena de miradas ausentes (y no me refiero a los perros).

Si los perros no están presentes y estás enseñando el adiestramiento con clicker, la primera clase es un momento ideal para que los dueños practiquen con el clicker. Los alumnos pueden ponerse en parejas donde uno haga el papel del perro y otro el del dueño; el dueño hace clic y recompensa comportamientos simples como establecer contacto visual (La gente realmente se mete en el juego ¡algunos incluso comienzan a ladrar y arañar!). Los alumnos pueden hacer ejercicios que mejoren su coordinación, como que tú dejes caer una bola y les pidas que hagan clic antes de que toque el suelo.

Muchos adiestradores de clicker juegan al Juego del Adiestramiento durante la primera clase. Un alumno sale de la clase, mientras los otros deciden una tarea simple que tiene que realizar, como levantar un objeto concreto. El alumno vuelve a entrar. Cada vez

que se mueve en la dirección donde finalmente tiene que realizar la tarea, los otros alumnos hacen clic. El juego enseña a los dueños la valiosa habilidad de moldear un comportamiento dividiéndolo en pasos pequeños (para una descripción más profunda del juego, mira en Recursos el libro de Karen Pryor *¡No lo mates... enséñale!*). ¿He mencionado lo bien que se lo pasan con este juego? ¡Es divertidísimo!

Nota: Si los perros están presentes en la primera clase, pido a los dueños que los premien cada vez que estén calmados o establezcan contacto visual. Recompensar la calma y el contacto visual reduce considerablemente el caos de la primera vez.

19.3 Desarrollo de la clase

Cuando hagas la planificación de tus cursos, ten en cuenta que debe haber una progresión natural de las habilidades. Por ejemplo, lo primero que enseñe en una clase de obediencia básica es la atención. Cuando los perros están más atentos a sus dueños, pueden aprender a sentarse. La orden *échate se* enseña después de *sienta*, porque *échate se* enseña desde la posición de sentado.

Recuerda que algunos ejercicios, como sentarse y echarse, pueden enseñarse bastante rápidamente. Otros, como conseguir una llamada sólida, una permanencia larga o caminar sin tirar de la correa, son procesos más lentos. Así que a pesar de que sentarse y tumbarse se presentan casi inmediatamente, también debes introducir pronto otros ejercicios en el programa.

El objetivo es enseñar primero cada habilidad específica y después elaborar las diferentes habilidades sobre ellas. Haz que los alumnos practiquen cada ejercicio en casa, primero sin distracciones en un lugar concreto, luego en diferentes lugares de la casa, después fuera de casa sin distracciones y finalmente, enséñales a practicar las nuevas habilidades con distracciones tanto dentro como fuera de la clase.

Verás que irás adaptando tu planificación docente a las necesidades específicas de los perros y las personas, así como el ritmo de la clase y el tiempo necesario para responder a las preguntas. Intenta mantener el programa de la lección, pero no te incomodes si te encuentras desviándote de él, o pasando por alto pequeños detalles que habías previsto abordar.

Así es la naturaleza de la bestia. Con la experiencia te acostumbrarás a cambiar el programa sobre la marcha para que todo salga bien de todas formas.

A continuación hay un ejemplo de cómo puede quedar un único ejercicio a lo largo de tu curso. En este ejemplo *échate-quieto se* presenta en la tercera clase. Supondremos que los perros ya han aprendido a sentarse y echarse.

Esta no es una explicación precisa de cómo se enseña un ejercicio, sino más bien de

cómo evoluciona:

Tercera clase: Los perros están echados. Los dueños están al lado de los perros. Se premia a los perros por echarse-quietos de tres a cinco segundos. Si un perro no aguanta tres segundos, el dueño comienza con la duración que puede manejar.

Se enseña a los dueños la manera de trabajar con sus perros en casa, incrementando gradualmente la duración, sin separarse del perro. El objetivo durante la semana de prácticas es conseguir que el perro aguante un minuto en la posición de echado o quieto al lado de su dueño.

Cuarta clase: Suponiendo que los perros puedan echarse y quedarse quietos junto a los dueños durante un minuto, los dueños se separan un paso. Los perros permanecen echados y quietos durante diez segundos (o el tiempo que aguanten).

Enseña a los dueños la manera de aumentar esta distancia gradualmente, es decir, cada vez que se añade un paso, se debe reducir el tiempo a diez segundos (o menos, si es necesario), y después aumentar gradualmente esta duración. El objetivo es conseguir tres pasos de distancia entre el dueño y el perro durante la semana de prácticas en casa.

Quinta clase: A medida que los perros permanecen echados-quietos, los dueños deben introducir pequeñas distracciones cercanas, como caminar alrededor de los perros, agacharse a atarse un cordón del zapato, dar un salto, dar un paso de baile o hacer sonar un juguete. Los dueños deben ir incrementando el tiempo durante el cual el perro permanece en esa posición, así como la distancia a la que se alejan.

Sexta clase: Se introducen distracciones mayores. Mientras los dueños permanecen cerca de sus perros, un equipo de perro y dueño camina a cierta distancia. También, mientras los dueños están a algunos pasos de distancia de los perros, otra persona camina lentamente entre medias, o se acerca lentamente a darle la mano al dueño.

Séptima clase: Mientras los perros están echados o quietos con su dueño a cierta distancia, un adulto o un niño pasa corriendo. En otro ejercicio, la mitad de los alumnos hacen la llamada mientras la otra mitad mantienen sus perros en echado-quieto.

Octava clase: ¡La graduación! Se juega a juegos que usan los excelentes echado-quieto del perro. Por ejemplo, todos los perros se echan quietos en una línea, a cierta distancia uno de otro. Un equipo de perro y dueño zigzaguean entre esa línea, con el perro en posición de junto. La pareja se coloca al final de la línea y el equipo de perro y dueño más próximo repite el ejercicio. Esto puede hacerse como una carrera entre los dueños divididos en dos equipos, con penalizaciones para los perros que rompan la posición de echado-quieto. ¡No olviden los premios para el equipo ganador!

Este plan es sólo un ejemplo para un ejercicio. Funciona mejor probando cosas diferentes y modificándolas, una y otra vez. Sólo recuerda que el objetivo es reforzar cada habilidad a medida que la clase progresa, para que, en la última clase, los perros puedan

realizar los ejercicios incluso con distracciones. Nadie espera que los perros de un grupo de principiantes acaben siendo perros «a prueba de bombas» (que no reaccionen a ninguna distracción). A pesar de ello, procura conseguir los mejores resultados que los perros y los dueños de tu clase puedan conseguir.

19.4 Tareas para casa

Junto con los planes de la lección, necesitas preparar las tareas para casa. Hazlas cortas y sencillas. Repasa cómo adiestrar al perro, y da consejos útiles y específicos sobre cómo hacerlo. Por ejemplo, mejor que decir «Practica *sienta* esta semana», podrías sugerir que una vez que el perro domine el sentarse, el dueño debería pedir al perro que se siente antes de las comidas y antes de que le pongan la correa para el paseo; que practique con el perro sentándose al lado del dueño más que enfrente de este; y que practique el sentarse, con el dueño también sentado. Algunos adiestradores dan una lista para ayudar a los dueños a llevar un control de sus progresos. Las hojas de tareas para casa también son el sitio apropiado para incluir cualquier material para la lectura que sea importante, pero que habría consumido tiempo de clase (y probablemente no se habría asimilado totalmente). El material de lectura puede incluir información sobre problemas de comportamiento, liderazgo, principios básicos de adiestramiento, temas de salud, etc.

19.5 Graduación

Es muy divertido tener una fiesta de graduación en la clase final. Al final, todos han estado adiestrando diligentemente durante los últimos meses. ¡Se lo merecen! El día de Graduación es el momento para señalar cuánto han avanzado los perros y los dueños y dejarles que lo muestren. Haz juegos (con premios simpáticos) que incorporen lo que se ha aprendido. Se deben entregar los certificados de graduación, junto con un pequeño regalo para cada equipo de alumno y perro. El ambiente debe ser de alegre celebración.

Hay un juego maravilloso llamado Mi perro puede hacer eso (mira en Recursos) que seguro que produce diversión y risas durante la graduación. El juego consiste en una caja con cartas, cada una de las cuales tiene una tarea para que el equipo de dueño y perro tenga que hacer para avanzar. Las cartas están separadas en tareas para principiantes o avanzados, así puedes usar las que sean apropiadas para tu grupo. Hemos pasado maravillosos ratos jugando a ese juego.

Resulta tan gratificante ver a los alumnos sacar una carta, decir «No, mi perro no puede hacer eso» y luego ver cómo el perro sí lo hace. ¡Los alumnos siempre encuentran que sus perros pueden hacer mucho más de lo que ellos creían!

Otros juegos divertidos para la graduación son las carreras de relevos y la Silla Musical (para la Silla Musical, juega como lo harías con personas, pero no dejes que los

dueños se sienten hasta que se hayan sentado sus perros. Se pueden colocar mantas o hula-hops para que los perros se sienten en ellos). Los cuadernos de Terry Ryan (mira en Recursos/Libros diversos) incluyen otros buenos juegos que pueden hacerse en clase.

Los certificados de graduación pueden imprimirse en papel de certificado (disponible en cualquier tienda de material de oficina) utilizando el ordenador de casa. Las pegatinas de sello dorado añaden un toque agradable. Hay disponibles programas que incluyen plantillas de certificados, o puedes hacerte tu propia plantilla utilizando un procesador de texto. Los alumnos realmente disfrutan cuando se les conceden los certificados de graduación. He conocido a bastantes que lo han enmarcado y lo han colgado de la pared.

Es igualmente agradable hacer un regalo junto con el certificado. A mí me gustan mucho las Bark Bars, que son unas galletas con forma de gatos y carteros. Vienen en bonitas bolsas y son baratas, provocan risa y son sanas para los perros (recurre a Google para encontrarlas en la red). Muchos adiestradores se fabrican sus propias bolsas de regalo, que llevan golosinas para el perro, clickers, juguetes o cupones de descuento en productos o clases. ¡Sé creativo!

19.6 La despedida

En la última sesión asegúrate de mencionar cualquier clase venidera que esté programada, ya que muchos alumnos querrán entrar en el siguiente nivel. Si no ofreces clases del siguiente nivel ten preparada, si es posible, una recomendación para algún adiestrador de tu zona que sí las dé. Si das clases privadas a domicilio, es el momento de recordarle a los dueños que siempre pueden llamarte en busca de ayuda individual. Haz que todos tengan tu tarjeta de visita. Si tienes imanes de frigorífico personalizados u otros artículos promocionales, distribúyelos. De esa forma los alumnos tendrán a mano tu número y estarás en sus mentes para futuras referencias o adiestramiento.

¡La clase ha acabado!

20. Clases de cachorros

Si bien muchas de las consideraciones anteriores se aplican a cualquier tipo de clase que ofrezcas, hay algunas que son específicas para las clases de cachorros, también conocidas como Guardería de Cachorros.

20.1 Lo primero, la seguridad

Cuando se trata de cachorros jóvenes, tu prioridad ha de ser la seguridad. Los dueños tienen una legítima preocupación de que sus cachorros contraigan moquillo o parvovirus al transitar o al jugar en zonas donde han estado perros infectados. Por esa razón, la mayoría de las clases de cachorros se celebran en interiores, en una zona que haya sido desinfectada meticulosamente. Otras consideraciones de seguridad abarcan el asegurarse de que los suelos son apropiados para que los cachorros no resbalen y se hagan daño y que no haya objetos puntiagudos u obstáculos contra los que los cachorros puedan golpearse.

Como ya he mencionado, muchos veterinarios recomiendan no exponer a los cachorros a otros perros hasta que hayan completado las vacunas (a las dieciséis semanas, cuando se les pone la vacuna de la rabia). Sin embargo, muchos adiestradores ofrecen clases para cachorros de sólo diez semanas, siempre que hayan tenido al menos dos rondas de vacunación y estén sanos.

El periodo de desarrollo durante el cual la socialización tiene el efecto óptimo acaba aproximadamente a las doce semanas. Eso no significa que los cachorros no se puedan socializar después, sino que lo más eficaz es hacerlo durante ese periodo. Tú decides la edad mínima aceptable, junto con el dueño del lugar en el que llevas a cabo el adiestramiento, pero recuerda: el número de perros que pierden la vida (se entregan a albergues por problemas de comportamiento y acaban sacrificándose) por no haber sido socializados y adiestrados a tiempo es mayor que el número de perros que mueren por enfermedad.

Si decides aceptar cachorros muy jóvenes en la clase, establece también una edad máxima para no acabar con cachorritos muy pequeños abrumados por otros mucho mayores o más grandes. Mis propias clases estaban abiertas a cachorros de tres a cinco meses de edad, que hubiesen pasado al menos dos rondas de vacunación y estuviesen sanos (la edad mínima se basaba en las preferencias del veterinario de la clínica donde yo enseñaba). Algunos adiestradores prefieren dar clases para cachorros entre diez semanas y cuatro meses de edad.

Algunos adiestradores aceptan en clase cachorros de todos los tamaños, siempre que tengan la edad apropiada, y luego los separan para jugar, utilizando un vallado para las razas más pequeñas. Yo recomiendo mantener los cachorros con correa hasta que se les indica específicamente a los dueños que dejen a sus cachorros relacionarse (generalmente sólo dos o tres cachorros a la vez). De esta forma puedes controlar las interacciones entre cachorros, y hacer una narración en directo sobre el lenguaje corporal, vocalizaciones y otras cuestiones acerca de las que tus alumnos deberían conocer. Permitiendo que sólo unos pocos cachorros se relacionen a la vez, también estás garantizando la seguridad de todos y asegurando que ninguno de los cachorros acabe abrumado (este formato también mantiene a los dueños más relajados). Considero que es realmente preferible tener una mezcla de tamaños en clase. Por supuesto que no vas a emparejar un cachorro de Gran Danés con un Caniche Miniatura para jugar, pero los perros más pequeños tienen que aprender a jugar amistosamente con perros más grandes y viceversa.

Cuando los alumnos ya se hayan apuntado a tu clase, aprende un poco sobre cada raza que esté presente. Infórmate acerca de para qué se seleccionó originalmente y cuáles son sus tendencias, para relacionarlo con el adiestramiento. Por ejemplo, el dueño de un perro cruce de Retriever puede tener más problemas con los saltos que el dueño de un Shiba Inu, por ejemplo. Cuando los dueños del Pastor Australiano preguntan por qué su cachorro persigue a su hijo en cuanto se separa del resto de la familia, puedes hablarles de su instinto para el pastoreo.

También es útil ser capaz de señalar los diferentes estilos de juego de las distintas razas. Estando bien informado sobre las características de las razas cuando los alumnos se presentan junto con sus cachorros podrás hacer algún comentario sobre cada perro.

Por ejemplo, «¿sabías que los Pit Bull bien criados son muy estables y excelentes con los niños? ¡Realmente han cargado con una mala reputación!», o, «¿sabías que un Rodesia Ridgeback puede derribar un león con una sola pata?». Vale, esa puede que no sea tan útil en las ciudades hoy en día, pero es un hecho interesante, ¡y parecerás muy erudito!

20.2 Contenido

Aunque en la clase de guardería para cachorros se puede dar algún adiestramiento en obediencia básica, se debe incluir bastante tiempo para la socialización con otros cachorros y con personas. Es genial cuando los niños acuden a la clase del cachorro con sus padres, ya que de esta manera los demás cachorros están en contacto tanto con niños como con adultos.

Algunos adiestradores incluyen niveles introductorios de ejercicios de obediencia en la clase, como *atención*, *siéntate*, *échate*, la llamada, *deja* (todas ellas órdenes especialmente útiles cuando se trata con cachorros), *suelta* (diferente de *deja*: *suelta* se aplica al caso en el que el cachorro ya se ha hecho con algo), *quieto* y *a tu sitio*.

Dependiendo del espacio disponible en el área de trabajo, puede incluirse también una introducción al ejercicio de caminar sin correa.

Algunos adiestradores prefieren dividir la clase de cachorros en Nivel 1 y Nivel 2, con el primero más centrado en la socialización y problemas comunes de los cachorros y el segundo con más énfasis en las habilidades de obediencia.

La manera en que structures tu clase no es importante, siempre y cuando los principales problemas de comportamiento sean tratados convenientemente, así como otros temas importantes como los destrozos en el hogar, el adiestramiento con jaula, los saltos, los mordisqueos y bocados, el uso apropiado de juguetes de morder, el estudio de los periodos del desarrollo social canino, los objetos potencialmente peligrosos para los cachorros (incluyendo plantas venenosas y alimentos como el chocolate), los problemas de ladridos excesivos y otros comportamientos de llamada de atención, las diferentes maneras de socializar a los cachorros fuera de la clase, y por supuesto cómo evitar la ansiedad por separación.

También debes hacer ejercicios de manejo en clase, de forma que los cachorros se acostumbren a ser alzados, sujetados y manipulados. «Pasa el cachorro» es un ejercicio de clase favorito, donde todo el mundo, a indicación del instructor, le pasa su cachorro a la persona a su derecha. El juego asegura que los cachorros se acostumbran a ser manejados por diferentes personas y los prepara para las visitas a la peluquería y al veterinario.

Si incluyes ejercicios de obediencia en tus clases de cachorros, distribuye hojas de tareas para casa. Otros apuntes útiles están en el maravilloso cuaderno de Gail Pivar y Leslie Nelson llamado *Cuidando las cosas del cachorro* (mira en Recursos). El libro pretende conseguir que los cachorros mejoren utilizando un buen manejo y adiestramiento positivo y tiene secciones sobre destrozos en el hogar, adiestramiento con la jaula, mordisqueos en los juegos y mordeduras, primeros auxilios, la importancia del ejercicio y más. Incluso da la lista de plantas y sustancias caseras que pueden ser tóxicas para los perros. Es un libro barato, especialmente si lo compras al por mayor, y ofrece a los alumnos una información valiosa. (Si estás preocupado por el gasto, siempre puedes subir un poco la cuota para cubrirlo).

Decide la extensión de tu curso y programa su contenido en consonancia. La mayor parte de las clases para cachorros son de seis a ocho sesiones. Las mías eran de alguna forma inusuales ya que sólo duraban cuatro sesiones y se centraban sobre todo en la socialización, ejercicios de manejo, problemas de cachorros y algunos ejercicios introductorios de obediencia. Los dueños tenían luego la opción de apuntar a sus cachorros a mis clases de obediencia básica. Alternativamente, puedes ofrecer clases para cachorros de seis a ocho semanas que incluyan todos los ejercicios de obediencia básica y luego dejar que pasen a una clase intermedia de obediencia.

No olvides tener contacto con los dueños antes de que empiece la primera clase. Recuérdales que lleven la cartilla de vacunaciones, recompensas y todo lo demás que se necesite. Muchos adiestradores piden también que los dueños lleven felpudos o camas para

sus cachorros. Esto le da a cada cachorro un espacio específico y es útil para enseñar *a tu sitio*. Algunos adiestradores piden a los dueños que lleven el juguete favorito de su cachorro, para tenerlos ocupados cuando sea necesario. Prueba diferentes estrategias y quédate con la que te funcione mejor.

20.3 Reglas para el recreo

En las clases de cachorros es especialmente importante exponer las reglas de comportamiento para relacionarse unos con otros, tanto humanos como perros. ¿Tendrán los cachorros la correa puesta o no? ¿Se les deja a los cachorros olfatear y averiguar del resto en cualquier momento de la clase? ¿Qué pasa si el cachorro de alguien se abalanza sobre otro? ¿Pueden los dueños acariciar a otros cachorros? En mis clases, a los dueños se les solicitaba tener los cachorros con correa, cerca de ellos, salvo que se les dijese lo contrario, y que no debían acariciar (ni por lo tanto recompensar) a cualquier cachorro que rondase por ahí o saltase encima de ellos.

Mientras los cachorros juegan, no sólo debes comentar su lenguaje corporal e indicar las señales de estrés, sino animar a los dueños a que hagan lo mismo; de esa forma podrás disipar ideas equivocadas. Por ejemplo, puede que un dueño comento que los gruñidos y ladridos que acompañan al juego son signos de agresión. Se sienten bastante aliviados cuando haces notar que esas vocalizaciones son completamente normales durante el juego. Por supuesto que cuando un cachorro muestra un comportamiento claramente inapropiado para el juego debes separarlos tranquilamente y hacer que sus dueños les pongan las correas y los calmen. Luego explica a la clase qué ha ocurrido y por qué. Puede que a medida que el curso progrese te sientas cómodo dejando a más cachorros sueltos a la vez, hasta que finalmente estén todos juntos jugando sueltos. Esto sólo debería hacerse si tienes una clase de tamaño suficientemente pequeño como para que puedas controlar todas las interacciones.

Reglas de relación para la guardería de cachorros:

Ningún cachorro sin correa salvo que lo digas tú.

Cuando los cachorros están sin correa, si un dueño se siente incómodo con lo que está ocurriendo, esa persona puede decir «¡Atad a los perros!» y cada uno debe recoger tranquilamente a su cachorro. Esto aumenta la confianza de estos dueños nerviosos sobre la seguridad de sus cachorros.

No permitas que un cachorro quede arrinconado. Después de todo, cualquier perro puede ponerse nervioso en esa situación. «Quedar arrinconado» no sólo se aplica a los rincones físicos; también incluye los casos en los que el cachorro se esconda detrás de las piernas de su dueño.

Si dos cachorros están jugando y uno parece estar abrumado, tira del «perro de encima» hacia atrás suavemente y rétenlo unos segundos. Observa si el otro cachorro sale corriendo, y si se queda ahí o vuelve a la carga para continuar el juego. Muy a menudo lo que nos parece injusto o agobiante es un juego normal para los perros. Cuando tengas la duda, «pregunta» a los cachorros.

Si sientes que el juego entre dos perros está subiendo a algo más serio, sepáralos un momento para calmar la situación. Si es necesario, haz que todos cojan a sus cachorros y tomad un descanso. De hecho ese sería el momento perfecto para que todos practicaran el ejercicio *quieto*.

20.4 Cachorros miedosos

En muchas clases de cachorros hay al menos un cachorro que se esconde tras las piernas de su dueño, deseando estar en cualquier otra parte. Este es un comportamiento perfectamente comprensible en un cachorro que nunca ha sido expuesto a otros (aunque el comportamiento pueda ser parcialmente genético). En mis propias clases, todos esos cachorros asustados mejoraron a medida que avanzaba la clase. ¡De hecho algunos se convirtieron en perros verdaderamente afables! El truco para conseguir que los cachorros miedosos estén más a gusto es: dejarles progresar a su propio ritmo, no forzándolos a las interacciones. Asegúrate de que ninguno de los otros cachorros los persiguen o acorralan, ni se relacionan con ellos si no están preparados aún. Si es necesario, trae una mesa de juego y tumbala de lado (o crea algún otro tipo de barrera física), así el perro miedoso tiene algo tras lo que esconderse (también puede ser útil una barrera para los perros que ladran continuamente a otros perros durante la clase).

La parte más delicada es entrenar a los humanos a que no recompensen inadvertidamente el miedo del cachorro. Muchos padrazos de perro, especialmente los dueños de razas pequeñas, tienden a levantarlos y arrullarlos dulcemente al menor signo de angustia. El problema es que el cachorro nunca aprende a mantenerse por sí solo sobre sus cuatro patas. Incluso los que no levantan a su cachorro a menudo les recompensan y apoyan con un tono de voz mimoso cada vez que el cachorro muestra miedo. Enseña a tus alumnos a no mimar a los cachorros miedosos. No es que queramos traumatizar al cachorro (de hecho, todo lo contrario). Queremos que vea que, obviamente, el humano no está preocupado por lo que pasa, así que tampoco hace falta que ellos lo estén. Hay una enorme diferencia entre decir con voz cantarina y jovial «Tonto, sólo es otro perro, ¡ve a jugar!» y acariciar al cachorro con un sobreprotector «Ay, mi pobre Tootsie, ¿te ha asustado ese perro?».

Los perros toman ejemplo de los humanos. Es posible que tengas que recordarles a los dueños repetidamente durante el curso que no recompensen el miedo. En cambio pueden recompensar a sus cachorros con un suave elogio para que se relacionen correctamente con los otros cachorros. Los cachorros miedosos sí mejorarán en tus clases cuando se les permita moverse a su ritmo con sus dueños actuando de forma apropiada

(para más información sobre problemas de miedo, consulta *Ayuda para tu perro miedoso* en el capítulo Recursos).

20.5 ¡Juguemos a un juego!

Los juegos que enseñan y dan confianza a los cachorros deben jugarse durante toda la guardería de cachorros. Como ya dije, el juego Pasa el cachorro permite que cada alumno manipule a todos los cachorros, enseña a los cachorros a aceptar el manejo por humanos y es inestimable en las futuras visitas al veterinario o la peluquería canina. Cuando se pasan los cachorros, si ya han aprendido a sentarse o echarse, todos pueden probar a hacer que cada cachorro muestre por turnos sus habilidades.

Esto provoca a menudo carcajadas y comentarios como «¿podemos cambiarlo por este?». Dependiendo de los niveles de confort de los cachorros, los dueños también pueden jugar a acariciar cada cachorro de varias formas. Por ejemplo, pueden tirar suavemente del rabo o de las orejas o dar palmaditas repetitivas con la palma de la mano sobre la cabeza. Después de todo es inevitable que un niño o incluso un adulto se le acerque de esa forma y es mejor para ellos que se acostumbren ahora.

El hecho de que cada tironcito o palmada vaya seguido de una recompensa hace que los cachorros disfruten realmente con la interacción. Te sorprenderá lo divertido que es este juego para los cachorros y las personas, y sin duda encontrarás cómo mejorarlo con tus aportaciones. Sólo asegúrate de que estás familiarizado con el carácter de cada cachorro de la clase antes de jugar a este juego.

Para cachorros miedosos, o bien modifica el juego (por ejemplo, el cachorro puede caminar con correa cerca de todas las personas mientras cada uno le da una recompensa), o bien no les dejes participar hasta que tengan un poco más de confianza.

Otra actividad divertida para la guardería de cachorros es una Fiesta de Disfraces, donde los dueños se visten con sombreros extraños, gafas de sol, narices postizas, disfraces, uniformes y cualquier cosa que quieran, llevándolo puesto durante toda la sesión (puedes pedirles que vengan vestidos para la ocasión, o tener a mano un muestrario de sombreros, gafas y otras prendas divertidas). ¡Todo sirve! Los niños realmente se meten en el juego y a los adultos también les encanta. El propósito más serio, por supuesto, es que los cachorros se familiaricen de una forma divertida con estas cosas potencialmente aterradoras. Los dueños incluso pueden llevar accesorios extraños mientras juegan al Pasa el cachorro.

Existe una interminable variedad de juegos que se pueden hacer en una clase de cachorros. Puedes colocar una pila de camisetas y calcetines en medio del cuarto y proponer que hagan una carrera para ver quién viste a su cachorro más rápidamente. Si tienes suficiente espacio, podrías hacer que los dueños jueguen al escondite con sus cachorros (uno a cada vez), cada dueño escondiéndose y luego llamando a su cachorro. El juego del escondite es genial para enseñar a los cachorros a prestar atención a sus dueños y

tenerlos así bajo control, y es una buena práctica para ejercitar la llamada.

20.6 Algunas otras actividades regladas para cachorros

Además de ejercicios de manejo, se deben practicar ejercicios de retención en la clase. La retención imita lo que haría un veterinario, y enseña a los cachorros a permanecer tranquilos y quietos cuando sea necesario. Los dueños deben tener destreza para agarrar y sujetar a sus cachorros, suave pero firmemente si se retuercen, y después soltarlos suavemente y elogiarlos cuando se relajen.

Otra cosa importante que enseñar a los dueños es el masaje. Un masaje diario es una forma fantástica de reforzar el vínculo con los cachorros y puede alertar de cualquier anomalía física que pudiese pasar desapercibida, tales como quistes y llagas.

También debes presentar nuevos objetos para que los cachorros se acostumbren, como un túnel hinchable para niños, una escalera de plástico tirada en el suelo, un arco pequeño, un cartón para subirse o cualquier otra cosa «rara» que se te ocurra. Una vez que a los cachorros se les ha presentado cada objeto, puedes incluso combinarlos en una pista improvisada de Agility. Relacionarse con nuevas cosas dispara la confianza del cachorro. También te da la oportunidad de asesorar a los dueños sobre sus reacciones cuando el cachorro muestra miedo al encontrar objetos desconocidos.

20.7 La graduación del cachorro

Aunque no es obligatorio, las clases de tu guardería de cachorros pueden terminar con una ceremonia de graduación. ¡Los dueños están tan orgullosos de sus pequeños! La noche de graduación deja una sonrisa en la cara de todos y acaba el curso con buena nota. Puedes jugar a una versión para cachorros del juego de mesa «Mi perro puede hacerlo», que siempre es divertido, jugar a las Sillas musicales, o hacer un torneo para ver cuál cachorro puede hacer más sentadas (o echarse) en un minuto. Haz un concurso para ver quién es el que mantiene más tiempo el contacto visual con su dueño, o algo tonto como el mejor meneo del rabo. Se deben entregar certificados y premios, junto con una lista de buenos libros de adiestramiento, tarjetas de visita e imanes de frigorífico promocionales.

Al final del curso de cachorros, es importante darles a los dueños información sobre qué hacer después. Si no das clases de obediencia básica, recomiéndales quién lo hace. Recalca la importancia de continuar socializando a los cachorros y de incorporar los ejercicios de obediencia en sus rutinas diarias. Di a los dueños que sólo porque sus cachorros hayan llegado a estar cómodos entre otros perros eso no significa que vayan a seguir así. Un cachorro que va a una clase pero que no continúa la exposición frente a otros perros, al final acabará mal socializado y todo el buen trabajo se habrá perdido. Aconseja a los alumnos que se reúnan para jugar y que jueguen con otros perros diferentes de los que

conocieron en la clase. ¡Y date unas palmaditas en el hombro con una pata por haber hecho que esos cachorros y dueños empiecen con buen pie!

21. Consejos para la clase en grupo

Tanto si das clases para perros adultos como para cachorritos, aquí van algunos consejos útiles:

- 1.** Empieza siempre en hora. Si tu clase está programada para empezar a las 19:00 y sólo hay dos equipos perro y dueño, empieza de todas formas con la clase. Si esperas continuamente a los rezagados, tus alumnos verán que está bien llegar tarde. Si comienzas las clases en hora, los alumnos se presentarán puntualmente, incluso antes; a nadie le gusta perderse algo. Tampoco hace daño recompensar de vez en cuando a la primera persona que llega, o a los que llegan puntualmente. La recompensa incluye dulces (excepto chocolate, que es tóxico para los perros), cupones que pueden ser recogidos y canjeados luego por premios, clickers o cualquier otro objeto pequeño, divertido y barato que se te ocurra.
- 2.** Los dueños suelen estar nerviosos el primer día de clase. Cálmalos sugiriéndoles que no comparen la actuación de sus perros con otros de la clase. Los perros, igual que las personas, aprenden a su ritmo. Lo maravilloso es que cada perro, independientemente de su habilidad al principio, mejorará a lo largo de la clase. También conviene decirles que no se sientan avergonzados con los ladridos u otro tipo de «mal comportamiento» que presenten sus perros. Después de todo ¡no se necesitaría la clase si los perros fuesen ya perfectos!
- 3.** Si bien es crucial dar cierta información, ten cuidado de que tus clases no se conviertan en conferencias. Si se necesita mucho tiempo de clase para tratar un tema, preséntalo mejor en forma de apuntes impresos. Las personas procesamos sólo un pequeño porcentaje de la información que se da en forma de conferencia, así que unos apuntes impresos es tu mejor apuesta. Continúa con el ritmo de la clase. Explica un ejercicio, demuéstalo con el perro de un alumno (intenta utilizar cada perro al menos una vez a lo largo del curso) y luego corrige a los alumnos mientras practican. Alterna los ejercicios con juegos para hacer la clase estimulante. Si ves que los alumnos se están poniendo tensos o frustrando durante un ejercicio, haz una pequeña pausa. Invítales a que paren, se estiren y respiren profundamente. Eso relajará tanto a las personas como a los perros y te dará tiempo para pensar cómo dividir el ejercicio en fracciones más pequeñas para que todo el mundo tenga éxito.

Sé tan positivo con los alumnos como lo eres con los perros. ¡Esto es sumamente importante! Algunos instructores son excelentes con los perros, pero les faltan habilidades sociales. Mejor que decirle a un alumno o alumna que lo está haciendo mal, dilo de forma positiva, por ejemplo, «está bien para empezar, ahora intenta hacerlo así...». A nadie le gusta que le digan que está haciendo algo mal, especialmente delante de un grupo. Si tienes que señalar algo que se está haciendo de forma incorrecta, espera hasta que se acabe el ejercicio y luego dirígete a toda la clase en conjunto: «¡Buen trabajo todo el mundo! Hay

que tener cuidado con estas cosas...». La única razón para hacer notar a una sola persona delante del grupo es para señalar algo positivo. Recuerda, una buena clase de obediencia motiva tanto a los perros como a las personas, y hace que se sientan bien consigo mismos. También es agradable dar gracias o recompensar por hacer buenas preguntas o por hacer un ejercicio especialmente bien.

4. Estructura tus clases de forma que los ejercicios que requieren más energía, como la llamada, se hagan al principio de la clase, mientras que los de baja energía como *quieto* o *échate* se hacen hacia el final, cuando los perros están agradablemente cansados. Una estructura inteligente es otra vía más para hacer que todos lo consigan.

5. Haz que las instrucciones y los conceptos sean sencillos. Las analogías son útiles para llegar adonde quieres. Por ejemplo, si alguien no entiende que hay que recompensar al perro cuando hace algo bien, podrías ponerle este ejemplo: «digamos que cada vez que cojas esa silla para sentarte, vengo corriendo y te doy cincuenta euros. ¡Apuesto a que pronto te sentarías a menudo en esa silla! Lo mismo pasa con tu perro. Si cada vez que se echa tranquilamente en su cama, vienes enseguida y le das su juguete, se echará tranquilo en esa cama mucho más a menudo». Compara esto con decir: «Cada vez que tu perro muestre el comportamiento apropiado, dale un refuerzo positivo». Aunque la última frase es correcta, la gente captará la primera mejor.

6. Recuérdales a los dueños que integren lo que han aprendido sus perros en las situaciones cotidianas. Una vez que el perro aprende a sentarse, el dueño tiene que hacerlo sentar antes de las comidas, de salir de paseo y cualquier otra situación que el perro perciba como recompensa. (Esta es una buena práctica de dirección).

7. Incluye juegos de la vida real en tu clase. Por ejemplo, hacia el final de unas sesiones de siete semanas con un grupo de adultos, hice que los alumnos jugaran a un juego que incorporaba *deja*, *sienta*, *quieto* y *junto*. Llené una bolsa de la compra de papel con hueveras vacías, botellas de plástico y otros recipientes, casi hasta el punto de caerse. Se había preparado un recorrido lleno de galletas en platos, juguetes y otras distracciones. Cada dueño tenía que zigzaguear por el recorrido llevando la bolsa, con el perro al lado sin correa, diciéndole *deja* cuando fuese necesario. Al final del recorrido había una puerta (fabrícala colocando dos asientos un poco separados si no hay una puerta real). El perro tenía que sentarse y esperar mientras el dueño hurgaba en su bolsillo en busca de la llave y luego hacía la pantomima de colocar la llave en la puerta y abrirla. El juego es muy divertido y utiliza las habilidades aprendidas por perros y dueños. Y lo mejor de todo, es una buena práctica de situaciones de la vida real.

8. Una vez que se ha enseñado una habilidad, los alumnos deben ayudar a su perro a generalizarla. En otras palabras, simplemente porque el perro entienda lo que significa *sienta*, no quiere decir que lo vaya a hacer independientemente de las circunstancias. Por ejemplo, un perro aprende que *sienta* significa que tiene que sentarse mirando hacia el dueño. Luego, cuando se espera que se siente paralelo a su amo para iniciar la marcha, el perro se sienta enfrente del dueño para poder mirarle. Después de todo, el perro intenta ponerse mirando al dueño ya que *sienta* significa precisamente eso. Para el perro es

importante «cambiar el escenario». *Sienta*, por ejemplo, debe practicarse en diferentes posiciones como de frente al dueño, al lado del dueño, con el dueño a cierta distancia e incluso con el dueño sentado. Si bien al principio es importante que los dueños practiquen en casa sin distracciones, anímalos a que practiquen en habitaciones diferentes, en el jardín, delante de casa, fuera y luego en distintos lugares lejos de casa.

9. Las clases pueden ser caóticas a veces, especialmente si trabajas con un gran número de perros. Enseñar a los dueños a que recompensen a sus perros para que presten atención, especialmente en la primera o segunda clases, ayudará mucho. Si haces una clase de adiestramiento con clicker, haz que los dueños hagan clic y recompensen al perro cada vez que les mira. Si la clase no es con clicker, haz que los dueños digan *¡sí!* cada vez que el perro les mira, y luego lo recompensen. Tus clases serán mucho más tranquilas y sin problemas si consigues que los dueños mantengan la atención de sus perros.

10. Indícales a los dueños que una de las mejores herramientas de adiestramiento es su propio comportamiento. Muéstrales el lenguaje corporal humano y cómo afecta a los perros. Diles que el estrés y la calma se transmiten a través de la correa. Ensaya con alumnos qué hacer cuando un perro se vuelve reactivo. Indica (¡agradablemente, claro!) cuándo los dueños están comenzando a levantar la voz o a ponerse tensos, o cualquier influencia negativa de su propio comportamiento sobre el perro.

11. Cuando des clases en grupo, encontrarás todos los tipos de personalidad (y me refiero a las personas, no a los perros). Algunos serán revoltosos; otros querrán contar largas y complejas historias de sus perros; habrá quienes harán más preguntas de las que tengas tiempo de responder, y otros discutirán lo que digas. Los libros de la sección Recursos sobre el trato con personas te serán de gran ayuda. Si alguien es real y repetidamente revoltoso, habla en privado con esa persona tras la clase, o llámala durante la semana y trata de resolver el problema.

12. Aunque es genial ser el centro de atención y escuchar los comentarios sobre lo maravilloso que eres, no se trata de ti. Un buen instructor está allí para apoyar a los alumnos y a sus perros y para hacer que ellos destaquen. Al fin y al cabo, no eres tú a quien los perros tendrán que escuchar. Los alumnos deben pensar que eres un buen profesor, claro, pero más importante, deben salir contentos con todo lo que han aprendido ellos y sus perros y sintiéndose confiados en que ellos son buenos adiestradores.

22. Nota final

22.1 ¡Sayonara, Baby!

Bien, amigos, esto es el final por el momento. Espero que la información que contienen estas páginas te haya sido útil. Convertirse en un buen adiestrador es todo un proceso y este libro es sólo el principio. Hazlo paso a paso y trata de no quedarte abrumado. Con la experiencia llega la confianza, el conocimiento y el éxito. Y recuerda ¡los mejores adiestradores son los que nunca dejan de aprender!

Una última cosa...

Puede llegar el día, cuando seas un adiestrador bien asentado, en que un adiestrador principiante contacte contigo en busca de ayuda. Recuerda lo que es estar empezando y necesitar ayuda. Intenta no ver al otro adiestrador como competencia potencial. Hay perros suficientes, cuyo comportamiento debe ser mejorado, para todos los adiestradores. Sé generoso y trata a los nuevos adiestradores como te hubiese gustado que te trataran a ti al principio. Cuantos más adiestradores buenos y positivos haya por el mundo, mejor será para los perros y sus dueños.

¡Muchísima suerte, éxito, y felices meneos de rabo para todos!

23. Recursos

Libros, videos y DVDs recomendados

Hay disponibles muchos libros, videos y DVDs excelentes sobre adiestramiento y mejora del comportamiento. Esta selección es un gran comienzo para una educación completa sobre adiestramiento. La mayoría de ellos puede conseguirse a través de www.knsediciones.com, de www.amazon.com, o de una librería.

Adiestramiento y comportamiento

Train Your Dog: The Positive, Gentle Method (DVD) (Protagonistas: Nicole Wilde y Laura Bourhenne) CA: The Picture Company, Inc, 2003 UPC 829637 12237 0 www.trainyourdog.tv, teléfono: 818-981-0252 (disponible en www.dogwise.com y www.amazon.com).

Dog-Friendly Dog Training Andrea Arden New York, N.Y.: Howell Books, 1999 ISBN: 1-582450099

El choque de culturas Jean Donaldson Kns ediciones, 2003 www.knsediciones.com ISBN: 84-933232-0-9

Un cachorro en casa Ian Dunbar Kns ediciones, 2006 (2.^a edición) www.knsediciones.com ISBN: 84-934609-3-1, ISBN-13: 978-84-934609-3-8

How to Teach a New Dog Old Tricks Ian Dunbar Oakland, CA: James & Kenneth Publishers, 1991 ISBN: 1-888047-03-8

Handbook of Applied Dog Behavior and Training (Estilo libro de texto, con mucha información. Merece la pena aunque no sea «ligero») Steve Lindsay Volume 1: Adaptation & Learning Volume 2: Biology and Assessment of Behavior Problems Volume 3: Procedures and Protocols Ames, Iowa: Blackwell Publishing: disponible en Dogwise

How to Be the Leader of The Pack (Los cuadernos del Dr. McConnell se pueden pedir al por mayor en www.dogsbestfriendtraining.com) Patricia B. McConnell, Ph.D. Black Earth, WI: Dogs Best Friend Ltd, 1996 ISBN: 1-891767-02-X

The Power of Positive Dog Training Pat Miller New York: Hungry Minds, Inc, 2001 ISBN: 0-7645-3609-5

Clinical Behavioral Medicine for Small Animals (Libro de texto con información valiosa. Incluye un extenso listado de protocolos de modificación de comportamiento) Karen L. Overall St. Louis, Missouri: Mosby, 1997 ISBN: 0-8016-6820-4

The Dog Whisperer: A Compassionate, Non-Violent Approach to Dog Training Paul Owens Hollbrook, MA: Adams Media Corp, 2006 ISBN: 1-58062-203-8

The Dog Whisperer: Beginning & Intermediate Dog Training (DVD) Paul Owens Sand Castle Enterprises, LLC, 2004 www.dogwhispererdvd.com, teléfono: 800-955-5440

Taking Care of Puppy Business (Pequeño, disponible al por mayor; magníficos apuntes) Gail Pivar y Leslie Nelson Tails-U-Win, 1998. Teléfono: 1-847-741-2126 www.tailsuwin.com

¡No lo mates... enséñale! (Incluye adiestramiento con clicker) Karen Pryor Kns ediciones, 2006 (2.^a edición) www.knsediciones.com ISBN: 84-933232-9-2

Excel-erated Learning Pamela J. Reid, Ph.D. Oakland, CA: James y Kenneth Publishers, 1996 ISBN:1888047070

The Bark Stops Here Terry Ryan WA: Legacy Canine Behavior y Training, 2000 ISBN: 0-9674796-2-2

Puppy Primer Brenda K. Scidmore y Patricia B. McConnell, Ph.D. Black Earth, WI: Dogs Best Friend, 1996 Teléfono: 1-891767-01-1

Videos de perros Tawzer Videos y DVDs de seminarios de adiestramiento y comportamiento. Teléfono: 888-566-3003 www.tawzerdogvideos.com

Agresión

Aggression in Dogs Brenda Aloff Collierville, TN: Fundcraft, Inc. ISBN: 1-59196-073-8

Dogs Are From Neptune Jean Donaldson Quebec: Lasar Multimedia Productions Inc, 1998 ISBN: 0-9684207-1-0

Fight! A Practical Guide to the Treatment of Dog-Dog Aggression Jean Donaldson Kinship Communications, 2004 ISBN: 0-9705629-6-9

Mine! A Guide to Resource Guarding in Dogs Jean Donaldson Kinship

Communications, 2002 ISBN:0970562942

Feisty Fido: Help for the Leash-Aggressive Dog Patricia B. McConnell, Ph.D. Black Earth, WI: Dogs Best Friend, Ltd, 2003

Lenguaje corporal

Manual de comportamiento canino Roger Abrantes Kns ediciones, 2003
www.knsediciones.com ISBN: 84-933232-1-7

Canine Body Language: A Photographic Guide Brenda Aloff Distribuido por Dogwise Publishing. 2005 ISBN: 1-929242-35-2

Language of Dogs (DVD) Sarah Kalnajs Teléfono: 608-213-5304
www.bluedogtraining.com

Al otro extremo de la correa (Imprescindible, sobre el lenguaje corporal) Patricia B. McConnell, Ph.D. Viena ediciones ISBN: 978-84-8330-378-8

El lenguaje de los perros: las señales de calma Turid Rugaas Kns ediciones, 2005 (2.ª edición) www.bluedogtraining.com ISBN: 84-933232-5-X

Relaciones niño-perro

Living with Kids and Dogs... Without Losing Your Mind Colleen Pelar, CPDT Woodbridge, VA: C&R Publishing, LLC, 2005 ISBN: 1-933562-66-8

Raising Puppies & Kids Together: A Guide for Parents Pia Silvani y Lynn Eckhardt Neptune, NJ: T.F.H. Publications, 2005 ISBN:0793805686

Doggone Safe (Artículos, juego de mesa y más) www.doggonessafe.com

Family Paws (Artículos, CDs educativos, consultas telefónicas, programa Perros y Cigüeñas) Teléfono: 919-961-1608 www.familypaws.com

Problemas con el miedo

The Cautious Canine Miedo y agresión por miedo (Pequeño, disponible al por mayor) Patricia B. McConnell, Ph.D. Black Earth, WI: Dogs Best Friend, Ltd, 2002 ISBN: 1-891767-00-3

Help for your Fearful Dog Nicole Wilde Santa Clarita, CA: Phantom Publishing, 2006 ISBN: 0-9667726-7-9

Ansiedad por separación

Dogs Home Alone Roger Abrantes Wakan Tanka Publishers, distribuido por Dogwise Publishing, 1999 ISBN:0966048423

I'll Be Home Soon (Ansiedad por separación) Patricia B. McConnell, Ph.D. Black Earth, WI: Dogs Best Friend Ltd, 2000 ISBN: 1-891767-05-4

Solo en casa. La ansiedad por separación canina James O'Heare Kns ediciones, 2006 www.knsediciones.com ISBN-10: 84-934609-2-3, ISBN-13: 978-84-934609-2-1

Adiestramiento con el clicker

Click for Joy! Melissa Alexander Waltham, MA: Sunshine Books, 2003 ISBN: 1-890948-12-8

Take A Bow Wow I & II (video/DVD) (Videos sobre adiestramiento y trucos con clicker) Virginia Broitman y Sherri Lippman

The How of Bow Wow (video, DVD) Virginia Broitman y Sherri Lippman (Excelente para aprender a adiestrar con clicker y probar habilidades de obediencia) Disponible a través de www.dogwise.com, www.amazon.com y www.sitstay.com

Teaching Clicker Classes: Instructors Guide to Using Reinforcement in Dog Training Deb Jones Autopublicado, 1996 (disponible a través de Dogwise)

Introducción al adiestramiento con el clicker Karen Pryor Kns ediciones, 2006 (3.^a edición) www.knsediciones.com ISBN: 84-933232-3-3

Clicking with your Dog Peggy Tillman Waltham, MA: Sunshine Books, 2000 ISBN: 1-890948-05-5

Enseñanza de personas

Dog Behavior Problems: The Counselors Handbook William E. Campbell Behaviorx Systems 1999 ISBN:0966870514

The Evans Guide for Counseling Dog Owners Job Michael Evans New York, NY: Howell Book House, Inc, 1985 ISBN: 0-87605-660-5

The Instructors Manual John Rogerson - Wenatchee, WA: Direct Book Serv., 1994

Coaching People to Train Their Dogs Terry Ryan Legacy Canine Behavior y Training, 2004 ISBN:0974246409

Teaching Dog Obedience Classes Joachim Volhard y Gail Fisher New York, NY: Howell Book House: 1986 ISBN: 0-87605-765-2

It's Not the Dogs, It's the People! A Dog Trainer's Guide to Training Humans Nicole Wilde Santa Clarita, CA: Phantom Publishing, 2003 ISBN: 0-9667726-3-6

One on One: A Dog Trainer's Guide to Private Lessons Nicole Wilde Santa Clarita, CA: Phantom Publishing, 2004 ISBN: 0-9667726-5-2

Información sobre razas

The Encyclopedia of the Dog Bruce Fogle, D. V. M. New York, NY: Dorling Kindersley, 1993 ISBN: 0-7894-0149-5

Paws to Consider Brian Kilcommons y Sarah Wilson New York, NY: Warner Books, 1999 ISBN: 0-446-52151-5

The Right Dog For You Daniel F. Tortora, Ph.D. New York, NY: Simon & Schuster, 1980 ISBN: 0-671-47247-X

The Perfect Match: A Dog Buyers Guide Chris Walkowicz New York, NY: Macmillan, 1996 ISBN: 0-87605-767-9

Salud y nutrición

The BARF Diet Dr. Ian Billinghurst Australia: Billinghurst, 2001 ISBN: 0958592519

The Natural Dog: A Complete Guide For Caring Owners Mary L. Brennan, D.V.M. New York, NY: Penguin Books, 1993 ISBN: 0-452-27019-7

Bach Flower Remedies for Animals Helen Graham y Gregory Vlamis Scotland: Findhorn Press, 1999 ISBN: 1-899171-72-X

Food Pets Die For: Shocking Facts about Pet Food (2.^a edición) Ann N. Martin Troutdale, OR: NewSage Press, 2003 ISBN: 0939165465

Dr. Pitcairns Complete Guide to Natural Health for Dogs & Cats Pitcairn y Pitcairn Emmaus, PA: Rodale Press, 1995 ISBN: 0-87596-243-2

Natural Nutrition for Dogs and Cats (Dieta con comida cruda) Kymythy R. Schultze Carlsbad, CA: Hay House, 1998 ISBN: 1-56170-636-1

Natural Healing for Dogs & Cats Diane Stein Freedom, CA: The Crossing Press, Inc, 1993 ISBN: 0-89594-686-6

El método Tellington TTouch Linda Tellington-Jones Kns ediciones, 2004 www.knsediciones.com ISBN: 84-933232-2-5

The Holistic Guide for a Healthy Dog W. Volhard y D. Brown, DVM New York, NY: MACMILLAN, 1995 ISBN: 0-87605-560-9

Temas diversos

Fun and Games with Dogs Roy Hunter United Kingdom: Howlin Moon Press, 1995 ISBN: 1888994002

Games People Play To Train Their Dogs (Estupendas ideas de juegos para las clases) y *Life Beyond Block Heeling* (volumen 2 del anterior) Terry Ryan WA: Legacy By Mail, 1996

Coercion and its Fallout (Efectos del uso de la fuerza en personas y animales) Murray Sidman Boston, MA: Authors Cooperative, Inc, 1989 ISBN: 0962331112

How To Market Your Dog Training Business Lisa K. Wilson CA: The Dog Trainers Marketing Resource Center, 1997

Otras publicaciones

The Clicker Journal www.clickertrain.com/journal.html

Pet Behavior Newsletter www.webtrail.com/petbehavior/index.html

Sue Sternbergs booklets and videos (Prueba de carácter, manejo defensivo, agresión y más) Rondout Valley Kennels 4628 Route 209 Accord, NY 12404 Teléfono: 914-687-4406 www.suesternberg.com

The Whole Dog Journal www.whole-dog-journal.com Suscripciones: Teléfono 1-800-829-9165 Números atrasados: Teléfono 1-800-424-7887

Organizaciones y educación

ABTA (Animal Behavior and Training Associates) Asociados de Comportamiento Animal y Adiestramiento Teléfono: 1-800-795-3294

American College of Applied Science (ACAS) Instituto Americano de Ciencia Aplicada Teléfono: 800-403-3347 www.amcollege.com

Animal Behavior College (ABC) Instituto de Comportamiento Animal Teléfono: 800-795-3294 www.animalbehaviorcollege.com

Association of Pet Dog Trainers (APDT) Asociación de adiestradores de perros mascota 1-800-PET-DOGS www.apdt.com

Cynology College Instituto canino www.cynologycollege.com

Dogs of Course www.dogsofcourse.com

International Association of Animal Behavior Consultants (IAABC) Asociación internacional de consultores de comportamiento animal www.iaabc.org

Legacy: Canine Behavior and Training (Terry Ryan) Comportamiento y adiestramiento Sequim, WA Teléfono: 888-683-1522 www.legacycanine.com

Marin Humane Society Sociedad humanitaria Marin (northern CA). Teléfono: 415-883-4621 www.marinhumanesociety.org

Moorpark College Instituto Moorpark (southern CA). Teléfono: 805-378-1400 www.moorpark.ce.ca.us

National Association of Dog Obedience Instructors (NADOI) Asociación nacional de instructores de obediencia canina www.nadoi.org

Peaceable Paws (Pat Miller) www.peaceablepaws.com

Raising Canine Telecourses www.raisingcanine.com

San Francisco SPCA Academy For Dog Trainers Academia SPCA para adiestradores de perros de San Francisco Teléfono: (415) 554-3095 www.sfspca.org/academy

Certificación

Certification Council for Pet Dog Trainers (CCPDT) Consejo de certificación para adiestradores de perros Teléfono: 212-356-0682 www.ccpdt.org

Información sobre Seminarios y Talleres www.aepa-formacion.com, www.knsediciones.com, www.dogseminarsdirectory.com, www.puppyworks.com

Productos

Assess-A-Hand Rondout Valley Kennels 4628 Route 209 Accord, NY 12404 Teléfono: 845-687-7619 www.suesternberg.com

Clickers, bastones diana, bolsas de premios y más www.knsediciones.com

Gentle Leaders, Arneses Easy Walk y más Premier Pet Products www.knsediciones.com

KISS Manufacturing, Fábrica KISS (Productos promocionales, imanes para frigorífico...) Teléfono: 1-800-262-2868 www.kissmfg.com

Productos Kong, correas y collares www.knsediciones.com

My Dog Can Do That! (¡Mi perro puede hacer eso!) (Juego de mesa, genial para clases de graduación, disponible a través de Dogwise.

Información en Internet

An Animal Trainers Introduction to Classical and Operant Conditioning Artículos de Stacy Braslau-Schneck sobre el tema www.geocities.com/Athens/Academy/8636/Clicker.html

Clicker Solutions Training Treasures Contribuciones y artículos en www.clickersolutions.com

Dog Owners Guide Artículos sobre adiestramiento, características de las razas y más. www.canismajor.com

Dr. Ps Dog Training Colección de artículos gratuitos *online* sobre adiestramiento, teoría del aprendizaje y más por el Dr. Mark Plonsky, Ph.D.

www.uwsp.edu/psych/dog/dog.htm

DVM Newsmagazine online Artículos de adiestramiento y comportamiento, incluyendo los de Karen Overall www.dvmnewsmagazine.com

Flying Dog Press Artículos gratuitos *online* de Suzanne Clothier sobre adiestramiento y comportamiento www.flyingdogpress.com

The Well Mannered Dog Shirley Chongs Keeper Pages - colección de artículos sobre adiestramiento y contribuciones centradas en el adiestramiento con clicker www.shirleychong.com/keepers/index.html

Listas en Internet

Hay incontables listas de correo en Internet relacionadas con el adiestramiento y comportamiento de perros. Estas son algunas (en inglés):

Agbeh (comportamientos agresivos en perros) <http://groups.yahoo.com/agbeh>

APDT-L (abierta sólo a los miembros de la APDT) <http://groups.yahoo.com/group/apdtlist>

Clicker Solutions (soluciones con clicker) <http://www.clickersolutions.com>

Dog-T-Biz (centrada en los aspectos comerciales de la profesión) <http://finance.groups.yahoo.com/group/Dog-T-Biz>

Shelter Trainers List (lista de adiestradores en albergues) <http://groups.yahoo.com/group/sheltertrainers>

Seguros

Responsabilidad civil para adiestradores de perros: Business Insurers of the Carolinas (Ofrece seguros específicos para los miembros de la APDT) Teléfono: 1-800-962-4611 *The Hartford Insurance Co.* Teléfono: 1-888-253-4940

Agradecimientos de la edición en castellano

Esta obra ha sido posible gracias a la labor desinteresada de los miembros de AEPA, en especial Cristina Muro, que con su dedicación y entusiasmo superaron a tiempo todas las dificultades de este proyecto de formación.

A Gonzalo Zavala y a José Alberto Espejo por su colaboración y su excelente trabajo de traducción y corrección técnica.

A Mensi por todas las horas dedicadas a la lectura y al minucioso proceso de corrección de esta obra.

A Pedro Márquez y Alí por su colaboración en la foto de portada.

A Aldrey y Lucía por estar siempre apoyándonos.

A todos vosotros por seguir confiando en nuestras publicaciones.

A todos, muchísimas gracias.

El Editor.



Adiestra y rescata tanto perros domésticos como asilvestrados (incluyendo lobos y perrolobos). Es directora de Gentle Guidance, en el sur de California, centro de adiestramiento al que asisten los perros con sus amos y en el que se utilizan métodos positivos. Nicole ha trabajado en el albergue de la ciudad de Los Ángeles, adiestrando perros y formando a voluntarios. Es miembro de la Association of Pet Dog Trainers y autora de Living with Wolfdogs y Wolfdogs A-Z: Behavior, Training & More.

Notas

^[1] N. del T.: se refiere a los estados de Estados Unidos <<

^[2] N. del T.: En España los impuestos como el IVA, las retenciones del IRPF y otros son de declaración trimestral obligatoria y la Declaración de la Renta, IAE y otros son anuales. <<