



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Análisis de los procesos de la atención al cliente del consultorio Happy Dent y el uso de estrategias como el Branding y Benchmarking para la mejora de la gestión de calidad

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

PRESENTADO POR:

Gonzales Zúñiga, Luis Antonio - Administración y Dirección de Negocios

Polo Caccire, Sebastian Hernan - Administración y Dirección de Negocios

ASESOR (A)

MARIA ILCE LISSEETH RAMIS FIGUEROA

LIMA, PERÚ

2021

Miembros del jurado

PRESIDENTE (A) DEL JURADO

GUILIANO LOPEZ

MIEMBROS DEL JURADO

ANGELA QUISPE VERGARA

OSCAR ARAKAKI

MARIA ILCE LISSEETH RAMIS FIGUEROA

Dedicatoria

Queremos dedicar este trabajo a Dios, por ser nuestro guía y darnos fortaleza en los momentos más difíciles de nuestro día a día.

A nuestros padres, por su amor incondicional durante todos estos años de vida, por ser aquellos pilares que nos mantienen firmes ante las adversidades y por siempre sembrar en nuestro corazón esa semilla de superación personal.

A nuestra Asesora, por brindarnos el apoyo y guiarnos por el camino hacia la elaboración de la investigación.

A Laura por permitirnos usar su centro odontológico como base para esta investigación.

Por último, a nuestros amigos, quienes nos alentaban a seguir adelante.

Para todos ellos es esta dedicatoria de tesis.

Luis Gonzales

Sebastian Polo

Agradecimiento

A Dios porque gracias él somos personas con mucha sabiduría, porque nunca nos abandona y llena nuestras vidas con su bendición.

A nuestros queridos padres por su apoyo incondicional y sacrificio realizado a lo largo de este tiempo, por siempre acompañarnos y guiarnos por el buen camino.

A todos los que participaron de la construcción de esta investigación ya que sin su apoyo no habiéramos podido culminar con satisfacción.

Luis Gonzales

Sebastian Polo

Tabla de contenido

Hoja de Jurados	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iv
Resumen	viii
Abstract	ix
1 INFORMACIÓN GENERAL	1
1.1 Título del Proyecto	1
1.2 Resumen ejecutivo	2
2 CAPITULO II DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
2.1 Problema de investigación	5
2.2 Justificación:	8
2.3 Contexto	9
2.4 Objetivo general y específicos:	9
2.4.1 Objetivo General	9
2.4.2 Objetivos Específicos	9
2.5 Hipótesis	10
2.6 Metodología de investigación	10
2.6.1 Tipo y nivel de Investigación	11
2.6.2 Población y Muestra	11
2.6.3 Técnicas e Instrumentos	13
2.7 Estado del arte	13
2.8 Marco Teórico:	17
2.8.1 Antecedentes Nacionales	17
2.8.2 Antecedentes Internacionales	19
2.8.3 Bases Teóricas	21
3 CAPITULO III IMPACTOS PREVISTOS	23
3.1 Impacto del proyecto	24
4 CAPITULO IV ANALISIS DE LOS RESULTADOS	25
4.1 Análisis de las encuestas	26
5 CAPITULO V ANALISIS DE RESULTADOS	32
5.1 Estructura de flujograma	33
5.2 Restructuración del Flujograma	36
5.3 Estudio de Benchmarking	39
5.4 Análisis	39

5.5	Estudio de Benchmarking.....	1
5.6	Estrategia de Branding.....	1
5.6.1	Manual de identidad corporativa	2
6	CAPITULO VI CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES.....	15
6.1	Conclusión.....	16
6.2	Recomendación.....	18
7	CAPITULO VII REFERENCIAS.....	19
7.1	Fuentes de información.....	20
7.1.1	Fuentes bibliográficas	20
7.1.2	Fuentes hemerográficas	24
8	Anexos.....	27
8.1	Imágenes.....	28
8.2	Encuestas realizadas.....	32

Índice de tablas

Tabla 1: Sobre el estudio del benchmarking.....	25
Tabla 2: Sobre la opinión dental.....	48
Tabla 3: sobre el manejo de los protocolos.....	49
Tabla 4: sobre conocimiento de las redes sociales.....	50
Tabla 5: Sobre las expectativas del servicio de atención al cliente.....	51
Tabla 6: sobre los problemas más comunes dentro del centro odontológico.....	52
Tabla 7: Sobre los comentarios para la mejora.....	53

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se centra en el consultorio Odontológico Happy Dent ubicado en la provincia constitucional del Callao, se tiene como objetivo general analizar la gestión de los procesos de la atención al cliente dentro del consultorio, además se quiere lograr una mejora en la captación y aumento en la fidelización de los clientes mediante estrategias como el Branding y Benchmarking.

Para ello, La metodología utilizada para el desarrollo de esta tesis está basada en la investigación cualitativa, para poder comprender el comportamiento de los clientes hacia el proceso de atención del consultorio Happy Dent, así mismo es de carácter aplicada ya que se pretende dar una solución al problema evidenciado en la gestión de la atención. Se realizarán encuestas y Encuestas para la recolección de datos. La población está conformada por los trabajadores de los centros odontológicos y los pacientes.

Se obtuvo como Resultado que el problema más común es el de la mala gestión dentro de su proceso de atención al cliente lo que nos llevó a plantear una reestructuración del proceso y la elaboración de estrategias como el Branding.

Se concluye que el consultorio brinda una atención buena, pero podría mejorar aplicando las estrategias recomendadas para así poder mejorar su servicio de atención al cliente.

Palabras claves: Fidelización, Branding, Benchmarking, captación, gestión de la atención.

ABSTRACT

This research work is focused on the Happy Dent dental office located in the constitutional province of Callao, the general objective is to analyze the management of customer service processes within the office, in addition to achieving an improvement in attracting and increasing customer loyalty through strategies such as branding and benchmarking.

For this, the research methodology is qualitative, in order to understand the behavior of customers towards the care process of Happy Dent office, it is also applied since it is intended to provide a solution to the problem evidenced in the management of care. Surveys and interviews will be conducted for data collection. The population is made up of dental center workers and patients.

The results showed that the most common problem is poor management within the customer service process, which led us to propose a restructuring of the process and the development of strategies such as branding.

It is concluded that the office provides a good service, but could improve by applying the recommended strategies in order to improve its customer service.

Keywords: Loyalty, Branding, Benchmarking, attraction, attention management.

INTRODUCCIÓN

1 INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Análisis de los procesos de la atención al cliente del consultorio
Happy Dent y el uso de Estrategias como el Branding y
Benchmarking para la mejora de la gestión de calidad

1.2 Resumen ejecutivo

El presente trabajo de investigación se enfoca en el consultorio Happy Dent, ubicado en la provincia constitucional del Callao. Esta investigación recopiló datos a través de encuestas con la finalidad de identificar la satisfacción del usuario. El principal objetivo es analizar la gestión de los procesos de la atención al cliente dentro del consultorio para lograr captación y aumento en la fidelización de los clientes mediante el uso de estrategias como el branding y el benchmarking.

Asimismo, el proyecto se constituye de los siguientes capítulos:

CAP I.- En el que se establece el tema y la definición del problema de investigación.

CAP II.- En se describe a fondo el problema de investigación, se determinan los objetivos y la Hipótesis, asimismo como, la justificación y el contexto donde se realiza el proyecto. Además, se recopila información para la construcción del marco teórico, también se determinan la metodología de la investigación.

CAP III.- Se establecen los impactos que tendría el trabajo de investigación con el consultorio, las repercusiones y como le favorece. Para poder generar un aumento en la captación

CAP IV.- Se hace los estudios de benchmarking como los flujogramas, asimismo se realiza un flujograma modelo como un mejor resultado.

CAP V.- Se detalla el análisis de la información recogida por las encuestas para poder realizar las estrategias.

CAP VI. – Se recopila todo tipo de fuentes usadas para la recolección de información, esta misma sirvió para poder validar resultados. Finalmente se adjuntan los Anexos

6 CAPÍTULO VI CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusión

Esta investigación en torno al consultorio Happy Dent presenta las conclusiones a las que se llegan en la presente investigación, son que la Clínica Odontológica Happy Dent presenta problemas en sus procesos del área de atención al cliente y su identidad de marca.

El análisis de las encuestas evidenció y reafirmó problemas mencionados en los párrafos anteriores, ya que, si bien había respuestas positivas, era necesario hacer un cambio de estrategias, dado a que los resultados obtenidos no fueron lo suficientemente favorables para el consultorio Happy Dent, por esa misma razón se optó por realizar una reestructuración de los procesos y la mejora de la imagen empresarial de la marca Happy Dent.

En lo que respecta a los objetivos de esta investigación:

El análisis planteado en el Objetivo General determinó que los procesos del área de atención al cliente presentan problemas para captar y fidelizar clientes a comparación de otros consultorios, por lo que se propone aplicar el branding para mejorar esta situación.

Se estableció como primer Objetivo Específico, la elaboración de encuestas de satisfacción de los usuarios del consultorio arrojó que las expectativas con respecto al servicio de atención fueron de un 50% conforme y el otro 50% inconforme, por otro lado, pudimos apreciar que el 70% de los encuestados no tienen conocimiento sobre las redes sociales lo que nos llevó a plantear una estrategia. y finalmente el

problema más común evidenciado por los encuestados es el de la mala atención tendiendo un 40%.

Se estableció en el segundo Objetivo Específico, que Happy Dent tiene deficiencias en sus procesos de “Reservas a distancia” y “Atención presencial” presentes en el área de atención al cliente, específicamente en las actividades de protocolos de bioseguridad y la toma de decisiones.

Se estableció como el tercer Objetivo Específico, en lo que respecta a el análisis del benchmarking, se observó que tienen defectos en el manejo de su identidad de marca a comparación de otras empresas en el mismo rubro, sobre todo en manejo de sus redes sociales limitando su llegada a nuevos posibles clientes.

Se estableció como el cuarto Objetivo Específico, que el aplicar el branding como herramienta de mejora para la imagen de empresa es una gran opción para fidelizar clientes actuales y captar posibles nuevos clientes.

La presente investigación representa un aporte de los autores a futuras investigaciones, siendo la misma susceptible a cambios, modificaciones y actualizaciones por parte de todos aquellos interesados en el tema propuesto por sus servidores.

6.2 Recomendación

Se recomienda que la empresa Happy Dent mejore su identidad empresarial aplicando las estrategias de branding para aumentar la captación y fidelidad de clientes.

Además, darles más importancia a los procesos operacionales del área de atención, con el fin de brindarle a sus clientes una atención más efectiva, rápida y cómoda para una mejor experiencia del servicio.

Se sugiere a la administración gerencial de la empresa implementar las estrategias diseñadas para mejorar el desempeño del área de atención al cliente que se propusieron en esta investigación.

7 CAPÍTULO VII REFERENCIAS

7.1 Fuentes de información

7.1.1 Fuentes bibliográficas

7.1.1.1 Electrónicas

- Carhuay, E., Ching, K. y León, H. (2017). *Mejora del proceso de atención al cliente aplicando metodología PDCA en una clínica de fertilidad*. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3579>
- Carranza, E. (2019). *Evaluación de la Gestión de los Procesos Operativos para Determinar su Eficiencia y Diseño de Estrategias que incrementen la Rentabilidad en la Clínica Odontológica RIMADENT año 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2457/1/TL_RimarachinCarranzaElsa.pdf
- Chuqui, K. (2020). *Calidad de atención y satisfacción del usuario en el servicio de odontología del puesto de salud Nicolás Garatea 2019*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/44903>
- Cobeñas, M. (2020). *Estrategias de benchmarking competitivo para promover el posicionamiento de la empresa Grupo Médico Empresarial S.A.C. Talara – Piura 2019*. [Tesis de pregrado,

Universidad César Vallejo].

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/52071>

- Díaz, P. (2006). *Metodología de la investigación científica y bioestadística: para médicos y estudiantes de Ciencias de la Salud*. RIL editores.
<https://books.google.com.pe/books?id=KfscYYsconYC&pg=PA129&dq=correlacional&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjCq7aAhvXwAhXhE7kGHTIACGMQ6AEwAXoECAMQAg#v=onepage&q=correlacional&f=false>
- Estupiñan, R. (2020). *Análisis financiero y de gestión* (3a ed.). Ecoe Ediciones.
https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=PIYkEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=Control+Financiero&ots=u6iYGE9jKR&sig=nE0mK9fgE5L3bykVfJFvAsOW3rc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Ferrer, D. (2021). *La importancia del benchmarking en las organizaciones*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://hdl.handle.net/20.500.12759/7332>
- Gutiérrez, D. (2016). *La gestión por procesos y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Clínica Santa María de la ciudad de Ambato*. [Tesis de maestría, Universidad Técnica de

Ambato].

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/19570>

- Ladrón de Guevara, M. (2020). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Editorial Tutor Formación.
https://books.google.com.pe/books?id=rZbTDwAAQBAJ&prints_ec=frontcover&dq=Atenci%C3%B3n+al+cliente+en+el+proceso+comercial.+UF0349&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20en%20el%20proceso%20comercial.%20UF0349&f=false
- Leal, E. y Quispe, C. (2018). *Gestión por procesos para mejorar la Eficiencia Operativa del Centro Odontológico Dento Stetic Cajamarca 2018*. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/27823>
- Leal, E. y Quispe, C. (2018). *Gestión Por Procesos Para Mejorar La Eficiencia Operativa Del Centro Odontológico Dento Stetic Cajamarca 2018*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/27823>
- Maxwell, J. (2019). *Diseño de investigación cualitativa: un enfoque interactivo*. Editorial Gedisa.
<https://books.google.com.pe/books?id=ZLewDwAAQBAJ&print>

[sec=frontcover&dq=cualitativa&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=cualitativa&f=false](http://hdl.handle.net/10554/18959)

- Murcia, L. (2015). *Propuestas de mejora para los procesos de las clínicas odontológicas de la Pontificia Universidad Javeriana con el propósito de estandarizar los procesos para garantizar una mayor calidad en la prestación de los servicios con miras al proceso de acreditación en salud propuesta aplicada*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. <http://hdl.handle.net/10554/18959>
- Paz, R. (2007). *Atención al cliente: guía práctica de técnicas y estrategias*. Ideaspropias. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=0yCuHNwXIMIC&oi=fnd&pg=PA1&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente&ots=BJrpfYUcTB&sig=WcP0jX1RF6qMhU1IODoWYh76WVs&redir_esc=y#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente&f=false
- Peña, J. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicios, centros odontológicos, distrito de Calleria, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2446>
- Rabanal, L. (2019). *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las micro y pequeñas empresas del sector*

servicio, rubro clínicas en el distrito de Callería, año 2019. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11570>

- Ring, M. (1995). *Historia Ilustrada de la Odontología*. Doyma Libros.
<https://raco.cat/index.php/Dynamis/article/view/121895/170320>
- Ros, V. (2008). *e-Branding. Posiciona tu marca en la red*. Netbiblo.S.L.
<https://books.google.com.pe/books?id=ASqC36N6AhUC&lpg=P1&dq=branding&pg=PA4#v=onepage&q=branding&f=false>
- Vásquez, K. (2013). *El control interno y su contribución en la mejora de los procesos operativos de la empresa Clínica Limatambo Cajamarca S.A.C.* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/717>

7.1.2 Fuentes hemerográficas

7.1.2.1 Referencias hemerográficas digitales (artículos virtuales):

- Álvarez, L., Gugelmeier, V. y Hermida, L. (mayo, 2013). ¿Cómo aprenden los estudiantes de odontología que cursan el último año de la carrera? *Odontoestomatología* 15(21), 4-11.
http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-93392013000100002

- Arévalo, Z. (enero-octubre, 2001). ¿Qué es el sistema de calidad? *Boletín Instituto Nacional de Salud*, 7(1-5), 12-13. <http://repositorio.ins.gob.pe/handle/INS/833>
- Bouillon, A. (marzo 5, 2018). Gestión de calidad. *Review of Global Management*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.19083/rgm.v3i1.691>
- Cázares-de León, F., Peraldi-Sada, M., Aneyba-López, L. y Soto-Gámez, D. (enero-febrero, 2021). Impacto económico en el medio odontológico durante la pandemia del COVID-19: revisión integradora. *Revista ADM*, 78(1), 42-47. <https://dx.doi.org/10.35366/98386>
- Huamani, W., Asencio, L., Rojas, L. y Tineo, J. (diciembre 27, 2019). Tiempo de espera para atención médica urgente en un hospital terciario después de implementar un programa de mejora de procesos. *Anales de la Facultad de Medicina*, 80(4), 438-442. <https://doi.org/10.15381/anales.v80i4.16705>
- Pares, G. y Castro, Y. (octubre-diciembre, 2020). Repercusiones de la pandemia COVID-19 en los ingresos y egresos económicos del odontólogo general. *Odontología Sanmarquina* 23(4), 409-418. <https://doi.org/10.15381/os.v23i4.19103>
- Perona-Miguel de Priego, G. y Mungi, S. (marzo 12, 2021). La “Nueva Odontología”. Debemos estar preparados para los

cambios. *Revista Científica Odontológica* 9(1), 1-9.

<https://doi.org/10.21142/2523-2754-0901-2021-052>

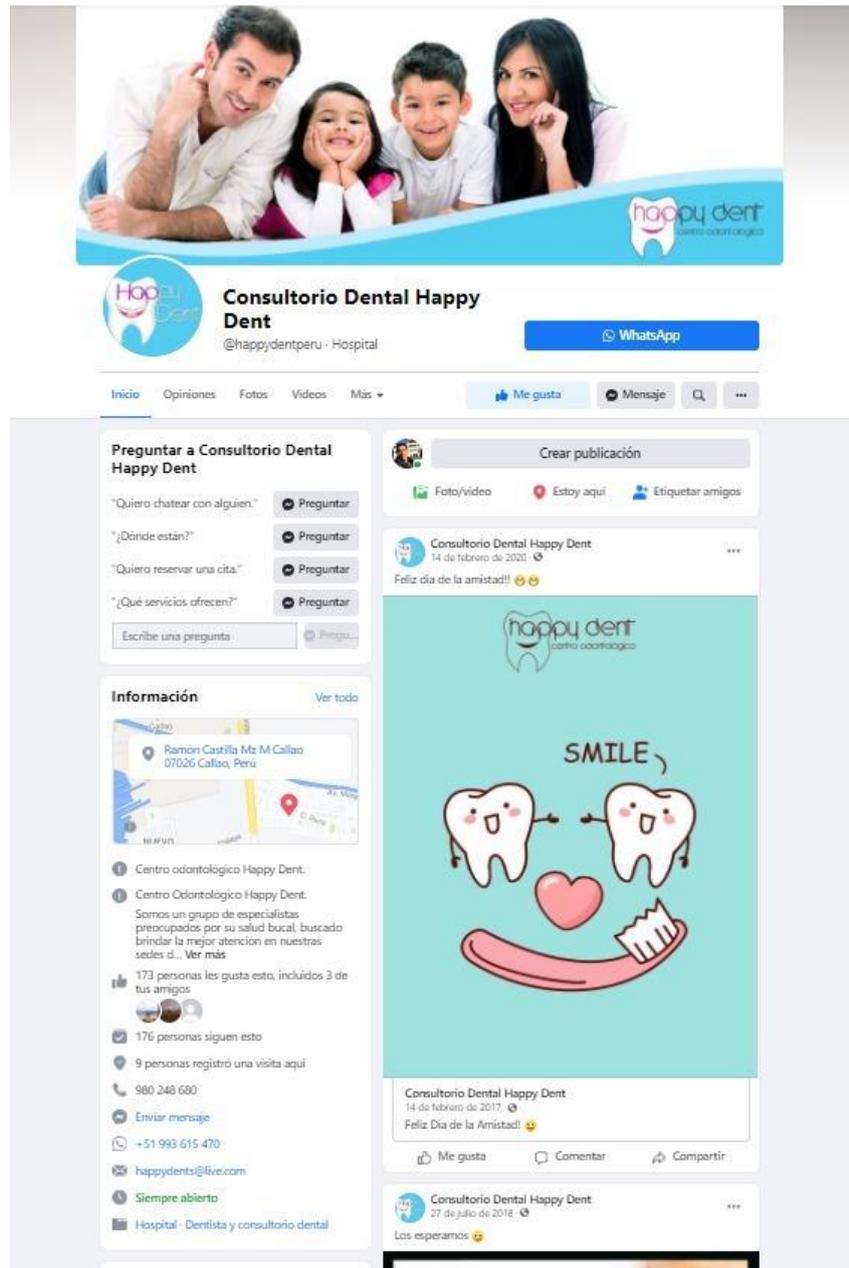
- Salas, R., Díaz, L. y Pérez, G. (junio, 2012). Las competencias y el desempeño laboral en el Sistema Nacional de Salud. *Revista Cubana de Educación Médica Superior*. 26(4), 604-617.
<https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=38882>
- Soler, V. y Raissouni, O. (noviembre, 2014 – febrero, 2015). Benchmarking, herramienta de control de calidad y mejora continua. *3C Empresa*, Vol. 3 (4), 217-233.
<https://ojs.3ciencias.com/index.php/3c-empresa/article/view/220>

CRONOGRAMA DE AVANCE	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Asesoramiento del docente Taller de Investigación	■															
Elección del Sector y Rubro a estudiar	■	■														
Título del Proyecto de Investigación		■														
Elaboración de Resumen (Abstract)		■	■													
Elaboración de Problema de Investigación			■													
Presentación de Investigación I				■												
Elaboración de Metodología de Investigación					■											
Elaboración de Objetivos e Hipótesis						■	■									
Revisión de Referencias bibliográficas							■									
Presentación de Investigación II								■								
Elaboración de Marco teórico									■	■						
Elaboración de Encuestas									■							
Elaboración de Justificación y Contexto de Investigación										■	■					
Presentación de Investigación III												■				
Elaboración de Desarrollos													■	■		
Presentación de Investigación Final														■	■	
Revisión del Jurado y Aprobación															■	
Cierre de Taller																■



8 Anexos

8.1 Imágenes





HAPPY DENT
Dentista y consultorio dental

WhatsApp

Inicio Opiniones Fotos Videos Más

Me gusta Mensaje

Preguntar a HAPPY DENT

"Quiero chatear con alguien." Preguntar

"¿Dónde están?" Preguntar

"Quiero reservar una cita." Preguntar

"¿Qué servicios ofrecen?" Preguntar

Escribe una pregunta Pregu...

Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar amigos

HAPPY DENT
8 h · 🌐

✅ ¿SABÍAS QUE SEGÚN LO QUE COMAS, ES CONVENIENTE ESPERAR VEINTE MINUTOS PARA CEPILLARTE LOS DIENTES? 🍷🍷

No siempre conviene lavarse los dientes nada más acabar de comer. Dependiendo de lo que hayas comido, es mejor esperar veinte minutos antes de cepillarse l... Ver más

Información Ver todo

📍 Somos un consultorio/centro odontológico con más de 08 años de experiencia en el mercado de la salud dental.
Somos grupo de especialistas enfocados ... Ver más

👤 0 personas siguen esto

🌐 <https://luisgonza82.wixsite.com/happydent>

☎ 993 615 470

✉ Enviar mensaje

🏠 Dentista y consultorio dental

Fotos Ver todo

¿DEBEMOS CEPILLAR NUESTROS DIENTES DESPUÉS DE COMER DULCES?

HAPPY DENT

**SALUD DENTAL
AL ALCANZE DE
TÚ MANO.**

**CON TOTAL
BIOSEGURIDAD**



[¡Vamos a charlar!](#)

**ESPECIALIDADE
SMÁS
SOLICITADAS**

[¡Vamos a charlar!](#)

ENDODONCIA



ORTODONCIA



ODONTOPIEDIATRIA



[¡Vamos a charlar!](#)

¿QUIENES SOMOS?

SOMOS UN CENTRO ODONTOLÓGICO CON MÁS DE 11 AÑOS EN EL MERCADO DE LA SALUD Y EL CUIDADO DENTAL.

NUESTRO OBJETIVO ES BRINDARTE EL MEJOR SERVICIO PARA QUE TE SIENTAS BIEN Y TE VEAS BIEN.

[¡Vamos a charlar!](#)

**SERVICIOS DE CALIDAD
PARA POTENCIAR TU
BIENESTAR**

+200
PACIENTES

+08
AÑOS DE EXPERIENCIA

+7
ESPECIALIDADES

[¡Vamos a charlar!](#)

HOLA!

CONTÁCTANOS
RELLENANDO EL SIGUIENTE
FORMULARIO.

Nombre *	<input type="text"/>
Apellido *	<input type="text"/>
Apellido *	<input type="text"/>
Nombre	<input type="text"/>

EMMA



+51 995 615 470 [f](#) [t](#) [g](#) [e](#)

[¡Vamos a charlar!](#)

8.2 Encuestas realizadas



Anexo: Guía de entrevista a pacientes

ESCUELA SAN IGNACIO DE LOYOLA ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS GUIA DE ENTREVISTA

Objetivo: Poder conocer la percepción de los clientes hacia el proceso de atención al cliente del consultorio Happydent y poder mejorar el flujo de atención al cliente.

1. ¿Cómo describirías nuestros servicios?
2. Con respecto al servicio dental. ¿Cuál sería tu opinión?
3. ¿Cómo te parece el manejo de los protocolos dentro del centro odontológicos?
¿Qué proceso agregarías para poder sentirte más satisfecho?
4. ¿Conoces nuestras Redes Sociales? ¿Qué te gustaría ver en ellas?
5. ¿Hasta qué punto nuestros servicios superan tus expectativas?
6. ¿Cuáles son los problemas más comunes que has evidenciado en tu visita a algún centro odontológico?
7. ¿Tienes algún otro comentario o sugerencia para nosotros? ¿Qué mejorarías en nuestro servicio?