

Universidad Tecnológica de El Salvador

**FACULTAD DE MAESTRÍAS Y ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS**



**CONSULTORÍA INTEGRAL COLABORATIVA REALIZADA A
CENTRO DE ESPECIALIDADES DENTALES BUENDÍA**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO POR:

PATRICIA LORENA ASCENCIO HUEZO

IRIS MARICELA TORRES FUENTES

OTILIO OSMIN VALLE

PARA OPTAR AL GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

JUNIO, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

Índice

Resumen Ejecutivo	i
Introducción	v
I. Parte: Diagnóstico y Acción clave de éxito.	1
1.1. Información Básica de la Empresa.	1
1.2. Diagnóstico del Equipo Consultor	2
1.2.1. Dirección Estratégica.....	2
1.2.1.1. Misión – Visión.	2
1.2.1.1. Historia de la empresa.....	3
1.2.1.2. Objetivos Estratégicos.....	5
1.2.2. Dirección y Liderazgo	6
1.2.2.2. Autonomía.	8
1.2.2.3. Instrumentos de Gestión.....	8
1.2.3. Análisis del Entorno.	8
1.2.3.1. Normativa e Institucionalidad.....	8
1.2.3.2. Comprensión del Sector.	9
1.2.3.3. Alianzas.	9
1.2.4. Mercadeo y Ventas.....	10
1.2.4.1. Relación con Clientes.	10

1.2.4.2. Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento.....	11
1.2.4.3. Producto.....	12
1.2.4.4. Precio.....	12
1.2.4.5. Gestión de Ventas.....	13
1.2.4.6. Comunicaciones.....	14
1.2.5. Producción y operaciones.....	14
1.2.5.1. Análisis de Proveedores.....	14
1.2.5.2. Manejo de Inventarios.....	15
1.2.5.3. Planificación de la Producción.....	15
1.2.5.4. Distribución de Planta.....	16
1.2.5.5. Nivel Tecnológico.....	16
1.2.5.6. Mantenimiento de Maquinarias.....	17
1.2.6. Gestión Ambiental.....	18
1.2.6.1. Normativa Ambiental.....	18
1.2.7. Estructura Organizacional.....	20
1.2.7.1. División del Trabajo.....	20
1.2.7.2. Poder de Decisión.....	21
1.2.8 Finanzas.....	21
1.2.8.1. Tributaria y Normas Legales.....	21

1.2.8.2. Registros Contables.	22
1.2.8.3. Análisis de costos.	23
1.2.8.4. Administración Financiera.	23
1.2.9. Recursos Humanos	24
1.2.9.1. Desempeño del Personal.	24
1.2.9.2 Política de Personal.....	24
1.2.9.3. Incentivos y Beneficios del personal.....	25
1.2.9.4. Clima y Motivación del personal.	26
1.2.10. Gestión de Información.....	27
1.2.10.1. Información.....	27
1.2.10.2. Comunicación.....	27
1.2.11. Gestión de Calidad	27
1.2.11.1. Control de calidad.....	27
1.2.11.2. Aseguramiento de la Calidad.....	28
1.2.12. Innovación Tecnológica	28
1.2.12.1. Estrategia Tecnológica.	28
1.2.12.2. Cultura de Innovación.....	29
1.2.12.3. Tecnologías de Información.	30
1.3. Análisis de la Información: Áreas de Oportunidad	30

1.4. Recomendaciones: Acciones a realizar de manera inmediata.	37
II. Parte: Acción clave de éxito: fundamentación, beneficios e implantación ..	38
2.1. Proceso seguido en la determinación de la acción clave de éxito a implantar.....	38
2.1.1. Proceso de Consultoría.	38
2.1.2. Presentación al empresario de fortalezas y áreas de oportunidad, y determinación de acción clave de éxito.	41
2.2. Beneficios de la acción clave de éxito a implantar	41
2.3. Descripción de la acción clave de éxito	43
2.3.1. Acción clave de éxito. Creación e implementación de un sistema CRM “customize” para la clínica y fan page en Facebook.....	44
2.3.2. Fases de desarrollo de la acción clave de éxito. Creación e implementación de un sistema CRM para la gestión de clientes y fan page en Facebook.....	45
2.3.2.1 Diagnostico de la empresa.	46
2.3.2.2. Identificación de procesos claves para la relación con los clientes.	48
2.3.2.3. Creación del mapeo de procesos y definición de reportes para la Clínica Odontológica Buendía.	49
2.3.2.4. Desarrollo del sistema CRM para la clínica.	52

2.3.2.5. Instalación de CRM y capacitación interna.....	56
2.3.2.6. Creación de fan page en Facebook.....	60
2.3.2.7 Documentación del proceso.	61
2.3.2.8. Capacitación de usuarios.	111
2.4. Fundamentación teórica de la acción clave	115
2.4.1 ¿Que es un CRM?.....	116
2.4.1.1 Definición de CRM.....	117
2.4.1.2. Importancia de contar con un CRM	119
2.4.1.3. Ventajas y Beneficios de un sistema CRM	120
2.4.2 Fan Page en Facebook	121
2.4.2.1. Características de Facebook.....	122
2.4.2.2. Datos estadísticos de la importancia de contar con fan page.....	124
2.4.3. Mapa de procesos del Sistema CRM – Clínica Buendía	125
2.5. Plan de implementación de la acción clave de éxito.....	130
III. Parte: Resultados implementación acción clave de éxito	132
Conclusiones del Equipo Consultor.	136
Referencias.....	141
Anexos.....	142

Resumen Ejecutivo

El Documento presentado a continuación es el resultado de la evaluación del Centro de Especialidades Dentales utilizando para ello un proceso de identificación de las áreas fuertes y las posibles deficiencias que afectan su competitividad y desempeño con el fin de que les permitan realizar acciones correctivas.

La metodología utilizada para la ejecución de esta consultoría consistió en un proceso de varias etapas: entrevistas, visitas a la empresa, observación directa, diseño de informe, validación y aprobación de informe, presentación de informe final, en las que interactuaron el equipo consultor, el empresario y sus colaboradores directos.

En el proceso de diagnóstico integral realizado por el equipo consultor se identificaron aspectos puntuales en 12 grandes áreas de gestión con sus correspondientes subáreas evaluadas, lo que permitió señalar las principales áreas de oportunidad; las cuales se describen ampliamente en la sección de Diagnóstico del Consultor.

Posteriormente, a partir de la información recopilada y analizada, se determinaron 7 áreas prioritarias a intervenir, de acuerdo con variables de impacto y factibilidad, siendo estas:

AREA	SUB AREA
Dirección Estratégica	• Objetivos estratégicos
Dirección y Liderazgo	• Instrumentos de Gestión
Mercadeo y Ventas	• Relación con los clientes
	• Comunicaciones
Producción y Operaciones	• Manejo de inventarios
Estructura Organizacional	• División del Trabajo
Recursos Humanos	• Política de Personal

En reunión con el empresario y el equipo consultor se determinó el área de oportunidad a intervenir, estableciéndose la acción clave de éxito a implementar, la cual consiste en La Creación e implementación de un sistema CRM y Fan page en Facebook para la clínica.

Con esta acción clave la empresa se verá beneficiada en lo siguiente:

- Tener una herramienta para la medición del fortalecimiento de la relación con los clientes a través de mecanismos de comunicación y atención al cliente generando confianza y fidelidad en ellos.
- Controlar de manera eficiente la información de clientes, programación de citas y elaboración de presupuestos.
- Reforzar la reputación de la empresa con un excelente servicio y mejora de la competitividad, alineando esfuerzos de manera consistente, manteniendo lo que impacta positivamente en la mente del cliente, incrementando las ventas.

- Facilitará la toma de decisiones para el empresario, respecto a las campañas de publicidades y los clientes.
- La fan page permitirá dar a conocer los servicios ofrecidos en la clínica e interactuar con los clientes de un mercado meta al que se dirija.

Es así como en un plazo de 7 meses se implementó la acción clave, la cual fue elaborada de manera conjunta con el empresario y sus colaboradores más cercanos.

Los resultados obtenidos de la implementación fueron los siguientes:

Se creó e implementó un sistema CRM para la clínica Buendía, que permitirá controlar el desempeño de los procesos, suministrando una plataforma de información para la toma de decisiones, el cual comprende reportes de gestión de ventas-ingresos, reporte de campañas de marketing, gestión de resolución de reclamos y presupuestos de servicios.

El sistema también incluye una base de datos de los clientes, obteniendo un expediente personalizado, que comprende datos generales del cliente, como: Nombre, Apellido, edad, números de contacto, tipo de cliente, fecha de cumpleaños e historial médico.

Se incluyó un módulo para el control de citas, como: registro de citas realizadas, no realizadas y canceladas, que permiten visualizar el movimiento de citas de la clínica, a través de la generación del reporte de programación de citas.

Como campañas publicitarias la clínica solamente utilizaba perifoneo, recomendaciones de clientes y paginas volantes. Por ello se trabajó una nueva forma de hacer publicidad creándose una fan page en la red Facebook que permitirá mejorar el rendimiento de la clínica, además de exponer su marca y su perfil, se estará en contacto constante con los clientes potenciales. Esto arrojará datos estadísticos permitiendo estudiar las preferencias de las personas en el mercado al cual está dirigida la campaña.

Como equipo consultor agradecemos al empresario y colaboradores todo el apoyo, interés y colaboración que nos brindaron a lo largo de este tiempo, esperando con esta consultoría haber contribuido a la sostenibilidad y competitividad de la organización.

Introducción

El presente documento contiene el informe final de la consultoría integral colaborativa realizada al Centro de especialidades dentales Buendía denominada “Creación e Implementación de un sistema CRM y Fan Page en la red social Facebook”. Realizada por los estudiantes de la escuela de Administración de Negocios de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

En el desarrollo se describe el resultado del diagnóstico realizado para evaluar las áreas de gestión e identificar las áreas fuertes y las posibles deficiencias que afecten el desempeño y proporcionar recomendaciones viables para aumentar la productividad y la competitividad de esta.

El informe está compuesto por tres capítulos:

En el primer capítulo se establecen los antecedentes necesarios para el desarrollo de la consultoría, generalidades relativas a las operaciones del negocio, su base técnica, legal aplicable y el diagnóstico realizado.

En el segundo capítulo la propuesta de una herramienta que garantice el fortalecimiento de la relación con los clientes a través de mecanismos de comunicación, así como el plan de desarrollo e implementación.

Y finalmente se muestra un resumen de los principales resultados obtenidos de la intervención realizada, así como las conclusiones, recomendaciones y bibliografía utilizada que sirvió de base para la realización de la investigación y anexos utilizados en la misma.

I. Parte: Diagnóstico y Acción clave de éxito.

1.1. Información Básica de la Empresa.

SOLICITUD DE DIAGNOSTICO		
Ref.	Nombre Campo	Contenido Campo
1	Nombre Contacto Empresa	Blanca Buendia Bonilla
2	Cargo	Propietaria
3	Razón Social Empresa	Centro de especialidades dentales Buendia / Blanca Buendia Bonilla
4	Matrícula de Comercio	
5	Giro Empresa	Servicios
7	Sector	Servicios
8	N° Empleados Jefes	5
9	N° Empleados Administrativos	5
10	N° Empleados Operarios	
11	N° Operarios Permanentes	
12	N° Operarios Temporales	
13	Dirección	1ª. Calle Poniente No. 2 Frente al parqueo del Banco Hipotecario , Zacatecoluca.
14	Ciudad / País	Zacatecoluca / La Paz /El Salvador
15	Teléfonos	2334-1010 / 7873-3185
16	Fax	
17	E-mail	especialidadesdrabuendia2018@gmail.com
18	Mes / Año Fundación Empresa	Fundada en 1995.Cuenta con 23 años de operaciones
19	Número de Productos	Servicios Odontologicos Generales / Ortodoncia / Implantes dentales / Cirugia Maxilofacial / Endodoncia / Odontopediatria / Prostodoncia / Ortopedia / Odontologia Cosmetica y Restaurativa /
20	Principal Producto / Servicio 1	Tratamientos de ortodoncia
21	Principal Producto / Servicio 2	Rellenos
22	Principal Producto / Servicio 3	Extraccion y Limpieza
25	Ventas Netas Totales Ultimo año	No fueron proporcionado en su totalidad.
26	Ventas Netas Totales Penúltimo año	No fueron proporcionado en su totalidad.
27	Ventas Netas Totales Antepenúltimo año	No fueron proporcionado en su totalidad.
28	Exportación Directa (SI/NO)	NO
29	Exportación Distribuidores (SI/NO)	NO
30	Exportaciones Totales Ultimo año	N/A
31	Exportaciones Totales Penúltimo año	N/A
32	Exportaciones Totales Antepenúltimo año	N/A
33	¿Ha utilizado instrumentos de fomento?	Si
34	¿Cuáles?	Instituciones Financieras / Banco

1.2. Diagnóstico del Equipo Consultor

A continuación, se presentan los aspectos relevantes encontrados en las Áreas de Gestión, específicamente en cada una de las subáreas que las integran, por el Equipo Consultor en el proceso de entrevistas más verificación visual y visitas a la organización.

1.2.1. Dirección Estratégica

1.2.1.1. Misión – Visión.

El Centro de Especialidades Dentales de Zacatecoluca fue fundado en 1995 por la Dra. Blanca Buendía Bonilla, con el único objetivo de brindar una completa asistencia odontológica y cubrir todas las necesidades de los pacientes por medio de los servicios que ofrecen, mediante tratamientos especializados de calidad y con un equipo altamente capacitado. Dentro de los servicios que ofrecen se destacan: Implantes dentales, Ortodoncia, Endodoncia y Cirugía Maxilofacial.

Los valores más importantes para la gerencia son: Honestidad, Responsabilidad, Afabilidad, Iniciativa, Entusiasmo, Agilidad, Respeto, y Sensibilidad Humana.

La misión de la empresa consta por escrito y es la siguiente:

“Somos un grupo de especialistas con tecnología moderna, que atendemos todas las áreas de la Odontología en todos nuestros pacientes, brindándoles la mejor calidad y atención, a un precio justo y al alcance de todos”.

La misma es transmitida y socializada a todos los colaboradores de manera verbal e impresa, por medio de charlas y reuniones.

La gerente considera que la misión es compartida por sus empleados por el compromiso que demuestran al realizar el trabajo ya que son proactivos y conocen los servicios que la clínica ofrece.

En cuanto a la visión, las acciones que se realizan para alcanzarla se concentran principalmente en la prestación de todos los servicios odontológicos especializados de manera Integral y con precios competitivos, destacando la calidad de estos.

Actualmente tiene 23 años en el mercado, con una cobertura geográfica en la zona paracentral para los departamentos de San Vicente, Usulután, y en la zona central en el departamento de San Salvador.

1.2.1.1. Historia de la empresa.

La empresa inicia como una necesidad de mejora financiera, la Dra. Buendía, funda el negocio como medio de subsistencia, identificando que existía una necesidad de clínica dental en Zacatecoluca. A través de los

años la perseverancia y disciplina es lo que le permite permanecer en el negocio.

La historia de la organización está marcada por principales etapas: Inicialmente comenzó con un pequeño local alquilado, pero sintiendo la necesidad de ir creciendo decidió tomar riesgos, lo que la conllevó a tomar un préstamo bancario para la compra de un terreno y así comenzar la construcción de la clínica. Cuando empezó la construcción de las nuevas instalaciones tuvo un inconveniente con el arquitecto que dirigía la obra, pues usó material de mala calidad y la estafó financieramente, dejándola endeudada e incurriendo en gastos legales, lo que ocasionó grandes pérdidas económicas que llevó a cerrar la construcción alrededor de 10 años.

A pesar de las dificultades no abandonó sus sueños de construir su propia clínica, así que durante esos 10 años buscó otra manera de financiarse y empezó a ahorrar para comenzar con la reconstrucción nuevamente.

Actualmente la clínica se encuentra en una mejor etapa por lo que está pensando expandirse con sucursales, o remodelando las que ya tiene con la compra de equipo nuevo, como un aparato de rayos “x” lo que le permitirá ofrecer sus servicios de una manera más completa.

La clínica ha tenido la influencia del Estado y otras organizaciones a través del pago de impuestos municipales, la Junta de Vigilancia y la Unidad de Salud, verificando que se cumplan las normas de calidad y el Ministerio de Salud verificando el manejo de los desechos bioinfecciosos.

1.2.1.2. Objetivos Estratégicos.

En cuanto a los objetivos estratégicos, éstos son definidos por su fundadora, pero no se encuentran por escrito y están encaminados a proporcionar un servicio odontológico Integral, en todas las especialidades dentales en un sólo lugar.

Los objetivos a corto plazo son:

Aumentar el personal con un odontólogo y una asistente dental para incrementar las ventas.

A mediano plazo:

invertir en la compra de un aparato de Rayos “X”.

Y a largo plazo:

expandirse con la apertura de nuevas clínicas en otros lugares.

Los planes de acción para cumplirlos por el momento son darle mantenimiento a su sitio web para actualizar la información de la clínica y

abrir una página de Facebook para que más personas puedan conocer los servicios que ofrecen.

No dispone de un presupuesto para futuras inversiones, por lo que el principal problema para el cumplimiento de estos es la falta de recursos financieros y el factor tiempo.

También se necesita recurso humano que ayude en la actualización de la página web, actualizando la información diaria de la clínica y poder brindar promociones en los servicios que ofrecen.

1.2.2. Dirección y Liderazgo

1.2.2.1. Estilo Directivo.

Las decisiones que toma la Dra. Blanca Buendía (propietaria) son a nivel general, sobre aspectos administrativos, de contratación, despido de empleados, compra de materiales, pago de salarios, horarios de trabajo y mantenimiento de los equipos.

También participa en tareas operativas tales como: consultas odontológicas generales, extracciones, limpieza y endodoncias de dientes de una raíz.

Actualmente la propietaria no tiene parientes trabajando dentro de la clínica, pero si tiene a su disposición seis médicos especialistas los cuales ofrecen las diferentes especialidades dentales dentro de la clínica.

El staff de equipos médicos está compuesto por:

- Odontología Cosmética y Odontopediatría (Dra. Blanca Buendía)
- Cirujano Oral (Dr. Saúl Montalvo)
- Ortodoncista (Dr. Javier Mayorga y Dr. Armando Urrutia)
- Cirujano Dental (Dr. Leo Palomares)
- Prostodoncista e Implantologo (Dr. Eduardo González).
- Especialista en Endodoncia (Dr. Ricardo Cuellar)

El staff de médicos toma decisiones de manera individual en torno a equipo específico como los insumos a utilizar para sus consultas, asistente dental personal a contratar y el costo del servicio a ofrecer, del cual se paga un porcentaje a la clínica para poder hacer uso de las instalaciones de esta.

El rendimiento del trabajo de cada uno de los doctores es evaluado por los ingresos que percibe la clínica con los servicios que se prestan y las directrices de la gerencia giran respecto a instrucciones de manejo de insumos para evitar desperdicios de estos.

1.2.2.2. Autonomía.

La propietaria toma las decisiones más importantes de la clínica sin intervención ni influencia externa.

1.2.2.3. Instrumentos de Gestión.

No se utilizan instrumentos de gestión, sino que empíricamente se basa en la observación y la experiencia.

1.2.3. Análisis del Entorno.

1.2.3.1. Normativa e Institucionalidad.

Actualmente ninguna regulación del Estado limita la funcionalidad de la clínica, ya que cumple con las obligaciones tributarias, en el pago de impuestos. Las Leyes del Ministerio de Salud pueden incidir por el tema de los desechos bioinfecciosos, y la Alcaldía, por los altos impuestos en la localidad de la clínica.

La institución que está apoyando la gestión de la clínica es Asociación CDEMYPE, brindando consultoría empresarial para la sostenibilidad y el crecimiento del negocio. Por el momento desconoce los beneficios que brinda el Estado, solo las asesorías técnicas por medio de CDEMYPE.

1.2.3.2. Comprensión del Sector.

La empresa se clasifica dentro del sector servicios como pequeña empresa, actualmente el desarrollo económico del sector se ve afectado por aspectos de la economía como: el precio de la gasolina, bajos salarios y aumento de la canasta básica, ya que afectan aumentando los costos y reduciendo la rentabilidad del negocio. No pertenece a ninguna asociación o gremial y no recibe información acerca del sector.

Las principales dificultades del sector son la competencia, Los precios de los medicamentos, por los costos que se generan al vencerse los insumos dentales, por la falta de clientes.

1.2.3.3. Alianzas.

La clínica ha realizado alianzas con otras organizaciones y de manera informal con los especialistas, incrementando las horas de atención de las consultas, para cubrir la demanda de los pacientes, con el fin de dar un mejor servicio a los clientes. Se considera importante tener alianzas con otras empresas a fin de contar con facilidades de negocio y lograr mejores beneficios.

La propietaria ha evaluado la posibilidad de nuevas ideas de negocios respecto a las consultas de especialidades odontológicas. La compra de un aparato de rayos x, para completar los servicios

odontológicos que lo requieran, así como abrir una farmacia y una cafetería dentro de la clínica, para una mejor atención a los pacientes.

La clínica no ha participado en alguna misión comercial o tecnológica, pero expresa que está interesada en establecer alianzas con aseguradoras y Zonas Francas para mejorar su negocio.

1.2.4. Mercadeo y Ventas

1.2.4.1. Relación con Clientes.

Los clientes, en su mayoría, son grupos familiares, salvadoreños que viven en el extranjero (hermanos lejanos), turistas, y clientes nacionales que viven en los departamentos de San Vicente y La Paz con los que se goza de una excelente relación y se busca mantener una buena atención, Actualmente no se cuenta con una unidad de atención al cliente definido, aunque si se realizan algunas gestiones preventa, pero no post venta.

El proceso de captación de clientes es a través de perifoneo, recomendación de otros pacientes, rótulos, pagina web y hojas volantes. El seguimiento se realiza a través de llamadas telefónicas y el monitoreo de manera individual de cada doctor especialista a los pacientes.

No se tienen documentados los principales clientes ya que no existe una base de datos de clientes definida, solamente cuentan con fichas por escrito donde se describe el tratamiento realizado a cada uno de ellos, las fechas de las consulta y teléfono.

Los atributos de los servicios que valoran los clientes son: la atención que reciben desde la entrada de la clínica, donde el vigilante los recibe amablemente hasta el servicio de doctores que los atienden, la limpieza del lugar y la calidad de servicio que reciben.

Un reclamo que se ha tenido por parte de los clientes es disgusto en la impuntualidad a la hora de atenderlos para recibir la consulta, esto se lo hacen saber a la secretaria o la propietaria directamente. Para el caso de reclamos en algún tratamiento realizado, responden económicamente ante la insatisfacción de los clientes con la repetición del procedimiento sin ningún costo.

1.2.4.2. Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento.

Los criterios utilizados para la segmentación de clientes es la tabla de precios, la característica principal de estos es el poder de adquisición.

El mercado meta de la clínica son extranjeros y nacionales que viven en lugares cercanos, siendo los primeros los principales y que representan el 50% de las ventas totales de la clínica.

La gerencia sabe lo que los clientes piensan de su empresa y servicios, ya que son recomendados por la calidad de los servicios que se brindan. También se caracterizan por mantener modernas y limpias instalaciones para poder mantener la identidad de la clínica.

1.2.4.3. Producto.

La propietaria tiene ideas en cuanto al mejoramiento y desarrollo de nuevos servicios, pero son proyectos que no están definidos por escrito, por lo que no están documentados.

1.2.4.4. Precio.

Los costos principales para la prestación de servicios son los materiales, insumos, salarios, servicios de agua, energía y teléfono; los cuales son costos fijos y variables, pero no se posee una estructura definida.

Los principales competidores son las clínicas odontológicas que ofrecen los mismos servicios y que se encuentran ubicadas en el departamento de La Paz. A menudo, se comparan precios con la competencia para saber la posición en el mercado y fijar precios parecidos.

La tendencia de los precios del mercado es que cada año están aumentando y hay factores externos considerados para la fijación de estos que son el tiempo del tratamiento a realizar y los insumos que se utilizan.

Las principales diferencias de los servicios que ofrecen y que más valoran los clientes respecto a la competencia son: las instalaciones, los médicos especialistas, el parqueo, el trabajo realizado, el tiempo y la calidad. Aunque este precio no incorpora estos elementos de diferenciación, los actuales están por un nivel del 5% más elevado que el de la competencia.

1.2.4.5. Gestión de Ventas.

La clínica no posee fuerza de ventas, pero los pacientes satisfechos por el trabajo realizado sirven de referencia para contactos y clientes potenciales. No se tiene control de gestión ventas y los reclamos y mejora de los servicios son canalizados a través de la asistente o la propietaria.

Para vender los servicios que la clínica ofrece se apoyan del perifoneo, la página web, tarjetas de presentación, hojas sueltas y referencias de pacientes, Las hojas volantes son actualizadas por lo menos dos veces al año, y otros como la página web no ha sido actualizada desde hace dos años.

Los principales argumentos de venta son: los servicios que se ofrecen y la ubicación de la clínica, pero no cuentan con una política de promoción definida.

1.2.4.6. Comunicaciones.

El plan comunicacional de la clínica opera así: el perifoneo se realiza en la cabecera departamental, los cantones, al igual que las hojas volantes que se reparten y tienen descuento al ser presentadas en la clínica y por recomendaciones que transmiten de pacientes a otras personas con comentarios positivos del trabajo que se les realizó.

La propietaria define el presupuesto comunicacional, el cual es reflejado como un gasto fijo mensual. Pero no se tiene una forma de medir su efectividad respecto a las ventas.

1.2.5. Producción y operaciones

1.2.5.1. Análisis de Proveedores.

Las compras de los insumos odontológicos se realizan de acuerdo con la demanda de los servicios, ya que no existe planificación para la compra de estos.

Para la selección de los proveedores se establecen los siguientes criterios: calidad, precio, antigüedad, y que sea una empresa reconocida en el ámbito comercial. Las condiciones de venta son de contado o al crédito y a veces a través de promociones o rebajas en los productos.

Han tenido problemas en la compra de insumos como: anestésico tópico, por permisos legales en el país.

Cuentan con un proveedor desde hace más de diez años que le brinda facilidades de pago cuando se necesitan.

1.2.5.2. Manejo de Inventarios.

La asistente dental es la encargada de recibir los insumos que se compran en la clínica y se hacen de manera directa con el proveedor, esta se realiza conforme a la demanda de los servicios, o por algún tipo de oferta en estos. Se revisan contra la factura, verificando la fecha de vencimiento y que el producto llegue completo. Por el momento no han tenido problemas de rechazo de producto, pero los proveedores ofrecen garantía en el caso que los hubiera.

No se tiene un inventario de insumos, el único control establecido es la anotación en un cuaderno que lo realiza la secretaria. Tampoco realizan inventarios de productos por lo que no se puede comprobar las existencias teóricas con las físicas.

1.2.5.3. Planificación de la Producción.

La estimación de la demanda de servicios es por experiencia, en la época de días festivos se recibe la visita de los hermanos lejanos.

No se tienen metas ni estimaciones de demanda para el próximo año o semestre, por lo que no sabe cuánto espera vender.

1.2.5.4. Distribución de Planta.

Los criterios para la distribución de equipos son en base a la experiencia de local anterior y los equipos que se tienen. La distribución actual de los equipos es óptima, porque se utiliza todo el espacio disponible. Aunque actualmente no se posee un diagrama de distribución de la planta.

La actual distribución de la clínica permite un aumento en los servicios que se ofrecen, por lo que hay expectativas de contratar un odontólogo y una asistente dental, pero se tendría que revisar la demanda de pacientes.

Para futuro crecimiento de la clínica, si existe un espacio físico para la instalación de nuevos equipos, pero dependiendo del equipo y servicios que se ofrezcan se tiene que hacer una remodelación de las instalaciones.

1.2.5.5. Nivel Tecnológico.

Los equipos utilizados son de alta tecnología y actualmente se encuentran en óptimas condiciones. La compra del último equipo fue un compresor y se adquirió hace tres años. Para estar al nivel de la competencia a nivel tecnológico tratan de que el equipo se vea moderno y

en buen estado, y se han comprado también cámaras intraorales para ofrecer los mismos servicios con mejores comodidades.

El plan estratégico para la adquisición de nuevos equipos es elaborado por la propietaria. Los equipos que se proyecta comprar en un año son: Un aparato de Rayos X en 3D para radiografías panorámicas y cefalométricas, debido a las necesidades de los pacientes y de tener los servicios completos dentro de la clínica.

1.2.5.6. Mantenición de Maquinarias.

Los equipos cuentan con manuales que están en inglés y español, y una vez por semana se verifican que estén en óptimas condiciones. El encargado y responsable del mantenimiento es un mecánico externo, quién es técnico a nivel profesional como mantenimiento y reparación de equipos y ofrece servicios de calidad y a precios bajos. La asistente dental y la encargada de limpieza son responsables de llamar al mecánico y estar pendientes del funcionamiento de estos, cuando existe alguna falla.

No existe un plan de mantenimiento, ni registros de control de equipos, por el momento no se tiene frecuencia de fallas. El tipo de mantenimiento realizado a los equipos son dos, preventivo y correctivo y no existe un día específico para realizarlo.

1.2.6. Gestión Ambiental

1.2.6.1. Normativa Ambiental.

La política ambiental de la clínica es estricta sobre el control de desechos bioinfecciosos y es definida por el Ministerio de Salud, esta es informada al personal a través de charlas o reuniones y se capacita sobre el manejo y ubicación de los desechos, así como del equipo personal a utilizar.

El responsable de clasificar y almacenar estos residuos es la Dra. Buendía siendo los principales: gasas, algodones y agujas, estos son almacenados en depósitos especiales, para luego ser entregados a la empresa autorizada para su recolección.

No existe una planificación de la transformación, modificación o inertización de residuos peligrosos, solamente se retira y deposita en los recipientes especiales, No se tiene ningún sumario, solo los conocimientos proporcionados en la Universidad donde realizó sus estudios, pero si llevan registros ambientales que son el recibo de entrega de los desechos a la empresa autorizada para el manejo de estos.

El tipo de quejas que se recibió de la comunidad fue hace años que los desechos se sacaban a la calle para ser retirados por el camión de la alcaldía, pero al no pasar a tiempo, las bolsas eran rotas por los perros, regando su contenido en la calle.

Los aspectos más críticos del proceso productivo de la clínica son las extracciones y las cirugías.

1.2.6.2. Manejo de Residuos.

Los residuos generados en el proceso de transformación son residuos bioinfecciosos, los cuales no se eliminan, sino que se trasladan para su destrucción y son colocados en las bolsas y recipientes especiales.

La composición de los residuos industriales son agujas y gasas con sangre, procedentes de procesos de extracción y cirugías, en cual los más peligrosos son las agujas.

1.2.6.3. Riesgo y Salud Ocupacional.

La principal responsable de la prevención de riesgos es la propietaria, cuya formación profesional es odontóloga general. No cuenta con un presupuesto independiente, todo está incluido en los gastos y por el momento no han tenido accidentes dentro de la clínica.

Las capacitaciones que tienen los trabajadores en prevención de riesgos son sobre incendios y manejo del estrés. La clínica dispone de un sistema de charlas de seguridad, pero no tiene instructivos escritos para el manejo de accidentes.

No cuentan con unidad de primeros auxilios, pero si poseen dos extintores, también poseen sistemas de evacuación en caso de accidentes y rutas de evacuación señalizadas.

La propietaria es la responsable de la verificación de la utilización de protección de seguridad y los empleados usan artículos de seguridad cuando es necesario, como: guantes, mascarillas, lentes, etc.

1.2.7. Estructura Organizacional

1.2.7.1. División del Trabajo.

El trabajo dentro de la clínica está dividido de la siguiente manera: Propietaria-Odontólogo General y cuenta con seis odontólogos especializados en los servicios que brindan.

Las tareas y responsabilidades para el personal administrativo están claramente definidas, pero se les informa de manera verbal, ya que no hay nada por escrito. Las funciones más importantes son el servicio y la atención al cliente.

Actualmente se piensa en otra forma de estructurar el trabajo, como contratar a una administradora de empresas para la clínica, para formalizar la parte administrativa.

No cuentan con reglas ni procedimientos definidos, lo que se hace es comparar el día a día, y eso se traslada al nuevo personal.

Los cargos y responsabilidades son definidos en base al desempeño y la experiencia. Las responsabilidades de cada uno son: odontólogos especializados realizan diagnósticos y tratamientos a los pacientes, Asistente dental verifica inventario de insumos, la secretaria se encarga de darle seguimiento a los pacientes.

1.2.7.2. Poder de Decisión.

Todas las decisiones son tomadas por la propietaria, las decisiones que se toman son de: producción, finanzas, recursos humanos, inversiones, procesos de trabajo etc. El proceso de toma de decisiones a nivel estratégico lo hace en base a la experiencia, el personal solo hace sugerencias o brinda ayuda cuando se les solicita.

El personal participa en las decisiones de la siguiente manera: la asistente puede hacer sugerencias en cuanto a la compra de insumos.

1.2.8 Finanzas

1.2.8.1. Tributaria y Normas Legales.

Dentro la estructura de la clínica no cuenta con un departamento de contabilidad o finanzas, pero estas actividades son delegadas al

contador externo, quien posee Licenciatura en Contaduría Pública y cuenta con una oficina contable.

Los registros legales que actualmente lleva la clínica para efectos legales y tributarios son: Impuestos de IVA, renta, pago a cuenta, planillas de salarios, seguro social, los cuales a la fecha se encuentran solventes.

No se tiene un control de obligaciones tributarias, pero se planifican mensualmente el pago de los impuestos de IVA y pago a cuenta, el contador genera la información, la propietaria es la responsable del pago de estos y de llevar un control del pago de facturas

No cuentan con información respecto a las obligaciones de la organización en materia de la Ley Contra el Lavado de Dinero y Activos, y tampoco se ha realizado ninguna valoración del impacto de las nuevas obligaciones o reformas tributarias en la operatividad en la clínica.

1.2.8.2. Registros Contables.

Los registros contables los lleva el contador, pero no se tienen criterios para realizarlos. Los tipos de registros que se llevan son Libros IVA y sus respectivas declaraciones, declaraciones de renta y pago a cuenta, y planilla de salarios.

El contador brinda la información necesaria para cualquier trámite legal o financiero. La clínica no cuenta con: registro de cuentas por cobrar, capital de trabajo, proyecciones de salida y entradas de efectivo.

1.2.8.3. Análisis de costos.

La clínica no cuenta con una estructura definida de costos, ni hay una persona encargada para ello, por lo que no sabe cuáles son sus principales costos ni cómo se costea el servicio.

No existen registro de análisis de costos, informes, planificación y un control de estos, que permita realizar análisis costo-beneficio.

1.2.8.4. Administración Financiera.

La clínica no cuenta con presupuestos, por tanto, no se utilizan como elemento para la toma de decisiones.

Los aspectos considerados para decidir sobre la adquisición de infraestructura, maquinarias, equipos o algún proyecto de inversión es mediante la realización de un estudio mercadológico. El tipo de financiamiento conveniente, lo sabe a través de cotizaciones con las diferentes entidades financieras.

No existe seguimiento y evaluación de los rendimientos generados de las inversiones realizadas, No cuenta con análisis financieros, ni indicadores que le sirvan de base para la toma decisiones.

1.2.9. Recursos Humanos

1.2.9.1. Desempeño del Personal.

La clínica cuenta con personal calificado con competencias técnicas requeridas en el área dental, cubiertas por odontólogos y especialistas, con títulos universitarios. Para la plaza de asistente dental no se requiere experiencia calificada, solamente título de bachiller.

Al personal se le asigna tareas específicas, tomando en cuenta su experiencia, capacidad y habilidad, sino no responden a su cargo son removidos.

1.2.9.2 Política de Personal.

La inducción al nuevo colaborador es a través de instrucciones verbales, sobre la ejecución del trabajo, horarios, honorarios, período de prueba, reglas internas, uso de vestimenta, maquillaje, baños y área de alimentos.

En el proceso de reclutamiento los criterios actuales que se utilizan son el carácter de la persona, la personalidad y la buena presentación durante la entrevista. Para el proceso de selección del personal administrativo un criterio importante es residir cerca de la clínica y poseer disponibilidad de horarios.

La promoción interna del personal es dada por la capacidad y disposición observada en los colaboradores, tomando en cuenta como criterios, los deseos de aprender y la iniciativa.

El proceso de capacitación de personal se basa en los principios de falta de conocimiento de los servicios y la disponibilidad que el colaborador presente.

La planificación estratégica de personal es desarrollada por la propietaria, y los requerimientos de personal son adecuados a la necesidad, no existen planes de empleos, descriptores de puestos y métodos de planificación de personal.

El personal que se requiere contratar a corto plazo son un odontólogo general y una asistente dental.

1.2.9.3. Incentivos y Beneficios del personal.

En la clínica no se posee un sistema de incentivos y recompensas por escrito, y cuando hay una sanción, esta es el despido. Tampoco se cuenta con acuerdos sobre cómo medir el rendimiento de los empleados.

Se motiva al personal mediante acciones tales como: los sábados se trabajan por turnos y pueden retirarse antes de la hora de salida, se obsequian regalías navideñas y por cumpleaños.

No se tiene un procedimiento para la medición del grado de motivación de los empleados, tampoco se realizan evaluaciones del rendimiento del personal, sólo se observa la forma de comportamiento y en base a ello se toman decisiones.

Los empleados conocen el sistema de remuneraciones e incentivos, así como ciertos beneficios como por ejemplo préstamos o adelantos de salario.

1.2.9.4. Clima y Motivación del personal.

Según lo expresado por la gerente de la clínica, para saber si hay identificación de los colaboradores con la organización es observar el entusiasmo en el trabajo realizado y el orgullo mostrado por pertenecer a la clínica.

La gerencia, afirma que los empleados están en su clínica y no con la competencia debido al clima laboral y beneficios que ofrece. Algunos de los beneficios que tienen son seguros y descuentos en los servicios.

En cuanto a la rotación de personal, el puesto que con mucha frecuencia se ve afectado es el de secretaria o asistente.

Además, cabe destacar que se desconocen los sueldos del sector y con ello poder realizar un Benchmarking.

1.2.10. Gestión de Información

1.2.10.1. Información.

La información externa manejada por la clínica está relacionada con los precios y el mercadeo de la competencia, la cual es obtenida a través de pacientes encubiertos, medios electrónicos e internet.

1.2.10.2. Comunicación.

La información es transmitida mediante una reunión de la propietaria con los colaboradores.

La comunicación funciona en ambos sentidos horizontal y vertical y no existen bloqueos de información.

La propietaria comunica los objetivos de la empresa, información referente al logro de objetivos propuestos dentro de la empresa con todas sus unidades e información respecto a ventas, finanzas y operación no es dada a conocer.

1.2.11. Gestión de Calidad

1.2.11.1. Control de calidad.

La clínica no tiene política de calidad. Algunos de los criterios más importantes en este tema son productos de calidad y brindar un buen servicio.

No se tienen controles de calidad, solamente se dan indicaciones de la utilización de los equipos y herramientas. Dichas acciones son responsabilidad de la asistente dental y la propietaria.

1.2.11.2. Aseguramiento de la Calidad.

Los requerimientos establecidos para el aseguramiento de la calidad son tomados de recomendaciones de clientes, y estos son: puntualidad, estética, garantía del trabajo y realización de procedimiento no dolorosos. Y el cumplimiento del manejo de los desechos bioinfecciosos a través de los medios adecuados para la prevención de contagios.

1.2.12. Innovación Tecnológica

1.2.12.1. Estrategia Tecnológica.

La gerencia de la clínica expresa que las tecnologías utilizadas por los competidores son cámara intraoral, implantes, ortodoncia, y las existentes dentro en la clínica son limpiezas con ultrasonido, cámara intraoral, especialidades, videos con casos del antes y después.

La clínica incorpora actividades de búsqueda de nuevas tecnologías, investiga cómo y dónde comprar, aunque no hay presupuesto

para ello. Actualmente las inversiones requeridas para la clínica son equipo de rayos X, contratación de un odontólogo y una asistente dental.

Dentro de los servicios y procedimientos desarrollados por la clínica para dar un valor agregado son endodoncias y limpieza intraoral con ultrasonido y luz led.

1.2.12.2. Cultura de Innovación.

Para garantizar la satisfacción de los clientes, se les consulta sobre la atención recibida, las sugerencias son incorporadas para el desarrollo de mejoras o nuevos servicios, se cuenta con la información de cliente referente a las necesidades.

Como resultado de dicha práctica, los servicios desarrollados a partir de las consultas de los clientes han sido ortodoncia y endodoncia.

Las acciones de mejoramiento apuntan hacia la calidad realizando cambios en los procesos. Los colaboradores están comprometidos el mejoramiento de sus tareas y como resultado las ideas aportadas por ellos permitieron la compra de una cámara intraoral, para el beneficio de los clientes.

La clínica establece relaciones con instituciones o universidades para el desarrollo tecnológico, los invitan a charlas o congresos y ha

recibido asistencia técnica de CDEMYPE teniendo un excelente impacto en el negocio.

Cuando existe el desarrollo de productos o procesos nuevos en la clínica, la forma de financiarlos es con fondos propios.

1.2.12.3. Tecnologías de Información.

Actualmente la clínica posee equipo computacional, software y hardware, pero no cuenta con servidor o red local y no utiliza software administrativo para control de administración y contabilidad.

Tiene personal calificado para el uso de software: office, hay acceso a internet y utiliza información de este, maneja correo personal solo la gerente. Sólo un empleado cuenta con máquina, no hay un sistema de información.

1.3. Análisis de la Información: Áreas de Oportunidad

A continuación, se presentan los resultados del análisis de la información recopilada en el diagnóstico integral en el cual se validó la información obtenida por el equipo consultor en las entrevistas y visitas, para extraer los aspectos prioritarios a intervenir según se describen en la siguiente tabla:

Área-subárea	Fundamentación y Consecuencias al superar la debilidad
Dirección Estratégica- Objetivos Estratégicos	Fundamentación: • Los objetivos estratégicos, no se encuentran plasmados formalmente. • Los principales problemas para el cumplimiento de los objetivos estratégicos son: el recurso monetario y la falta de personal. • La principal debilidad para el cumplimiento de los objetivos es la falta de tiempo y recursos financieros. Al no tener plasmados formalmente los objetivos estratégicos, se hace un uso ineficiente de los recursos en actividades que no están alineadas. Por otro lado, se generan actitudes, procesos y prácticas que afectan el desempeño de la organización. Consecuencias al Superar la Debilidad: • Fortalece la gestión de la empresa.

	• Establece directrices o pautas encaminadas a la mejora de la empresa. • Determina resultados específicos que pretende alcanzar. • Establece acciones alineadas a las expectativas.
Dirección y Liderazgo- Herramientas de Gestión	Fundamentación: • Los instrumentos de gestión para la toma de decisiones son en base a observación y experiencia. • No existen instrumentos de gestión para la toma de decisiones. • No hay información sobre el resultado de decisiones importantes tomadas. La no existencia formal de instrumentos de gestión genera incertidumbre en la toma de decisiones y prácticas y procesos inefectivos. Consecuencias al superar la debilidad: • Mayor certeza en la toma de decisiones. • Herramientas adecuadas y flexibles para la toma de decisiones importantes.

	• Evaluación y control eficaz de los resultados obtenidos de cada decisión. • Efectividad empresarial.
Mercadeo y Venta- Relación con los clientes	Fundamentación: • No existe una base de datos de los clientes, solamente fichas. • No se tienen documentados cuales son los principales clientes de la organización. • No se tiene una medida de la lealtad de los clientes de la clínica. La no existencia de una base de datos y no identificación de los principales clientes, puede generar insatisfacción del cliente, así como quejas y reclamos, en consecuencia, gastos ocasionados por falta de gestión. Consecuencias al superar la debilidad: • Conocimiento más amplio sobre el nicho de mercado atendido y su importancia. • Fortalece la relación con los clientes. • Mejora la competitividad de la empresa.

	• Establece mecanismos de comunicación y atención al cliente que ayuden a generar confianza y fidelidad en ellos.
Mercadeo y Ventas-Comunicaciones	Fundamentación: No existe una política de promoción definida. • Los principales argumentos de venta son los servicios ofrecidos y la ubicación. • El plan comunicacional opera a través de perifoneo y hojas volantes. La no existencia de una política de promoción puede generar ineficacia en los resultados de la publicidad actual e incertidumbre, sobre el conocimiento de la marca en el mercado meta. Consecuencias al superar la debilidad: • Ampliación de los medios de promoción de la marca • Mayor efectividad de la comunicación de los productos y servicios hacia el cliente.

	• Creación o fortalecimiento de la marca en la mente del cliente. • Un mercadeo más efectivo
Producción y Operaciones- Manejo de inventarios	Fundamentación: • Las existencias de insumos y productos se registran a través de anotaciones en cuaderno. • La demanda de los productos en las decisiones de compra es a través de las ofertas. • Los controles establecidos para el manejo de inventarios, es solo la anotación en un cuaderno. La falta de instrumentos, sistemas y controles formales de manejo de inventarios genera incertidumbre en el manejo de compras, así como caducidad, mermas y costos financieros. Consecuencia al superar la debilidad: • Sistema de control que permita una mayor efectividad de los recursos económicos. • Herramienta de gestión sencilla y efectiva.

	• Mayor control de recursos: inventarios. • Reducción de la incertidumbre de pérdida de recursos.
Estructura Organizacional- División del Trabajo	Fundamentación: • A los colaboradores nuevos de la clínica, se les da indicaciones de forma verbal. • Los criterios para la promoción del personal son los deseos de aprender y la iniciativa. • El criterio que se toma para capacitar es la falta de conocimiento de los servicios prestados. La no existencia de una política de personal genera Ineficiencia del trabajo de los colaboradores, confusión de funciones de personal y realización de trabajo innecesario y no productivo. Consecuencia al superar la debilidad: • Implementación de políticas, programas y procedimientos para crear una estructura administrativa eficiente de los empleados.

	• Aprovechamiento de oportunidades para el desarrollo integral de los trabajadores, logrando satisfacer sus expectativas. • Implementación de planes de capacitación, según las necesidades del personal. • Efectividad en la Gestión del Talento Humano
--	--

1.4. Recomendaciones: Acciones a realizar de manera inmediata.

Acción clave de éxito a implementar
<u>Mercadeo y Ventas -Relación con el cliente</u> Creación e Implementación de un sistema CRM "customize" para la clínica, el cual comprende: • Gestión de ventas-Ingresos • Análisis de campañas de marketing - Comunicación interna • Gestión y resolución de reclamos, y • Presupuesto.

Creación de fan page en Facebook.

Otras intervenciones

Dirección Estratégica -Objetivos Estratégicos

Dirección Estratégica -Instrumentos de Gestión.

Mercadeo y Ventas - Comunicaciones

Producción y Operaciones -Manejo de Inventarios

Estructura Organizacional -División del Trabajo

Recursos Humanos -Política de personal

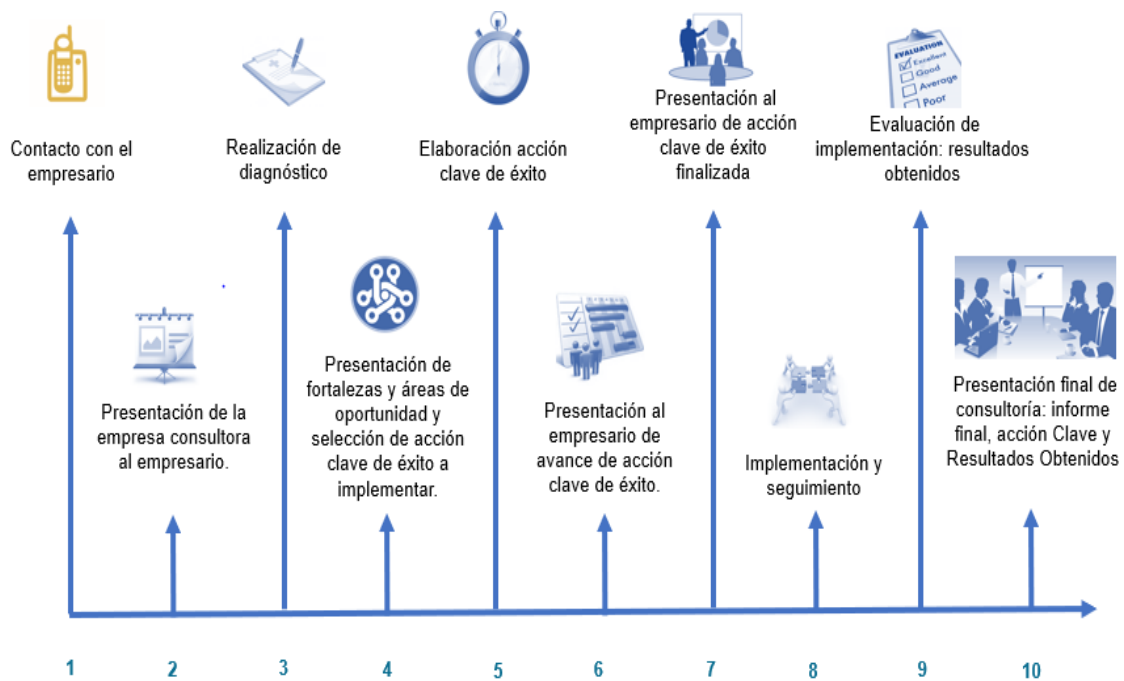
II. Parte: Acción clave de éxito: fundamentación, beneficios e implantación

2.1. Proceso seguido en la determinación de la acción clave de éxito a implantar.

A continuación, se detalla el proceso seguido en la consultoría realizada a Clínica de Especialidades Dentales.

2.1.1. Proceso de Consultoría.

El proceso de consultoría desarrollado se divide en diez pasos, los cuales se muestran en el esquema a continuación, en base a su secuencia de ejecución:



Fuente: Elaboración Equipo Consultor.

El proceso ejecutado para el desarrollo de la determinación clave de éxito: " Creación e Implementación de un Sistema CRM "customize" para la clínica, y fan page en Facebook", se desarrolló a través de la herramienta de diagnóstico, con la que se evaluaron diferentes áreas de gestión de la clínica, determinándose las fortalezas y áreas de oportunidad que debían ser intervenidas para mejorarlas. Para ello, se realizaron visitas y entrevistas con el empresario.

Finalizadas las entrevistas programadas, según metodología, se realiza un vaciado de la información a la herramienta de cada aspecto específico

obtenido a lo largo de la entrevista, el cual es evaluado de acuerdo con lineamientos de calificación establecidos que se presentan en el siguiente cuadro. (Ver cuadro No.1).

Posterior a la calificación se procede al análisis preliminar el cual determina las áreas de la empresa que requieren atención, identificándose las 7 áreas de oportunidad a las que se les genera un plan de acción a seguir. Para con ello elaborar un reporte de hallazgos y propuesta de solución.

Cuadro No.1

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE ASPECTOS ESPECÍFICOS		
Calificación	Categorías	Resultado
1	Deficiente	No se verifica ninguna de las características contempladas dentro del modelo ideal.
2	Insuficiente	Existen algunos datos que confirman esta “intuición” y dirección hacia el modelo propuesto como ideal.
3	Suficiente	Existe una clara tendencia hacia el modelo ideal, con cumplimientos parciales, eventualmente no sistemáticos, de los criterios considerados claves para cada factor.
4	Bueno	Aun no se alcanzan los indicadores de optimalidad reservado a las empresas de excelencia, pero se está consciente de todos los criterios considerados como claves para cada factor y hay resultados cada vez mejores respecto de ellos.
5	Excelente	Se cumple con las exigencias del modelo ideal de empresa para este módulo, con niveles superiores en el logro y disposición respecto de los criterios considerados como claves para cada factor.

Fuente: herramienta de diagnóstico maestría UTEC

2.1.2. Presentación al empresario de fortalezas y áreas de oportunidad, y determinación de acción clave de éxito.

La determinación de acción clave de éxito es seleccionada directamente por el empresario considerando las áreas y subáreas, identificadas como oportunidades y las consecuencias una vez no se atiendan estas áreas, para que finalmente sea evaluada cada una de intervención a estas oportunidades.

Estas intervenciones, son presentadas a la propietaria, quien evalúa cada una de las siete oportunidades analizadas y determinó enfocar esfuerzos en el área de mercadeo y ventas, específicamente, en la subárea de Relación con los clientes, determinando que la acción clave a implementar es la **creación e implementación de un sistema CRM y fan page en Facebook.**

2.2. Beneficios de la acción clave de éxito a implantar

Dentro de los beneficios con que se cuenta al crear e Implementar el Sistema de CRM para la clínica, y fan page en Facebook, se puede mencionar:

- Tener una herramienta para la medición del fortalecimiento de la relación con los clientes a través de mecanismos de comunicación y atención al cliente generando confianza y fidelidad en ellos.

- Controlar de manera eficiente la información de clientes, programación de citas y elaboración de presupuestos.
- Reforzar la reputación de la empresa con un excelente servicio y mejora de la competitividad, alineando esfuerzos de manera consistente, manteniendo lo que impacta positivamente en la mente del cliente, incrementando las ventas.
- Facilitar la toma de decisiones para el empresario, respecto a las campañas de publicidades y los clientes.
- La fan page permitirá dar a conocer los servicios ofrecidos en la clínica e interactuar con los clientes de un mercado meta al que se dirija.

La creación e implementación de un sistema sencillo de seguimiento a clientes para lograr fidelización, permitirá identificar, organizar y comunicar los mensajes claves, y elementos relevantes que logren captar la atención y mantener la marca vigente en la mente de los clientes a lo largo del tiempo, logrando efecto recordación y un sistema de evaluación en la compra y post servicio, para conocer sugerencias de clientes.

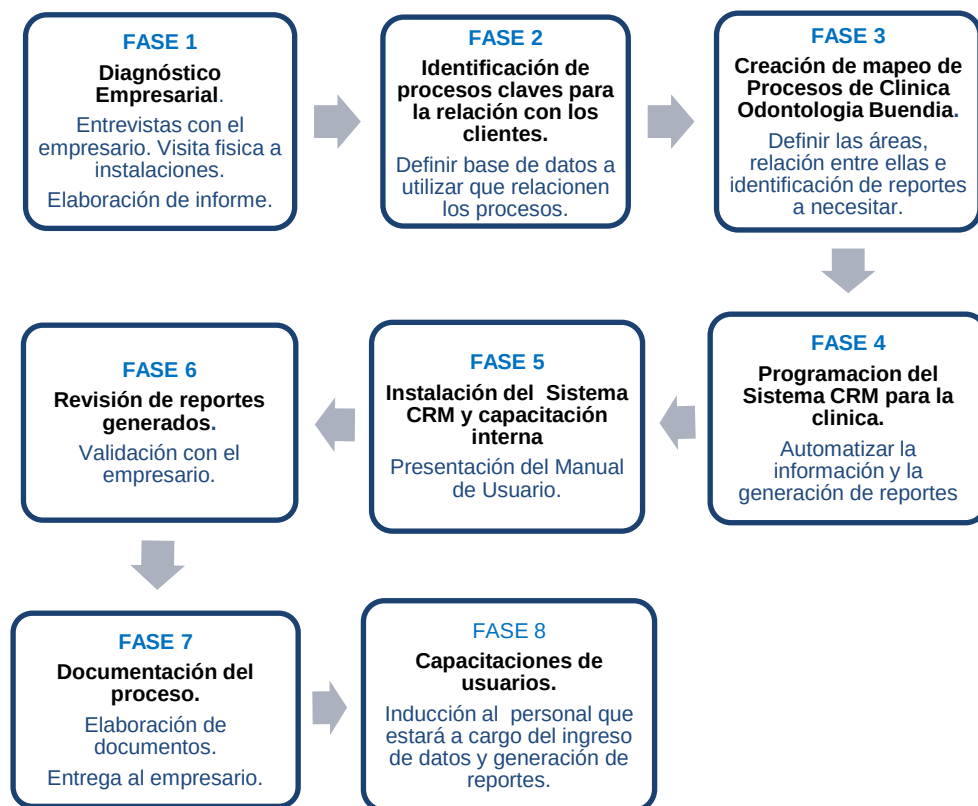
Como consecuencia se busca fidelizar a clientes existentes, atraer clientes potenciales y posicionar la marca en la mente, incrementando el nivel de demanda, ubicándolos como una de las mejores opciones del mercado de servicios odontológicos de la zona paracentral.

2.3. Descripción de la acción clave de éxito

En el desarrollo de la acción clave de éxito, creación e implementación de un sistema CRM "customize" para la clínica, se tuvo oportunidad de atender áreas y subáreas relacionadas con instrumentos de gestión e información, lo que permitió solventar otros aspectos importantes, agregando valor a la intervención por medio de la gestión empresarial, con el fin de lograr una visión general de las ventas generadas por campañas de marketing.

A continuación, se detalla el proceso de creación e implementación del sistema CRM de la Clínica, en el cual se desarrollaron 8 fase. (Esquema No.1)

Esquema No. 1- Proceso de implementación acción clave de éxito



Fuente: Elaboración propia del equipo consultor.

2.3.1. Acción clave de éxito. Creación e implementación de un sistema CRM “customize” para la clínica y fan page en Facebook.

En esta intervención se trabajó en la creación e implementación de un sistema CRM para la clínica y la creación de fan page en Facebook, que permitiera mejorar el posicionamiento en el mercado y fidelización de clientes, a través de gestión ingreso-ventas, campañas de marketing, presupuestos y resolución de reclamos.

Para la implementación del sistema CRM se elaboró un diagnóstico de la empresa identificando áreas y campos para la creación de un mapa de procesos, a partir de la información brindada por el empresario, analizando áreas dentro de la misma.

Esta acción clave de éxito, permitió modelar el proceso de captación de nuevos clientes, e identificar la fidelización de los que posee. (esquema No:2)

Para realizar el mercadeo digital se creó una página en la red social Facebook, que permitirá dar a conocer la clínica para un segmento de mercado definido, los servicios ofrecidos y medir el nivel de clientes potenciales y los que se convertirán en clientes reales.

La relación del sistema CRM y la fan page en Facebook, ayudaran a establecer, mantener y consolidar las relaciones con los clientes, es decir, la fidelización a los mismos.

Todo el proceso fue debidamente documentado para facilitar la operatividad de este por parte de la propietaria.

Esquema No.2. Modelo de Relación con los clientes: CRM & Redes sociales.



Las fases fueron realizadas en conjunto con el equipo de trabajo y validadas por la propietaria de la clínica y la asesora de CDEMYPE cuando se requiere, su aval, para el avance en el proceso. Con una participación de todos los involucrados.

2.3.2. Fases de desarrollo de la acción clave de éxito. Creación e implementación de un sistema CRM para la gestión de clientes y fan page en Facebook.

Las 8 fases que se desarrollaron se detallan a continuación:

2.3.2.1 Diagnóstico de la empresa.

En esta etapa se realizaron diferentes sesiones de trabajo con la propietaria, para revisar las doce áreas de interés, identificándose las áreas de oportunidad y la acción clave de éxito enfocada a la creación e implementación del sistema CRM (Customer Relationship Management) personalizado para la gestión de clientes.



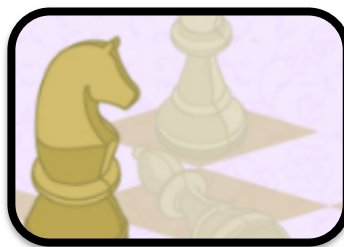
Reunión realizada para presentación con el empresario.

Presentación del equipo consultor con el empresario, de izquierda a derecha: Dra. Blanca Buendía (propietaria de Clínica de Especialidades Dentales Buendía), Licda. Mary de Retana (representante de CENTROPYME), Lic. Otilio Valle, Licda. Iris Torres e Inga. Patricia Ascencio (estudiantes de maestría).

Este proceso permitió identificar las áreas de la clínica, su relación, así como los datos necesarios para estructurar la información para la generación de reportes gerenciales, que faciliten la toma de decisiones sobre el rumbo de las campañas de marketing y su impacto en el mercado.

Adicionalmente se identificaron seis áreas de oportunidad que no serán objeto de una acción clave de éxito acompañada por el equipo, pero se dejan plasmadas en un documento, para que la clínica pueda ejecutarlas y darles seguimiento. (Esquema No.3).

Esquema No.3 Áreas de oportunidad evaluada en el diagnóstico.



DIRECCION ESTRATEGICA
Objetivos estratégicos
Instrumentos de gestion.



MERCADEO Y VENTAS
Relación con los clientes.
Comunicaciones.



PRODUCCION Y OPERACIONES
Manejo de inventarios



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL
División del trabajo



RECURSOS HUMANOS
Política de personal

Fuente: Elaboración propia del equipo consultor

2.3.2.2. Identificación de procesos claves para la relación con los clientes.

Esta etapa es la de preparación, en la cual se trabajó en conjunto con la propietaria para la determinación las actividades que se realizan actualmente en la empresa orientadas a las campañas de marketing, como se relacionan mutuamente y como se miden los resultados de estas.

Con ello se identificaron las variables clientes, procesos, recursos y todo lo que conlleve a validar la gestión con los clientes. Se definieron en cada proceso un responsable de la ejecución que asegure su eficacia y cumplimiento.

Los procesos identificados son los siguientes:

- **Definición de campaña.** Especificar el tipo de campaña de marketing a utilizar durante un periodo determinado.
- **Monitoreo de campaña.** Seguimiento de la campaña que se está realizando, a través de variables fecha, costo de la campaña y cumplimiento de meta de ventas establecidas.
- **Programación de citas.** Registro de citas realizadas, no realizadas y canceladas de los pacientes, que permitan visualizar el movimiento del negocio.
- **Presupuesto de servicio.** Registro de evaluación de los pacientes para tratamientos a realizar, con un costo por esos servicios.

- **Registro de tratamientos realizados.** Anotaciones de los tratamientos realizados, que permitan visualizar a futuro el registro por cliente de los servicios realizados.
- **Gestión de reclamos.** Manejo del trámite de reclamos que puedan recibirse de los pacientes y las resoluciones efectuadas.
- **Encuesta de satisfacción.** Permite obtener el grado de satisfacción del cliente sobre los servicios realizados y es un feedback para la mejora continua.

2.3.2.3. Creación del mapeo de procesos y definición de reportes para la Clínica Odontológica Buendía.

Esta etapa es la del análisis, se evalúan las necesidades del usuario en cuanto a creación de informes, a generar en el sistema.

Para llevar a cabo la identificación se elabora el mapeo de procesos de la clínica, que permite una mejor comprensión de las actividades que se desarrollan en ella.

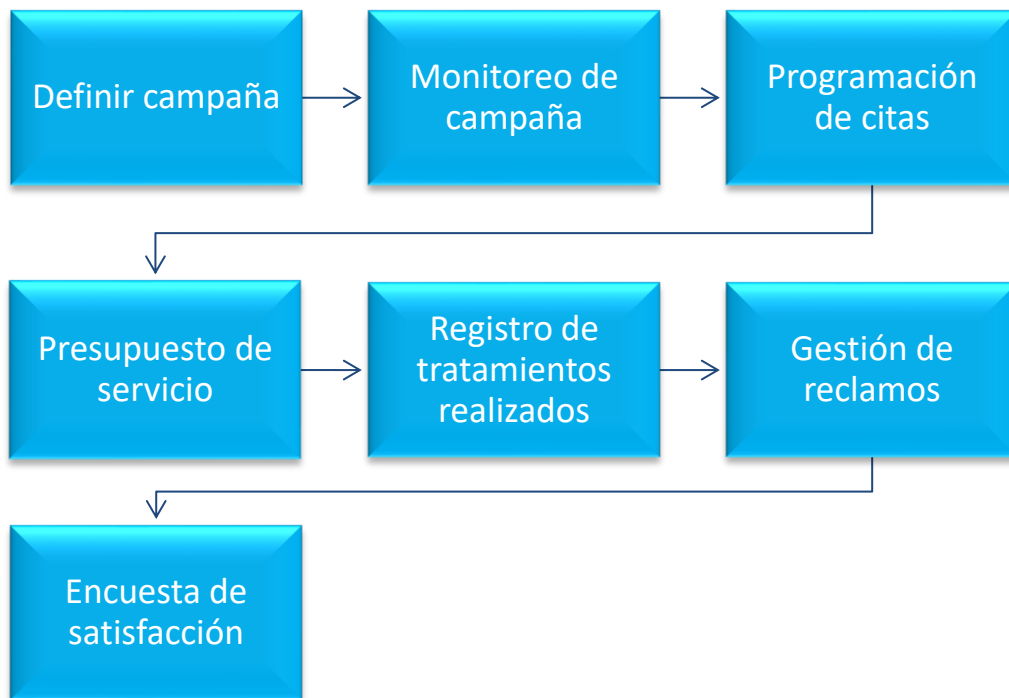
Se describe y se plasma la línea operativa que establece relaciones entre las actividades o procesos, prestando atención en los aspectos claves, donde con un simple vistazo quede claro cuál es la función de cada uno y su importancia para el desarrollo de la actividad.

Con él se conoció a fondo el funcionamiento actual de la empresa y poder trabajar en las mejoras.

Para ello se diseñaron las bases de datos necesarias de clientes, productos o procedimientos, precios, campañas publicitarias, entre otros.

El mapeo inicia con la definición de la campaña publicitaria y finaliza con la encuesta de satisfacción por el servicio realizado. Con ello se obtendrá una medición real de los beneficios de las campañas de marketing. (Ver esquema No.4) y anexo 1.1.

Esquema No. 4- Mapa de Procesos CRM Clínica Odontológica.



Fuente: Elaboración propia del equipo consultor.

Se identificaron las bases de datos (catálogos de cuentas), información de entrada y salida, y reportes a generar.

Esquema No. 5- Catálogos de cuentas.

CATALOGOS Y EXPEDIENTES

Catálogos (son Tablas Maestras)	Expedientes (son tablas relacionadas)
• Clientes • Enfermedades • Servicios • Medicamentos • Doctores • Sucursales Clínica • Países	• Expediente del cliente • Expediente del doctor

Fuente: Elaboración propia del equipo consultor.

Para la elaboración de los reportes, el equipo consultor trabajó juntamente con la propietaria de la clínica, para definir los principales reportes a necesitar, recibir su aval y con ello proceder a la programación en la identificación de los reportes requeridos como salidas del sistema, identificándose los siguientes:

- Reporte de campaña.
- Reporte de monitoreo de campaña.
- Reporte de programación de citas.
- Reporte de presupuesto de servicios.
- Ficha clínica del paciente
- Expediente del doctor.
- Reporte de servicio por cliente.
- Reporte de servicio por doctor
- Reporte de Utilidades por campaña y servicio
- Reporte de Utilidades por doctor y servicio.
- Reporte de Top 10 de utilidades por cliente
- Reporte de utilidad por departamento.

Todos con la finalidad que faciliten la toma de decisiones de la gerencia.

2.3.2.4. Desarrollo del sistema CRM para la clínica.

En esta etapa implica la configuración de la aplicación, la intervención técnica y funcional que permite garantizar el funcionamiento del sistema.

Con el mapeo de procesos, se identificaron todas las variables de entrada que se automatizaran, y los campos necesarios para su funcionamiento que permitan entrelazar la información para la generación

de reportes, con el fin último de ahorro de tiempo y la mejora de procedimientos.

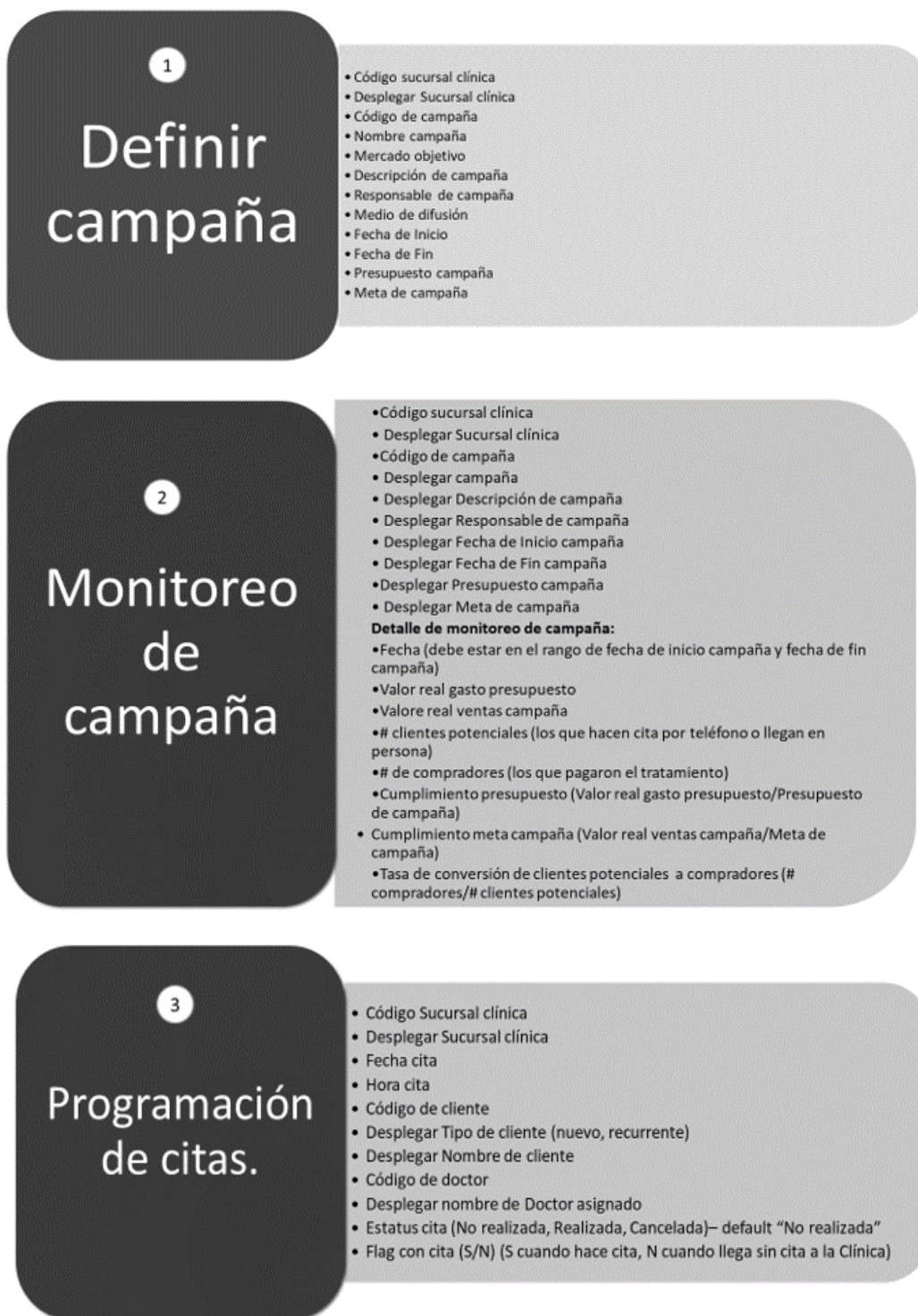
Esta parte técnica estuvo a cargo de la empresa de programación, el apoyo directo del asesor, quienes trabajaron en la creación conforme el requerimiento del empresario, definiendo en cada proceso los campos necesarios para la ejecución del sistema.

Todo esto comprende una estructura de base de datos e información, con posibilidad de compartir y recibir a través de niveles de procesamiento. Agrupándose en el diseño y construcción de la herramienta.

A continuación, se detallan gráficamente los procesos identificados para el sistema y los campos requeridos en cada proceso, a través de los cuales se recopilará la información mínima en cada registro. Esquema No.6. (Anexo 1.1)

Posterior a ello dar inicio a la estructuración y programación del sistema.

Esquema No. 6.- Campos requeridos para el sistema CRM



4

Presupuesto de servicio.

- Código sucursal clínica
- Desplegar Sucursal clínica
- Fecha
- Doctor asignado
- Código de cliente
- Desplegar Tipo de cliente
- Desplegar Cliente
- Código de enfermedad
- Enfermedad
- Diagnóstico
- Detalle de servicios varios:
- Código de servicio
- Desplegar nombre de servicio
- Desplegar precio de servicio
- Número de citas

5

Registro de tratamiento realizado.

- Código sucursal clínica
- Desplegar Sucursal clínica
- Número de cita
- Fecha
- Código de cliente
- Desplegar Tipo de cliente
- Desplegar Cliente
- Hora inicio
- Hora fin
- Precio
- Reclamo
- Tiempo real del servicio realizado (hora fin – hora inicio, en horas)
- Código de enfermedad
- Desplegar Enfermedad
- Código de tratamiento realizado
- Desplegar Tratamiento realizado
- Medicamentos recetados (pueden ser varios)
- A través de que campaña se enteró de los servicios de la clínica ?
- Siguiendo servicios:
- Código de servicio
- Desplegar servicio
- Fecha sugerida de siguiente servicio

6

Gestión de reclamos

- Código sucursal clínica
- Desplegar Sucursal clínica
- Código de cliente
- Desplegar Cliente
- Doctor que realizo el tratamiento
- Desplegar Fecha de tratamiento realizado
- Desplegar Código de servicio
- Desplegar Servicio
- **Detalle de reclamos**
- Código de reclamo
- Fecha reclamo
- Reclamo
- Fecha de resolución de reclamo
- Flag Resolución del reclamo

Fuente: Elaboración propia del equipo consultor

2.3.2.5. Instalación de CRM y capacitación interna.

Para la instalación del sistema se solicitó un equipo que tuviese la capacidad para que el sistema lograra su ejecución sin ningún problema, Se requirió de una inversión de parte de la propietaria, la cual a largo plazo podrá recuperarse con los beneficios que se obtendrá al tener automatizados sus procesos de relación con los clientes.

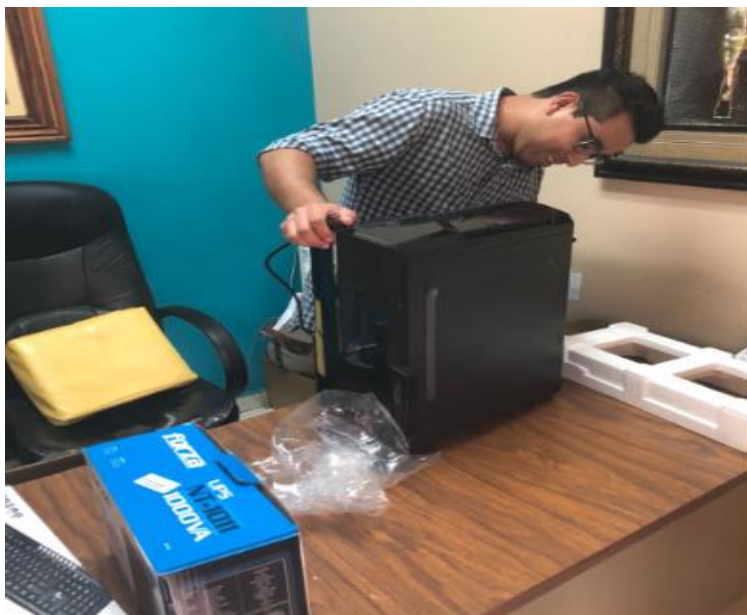
El software que se obtuvo sin ningún costo, personalizando las necesidades de la propietaria, para el hardware se requirió una inversión.

A continuación, se detallan las características específicas del hardware:

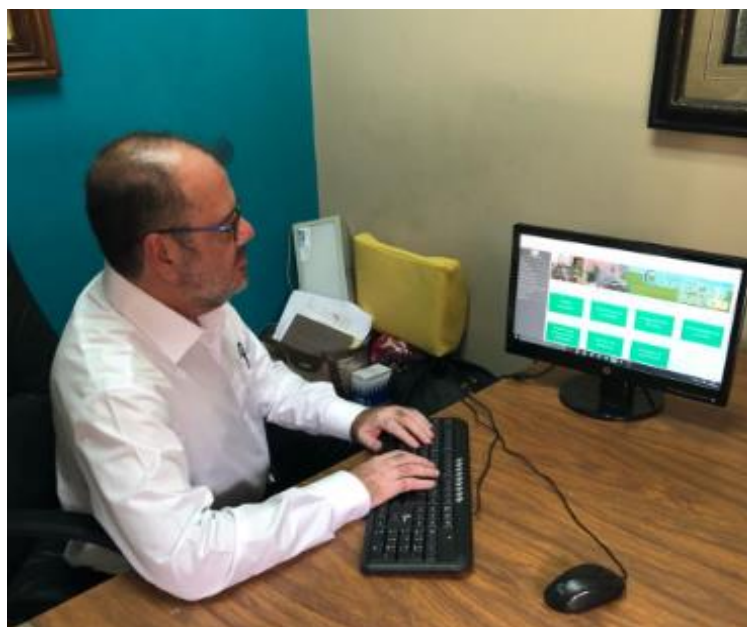
- Procesador Intel Core i7 6700 3.4 GHZ
- 2TB HDD Seagate
- Fuente 100-w1600 watts
- Antivirus

Para la adquisición de este se le apoyó con presupuestos de equipos para que el empresario eligiera la mejor oferta, que cumpliera con todos los requisitos necesarios para el servidor que almacenará la información.

La empresa a cargo de la programación se encargó de la instalación del servidor, cableado y las pruebas en los equipos de la clínica, para el funcionamiento del sistema. (Ver anexo 1.3.) y a futuro pueden proporcionar mantenimiento de este.



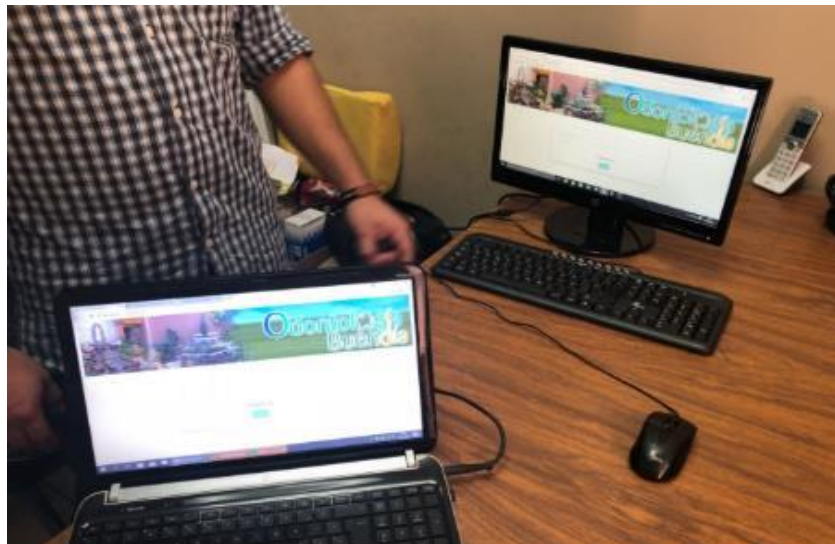
Instalación servidor en Clínica Buendía. Ing. Carlos Faustino (Programador)



Instalación servidor Clínica Buendía. Ing. José Luis Irizarry (Asesor)



Instalación en los equipos de la clínica, área de recepción.



Instalación en los equipos de la clínica.

Para el equipo consultor se realizó una presentación del demo, para conocer el funcionamiento de este, haciendo pruebas y adaptaciones a niveles de usuario. Ver anexo 1.2.



De izquierda a derecha Ing. Patricia Ascencio Lcda. Iris Torres (equipo consultor) e Ing. José Luis Irizarry (Asesor)



De izquierda a derecha Ing. José Luis Irizarry (Asesor), William González (programador), Lcda. Iris Torres e Inga. Patricia Ascencio (equipo consultor).

Se realizaron observaciones al programa con los últimos detalles para proceder a la elaboración del Manual Usuario.

2.3.2.6. Creación de fan page en Facebook.

Paralelamente se trabajó en la creación de una página en la red social Facebook, que permitirá dar a conocer los servicios de la clínica a un mercado meta definido.



Fan page de clínica.

La información que se mostrara en dicha página fue validada por la propietaria.

Esta página requiere un mantenimiento y actualización con soporte técnico para que se logren los resultados esperados. Este servicio tiene un costo mensual el cual dependerá del nivel de servicio que en su momento requiera la clínica. Para ello es importante la contratación de una empresa que garantice su buen funcionamiento y la actualización de información en la misma. Anexo 1.6.



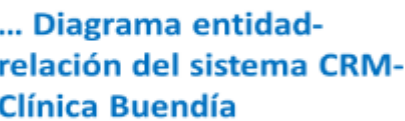
Publicidad de servicios ofrecidos por la clínica.

2.3.2.7 Documentación del proceso.

A lo largo del proceso se realizó la formalización de tres documentos:

1. Diagramas entidad del sistema CRM para identificar las actividades dentro de la clínica, estos se observan en anexo 1.1.

Identificación de los campos y bases de datos para la programación del sistema CRM.



Fuente: elaboración del Equipo programador.

2. Manual de usuarios del sistema CRM clínica Buendía.

Se creo un manual que servirá de guía a los responsables de registrar clientes, programaciones de citas, presupuestos y generación de reportes, el cual se aprecia a continuación y puede verse en el anexo 1.4:

Objetivos del manual.

- Proporcionar una guía de consulta que facilite al usuario la operación de las diferentes pantallas de captura y consulta de la información que se administra en el sistema CRM de la clínica Buendía.
- Almacenar y ordenar el flujo de información entre los clientes y la clínica de manera eficiente.
- Crear una base de datos del historial de los clientes.
- Registrar las campañas publicitarias de la clínica.

Alcance del Sistema CRM.

- El sistema determina los principales reportes sobre campañas publicitarias, historial de clientes y medición de las ventas que generadas con las campañas publicitarios.
- Automatizar las consultas sobre información de los clientes.
- Generar presupuestos de servicios.
- Gestión de clientes, para obtener retroalimentación de los servicios realizados.

A. Funcionalidad

Dividiéndose la pantalla en dos zonas: la de menú o índice principal (1) y al centro de área de trabajo (2).

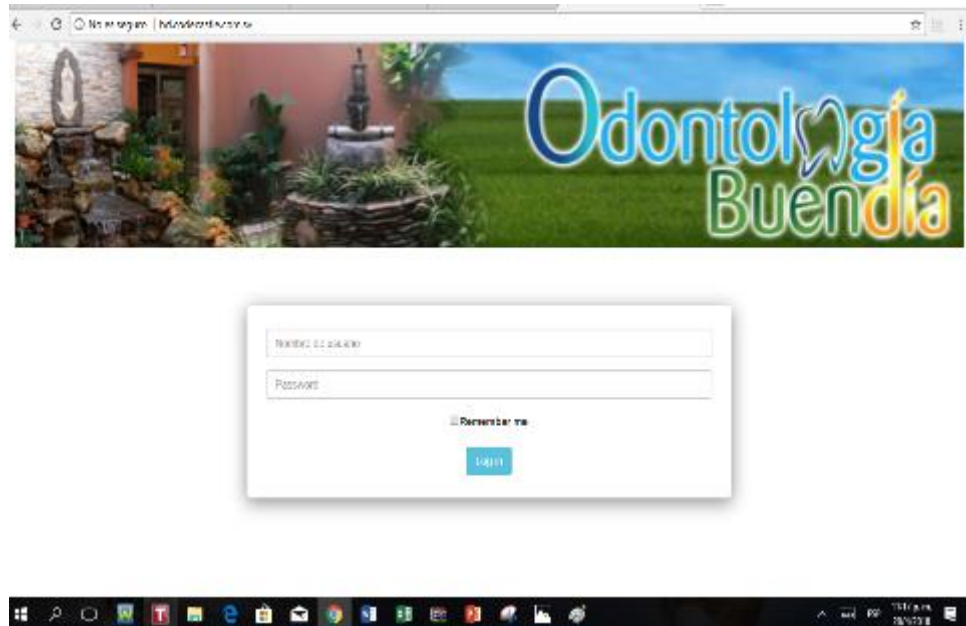
Ingreso de información.

- Ingreso al sistema
- Dentro del directorio, teclee sobre el icono de CRM Clínica Buendía.

Acceso al sistema y salida de sistema.

Inmediatamente después, el sistema solicita usuario y contraseña, datos que serán proporcionados.





- Digite el nombre de usuario y el password que se le brinde.
- Presione login in. Con ello ingresamos al sistema y nos aparecerá una nueva ventana que contiene el menú principal del sistema.



- Para dejar del sistema teclee en el icono CERRAR SESION.



Catálogos

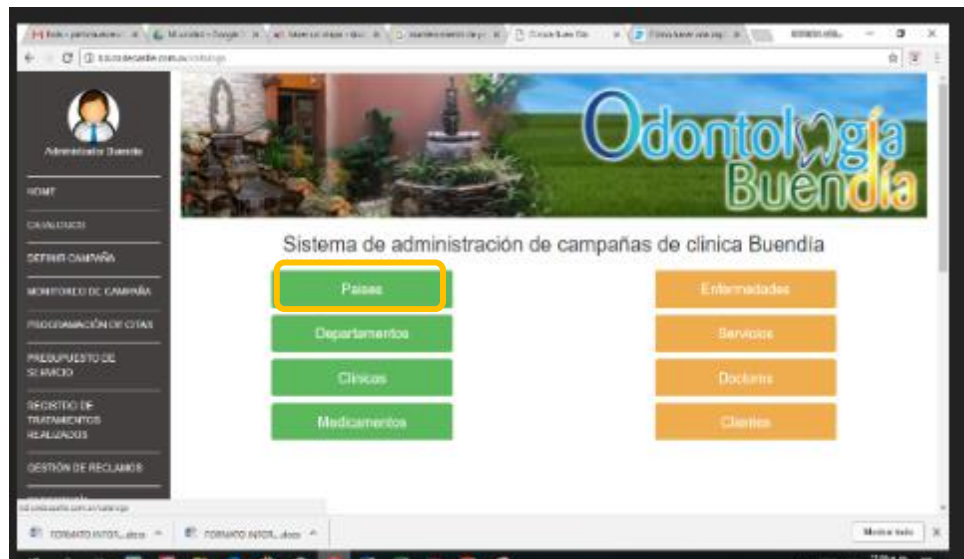
- Teclee sobre la palabra catálogos y mostrará una nueva ventana que desplegará los canales de ingreso de información.



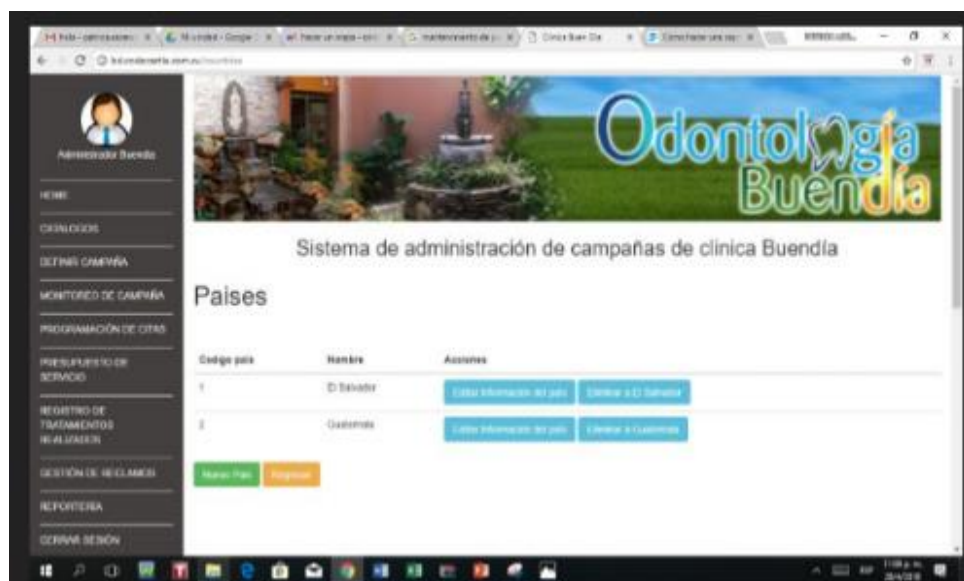
Países.

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de país.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el país haciendo clic sobre el icono.

Países

Código país	Nombre	Acciones
1	El Salvador	Editar información del país Eliminar a El Salvador
2	Guatemala	Editar información del país Eliminar a Guatemala

[Nuevo País](#)
[Regresar](#)

- Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre del país.

Países

[Almacenar información del país](#)
[Regresar](#)

- Digite el nombre del país. Ejemplo: El Salvador
- Teclee sobre el icono [Almacenar información del país](#)
- Presione icono [Regresar](#) y regresara a pantalla principal de país donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono [Regresar](#) y estará en la pantalla principal de catálogos.

Editar o modificar

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de

y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados

Países

Codigo pais	Nombre	Acciones	
1	El Salvador	Editar información del país	Eliminar a El Salvador
2	Guatemala	Editar información del país	Eliminar a Guatemala

[Nuevo País](#) [Regresar](#)

Departamentos

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de departamentos



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa un departamento haciendo clic sobre el icono nuevo departamento.



Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre del departamento.

Departamentos

Country El Salvador ▼

Nombre de departamento

Almacenar información del departamento

Regresar

- Digite el nombre del departamento. Ejemplo: Zacatecoluca
- Teclee sobre el icono 
- Teclee icono  regresara a pantalla principal de departamento observará el ingreso que ha realizado.
- Luego Teclee icono  y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.



Administrador Buendía

HOME

CATALOGOS

DEFINIR CAMPAÑA

MONITOREO DE CAMPAÑA

PROGRAMACIÓN DE CITAS

PRESUPUESTO DE SERVICIO

REGISTRO DE TRATAMIENTOS REALIZADOS

GESTIÓN DE RECLAMOS

REPORTERÍA

CERRAR SESIÓN

Odontología Buendía

Sistema de administración de campañas de clinica Buendía

Departamento

Código de país	Nombre de país	Código de Departamento	Nombre	Acciones
1	El Salvador	1	La Paz	 
1	El Salvador	2	San Vicente	 

Clínicas

Registro de información.

- Teclee sobre el icono de clínicas



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el país haciendo clic sobre el icono crear sucursal de clínica.

Clinica

Código	Nombre de clínica	Coordinador	Acciones
1	Clínica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	Isis Orellana	Editar información de la clínica Eliminar Clínica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca

[Crear Sucursal de clínica](#)
[Regresar](#)

- Con ello se despliega la ventana de ingreso

Clinicas

Nombre
 Teléfono de coordinador
 Correo de coordinador

Coordinador
 Teléfono opcional de coordinador
 Correo opcional de coordinador

[Almacenar información de clínica](#)
[Regresar](#)

- Digite el nombre, teléfono, nombre y correo del coordinador.
- Teclee sobre el icono [Almacenar información de clínica](#)
- Presione icono [Regresar](#) y regresara a pantalla principal de clínicas donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono [Regresar](#) y estará en la pantalla principal

Editar o modificar.

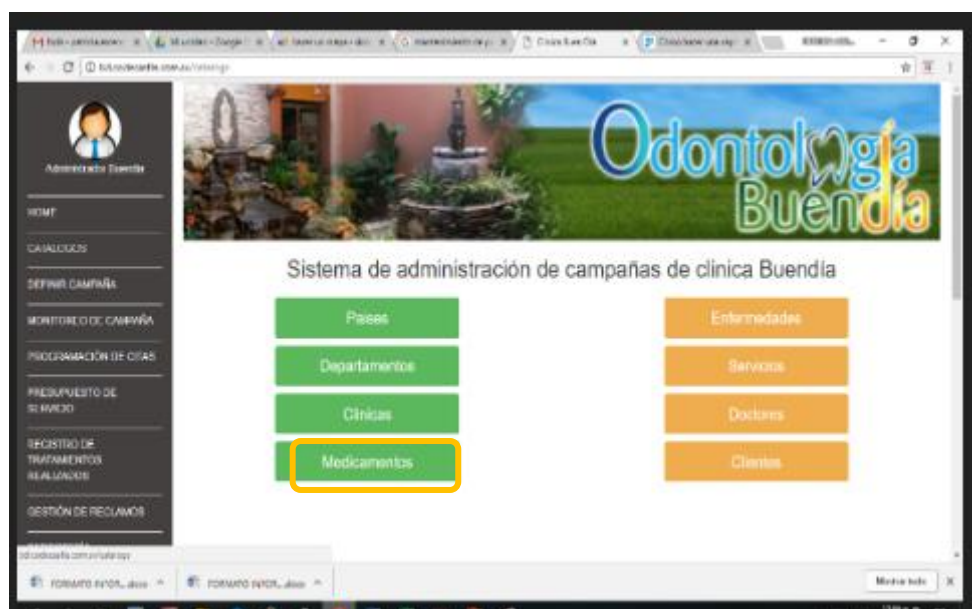
Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.



Medicamentos

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de medicamentos.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.

Medicamentos

Codigo	Nombre	Uso que se le brinda	Acciones	
ACENK	Acetaminofen MK	Para dolor de muelas	Editar medicamento	Eliminar medicamento
AMOXMK	Amoxicilina de la MK	Antibiótico para infecciones	Editar medicamento	Eliminar medicamento
HDENTMK	Hilo dental de la MK	Para limpieza dental aunque sea 1 vez al día	Editar medicamento	Eliminar medicamento
ACITROBAY	Acitromicina de la Bayer	Para infecciones graves	Editar medicamento	Eliminar medicamento

[Nuevo medicamento](#)
[Regresar](#)

- En esta pantalla se ingresa el nombre de medicamento haciendo clic sobre el icono nuevo medicamento.

Medicamentos

[Guardar información de medicamento](#)
[Regresar](#)

- Digite código, nombre y uso del medicamento.
- Teclee sobre el icono [Guardar información de medicamento](#)
- Presione icono [Regresar](#) para ir a pantalla principal de medicamento donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono [Regresar](#) y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Medicamentos

Código	Nombre	Uso que se le brinda
ACEMK	Acetaminofen MK	Para dolor de muelas
AMOXMK	Amoxicilina de la MK	Antibiótico para infecciones
HDENTMK	Hilo dental de la MK	Para limpieza dental aunque sea 1 vez al día
ACITROBAY	Acitromicina de la Bayer	Para infecciones graves

[Nuevo medicamento](#) [Regresar](#)

Acciones

Editar medicamento

Eliminar medicamento

Editar medicamento

Eliminar medicamento

Editar medicamento

Eliminar medicamento

Editar medicamento

Eliminar medicamento

Enfermedades

Ingreso de la información.

- Teclee sobre el icono de enfermedades.

Medicamentos

Código	Nombre	Uso que se le brinda	Acciones
ACEMK	Acetaminofen MK	Para dolor de muelas	Editar medicamento Eliminar medicamento
AMOXIMK	Amoxicilina de la MK	Antibiótico para infecciones	Editar medicamento Eliminar medicamento
HDENTMK	Hilo dental de la MK	Para limpieza dental aunque sea 1 vez al día	Editar medicamento Eliminar medicamento
ACITROBAY	Acitromicina de la Bayer	Para infecciones graves	Editar medicamento Eliminar medicamento

Nuevo medicamento

Regresar

- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el país haciendo clic sobre el icono nueva enfermedad

Enfermedades

Código	Nombre	Acciones	
1	Dolor de encías	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
2	Cordal pulsante	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
3	Caries	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
4	Gingivitis	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
5	Periodontitis	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad

Nueva enfermedad
Regresar

Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre de la enfermedad.

Enfermedades

Guardar información de enfermedad

Regresar

- Digite la enfermedad.
- Teclee sobre el icono

Nueva enfermedad
- Presione icono

Regresar

 y regresara a pantalla principal de enfermedades donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono

Regresar

 y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Enfermedades

Código	Nombre	Acciones	
1	Dolor de encías	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
2	Cordal pulsante	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
3	Caries	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
4	Gingivitis	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
5	Periodontitis	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad

Nueva enfermedad Regresar

Servicios

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de servicios.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el servicio haciendo clic sobre el icono nuevo servicio.

Servicios

Código	Nombre	Activo	Precio mínimo	Precio máximo	Tiempo promedio en horas	Acciones
1	Limpiezas dentales	Activo	\$19.00	\$25.00	1	Editar información del servicio Eliminar Limpiezas dentales
2	CARILLAS O VENEERS	Activo	\$15.00	\$20.00	1	Editar información del servicio Eliminar CARILLAS O VENEERS
3	Coronas libres de metal	Activo	\$30.00	\$35.00	1	Editar información del servicio Eliminar Coronas libres de metal

[Crear servicio](#)
[Regresar](#)

- Con ello se despliega la ventana de ingreso del servicio

Servicio

Nombre
 Comienza en: 2018 ▼ May ▼ 1 ▼

Descripción
 Precio mínimo

☐ ¿Servicio activo?

Precio máximo

Tiempo promedio de servicio en horas
 Costo

[Almacenar información del servicio](#)
[Regresar](#)

- Digite la siguiente información sobre el servicio: nombre, fecha de realización, descripción, precio mínimo y máximo acostar, costo del servicio, tiempo promedio de realización en horas del servicio.
- Haga clic sobre el icono [Almacenar información del servicio](#)

- Presione icono  y regresara a pantalla principal servicios donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono  y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Servicios

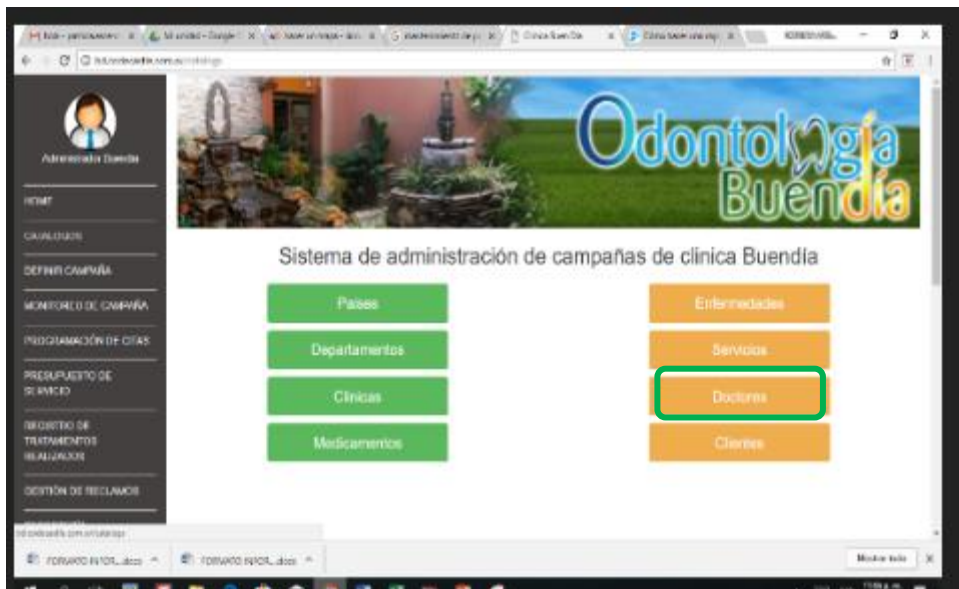
Código	Nombre	Activo	Precio mínimo	Precio máximo	Tiempo promedio en horas	Acciones	
1	Limpiezas dentales	Activo	\$19.00	\$25.00	1		
2	CARILLAS O VENEERS	Activo	\$15.00	\$20.00	1		
3	Coronas libres de metal	Activo	\$30.00	\$35.00	1		




Doctores

Ingreso de información.

- Hacer clic sobre el icono de doctores. Aquí se ingresa la información completa de los doctores que laboran en la clínica.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el nombre del doctor haciendo clic sobre el icono nuevo doctor.

Doctores

Nombre de doctor	Teléfono
Especialidad a la que se dedica	Celular
País El Salvador ▼	Correo electrónico
Número de Registro en Junta de Vigilancia Médica	Correo electrónico opcional

[Almacenar información de doctores](#)
[Regresar](#)

- Con ello se despliega la ventana de ingreso de la información del doctor.

Doctores

Código	Nombre	Especialidad	NRJVM	Teléfono	Acciones
1	BLANCA BUENDIA	Odontopediatría, Oclucion, Odontología cosmética, Odontología general	1234	2222	Editar Información del doctor Eliminar a BLANCA BUENDIA
2	Leo Palomares	Odontología General	34568	777777	Editar Información del doctor Eliminar a Leo Palomares
3	Armando Umuña	Odontología General	4321	3333	Editar Información del doctor Eliminar a Armando Umuña

[Nuevo Doctor](#)
[Regresar](#)

- Digite el nombre, teléfono. Especialidad, número de teléfono, correo electrónico y el numero de la junta de vigilancia médica, en cada uno de los campos.
- Teclee sobre el icono [Almacenar información de doctores](#)
- Presione icono [Regresar](#) y regresara a pantalla principal de doctores donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono [Regresar](#) y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Doctores

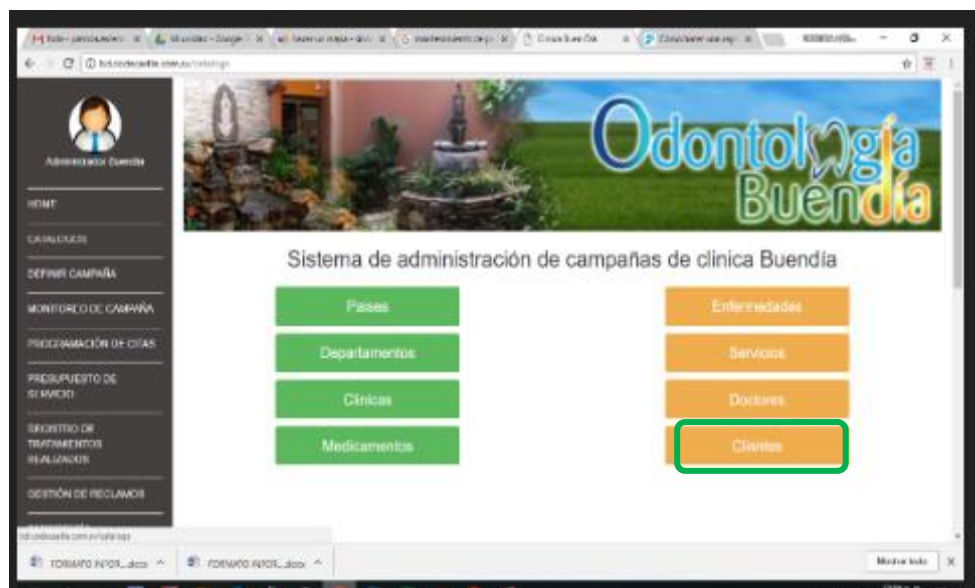
Código	Nombre	Especialidad	Nº/UM	Teléfono	Acciones
1	BLANCA BUENDIA	Otorrinolaringología, Otolaringología, Otorrinolaringología, Otorrinolaringología general	1234	5555	Editar información del doctor Eliminar a BLANCA BUENDIA
2	Las Palmeras	Otorrinolaringología General	3456	7777	Editar información del doctor Eliminar a Las Palmeras
3	Amanda Uribe	Otorrinolaringología General	4321	8888	Editar información del doctor Eliminar a Amanda Uribe

[Nuevo Doctor](#) [Registrar](#)

Cientes

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de clientes



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el nuevo cliente haciendo clic sobre el icono crear cliente.

Clientes

Código de cliente	Tipo de cliente	Nombre	Apellido	Edad	Género	Contacto		
1	Primera vez	Isabel Abigail	Parada	22	Femenino	1111	Editar	Eliminar
2	Relacional	Gilda Isela	Meja	35	Femenino	1111	Editar	Eliminar
3	Relacional	José Alberto	Ramos	40	Masculino	8888	Editar	Eliminar

[Crear Cliente](#)
[Registrar](#)

- Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre del cliente

Nuevo Cliente

Tipo de cliente: Primera vez

Nombre
 Apellido
 Edad
 Número de miembros de la familia
 Teléfono de oficina
 Teléfono personal
 Correo de oficina
 Dirección

Género: Femenino

País: El Salvador

Departamento:

Historial Médico:

- Digite la información en cada una de las casillas que se le solicita del cliente como: nombre, apellido, edad, miembros de la familia, teléfono personal y /u oficina, correo y dirección.
- Al lado derecho de la pantalla, selección con los cursores género, país y departamento de residencia. Se tiene una casilla al lado inferior derecho el historial médico del cliente.
- Teclee sobre el icono  para dar por registrada la información.
- Presione icono  para retornar a pantalla principal de clientes donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono  y estará en la pantalla principal nuevamente.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

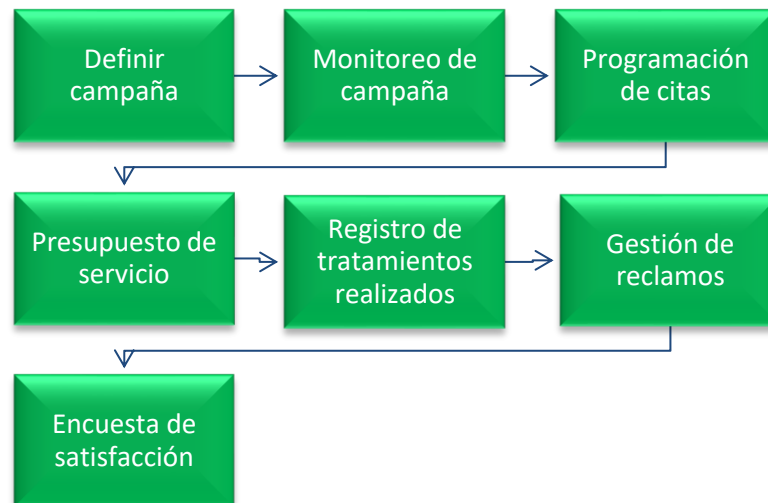
Cientes

Código de cliente	Tipo de cliente	Nombre	Apellido	Edad	Género	Contrato	
1	Primera vez	Isabel	Kaigali	22	Femenino	1111	 
2	Relacional	Gloria	Izela	35	Femenino	1111	 
3	Relacional	José	Albera	40	Masculino	0000	 

Operatividad del sistema.

Permite generar la información a través del ordenamiento de todas las bases de datos, el flujo de procesos es el siguiente:



Definir campaña.

- Teclee sobre el icono de definir campañas.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa a la campaña haciendo clic sobre el icono



- Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre de la campaña.

Crear Campaña

Formulario de creación de campaña:

- Nombre:
- Descripción de la campaña:
- ¿Campaña activa?: ☐
- Almacén en la:
- Clínica:
- Responsable:
- Comienzo de la:
- Fin de la:
- Presupuesto:
- Meta de venta:

Botones:

- Información que ingresar al lado izquierdo de la pantalla.

Crear Campaña

Nombre

Descripción de la campaña

☐ ¿Campaña activa?

Mercado meta

Clinica

Responsable

- Digite nombre de la campaña, una breve descripción de esta y el mercado a quien va dirigida.
- Es importante llenar el nombre del responsable de la campaña.
- Información que ingresar al lado derecho de la pantalla.

Canal de difusión

Otros medios

Comienza desde:

Termina hasta:

\$ Presupuesto

\$ Meta de venta

- Seleccione el canal de distribución, sino está en la base puede optar por digitarlo en la casilla de otros medios. 
- Luego seleccione la fecha de inicio y fin programada para la campaña utilizando el icono  para ingresar al calendario.
- Digite presupuesto y meta de venta.
- Teclee el icono  para guardar la información.
- Presione icono  para ir a pantalla principal y observar los ingresos realizados.
- Luego presione nuevamente  para ir a menú principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Campañas

Código	Nombre de campaña	Clinica	Responsable	Método de difusión	Comienzo / Término	Presupuesto	Meta	Acciones
1	Regalos virtuales	Clinica de Especialidades Guardia de Zarcos		Cross	03-04-2018 30-04-2018	\$100.00	\$500.00	Editar información de campaña Eliminar regalo virtual
2	Pañuelos	Clinica de Especialidades Guardia de Zarcos		Pañuelos	01-05-2018 30-04-2018	\$200.00	\$1,200.00	Editar información de campaña Eliminar Pañuelos
3	Facebook	Clinica de Especialidades Guardia de Zarcos		Redes sociales	02-05-2018 31-05-2018	\$100.00	\$2,500.00	Editar información de campaña Eliminar Facebook




Monitoreo de campaña.

- Hacer clic sobre el icono enmarcado.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.

Monitoreo de campañas

Campaña	Comenzó día de campaña	Porcentaje de funcionamiento	Cumplimiento presupuesto de campaña	Cumplimiento metas campaña	Cuentas nuevas	Tasa de conversión	Acciones
Redes sociales	01/01/2024 31/03/2024	25.72	11.75	100%	0	100%	Ver datos
Presupuesto	01/01/2024 31/03/2024	14.55	1.92	100%	154.19%	0.8	Ver datos

[Ver datos de campañas](#) [Regresar](#)

Se desplegará toda la información ingresada de la campaña en la ventana de definir campaña, como mercado meta, estado de campaña, fecha de inicio y finalización, presupuesto, meta de venta, responsable de campaña y los siguientes campos detallados en la ventana.

- En esta pantalla se ingresa a datos de monitoreo de campaña haciendo clic sobre el icono. 
- Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre de la campaña.



Monitoreo de campañas

Seleccione a campaña

Inicio: 1/1/2020

Alcance: 1000 personas y se forma en la zona de mercado de Tuxtla Gutierrez

Estado de campaña: 1

Responsable de campaña: <Seleccionar>

Comenzar en: 01/1/2020

Terminar en: 31/12/2020

Presupuesto: 0.00

Meta de venta: 100

Responsable de monitoreo: (A)

Código de campaña: (A)

Meta: 100

Cumplimiento de presupuesto de campaña: (A)

Cumplimiento de ventas: (A)

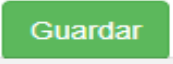
Ordenes: 0.00

Ordenes: 0.00

Ordenes: 0.00

Tasa de conversión: (A)

Guardar Regresar

- Teclee el icono  para guardar la información.
- Presione icono  para ir a pantalla principal y observar los ingresos realizados.
- Luego presione nuevamente  para ir a menú principal.

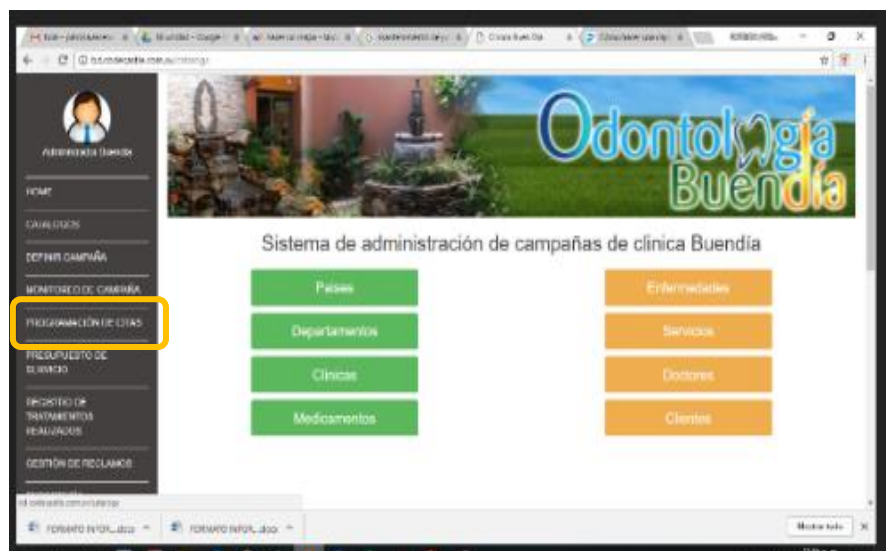
Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.



Programación de citas

- Teclee sobre el icono de la derecha de programación de citas.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa la cita haciendo clic sobre el icono nueva cita.

Citas

Cliente

Estatus de Cita No realizada ▼

Tipo de Cliente Nuevo ▼

Clinica Sucursal Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca ▼

Doctor BLANCA BUENDIA ▼

¿Cita previa? ☐

Fecha y hora de cita

- Con ello se despliega la ventana de ingreso de cita.

Citas

Código	Cliente	Doctor	Estado	Fecha de Cita	Finaliza	
1	Isabel Abigail	Leo Palomares	No realizada	02-05-2018	Editar cita	Eliminar cita
2	José Alberto	BLANCA BUENDIA	No realizada	10-05-2018	Editar cita	Eliminar cita
3	Isabel Abigail	Leo Palomares	No realizada	03-05-2018	Editar cita	Eliminar cita

Nueva Cita

Regresar

- Digite el nombre del cliente, doctor a atender, fecha y hora de cita.
- Al lado superior derecho seleccione el estatus de la cita, tipo de cliente y marque si es cita previa.
- Haga clic sobre el icono

Guardar información de cita
- Luego presione icono

Regresar

 y regresara a pantalla principal de programación de citas, donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono y

Regresar

 estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Citas

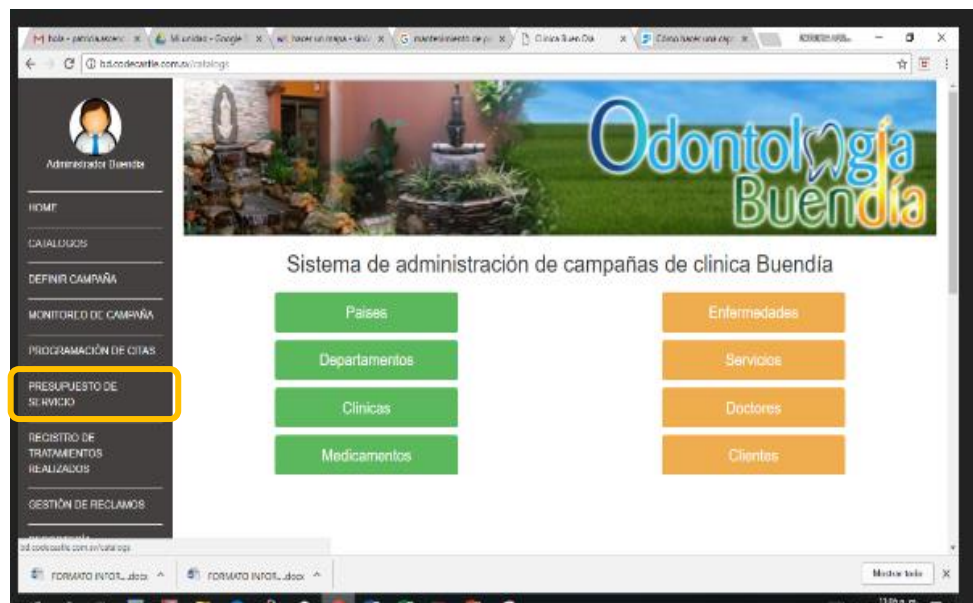
Código	Cliente	Doctor	Estado	Fecha de Cita	Finaliza
1	Isabel Abigail	Leo Palomares	No realizada	02-05-2018	Editar cita Eliminar cita
2	José Alberto	BLANCA BUENDIA	No realizada	10-05-2018	Editar cita Eliminar cita
3	Isabel Abigail	Leo Palomares	No realizada	03-05-2018	Editar cita Eliminar cita

[Nueva Cita](#)
[Regresar](#)

Presupuesto de servicio

Ingreso de información.

- Hacer clic sobre el icono de presupuesto de servicio



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el haciendo clic sobre el icono presupuesto.

Presupuesto de servicios

Clínica	Doctor	Cliente	Enfermedad	Diagnostico	Monto	Acciones
Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	Leo Palomares	Gilda Isela	Dolor de encías	Dolor de encía superior derecha	\$45.00	Editar información de presupuesto de servicios Eliminar
Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	BLANCA BUENDIA	José Alberto	Cordal pulsante	Se le metió comida a la cordal desde hace 3 años	\$75.00	Editar información de presupuesto de servicios Eliminar



- Con ello se despliega la ventana para ingreso de presupuesto.

Presupuesto de servicio

Clínica

Doctor

Enfermedad

Indicaciones

*** Diagnóstico**

SERVICIO

Presupuesto

Citas

SERVICIO

Presupuesto

Citas

SERVICIO

Presupuesto

Citas

Guardar **Regresar**

- Seleccione el nombre del doctor, cliente, enfermedad y escriba una breve reseña de diagnóstico.
- En la parte inferior seleccione el tipo de servicio a realizar, presupuesto y numero de citas a realizarlo, hasta un máximo de 6 servicios por presupuesto.
- Teclee sobre el icono **Guardar**
- Presione icono **Regresar** y regresara a pantalla principal de presupuestos de servicios donde observara ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono **Regresar** y estará en la pantalla principal del sistema.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Presupuesto de servicios

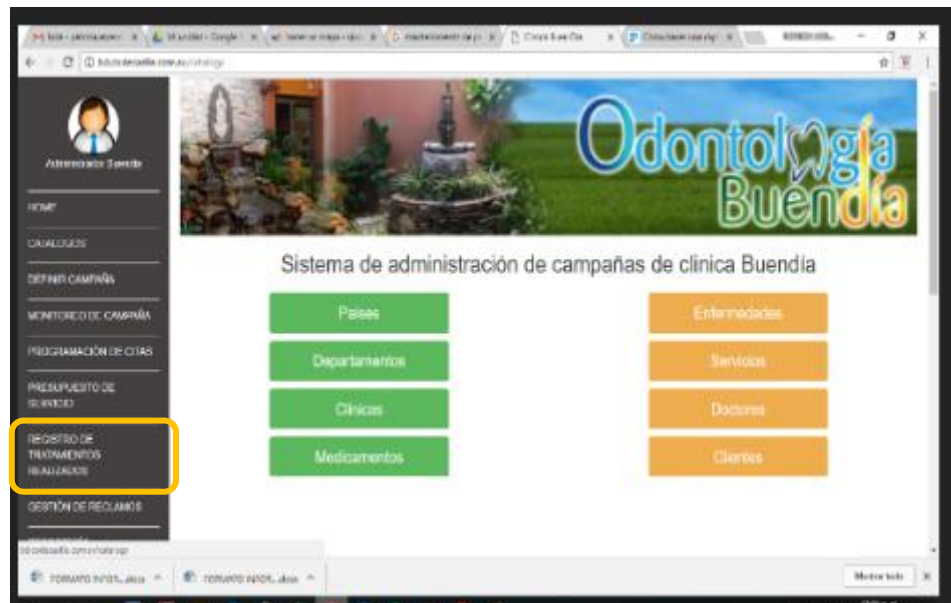
Clinica	Doctor	Cliente	Enfermedad	Diagnostico	Monto	Acciones
Clinica de Especialidades Buendia de Zaratocuilco	Luz Palomares	Gloria Izala	Color de enlas	Dolor de enco superior derecha	\$ 100	Editar información de presupuesto de servicios Eliminar
Clinica de Especialidades Buendia de Zaratocuilco	BLANCA BUENDIA	José Alberto	Cardiopatía	Se le está comiendo la cardi desde hace 3 años	\$ 100	Editar información de presupuesto de servicios Eliminar

[Nuevo](#) [Registrar](#)

Registro de tratamientos realizados

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de registro de tratamientos realizados.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa la información de tratamiento de servicios haciendo clic sobre el icono nuevo.

Tratamientos realizados

Clínica	Doctor	Cliente	Enfermedad	Diagnostico	Precio	Acciones
Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	BLANCA BUENDIA	José Alberto	Dolor de encías		\$150.00	Editar información de tratamiento de servicios Ver medicamentos para este servicio Eliminar

Nuevo Registrar

- Con ello se despliega la ventana de ingreso de información.

Tratamientos realizados

Clínica

Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca

Doctor

BLANCA BUENDIA

Enfermedades

Dolor de encías

Clientes

Isabel Abigail Parada

Guardar **Registrar**

- Esta es una ventana de selección de los campos que se han llenado en las pantallas anteriores, clínica, doctor, enfermedad y cliente.
- Haga clic sobre el icono 
- Presione icono  y regresara a pantalla principal de tratamientos realizados, donde aparecerá listado el ingreso que realizo.
- Luego presione icono  y estará en la pantalla principal del sistema.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

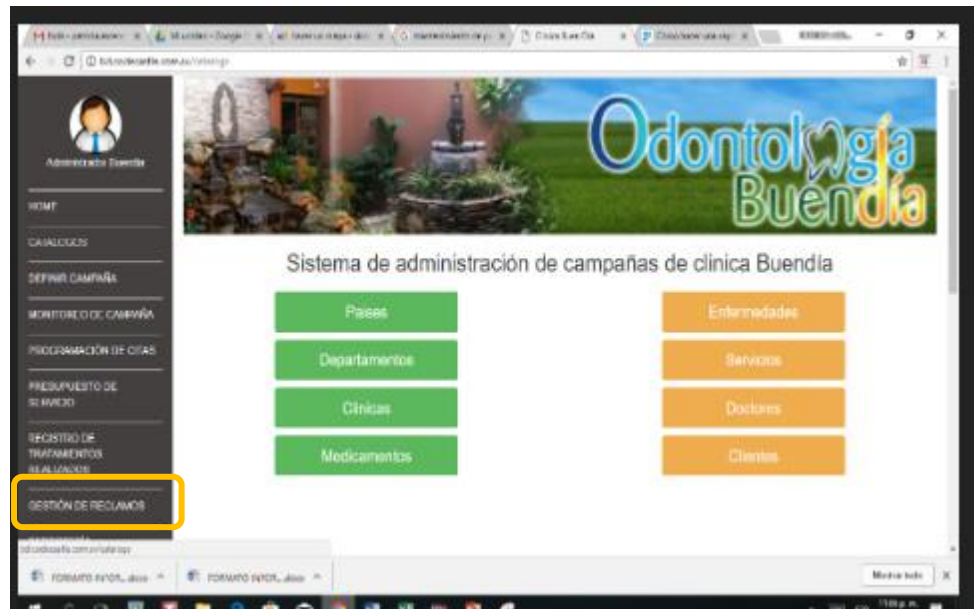
Tratamientos realizados

Clinica	Doctor	Cliente	Enfermedad	Diagnostico	Precio	Acciones
Clinica de Especialidades Buendía de Zatecoatluc	BLANCA BUENDIA	José Alberto	Dolor de enoías		\$150.00	  




Gestión de reclamos.

- Hacer clic sobre el icono enmarcado.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa a pantalla de reclamos.

Reclamos

Fecha	Cliente	Servicio	¿Se resolvió?	Reclamo
Nuevo reclamo Registrar				

- Presionar **Nuevo reclamo** se despliega la ventana de ingreso de reclamos.

Reclamos

Oficina

Oficina de Expresión y Atención al Cliente de Zamatepec

Cliente

Roberto Miguel Pantoja

Depto

GUAYMA GUAYMA

Servicio

Conexión Rápida de Internet

Reclamo

- Teclee guardar y para registrar la información.

Documentos de información.

Generación de reportes.

- Hacer clic sobre el icono de reportes.



- Se abre una nueva ventana para la generación de reportes.



- Presione el reporte que requiere y este será exportado en formato pdf, del cual puede generar las impresiones.

A continuación, se detallan cada uno de los reportes generados por el CRM, su utilidad, importancia y el fin u objetivo de cada uno.

a) Reporte de campaña.

Permitirá llevar una gestión integral de las campañas publicitarias ejecutadas, se podrá medir efectividad entre lo invertido y lo logrado. El fin último es ejecutar de manera eficiente las campañas.

CLINICA BUENDIA

REPORTE DE CAMPAÑA

Sucursal clínica	
Nombre campaña	
Estatus campaña	
Mercado objetivo	
Descripción campaña	
Responsable de campaña	
Medio de difusión	
Fecha de inicio	
Fecha de fin	
Presupuesto \$	
Meta de venta de campaña \$	

d) Reporte de presupuestos de servicio

Identificará para el cliente los principales costos de sus tratamientos, así como la cantidad de citas en cada procedimiento. Servirá a la clínica para determinar o proyectar cierto nivel de ingresos.

CLINICA BUENDIA

PRESUPUESTO DE SERVICIOS

Sucursal clínica	
Fecha	
Doctor asignado	
Tipo de cliente	
Cliente	
Enfermedad	
Diagnóstico	

Servicios

Servicio	Presupuesto	# Citas

e) Ficha clínica del paciente

Permitirá a los doctores y la gerencia el perfil médico de cada paciente, se tendrá un mejor control del cliente y su tratamiento. El fin último es que funcione como una herramienta de fidelización: Conoce a Tu Cliente.

CLINICA BUENDIA

FICHA CLINICA DEL PACIENTE

Tipo de cliente	
Cliente	
Edad	

Fecha servicio	Enfermedad	Diagnóstico	Servicio realizado	Precio del servicio	Doctor que realizó el servicio

f) Expediente del Doctor

Permitirá a cada doctor, evaluar y retroalimentarse del perfil de cada paciente atendido, se busca además que haya feedback por parte del cliente para saber áreas de mejora en los tratamientos y hacerlas.

CLINICA BUENDIA

Fecha

EXPEDIENTE DEL DOCTOR

Doctor
Especialidad
Número de registro de Junta de Vigilancia Médica
Teléfono doctor
Email doctor

SERVICIOS REALIZADOS

Sucursal clínica	Tipo de cliente	Cliente	Enfermedad	Fecha tratamiento	Servicio realizado	Precio real servicio

RECLAMOS

Sucursal clínica	Tipo de cliente	Cliente	Enfermedad	Fecha tratamiento	Servicio realizado	Fecha reclamo	Descripción reclamo	Fecha resolución reclamo	Reclamo resuelto S/N

g) Reporte de ventas por servicio y cliente

Definirá los servicios estrellas de la clínica, los más demandado, así como los clientes. El fin último es que sirva como herramienta para creación y enfoque de estrategias en esos productos.

CLINICA BUENDIA. REPORTE DE VENTAS POR SERVICIO Y CLIENTE

Venta	Año y Mes													Total 2017
Etiquetas de fila	2017	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Blanco de dientes													\$ 60.00	\$ 60.00
Blanca Sánchez													\$ 60.00	\$ 60.00
Brackets transparentes	\$	270.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 90.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 135.00	\$ 180.00	\$ 2,205.00
Evelyn Montes						\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 360.00
Jaime Durán	\$	45.00	\$ 45.00	\$ 45.00										\$ 135.00
Juan Ramírez	\$	45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00		\$ 45.00	\$ 495.00
Marcelo Solórzano	\$	45.00	\$ 45.00	\$ 45.00										\$ 135.00
Miriam Novoa	\$	45.00	\$ 45.00	\$ 45.00				\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 405.00
Nohemy Batres	\$	45.00	\$ 45.00	\$ 45.00										\$ 135.00
Rolando Funes	\$	45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 540.00
Extracción cordal						\$ 40.00		\$ 40.00		\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00		\$ 200.00
Crista Menjivar											\$ 40.00			\$ 40.00
Dilcia Orellana						\$ 40.00		\$ 40.00		\$ 40.00		\$ 40.00		\$ 160.00
Limpieza dental	\$	20.00	\$ 40.00	\$ 60.00										\$ 120.00

h) Reporte de ventas por servicio y Doctor

Determinará la efectividad de cada doctor en cuanto cantidad de pacientes y tipo de servicio brindado. Su objetivo es que ayude a tener parámetros de eficiencia del personal.

CLINICA BUENDIA. REPORTE DE VENTAS POR SERVICIO Y DOCTOR

Venta		Año y Mes 2017												Total 2017
Doctor y Servicio		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Blanca Buendia	\$	20.00	\$ 60.00	\$ 155.00	\$ 210.00	\$ 365.00	\$ 515.00	\$ 655.00	\$ 885.00	\$ 565.00	\$ 825.00	\$ 1,000.00	\$ 765.00	\$ 6,020.00
Brackets transparentes				\$ 90.00	\$ 45.00	\$ 90.00	\$ 135.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 135.00	\$ 180.00	\$ 1,395.00
Extracción cordal						\$ 40.00					\$ 40.00	\$ 40.00		\$ 120.00
Limpieza dental	\$	20.00	\$ 20.00	\$ 40.00										\$ 80.00
Profilaxis									\$ 20.00			\$ 40.00		\$ 60.00
Relleno				\$ 25.00	\$ 125.00	\$ 75.00	\$ 100.00	\$ 75.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 525.00
Revisión									\$ 20.00		\$ 20.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 120.00
Supresión nervio			\$ 40.00		\$ 40.00	\$ 160.00	\$ 280.00	\$ 400.00	\$ 640.00	\$ 360.00	\$ 560.00	\$ 720.00	\$ 520.00	\$ 3,720.00
Carlos Galdámez	\$	355.00	\$ 365.00	\$ 315.00	\$ 95.00	\$ 185.00	\$ 220.00	\$ 200.00	\$ 280.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 240.00	\$ 640.00	\$ 3,295.00
Brackets transparentes	\$	270.00	\$ 270.00	\$ 180.00	\$ 45.00	\$ 45.00		\$ 40.00		\$ 40.00				\$ 810.00
Extracción cordal								\$ 40.00		\$ 40.00				\$ 80.00
Limpieza dental			\$ 20.00	\$ 20.00										\$ 40.00
Profilaxis			\$ 20.00									\$ 20.00		\$ 40.00
Puesta protector bucal				\$ 30.00										\$ 30.00
Relleno	\$	25.00	\$ 25.00	\$ 75.00	\$ 50.00	\$ 100.00								\$ 275.00
Revisión	\$	20.00					\$ 20.00						\$ 20.00	\$ 60.00
Supresión nervio	\$	40.00		\$ 40.00		\$ 40.00	\$ 200.00	\$ 160.00	\$ 280.00	\$ 160.00	\$ 200.00	\$ 240.00	\$ 600.00	\$ 1,960.00
Ivanía Martínez													\$ 60.00	\$ 60.00
Blanqueo dientes													\$ 60.00	\$ 60.00
Roberto Trejo													\$ 20.00	\$ 20.00
Profilaxis													\$ 20.00	\$ 20.00
Total general	\$	375.00	\$ 425.00	\$ 470.00	\$ 305.00	\$ 550.00	\$ 735.00	\$ 855.00	\$ 1,165.00	\$ 765.00	\$ 1,025.00	\$ 1,240.00	\$ 1,485.00	\$ 9,395.00

i) Reporte de utilidades por campaña y servicio

Se podrá determinar los mejores medios publicitarios, así como la rentabilidad de cada uno. El objetivo es medir la eficiencia y efectividad de cada medio publicitario y para qué tipo de servicio funciona cada uno.

CLINICA BUENDIA. REPORTE DE UTILIDADES POR CAMPAÑA Y SERVICIO

Año y Mes 2017														
Campaña y Servicio		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
		Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	
Facebook	\$	375.00	\$ 166.67	\$ 208.33	\$ 425.00	\$ 188.89	\$ 236.11	\$ 470.00	\$ 208.89	\$ 261.11	\$ 305.00	\$ 135.56	\$ 169.44	\$ 171.11
Brackets transparentes	\$	270.00	\$ 120.00	\$ 150.00	\$ 270.00	\$ 120.00	\$ 150.00	\$ 270.00	\$ 120.00	\$ 150.00	\$ 90.00	\$ 40.00	\$ 50.00	\$ 40.00
Extracción cordal			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ 40.00
Limpieza dental	\$	20.00	\$ 8.89	\$ 11.11	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22	\$ 60.00	\$ 26.67	\$ 33.33		\$ -	\$ -	\$ 17.78
Profilaxis			\$ -	\$ 20.00	\$ 8.89	\$ 11.11			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
Puesta protector bucal			\$ -	\$ 30.00	\$ 13.33	\$ 16.67			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
Relleno	\$	25.00	\$ 11.11	\$ 13.89	\$ 25.00	\$ 11.11	\$ 13.89	\$ 100.00	\$ 44.44	\$ 55.56	\$ 175.00	\$ 77.78	\$ 97.22	\$ 77.78
Revisión	\$	20.00	\$ 8.89	\$ 11.11		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
Supresión nervio	\$	40.00	\$ 17.78	\$ 22.22	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22	\$ 35.56
Hojas Volantes			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
Extracción cordal			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
Revisión			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
Supresión nervio			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
Perifoneo			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ 165.00	\$ 73.33
Blanqueo dientes			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
Brackets transparentes			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ 45.00	\$ 20.00
Profilaxis			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
Supresión nervio			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ 120.00	\$ 53.33
Total general	\$	375.00	\$ 166.67	\$ 208.33	\$ 425.00	\$ 188.89	\$ 236.11	\$ 470.00	\$ 208.89	\$ 261.11	\$ 305.00	\$ 135.56	\$ 169.44	\$ 244.44

j) Reporte de utilidades por Doctor y Servicio

Dará a conocer a la gerencia cual es el servicio más rentable y el doctor que ayudar a generar mayores utilidades. Se pretende que ayude a la gestión en la toma de decisiones cruciales.

CLINICA BUENDIA. REPORTE DE UTILIDADES POR DOCTOR Y SERVICIO

		Año y Mes																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
--	--	-----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

k) Reporte top 10 de utilidades por Cliente

Con este reporte, de antemano se podrá conocer aquellos clientes que generan más utilidades a la clínica, busca ser una herramienta de gestión con esos clientes VIP y generar estrategias de retención y fidelización.

CLINICA BUENDIA. REPORTE TOP 10 DE UTILIDADES POR CLIENTE

Utilidad	Año y Mes														Total 2017
	2017														
Cliente		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Rolando Funes	\$		25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 300.00	
Juan Ramirez	\$		25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ -	\$ 25.00	\$ 275.00	
Miriam Novoa	\$		25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 225.00	
Evelyn Montes	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 200.00	
Nelson Garcia	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 177.78	
Rafael Quezada	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 177.78	
Vivian Zaldivar	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 177.78	
José Alvallero	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 177.78	
Manuel Diaz	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 177.78	
Pedro Diaz	\$		11.11	\$ 11.11	\$ 13.89	\$ 13.89	\$ 13.89	\$ 13.89	\$ 13.89	\$ 13.89	\$ 13.89	\$ 13.89	\$ 13.89	\$ 161.11	
Nelson Rodríguez	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 155.56	
Haydée Guerra	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 155.56	
Maureen Walter	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 155.56	
Nory Olivares	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 155.56	
Javier Soriano	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 155.56	
Guadalupe Rios	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 155.56	
Francisco Cuéllar	\$		-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 22.22	\$ 155.56	

I) Reporte de utilidad por Departamento

Se podrá conocer cual ubicación geográfica genera más utilidades a la clínica, como resultado de la demanda de los pacientes. Se busca que sea una herramienta de gestión que ayude a enfocar de mejor forma geográficamente las campañas publicitarias.

CLINICA BUENDIA. REPORTE DE UTILIDAD POR DEPARTAMENTO

Utilidad	Año y Mes													Total 2017
Departamento	2017	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
San Salvador	\$	208.33	\$100.00	\$163.89	\$141.67	\$ 97.22	\$ 86.11	\$347.22	\$155.56	\$358.33	\$188.89	\$530.56	\$588.89	\$2,966.67
La Paz	\$	-	\$136.11	\$ 75.00	\$ -	\$180.56	\$322.22	\$127.78	\$491.67	\$ 66.67	\$380.56	\$136.11	\$191.67	\$2,108.33
La Unión	\$	-	\$ -	\$ 22.22	\$ 27.78	\$ 27.78	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 77.78
Usulután	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 33.33	\$ 33.33
San Miguel	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.22	\$ -	\$ 22.22
San Vicente	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11.11	\$ 11.11
Total general	\$	208.33	\$236.11	\$261.11	\$169.44	\$305.56	\$408.33	\$475.00	\$647.22	\$425.00	\$569.44	\$688.89	\$825.00	\$5,219.44

2.3.2.8. Capacitación de usuarios.

Se realizó la presentación a los usuarios del sistema para asegurar el correcto funcionamiento del Sistema CRM. El entrenamiento consistió en la demostración y prácticas para el ingreso al sistema, ingreso de información a las bases de datos y la generación de reportes. Ver anexo 1.5.

La puesta en marcha requirió la formación inicial de los usuarios y la validación por parte de cada uno de ellos en su propio entorno.

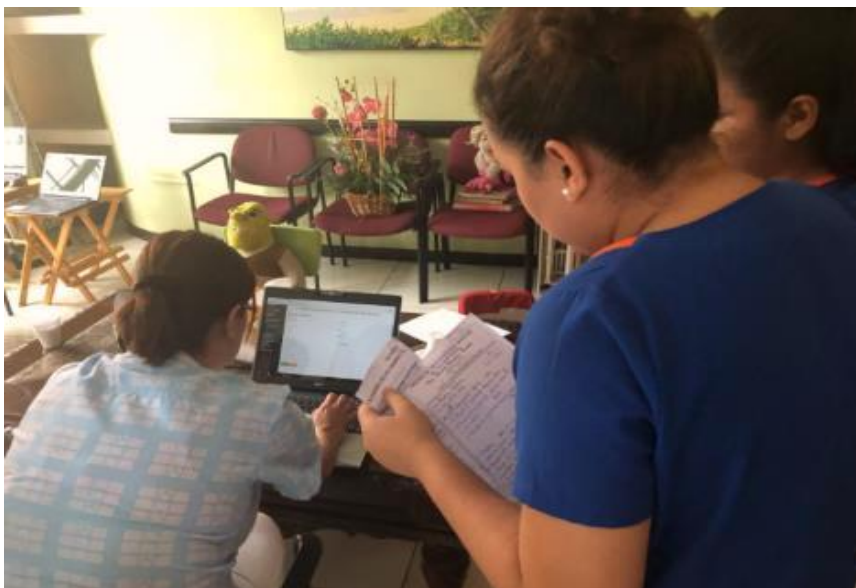
Dando inicio posteriormente al ingreso de la información a las bases de datos.



Licda. Iris Torres e Inga. Patricia Ascencio (equipo consultor), recibiendo capacitación:
Dra. Blanca Buendía (propietaria) e Hijo Boris Solís.



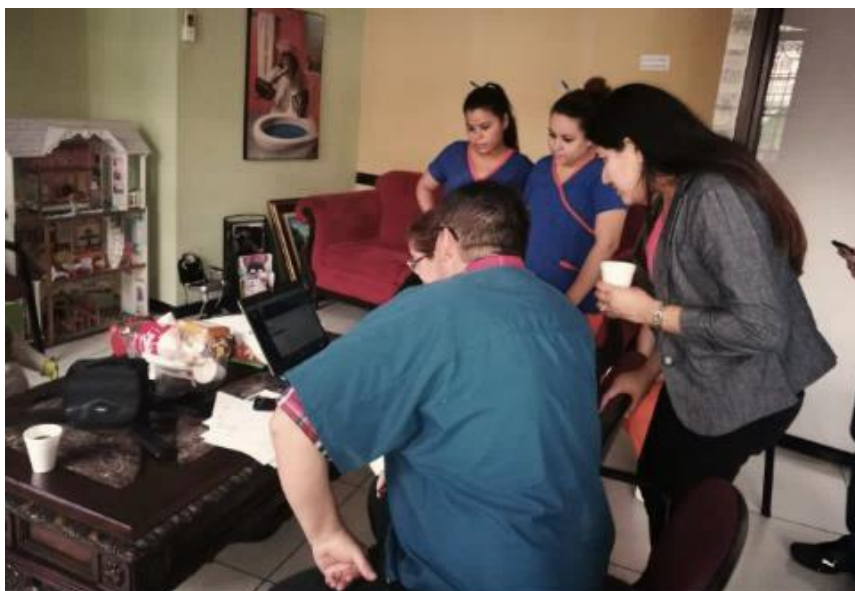
Dr. Leo Palomares y Dra. Blanca Buen día realizando prácticas en sistema CRM.



Dra. Buendía e Isis Mena (secretaria) realizando prácticas de presupuesto en sistema CRM.



De izquierda a Derecha Kenia Mejía (asistente dental), Boris Solís (Hijo propietaria), Dr. Leo Palomares y Dra. Buendía, realizando pruebas en sistema CRM



De izquierda a Derecha Dr. Leo Palomares, Licda. Iris Torres (equipo consultor), Dra. Buendía realizando pruebas en sistema CRM y asistentes de la clínica.



Equipo capacitador. De izquierda a derecha: Inga. Patricia Ascencio y Licda. Iris Torres



De izquierda a derecha Alejandra Rodríguez, Kenia Bonilla (Asistentes dentales), Dr. Leo Palomares (staff de médicos) Dra. Buendía (propietaria) Ing. Irizarry (asesor), Isis Mena (secretaria), Patricia Ascencio e Iris Torres (equipo consultor)

2.4. Fundamentación teórica de la acción clave

Las acciones clave de éxito desarrollada para la clínica Buendía contiene el marco teórico presentado a continuación:

Las acciones claves de éxito propuesta se dirigieron a:

- La creación e implementación de un sistema CRM “customize “el cual comprende:
- Gestión de ventas- Ingresos
- Análisis de campañas de marketing comunicación interna
- Gestión, resolución de reclamos y presupuesto.

- Y la creación de una Fan Page en Facebook.

2.4.1 ¿Que es un CRM?

Hoy en día, las empresas han comprendido la importancia que tienen los clientes para el logro de los objetivos organizacionales, la globalización de los mercados, la competencia y el incremento de las exigencias de los usuarios. Las empresas han considerado evolucionar hacia la implementación de una estrategia que permita descubrir y satisfacer sus necesidades, de ahí surge la implementación del CRM o Customer Relationship Management, el cual es un modelo de gestión y un sistema de apoyo a la gestión de las relaciones con los clientes de la empresa.



Es una herramienta estratégica, que se centra en poner a la empresa en un contacto más directo con sus clientes, creando relaciones duraderas y obteniendo informaciones claves que puedan conllevar al logro de una ventaja competitiva y de crecimiento.

El CRM es una solución de gestión de las relaciones con clientes orientada a gestionar tareas básicas: como gestión comercial, el marketing y el servicio postventa o de atención al cliente.

El uso de un CRM forma parte de una estrategia orientada al cliente en la cual todas las acciones tienen el objetivo final de mejorar la atención y las relaciones con clientes y potenciales. La herramienta CRM y la orientación al cliente proporcionan resultados demostrables, tanto por disponer de una gestión comercial estructurada y que potencia la productividad en las ventas como por ofrecer un conocimiento profundo del cliente que permite plantear campañas de marketing más efectivas.

2.4.1.1 Definición de CRM

CRM (En inglés Customer Relationship Management, o Gestión de relaciones con los clientes) es un enfoque empresarial para entender e influenciar el comportamiento de los clientes a través de comunicaciones efectivas para mejorar la adquisición, retención, lealtad y rentabilidad de clientes. (Swift, 2001).

El software CRM, por definición, permite compartir y maximizar el conocimiento de un cliente dado y de esta forma entender sus

necesidades y anticiparse a ellas. Por definición, el CRM recopila toda la información de las gestiones comerciales manteniendo un histórico detallado.

Es decir, se refiere a una estrategia de negocios centrada en el cliente. De acuerdo al autor Alfredo De Goyeneche en la revista Economía y Administración de la Universidad de Chile, se refiere a que en “CRM estamos frente a un modelo de negocios cuya estrategia está destinada a lograr identificar y administrar las relaciones en aquellas cuentas más valiosas para una empresa, trabajando diferentemente en cada una de ellas de forma tal de poder mejorar la efectividad sobre los clientes”. (Goyeneche, s.f.).

Es imprescindible que un software CRM cuenta con las siguientes características:

- Ser una base de datos de información de los clientes. Almacena la información que se obtiene de los clientes para posteriormente usarla a favor de la empresa.
- Es una solución para mejorar la atención al cliente. Gracias a conocer los datos de los clientes podemos ofrecerles mejoras en los productos de acuerdo con sus necesidades, y además tener una mejor comunicación con ellos e interactuar.
- Se puede personalizar, es decir, que se adapte a las necesidades de la empresa.

- Que tenga funcionalidades adecuadas a la empresa, para que además sea sencillo y fácil de utilizar.
- Generación de informes y análisis de datos.
- Planificación y gestión de campañas.

2.4.1.2. Importancia de contar con un CRM

La importancia de implantar un buen CRM y optimizarlo al máximo es vital para cualquier empresa, ya que permite tener un control de las ventas, un servicio de atención al cliente definido, rápido y eficaz y desarrollar aspectos de marketing cruciales, tales como el ecommerce, la segmentación de clientes o la interacción con los mismos.

Las empresas que utilizan soluciones CRM generan más oportunidades de venta, agilizando la gestión, con presupuestos actualizados en tiempo real y procesos de ventas optimizados. Del mismo modo las empresas que utilizan CRM pueden hacer mejores segmentaciones, y disponen de la información para un servicio de atención al cliente y postventa de nivel superior. (<https://www.quantummx.com/crm-la-importancia-implementacion>, 2017)

2.4.1.3. Ventajas y Beneficios de un sistema CRM

El mayor beneficio de un sistema CRM (estrategia CRM + uso software CRM) es que permite poder dar una atención 100% personalizada y rápida al cliente. De esta manera ayuda a la fidelización de clientes ya que las personas pueden conocer las necesidades y expectativas de cada cliente en un sólo clic.

Con un software CRM puedes segmentar tu cartera de clientes, por lo que también hace más fácil poder planificar estrategias de marketing y ventas con mayor eficacia y aumentar los ingresos. (sumacrm.com, s.f.)

Un CRM trae muchos beneficios entre ellos:

- Ayudar a la empresa a que sus departamentos de marketing puedan identificar y seleccionar a sus mejores clientes, gestionar campañas de marketing y generar oportunidades de calidad para el equipo de ventas.
- Permitir la formación de relaciones personalizadas con los clientes, con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente y maximizar los beneficios; identificar a los clientes más rentables y ofrecerles el más alto nivel de servicio.
- Proporcionar a los empleados la información y los procesos necesarios para conocer a los clientes, comprender e identificar las necesidades de éstos y forjar relaciones entre la empresa, su base de clientes y los socios de distribución.

2.4.2 Fan Page en Facebook

La aparición de las redes sociales ha venido a cambiar la forma en la que las empresas interactúan con sus clientes, permitiendo una comunicación más directa y rápida, así como también las estrategias de publicidad o marketing que ponen en práctica. A esto se le suma el costo mucho menor de utilizar las redes sociales para anunciarse, que hacerlo por medios tradicionales como la radio y la televisión. (Castro, JORGECASTRO, 2018).

La red social Facebook es una de las principales herramientas que nos brinda el marketing digital a los community managers. Ofrece un sinfín de posibilidades en cuanto la gestión de la comunicación con clientes y atraer potenciales clientes. (Global Trends, 2013)



2.4.2.1. Características de Facebook.

A continuación, algunas de las características del Marketing en Facebook compartidas por el especialista en E-business, Mauricio Duque.

- Bidireccional. Al tratarse de una red social, una de las grandes ventajas de Facebook es que la dinámica de contenidos incentiva la comunicación entre los usuarios, convirtiendo a los receptores en emisores y difusores de los mensajes cuando se sienten lo suficientemente estimulados.
- Masivo. Facebook es la red social con más usuarios activos alrededor del mundo, esto nos permite ubicar a una gran cantidad de personas y llegarles con mensajes bien segmentados.
- Instantáneo. Los mensajes compartidos en Facebook llegan a una audiencia amplísima, receptores que de forma inmediata tienen en sus manos información variada y actualizada con la que generar una conversación activa.
- Crowd y Participativo. Facebook conecta emisores y receptores de forma directa, estimulándolos a mover masas a través de acciones como los “likes”, compartir, descargas e incluso ventas.
- Móvil. Si tomamos en consideración que las redes sociales son fundamentalmente móviles, la opción de llegar a nuestros clientes potenciales allí donde estén abre enormes oportunidades de negocios.

- Medible. Desarrolladores de todo el mundo se enfocan en Facebook y Twitter, ya que son las dos redes sociales con más usuarios activos. Debido a esto, los responsables del marketing tienen a su disposición gran cantidad de aplicaciones, gratuitas y de pago, para medir los resultados y la efectividad de sus campañas. Claramente, esta es una de las características más relevantes del Facebook Marketing.
- Indexable. Los contenidos de las redes sociales, y en particular de Facebook y Twitter, son muy bien valorados por Google, que indexa estas páginas incluso por encima de las web o blogs oficiales de las marcas y empresas.
- Transmedia. Contar con una plataforma que permita compartir mensajes en todo tipo de formato, y de manera sencilla, es otro “plus” que no debe pasarse por alto en la implementación de ninguna campaña de marketing. Textos, fotos, infografías, audios, videos, todo es factible cuando trabajamos sobre Facebook.
- Ecológico. Al plantearnos estrategias de marketing digitales no sólo optimizamos recursos de la empresa, también contribuimos al medio ambiente, minimizando el impacto al planeta.
- Gratuito. Tener presencia constante las 24 horas del día, los 365 días al año sin costo alguno, es uno de los mayores beneficios de los que puede disfrutar una PYME que desea promocionar sus servicios o

productos. Basta el ingenio para tener al alcance de un “like” a millones de usuarios. (mediainteractivegroup.com, 2013)

2.4.2.2. Datos estadísticos de la importancia de contar con fan page.

Son varios los estudios que se han realizado, con respecto de las redes sociales estos son algunos de los resultados sobre sus usuarios:

- 84% de los usuarios de internet acceden a las redes sociales.
- 27% del tiempo en internet lo utilizan en las redes sociales.
- 74% de los usuarios de redes sociales, piensan que éstas son un medio de confianza al que acudir cuando se quiere tomar una decisión sobre la compra de un producto o servicio.
- 60% de los consumidores interactúa con, al menos, una marca en las redes sociales.

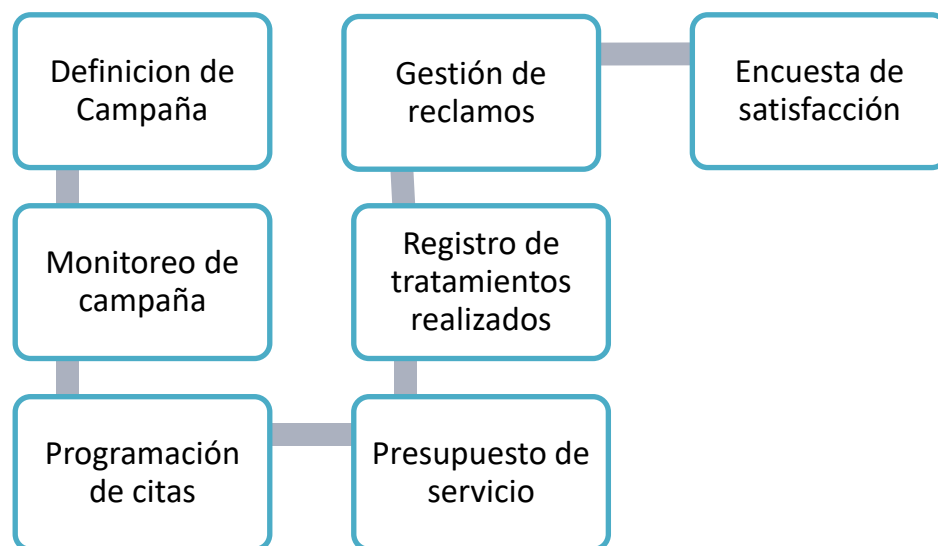
En lo que respecta a las empresas:

- 91% de las empresas utilizan las redes sociales para hacer marketing de contenido.
- 64% las utiliza para investigar el estado de los mercados y a la competencia.
- 50% de las empresas que utilizan redes sociales, dicen que han ayudado a que sus ventas se incrementen.

- 52% de las empresas dicen que las redes sociales les han ayudado a captar nuevos clientes. (Castro, JORGECASTRO, 2018)

2.4.3. Mapa de procesos del Sistema CRM – Clínica Buendía

La creación e implantación del sistema CRM “customize “clínica Buendía” contiene los siguientes módulos que se detallan a continuación:



Fuente: Elaboración propia del equipo consultor

1. Definición de campañas

La publicidad es una herramienta fundamental para crear y mejorar la relación de los servicios que ofrece la clínica con los potenciales clientes.

Es una estrategia comercial cuyo objetivo es dar a conocer el servicio que ofrece. Esto se logra a través de diferentes medios de comunicación durante un periodo determinado, para el caso de la clínica se pretende lograr una mayor publicidad a través de la creación de una página de Facebook ya que por el momento solo se hace a través de perifoneo y hojas volantes.

2. Monitoreo de campaña

El monitoreo es un instrumento de medición que permite cotejar los resultados obtenidos durante un periodo determinado versus los objetivos establecidos.

Habiendo tenido ya definidas las campañas de marketing, se hace necesario e indispensable el monitoreo y a la vez la retroalimentación del proceso mismo.

El único objetivo de ello es ver que se cumpla lo plasmado y a la vez tener una métrica real y objetiva relacionada a la inversión versus resultados, midiendo de esta forma la efectividad.

3. Programación de citas

La programación de citas médicas es una solución basada en un servidor central para gestionar citas para la clínica. Se puede administrar situaciones y procedimientos actuales y futuros de los clientes.

Los principales beneficios que se obtendrán son:

- Agilización de la programación de los pacientes y la mejora de la eficiencia del personal.
- La programación de los pacientes antes de sus citas mejora la calidad de los tratamientos.

4. Presupuesto de servicio

Un presupuesto es una previsión, proyección o estimación de gastos anticipados.

En tal sentido, en este punto los clientes podrán contar o saber de forma anticipada el costo del servicio o servicios, dependiendo la complejidad y cantidad de procedimientos.

Además, como herramienta interna de la clínica, será de apoyo para poder tener una noción o proyección de ingresos.

También, se podrá medir aquellos clientes potenciales de la clínica que sean reales, es decir que logran adquirir sus servicios.

5. Registro de tratamientos realizados

En el registro de tratamientos realizados del cliente, el doctor o la propietaria de la clínica podrá ver el historial de cada paciente con el único fin de saber si culminó cada procedimiento o ver en qué etapa del proceso está.

Además de ello, permitirá que la gerente tenga proyecciones de ingreso, en el caso el paciente no haya culminado. También, habrá un historial y datos médicos de cada paciente, que permitan brindar una mejor atención.

6. Gestión de reclamos

La gestión de quejas y reclamos tiene como único objetivo recuperar la confianza de un cliente insatisfecho. Además de medir el nivel de satisfacción y la posibilidad de lealtad o fidelidad hacia la clínica.

Con ello se busca procesar la información obtenida de los clientes para implementar acciones que prevengan el mismo problema en el futuro.

Las quejas son una oportunidad de mejora que permite determinar el fallo y fortalecer la relación con el cliente, se sentirá atendido y escuchado.

7. Encuesta de satisfacción

La satisfacción del cliente es a grandes rasgos, la satisfacción que experimenta un cliente en relación con un producto o servicio que ha adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno o poco las expectativas que tenía sobre dichos productos o servicios.

Conocer la opinión de los clientes es de vital importancia para toda organización que pretenda ser exitosa, ello permite a la empresa conocer sus propias fortalezas y áreas de oportunidad.

En tal sentido, la clínica buscara medir el grado de satisfacción del cliente para brindar mejoras en aquellas áreas de oportunidad que se encuentren y satisfacer las expectativas del cliente.

2.5. Plan de implementación de la acción clave de éxito

La implementación de la acción clave de éxito se hizo en conjunto con la empresaria, fue desarrollada en diversas tareas, estas permitieron orden y coherencia con los objetivos de la consultoría colaborativa.

Fueron monitoreadas por el equipo consultor y presentada a la gerencia general de la clínica dental.

La definición de plan de trabajo maestro permitió la realización de tareas y actividades logrando la implantación de la acción clave de éxito de una manera ordenada y coherente.

A continuación, se presenta el desarrollo detallado de las actividades realizadas a lo largo de la ejecución.

Nombre de tarea	Duration	Start	Finish	Nombre de los Recursos
▲ Cronograma de Trabajo de Consultoria de Clinica Dental Buendia	103 days	Tue 1/30/18	Thu 6/21/18	
▲ Fase I. Analisis de requerimiento de sistema	14 days	Tue 1/30/18	Fri 2/16/18	
Flujo de procesos de CRM	5 days	Tue 1/30/18	Sun 2/4/18	Equipo Consultor
Definir campos por cada proceso de sistema CRM	7 days	Mon 2/5/18	Tue 2/13/18	Equipo Consultor
Definir reportes del sistema CRM	2 days	Thu 2/8/18	Fri 2/9/18	Equipo Consultor y Empresario
Revision y validacion de flujo de procesos y reportes con la Dra Buendia	5 days	Mon 2/12/18	Fri 2/16/18	Equipo Consultor y Empresario
▲ Fase II. Diseño tecnico del sistema CRM	89 days	Sat 2/17/18	Thu 6/21/18	
Diseño de base de datos	2 days	Sat 2/17/18	Mon 2/19/18	Equipo Consultor
Diseño de pantallas	2 days	Tue 2/20/18	Wed 2/21/18	Equipo Consultor
Programacion de sistema CRM con PHP y MYSQL	12 days	Fri 2/23/18	Mon 3/12/18	Equipo Consultor
Pruebas del sistema	5 days	Fri 3/9/18	Thu 3/15/18	Equipo Consultor
Pruebas de reportes	3 days	Fri 3/16/18	Tue 3/20/18	Equipo Consultor
Pruebas y validacion del sistema por usuarios validadores	5 days	Wed 3/21/18	Tue 3/27/18	Equipo Consultor y Empresario
▲ Fase III. Puesta en producción de sistema CRM	48 days	Tue 4/17/18	Thu 6/21/18	
Traslado a servidor de produccion de Clinica Buendia	1 day	Tue 4/17/18	Tue 4/17/18	Equipo Consultor y Empresario
Carga de datos iniciales al sistema	1 day	Tue 4/17/18	Tue 4/17/18	Equipo Consultor y Empresario
Definir e Implementar seguridad de usuarios	2 days	Fri 4/20/18	Mon 4/23/18	Equipo Consultor
Diseño de encuesta online	1 day	Mon 4/23/18	Mon 4/23/18	Equipo Consultor
Lanzamiento de encuesta online	1 day	Wed 4/25/18	Wed 4/25/18	Equipo Consultor
Diseño de pagina de facebook	2 days	Thu 4/26/18	Fri 4/27/18	Equipo Consultor
Capacitacion de usuarios finales	1 day	Thu 5/17/18	Thu 5/17/18	Equipo Consultor y Empresario
Defensa del trabajo de graduacion	15 days	Fri 6/1/18	Thu 6/21/18	Equipo Consultor

III. Parte: Resultados implementación acción clave de éxito

A continuación, en la siguiente tabla se resumen los principales resultados obtenidos de la intervención realizada por el equipo consultor en el periodo comprendido entre el 01 de octubre al 31 de mayo de 2018.

Área-subárea intervenida: Mercadeo y Ventas –Relación con los clientes

Antes de la intervención	Después de la intervención	Evidencias
No se tenía ningún sistema de información, todo se llevaba en registros manuales, por medio de anotaciones en cuadernos y agendas.	Se creó y se implementó un sistema CRM para la clínica Buendía, el cual comprende: • Gestión de ventas-ingresos • Análisis de campañas de marketing	Sistema CRM instalado en Clínica Buendía

	• Gestión de resolución de reclamos y • Presupuesto de servicios.	Anexo 1.4
No se tenía ningún registro de clientes en sistema de información, todo se llevaba de forma manual con anotaciones en agenda.	Se creó una base de datos en Excel para ser ingresada en el catálogo de clientes del sistema CRM y tener un expediente personalizado, el cual comprende: Datos generales del cliente, como: Nombre, Apellido, edad, números de contacto, tipo de cliente, fecha de cumpleaños, historial médico. • Reportes de expedientes de clientes.	Módulo de sistema CRM, el cual comprende base de datos de clientes.

Control de citas se llevaba en anotaciones manuales en agenda con fecha y hora para cada paciente.	Se incluyó un módulo para el control de citas, el cual comprende: registro de citas realizadas, no realizadas y canceladas, que permiten visualizar el movimiento de citas de la clínica. • Reporte de programación de citas.	Módulo en Sistema CRM con programación de citas.
Carecía de un control de presupuestos de servicios, se les daba de forma manual, en una hoja membretada por escrito.	Se incluyó un módulo para un control de presupuesto con la base de datos de cada uno de los servicios que la clínica ofrece y sus costos.	Módulo en Sistema CRM con presupuesto de servicio. Módulo en Sistema CRM con tratamientos realizados.

	• Reporte de presupuesto de servicios por cliente. Esto permitirá un registro de los tratamientos realizados por pacientes.	
Carencia de fan page en la red social Facebook.	Se creó una fan page en la red Facebook para poder llegar a mercados específicos y ofrecer los servicios.	Creación de página en red social Facebook.

Conclusiones del Equipo Consultor.

A continuación, se presentan las conclusiones del proceso de consultoría realizado:

- **Breve descripción del giro del negocio.**

La Clínica Odontológica Buendía fue fundada en 1995 por la Dra. Blanca Buendía Bonilla, quien es actualmente su propietaria, con el objetivo de ofrecer servicios completos de asistencia odontológica y cubrir las necesidades de los pacientes, a un precio justo y al alcance de todos, atendiendo todas las áreas de odontología con calidad.

Desde hace más de 20 años se ha consolidado como una alternativa para los clientes, cuenta con equipo de profesionales altamente capacitados y dedicados a la odontología por convicción y amor a la profesión y su trabajo, teniendo alto grado de ética y profesionalismo.

Actualmente en todos sus procedimientos utilizan tecnología moderna para estar entre las mejores clínicas del país, ofreciendo atención cálida, personalizada y comprometida con el paciente.

Los puntos por los que se destacan son calidad y eficiencia en los tratamientos integrales, estando comprometidos con la atención, satisfacción y salud bucal de los pacientes.

La cobertura geográfica abarca el área paracentral con los siguientes departamentos: La Paz, San Vicente y San Salvador.

- **Las fortalezas del negocio**

Como resultado del diagnóstico realizado se identificaron 5 fortalezas, las cuales son:

Áreas de Fortaleza	
Áreas	Sub Áreas
Dirección Estratégica	Misión y Visión
Dirección Estratégica	Historia de la empresa
Estilo y Liderazgo	Autonomía
Gestión Ambiental	Manejo de residuos
Gestión de Calidad	Aseguramiento de la Calidad

- **Las áreas de oportunidad**

Además, el diagnóstico reflejó el resultado de 7 áreas de oportunidad, de las cuales se propuso soluciones para el fortalecimiento y desarrollo de la clínica. Estas son:

Áreas de Oportunidad	
Áreas	Sub Áreas
Dirección Estratégica	Objetivos estratégicos
Dirección y Liderazgo	Instrumentos de Gestión
Mercadeo y Ventas	Relación con los clientes
Mercadeo y Ventas	Comunicaciones
Producción y Operaciones	Manejo de inventarios
Estructura Organizacional	División del Trabajo
Recursos Humanos	Política de Personal

- **Acción clave de éxito sugerida**

Como resultado de la información recolectada y análisis de esta, se le presento al empresario seleccionando la de mayor impacto al mejoramiento de la empresa, concluyéndose que la acción clave de éxito estuviera enfocada en el área de **Mercadeo y Ventas**, específicamente en la subárea de **Relación con el Cliente**.

Dicha acción clave de éxito, fue desarrollada según detalle siguiente:

Creación e Implementación de CRM "customize" para la clínica, el cual comprende:

- Gestión de ventas
- Gestión de Ingresos
- Análisis de campañas de marketing Comunicación interna
- Gestión y resolución de reclamaciones y presupuestos.

Adicionalmente a esta solución, se trabajó en la creación de Marketing Digital mediante la creación y publicidad en Facebook, con el único objetivo que la clínica dé a conocer sus servicios y tenga un mercadeo más efectivo con sus clientes potenciales y reales.

La ventaja competitiva que tendría la clínica respecto a sus competidores estaría enfocada en los siguientes puntos:

- Tendrá un conocimiento más amplio del nicho de mercado atendido, su importancia e impacto en las operaciones de la clínica.
- Podrá fortalecer la relación con los clientes creando fidelización, mediante herramientas que mejoren los servicios y la percepción misma del cliente.
- Podrá mejorar la competitividad de la empresa, ya que tendrá un mejor desarrollo y control de recursos, logrando efectividad.
- Establecerá mecanismos de comunicación y atención al cliente que ayuden a generar confianza y fidelidad en ellos. Así como dando a conocer sus servicios.

Finalmente, se recomienda a la gerencia de la clínica los siguientes puntos:

- El desarrollo y monitoreo constante de campañas de publicidad en Facebook respecto a la comunicación y publicación de información de productos, servicios y otros, así como el mantenimiento de su Fan Page, con el único fin haya un mercadeo efectivo.
- Las herramientas desarrolladas, CRM, módulos y reportes, sean un soporte para la toma de decisiones cruciales, así como evaluación misma de la operación del negocio.
- Es importante que las formas de comunicar y el mensaje al cliente sean con homogeneidad y claridad, para lograr así un marketing efectivo.
- La visión de la empresa requiere una nueva redacción, sugiriéndose la siguiente:

Ser una clínica líder en servicios odontológicos especializados en la zona paracentral de El Salvador, utilizando tecnología moderna, brindando a nuestros clientes tratamientos integrales con calidad, eficiencia, profesionalismo y excelencia.

Referencias

Castro, J. (2018). *JORGECASTRO*. Obtenido de <https://jorgecastro.mx/por-que-son-importantes-las-redes-sociales-en-los-negocios>

Castro, J. (2018). *JORGECASTRO*. Obtenido de <https://jorgecastro.mx/por-que-son-importantes-las-redes-sociales-en-los-negocios>

Global Trends. (2013). Obtenido de <https://gtglobal.wordpress.com/2013/09/25/beneficios-que-una-fan-page-de-facebook-aporta-a-tu-negocio/>

Goyeneche, A. D. (s.f.). <https://www.merca20.com/que-es-crm-y-que-importancia-tiene-para-nuestra-empresa/>.

<https://www.quantummx.com/crm-la-importancia-implementacion>. (2017).

mediainteractivegroup.com. (2013). Obtenido de <http://www.mediainteractivegroup.com/blog/10-caracteristicas-que-debe-conocer-del-facebook-marketing-2/>

sumacrm.com. (s.f.). Obtenido de <https://www.sumacrm.com/soporte/customer-relationship-management>

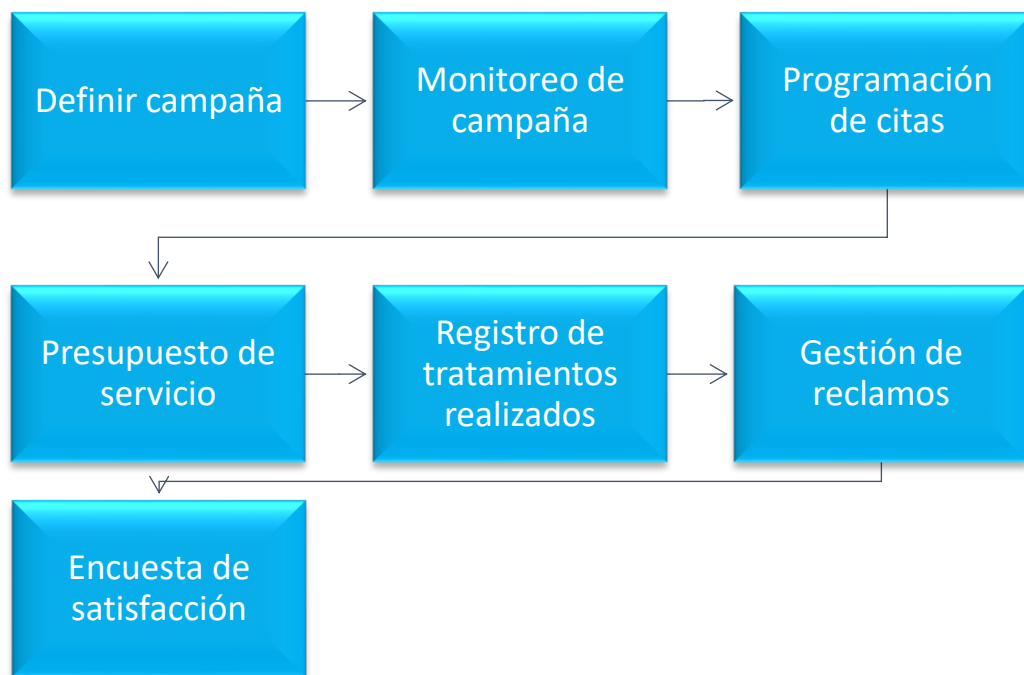
Swift, R. (2001). *Accelerating Customer Relationships*.

Anexos

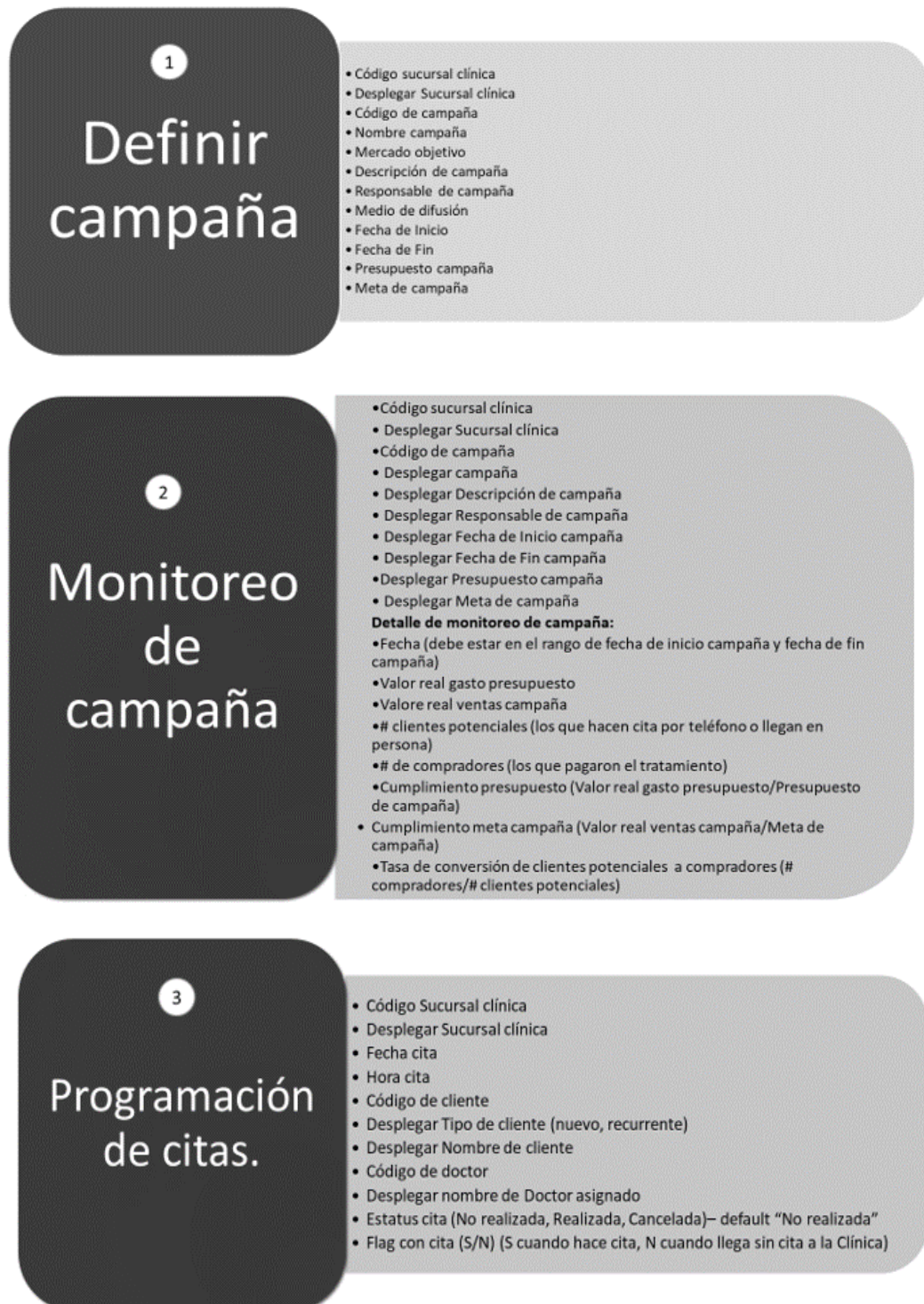
Anexo1. Acción clave del éxito: Relación con los Clientes.
Creación e implementación de un sistema CRM para la clínica y
Creación de fan page en Facebook.

Anexo 1.1. Diagramas de procesos y de entidad del sistema
CRM de clínica Buendía.

Diagrama de procesos del sistema CRM. se inicia con una definición de campaña y finaliza con la encuesta de satisfacción de los servicios.



Cada proceso comprende un listado de campos que se detallan a continuación:



4

Presupuesto de servicio.

- Código sucursal clínica
- Desplegar Sucursal clínica
- Fecha
- Doctor asignado
- Código de cliente
- Desplegar Tipo de cliente
- Desplegar Cliente
- Código de enfermedad
- Enfermedad
- Diagnóstico
- Detalle de servicios varios:
- Código de servicio
- Desplegar nombre de servicio
- Desplegar precio de servicio
- Número de citas

5

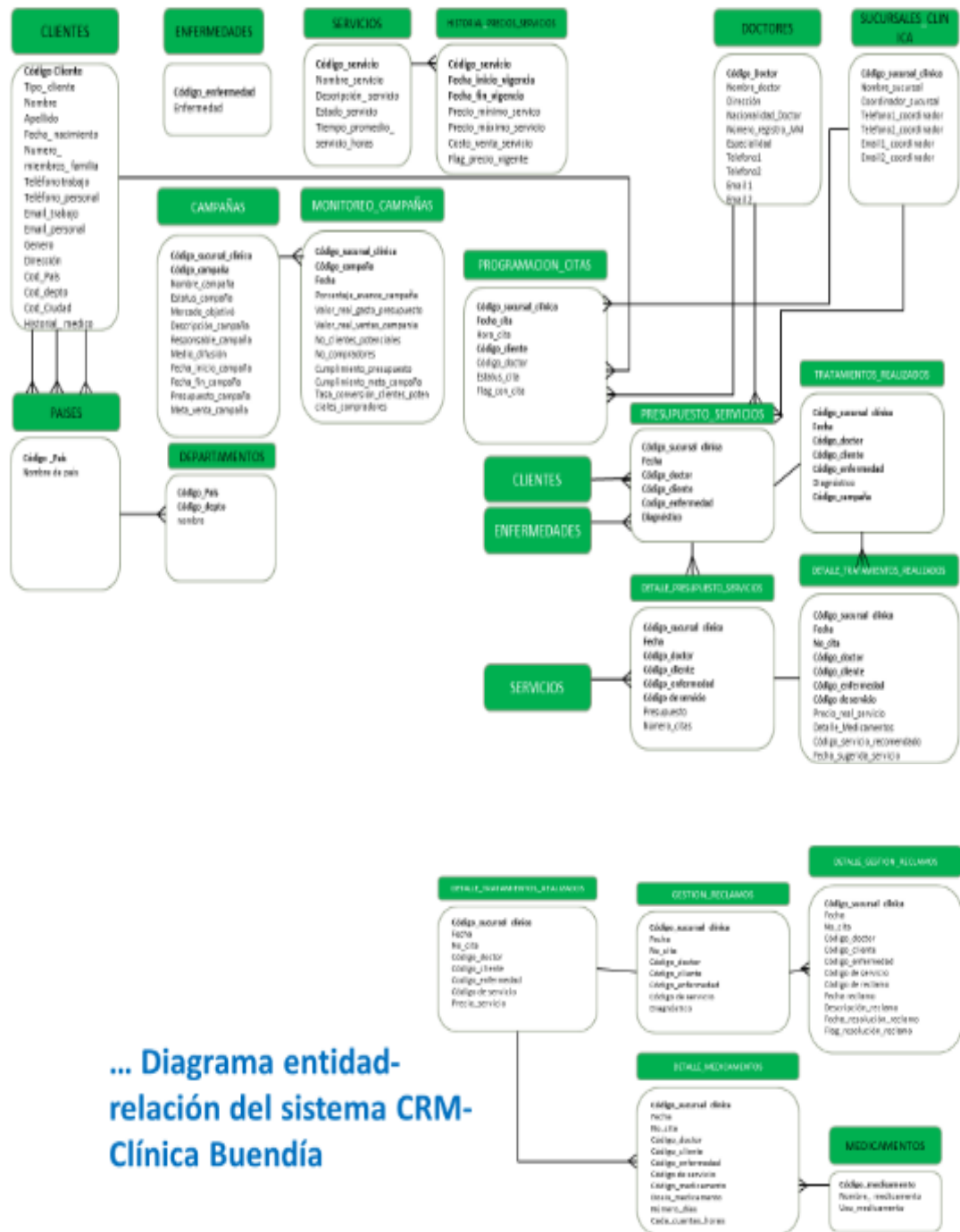
Registro de tratamiento realizado.

- Código sucursal clínica
- Desplegar Sucursal clínica
- Número de cita
- Fecha
- Código de cliente
- Desplegar Tipo de cliente
- Desplegar Cliente
- Hora inicio
- Hora fin
- Precio
- Reclamo
- Tiempo real del servicio realizado (hora fin – hora inicio, en horas)
- Código de enfermedad
- Desplegar Enfermedad
- Código de tratamiento realizado
- Desplegar Tratamiento realizado
- Medicamentos recetados (pueden ser varios)
- A través de que campaña se enteró de los servicios de la clínica ?
- Siguiendo servicios:
- Código de servicio
- Desplegar servicio
- Fecha sugerida de siguiente servicio

6

Gestión de reclamos

- Código sucursal clínica
- Desplegar Sucursal clínica
- Código de cliente
- Desplegar Cliente
- Doctor que realizo el tratamiento
- Desplegar Fecha de tratamiento realizado
- Desplegar Código de servicio
- Desplegar Servicio
- Detalle de reclamos**
- Código de reclamo
- Fecha reclamo
- Reclamo
- Fecha de resolución de reclamo
- Flag Resolución del reclamo



... Diagrama entidad-relación del sistema CRM-Clinica Buendía

Anexo 1.2. Capacitación interna para consultores a nivel de usuarios del sistema CRM.

Se realizó una demo para el equipo consultor que permitirá conocer el manejo del sistema.



De izquierda a derecha Ing. Patricia Ascencio Lcda. Iris Torres (Equipo consultor)



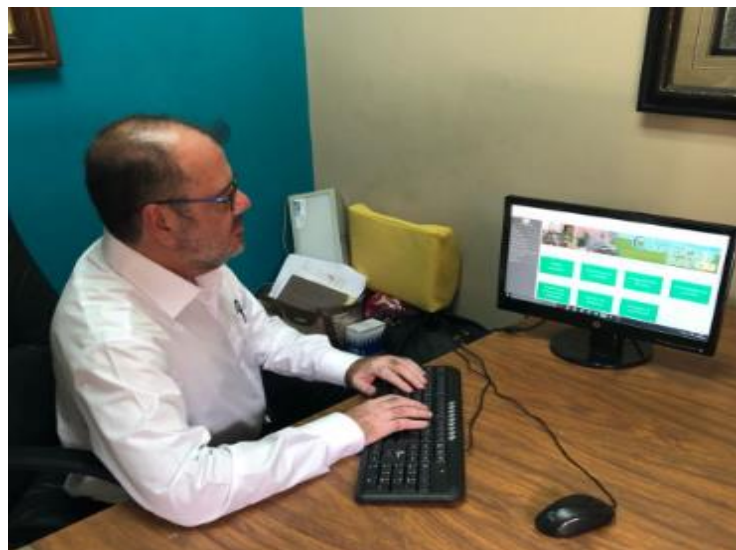
De izquierda a derecha Ing. José Luis Irizarry (Asesor), William González

Anexo 1.3. Instalación de servidor y acceso a máquinas en clínica Buendía.

Ingeniero Oscar Nuñez (programador) se trasladó hasta la clínica para instalar servidor y dar acceso al sistema a todas las maquinas que lo requieran.



Instalación servidor en Clínica Buendía. Ing. Fausto (Programador).



Instalación servidor Clínica Buendía. Ing. José Luis Irizarry (Asesor)

Anexo 1.4. Manual de usuario



Manual de usuarios para el sistema
CRM.

Mayo, 2018.



Contenido

Objetivos del manual.	1
Alcance del Sistema CRM.	1
1. Funcionalidad e ingreso de datos.	2
1.1. Ingreso de información.	2
1.2. Catálogos.....	4
1.3. Países.....	5
1.4. Departamentos	7
1.5. Clínicas	10
1.6. Medicamentos	12
1.7. Enfermedades	14
1.8. Servicios	17
1.9. Doctores	19
1.10. Clientes.....	22
2. Operatividad del sistema.....	25
2.1. Definir campaña.....	25
2.2. Monitoreo de campaña.	28
2.3. Programación de citas	31
2.4. Presupuesto de servicio.....	34

2.5. Registro de tratamientos realizados.....	37
2.6. Gestión de reclamos.	40
3. Documentos de información.	41
3.1. Reporte de campaña.	43
3.2. Reporte de monitoreo de campañas.....	44
3.3. Reporte de programación de citas.....	45
3.4. Reporte de presupuestos de servicio.....	47
3.5. Ficha clínica del paciente.....	48
3.6. Expediente del Doctor.....	49
3.7. Reporte de ventas por servicio y cliente	50
3.8. Reporte de ventas por servicio y Doctor.	51
3.9. Reporte de utilidades por campaña y servicio	52
3.10. Reporte de utilidades por Doctor y Servicio	53
3.12. Reporte de utilidad por Departamento.	55
4. Parámetros de reportes.	56

Objetivos del manual.

- Proporcionar una guía de consulta que facilite al usuario la operación de las diferentes pantallas de captura y consulta de la información que se administra en el sistema CRM de la clínica Buendía.
- Almacenar y ordenar el flujo de información entre los clientes y la clínica de manera eficiente.
- Crear una base de datos del historial de los clientes.
- Registrar las campañas publicitarias de la clínica.

Alcance del Sistema CRM.

- El sistema determina los principales reportes sobre campañas publicitarias, historial de clientes y medición de las ventas que generadas con las campañas publicitarios.
- Automatizar las consultas sobre información de los clientes.
- Generar presupuestos de servicios.
- Gestión de clientes, para obtener retroalimentación de los servicios realizados.

1. Funcionalidad e ingreso de datos.

Dividiéndose la pantalla en dos zonas: la de menú o índice principal (1) y al centro de área de trabajo (2).

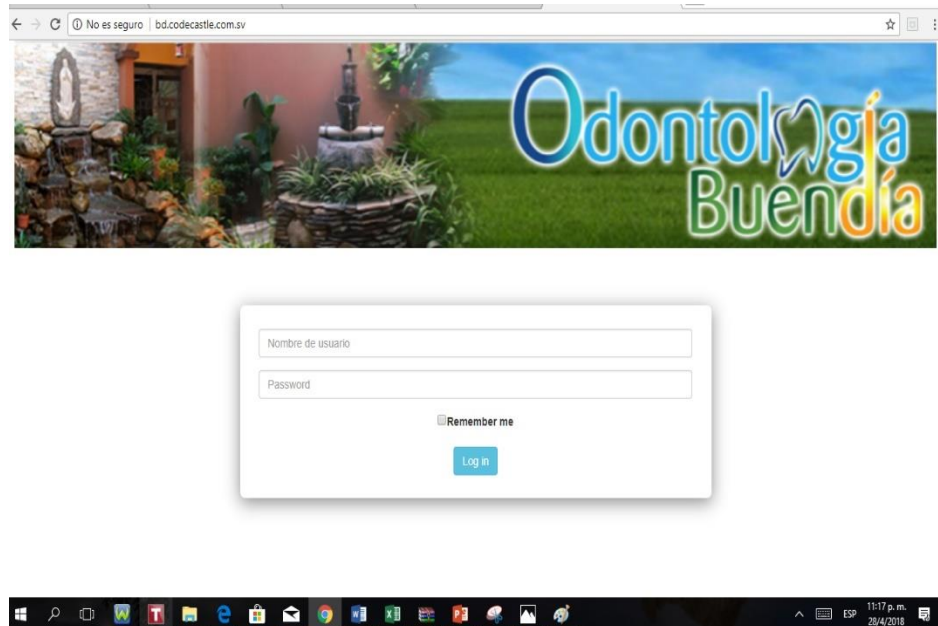
1.1. Ingreso de información.

- Ingreso al sistema
- Dentro del directorio, teclee sobre el icono de CRM Clínica Buendía.

Acceso al sistema y salida de sistema.

Inmediatamente después, el sistema solicita usuario y contraseña, datos que serán proporcionados.





- Digite el nombre de usuario y el password que se le brinde.
- Presione login in. Con ello ingresamos al sistema y nos aparecerá una nueva ventana que contiene el menú principal del sistema.

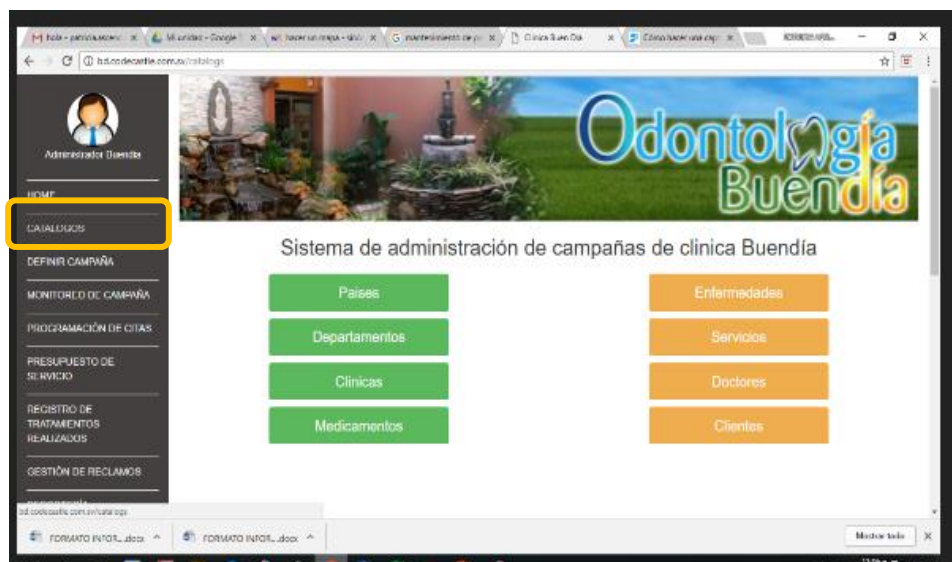


- Para dejar del sistema teclee en el icono CERRAR SESION.



1.2. Catálogos

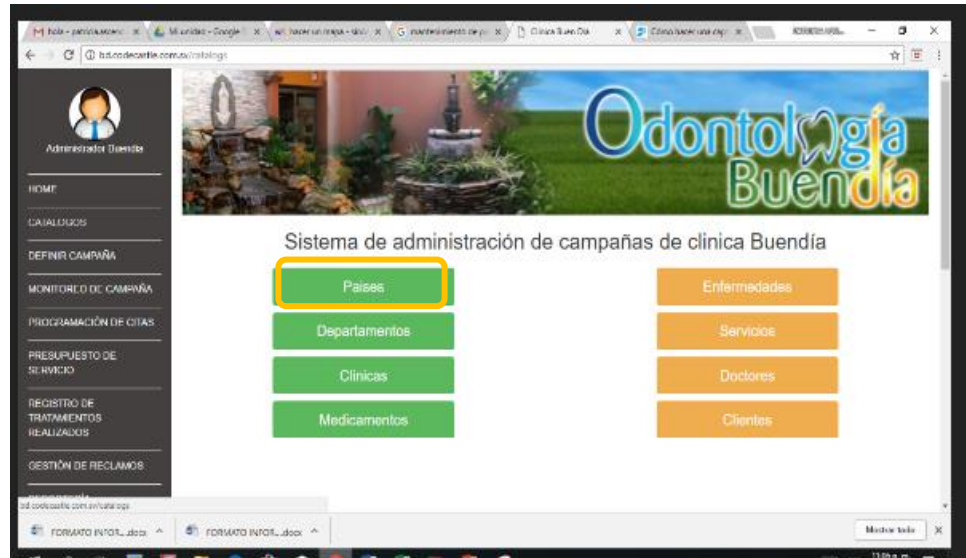
- Teclee sobre la palabra catálogos y mostrará una nueva ventana que desplegará los canales de ingreso de información.



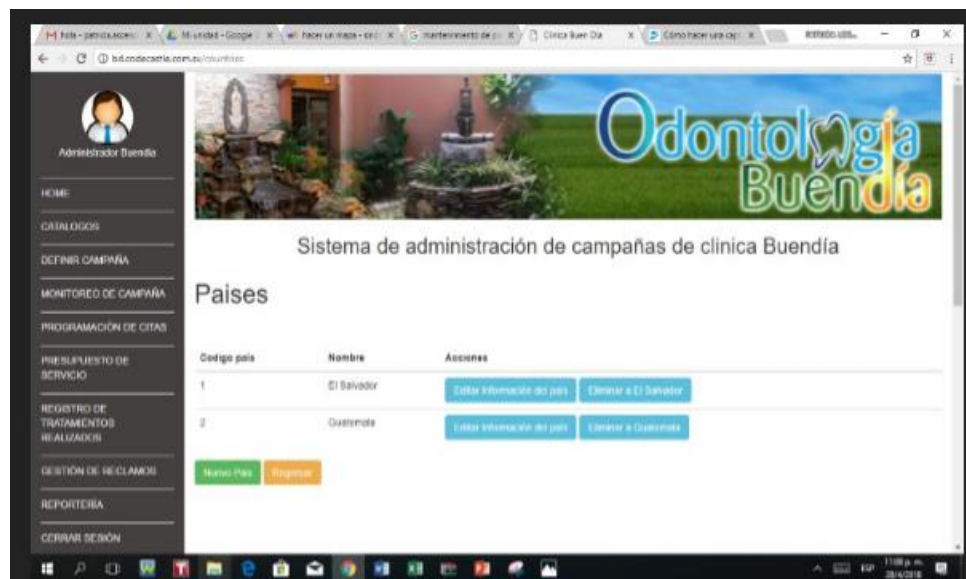
1.3. Países.

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de país.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el país haciendo clic sobre el icono.

Países

Código país	Nombre	Acciones	
1	El Salvador	Editar Información del país	Eliminar a El Salvador
2	Guatemala	Editar Información del país	Eliminar a Guatemala

Nuevo País
Regresar

- Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre del país.

Países

Almacenar información del país
Regresar

- Digite el nombre del país. Ejemplo: El Salvador
- Teclee sobre el icono Almacenar información del país
- Presione icono Regresar y regresara a pantalla principal de país donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono Regresar y estará en la pantalla principal de catálogos.

Editar o modificar

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de

y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados

Países

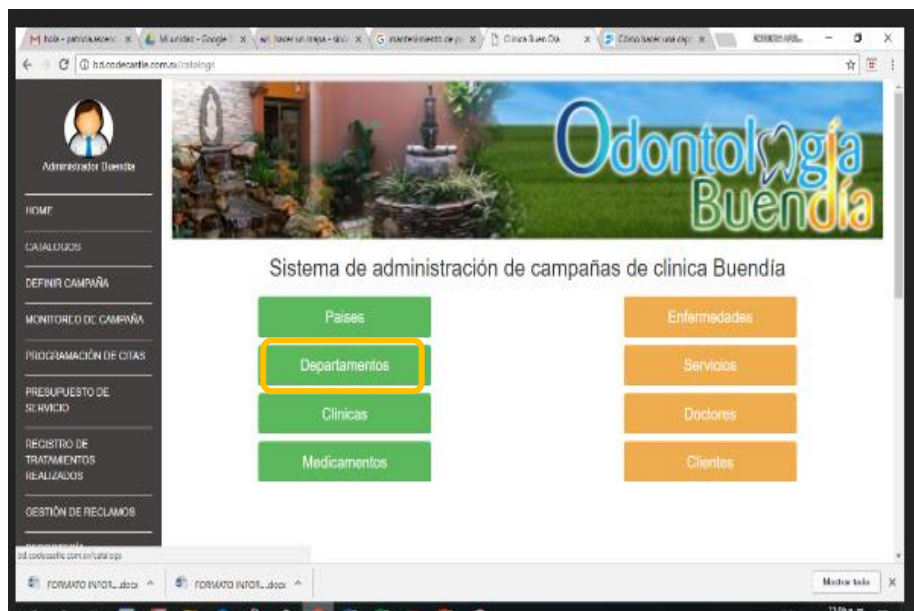
Codigo pais	Nombre	Acciones	
1	El Salvador	Editar Información del país	Eliminar a El Salvador
2	Guatemala	Editar Información del país	Eliminar a Guatemala

[Nuevo Pais](#) [Regresar](#)

1.4. Departamentos

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de departamentos



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa un departamento haciendo clic sobre el icono nuevo departamento.



Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre del departamento.

Departamentos

Country El Salvador ▼

Nombre de departamento

Almacenar información del departamento

Regresar

- Digite el nombre del departamento. Ejemplo: Zacatecoluca
- Teclee sobre el icono 
- Teclee icono  regresara a pantalla principal de departamento observara el ingreso que ha realizado.
- Luego Teclee icono  y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.



Administrador Buendía

HOME

CATALOGOS

DEFINIR CAMPAÑA

MONITOREO DE CAMPAÑA

PROGRAMACIÓN DE CITAS

PRESUPUESTO DE SERVICIO

REGISTRO DE TRATAMIENTOS REALIZADOS

GESTIÓN DE RECLAMOS

REPORTERÍA

CERRAR SESIÓN

Odontología Buendía

Sistema de administración de campañas de clinica Buendía

Departamento

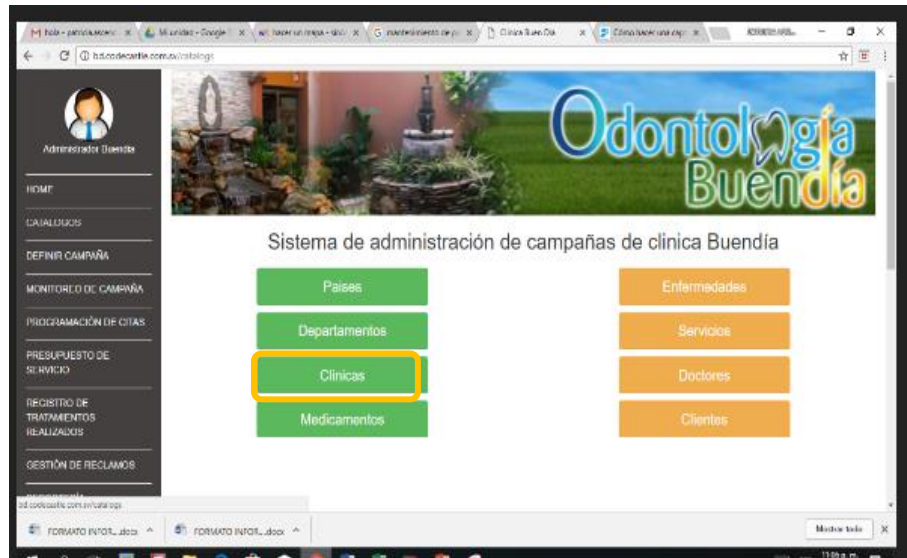
Código de país	Nombre de país	Código de Departamento	Nombre	Acciones
1	El Salvador	1	La Paz	Editar información del país Eliminar a La Paz
1	El Salvador	2	San Vicente	Editar información del país Eliminar a San Vicente

[Nuevo Departamento](#) [Regresar](#)

1.5. Clínicas

Registro de información.

- Teclee sobre el icono de clínicas



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el país haciendo clic sobre el icono crear sucursal de clínica.

Clinica

Código	Nombre de clínica	Coordinador	Acciones
1	Clínica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	Isis Orellana	Editar Información de la clínica Eliminar Clínica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca

Crear Sucursal de clínica Regresar

- Con ello se despliega la ventana de ingreso

Clinicas

Nombre Teléfono de coordinador Correo de coordinador
 Coordinador Teléfono opcional de coordinador Correo opcional de coordinador

Almacenar información de clínica Regresar

- Digite el nombre, teléfono, nombre y correo del coordinador.
- Teclee sobre el icono 
- Presione icono  y regresara a pantalla principal de clínicas donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono  y estará en la pantalla principal

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Clinica

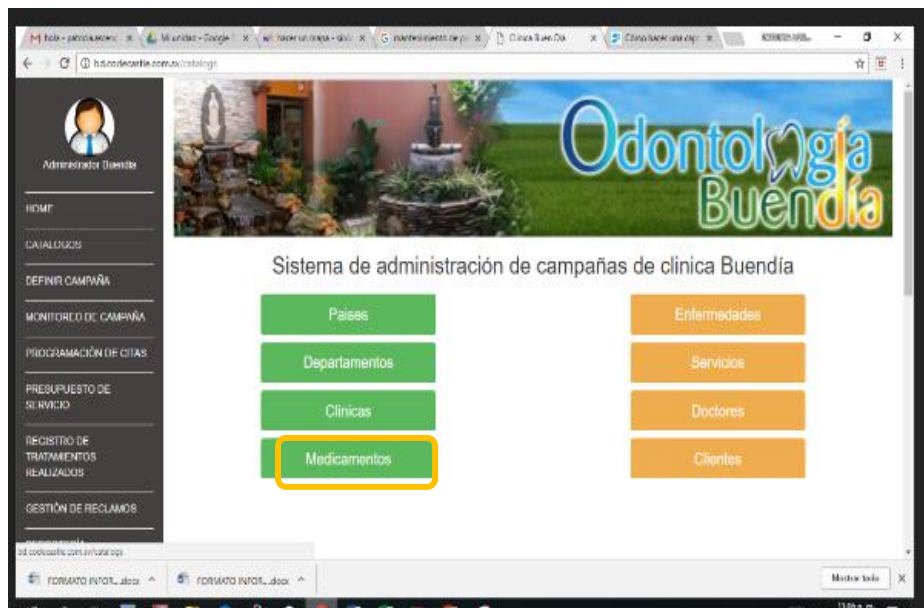
Código	Nombre de clínica	Coordinador	Acciones
1	Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	Isis Orellana	Editar información de la clínica Eliminar Clínica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca

[Crear Sucursal de clínica](#) [Regresar](#)

1.6. Medicamentos

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de medicamentos.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.

Medicamentos

Codigo	Nombre	Uso que se le brinda	Acciones	
ACEMK	Acetaminofen MK	Para dolor de muelas	Editar medicamento	Eliminar medicamento
AMOXIMK	Amoxicilina de la MK	Antibiótico para infecciones	Editar medicamento	Eliminar medicamento
HDENTMK	Hilo dental de la MK	Para limpieza dental aunque sea 1 vez al día	Editar medicamento	Eliminar medicamento
ACITROBAY	Actitromicina de la Bayer	Para infecciones graves	Editar medicamento	Eliminar medicamento

[Nuevo medicamento](#)
[Regresar](#)

- En esta pantalla se ingresa el nombre de medicamento haciendo clic sobre el icono nuevo medicamento.

Medicamentos

[Guardar información de medicamento](#)
[Regresar](#)

- Digite código, nombre y uso del medicamento.
- Teclee sobre el icono [Guardar información de medicamento](#)
- Presione icono [Regresar](#) para ir a pantalla principal de medicamento donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono [Regresar](#) y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Medicamentos

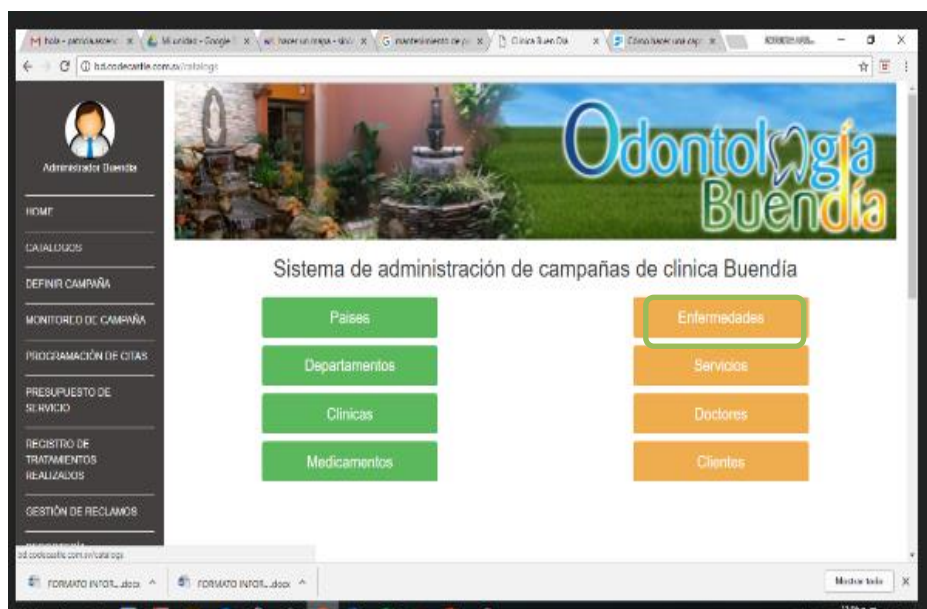
Codigo	Nombre	Uso que se le brinda	Acciones	
ACEMK	Acetaminofen MK	Para dolor de muelas	Editar medicamento	Eliminar medicamento
AMOXIMK	Amoxilina de la MK	Antibiótico para infecciones	Editar medicamento	Eliminar medicamento
HDENTMK	Hilo dental de la MK	Para limpieza dental aunque sea 1 vez al día	Editar medicamento	Eliminar medicamento
ACITROBAY	Actromicina de la Bayer	Para infecciones graves	Editar medicamento	Eliminar medicamento

[Nuevo medicamento](#) [Regresar](#)

1.7. Enfermedades

Ingreso de la información.

- Teclee sobre el icono de enfermedades.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el país haciendo clic sobre el icono nueva enfermedad

Enfermedades

Código	Nombre	Acciones	
1	Dolor de encías	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
2	Cordal pulsante	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
3	Caries	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
4	Gingivitis	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad
5	Periodontitis	Editar enfermedad	Eliminar enfermedad

Nueva enfermedad
Regresar

Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre de la enfermedad.

Enfermedades

Guardar información de enfermedad

Regresar

- Digite la enfermedad.
- Teclee sobre el icono

Nueva enfermedad
- Presione icono

Regresar

 y regresara a pantalla principal de enfermedades donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono

Regresar

 y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Enfermedades

Código	Nombre	Acciones
1	Dolor de encías	Editar enfermedad Eliminar enfermedad
2	Cordal pulsante	Editar enfermedad Eliminar enfermedad
3	Caries	Editar enfermedad Eliminar enfermedad
4	Gingivitis	Editar enfermedad Eliminar enfermedad
5	Periodontitis	Editar enfermedad Eliminar enfermedad

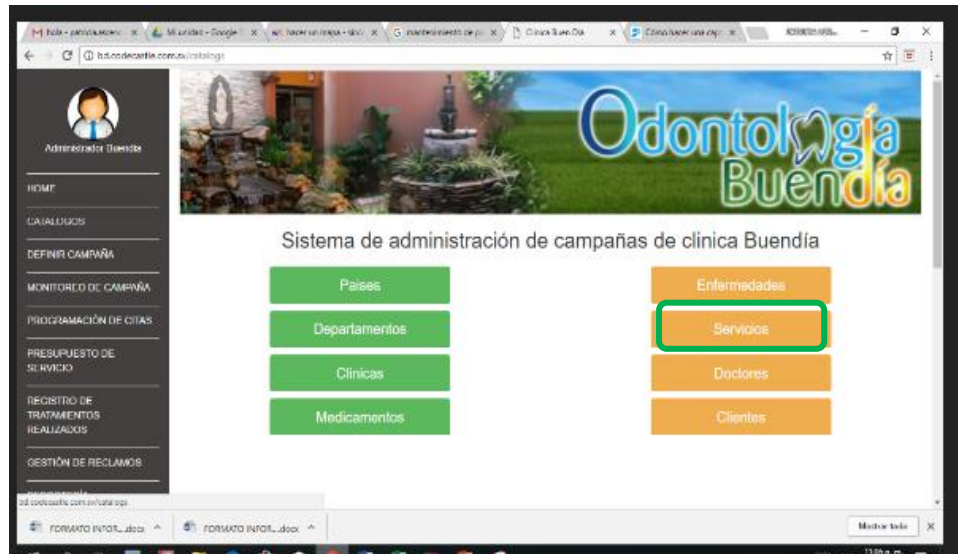
Nueva enfermedad

Regresar

1.8. Servicios

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de servicios.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el servicio haciendo clic sobre el icono nuevo servicio.

Servicios

Código	Nombre	Activo	Precio mínimo	Precio máximo	Tiempo promedio en horas	Acciones
1	Limpiezas dentales	Activo	\$19.00	\$25.00	1	Editar Información del servicio Eliminar Limpiezas dentales
2	CARILLAS O VENEERS	Activo	\$15.00	\$20.00	1	Editar Información del servicio Eliminar CARILLAS O VENEERS
3	Coronas libres de metal	Activo	\$30.00	\$35.00	1	Editar Información del servicio Eliminar Coronas libres de metal

[Crear servicio](#)
[Regresar](#)

- Con ello se despliega la ventana de ingreso del servicio

Servicio

Comienza en: 2018 ▾ May ▾ 1 ▾

☐ ¿Servicio activo?

[Almacenar información del servicio](#)
[Regresar](#)

- Digite la siguiente información sobre el servicio: nombre, fecha de realización, descripción, precio mínimo y máximo acostar, costo del servicio, tiempo promedio de realización en horas del servicio.
- Haga clic sobre el icono [Almacenar información del servicio](#)

- Presione icono  y regresara a pantalla principal servicios donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono  y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Servicios

Código	Nombre	Activo	Precio mínimo	Precio máximo	Tiempo promedio en horas	Acciones
1	Limpiezas dentales	Activo	\$19.00	\$25.00	1	Editar Información del servicio Eliminar Limpiezas dentales
2	CARILLAS O VENEERS	Activo	\$15.00	\$20.00	1	Editar Información del servicio Eliminar CARILLAS O VENEERS
3	Coronas libres de metal	Activo	\$30.00	\$35.00	1	Editar Información del servicio Eliminar Coronas libres de metal

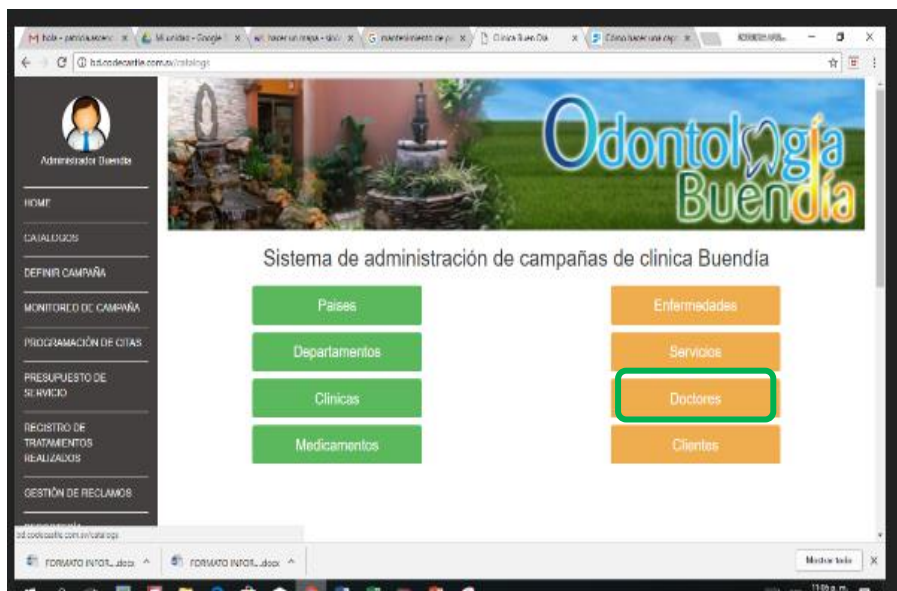
Crear servicio

Regresar

1.9. Doctores

Ingreso de información.

- Hacer clic sobre el icono de doctores. Acá se ingresa la información completa de los doctores que laboran en la clínica.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el nombre del doctor haciendo clic sobre el icono nuevo doctor.

Doctores

Nombre de doctor	Teléfono
Especialidad a la que se dedica	Celular
País El Salvador	Correo electrónico
Número de Registro en Junta de Vigilancia Médica	Correo electrónico opcional

- Con ello se despliega la ventana de ingreso de la información del doctor.

Doctores

Codigo	Nombre	Especialidad	NRJVM	Teléfono	Acciones
1	BLANCA BUENDIA	Odontopediatría, Oclucion, Odontología cosmética, Odontología general	1234	2222	Editar Información del doctor Eliminar a BLANCA BUENDIA
2	Leo Palomares	Odontología General	34568	777777	Editar Información del doctor Eliminar a Leo Palomares
3	Armando Urrutia	Odontología General	4321	3333	Editar Información del doctor Eliminar a Armando Urrutia

- Digite el nombre, teléfono. Especialidad, número de teléfono, correo electrónico y el numero de la junta de vigilancia médica, en cada uno de los campos.
- Teclee sobre el icono
- Presione icono y regresara a pantalla principal de doctores donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono y estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Doctores

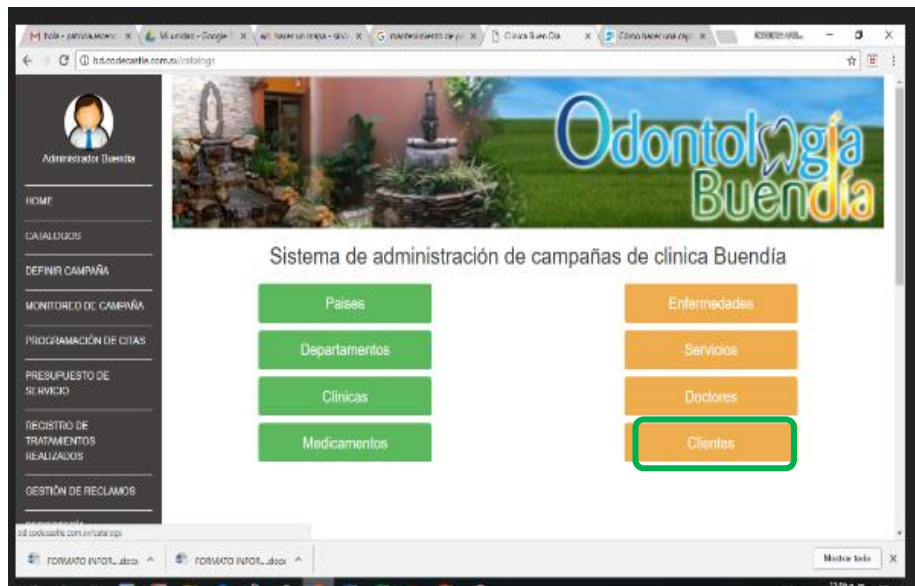
Código	Nombre	Especialidad	NRJVM	Teléfono	Acciones
1	BLANCA BUENDIA	Odontopediatría, Oclusion, Odontología cosmética, Odontología general	1234	2322	Editar información del doctor Eliminar a BLANCA BUENDIA
2	Leo Palomares	Odontología General	34568	77777	Editar información del doctor Eliminar a Leo Palomares
3	Armando Urrutia	Odontología General	4321	8833	Editar información del doctor Eliminar a Armando Urrutia

[Nuevo Doctor](#) [Regresar](#)

1.10. Clientes

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de clientes



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el nuevo cliente haciendo clic sobre el icono crear cliente.

Clientes

Código de cliente	Tipo de cliente	Nombre	Apellido	Edad	Género	Contacto		
1	Primera vez	Isabel Abigail	Parada	22	Femenino	1111	Editar	Eliminar
2	Relacional	Gilda Isela	Mejía	35	Femenino	1111	Editar	Eliminar
3	Relacional	José Alberto	Ramos	40	Masculino	8888	Editar	Eliminar

[Crear Cliente](#)
[Regresar](#)

- Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre del cliente

Nuevo Cliente

Tipo de cliente

[Guardar](#)
[Regresar](#)

Genero

Pais

Departamento

Historial Medico

- Digite la información en cada una de las casillas que se le solicita del cliente como: nombre, apellido, edad, miembros de la familia, teléfono personal y /u oficina, correo y dirección.
- Al lado derecho de la pantalla, selección con los cursores género, país y departamento de residencia. Se tiene una casilla al lado inferior derecho el historial médico del cliente.
- Teclee sobre el icono  para dar por registrada la información.
- Presione icono  para retornar a pantalla principal de clientes donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono  y estará en la pantalla principal nuevamente.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Cientes

Código de cliente	Tipo de cliente	Nombre	Apellido	Edad	Género	Contacto	
1	Primera vez	Isabel Abigail	Parada	22	Femenino	1111	 
2	Relacional	Gilda Isela	Majía	35	Femenino	1111	 
3	Relacional	José Alberto	Ramos	40	Masculino	8888	 

2. Operatividad del sistema.

Permite generar la información a través del ordenamiento de todas las bases de datos, el flujo de procesos es el siguiente:

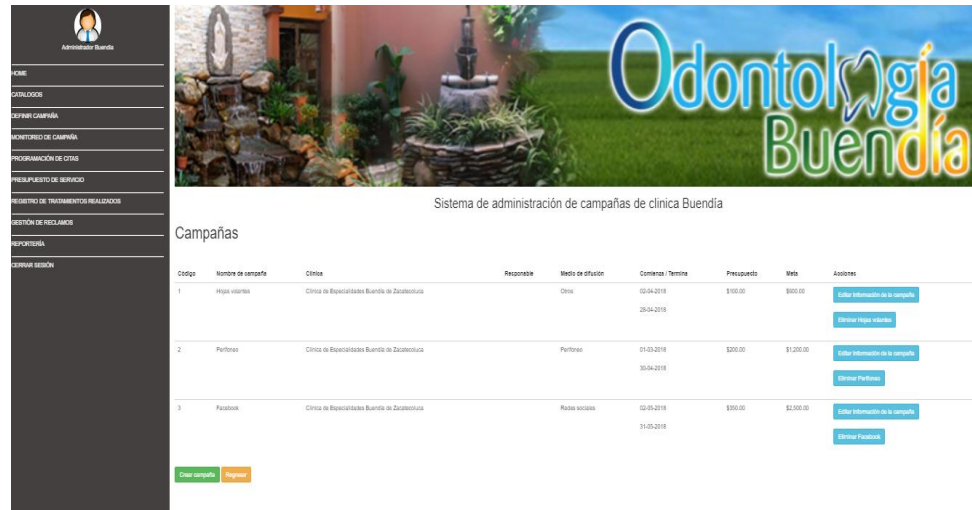


2.1. Definir campaña.

- Teclee sobre el icono de definir campañas.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



Sistema de administración de campañas de clínica Buendía

Código	Nombre de campaña	Clinica	Responsable	Medio de difusión	Comienza / Termina	Presupuesto	Meta	Acciones
1	Hojas volantes	Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca		Otros	02-04-2018 26-04-2018	\$100.00	\$600.00	Editar información de la campaña Eliminar Hojas volantes
2	Perifoneo	Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca		Perifoneo	01-03-2018 30-04-2018	\$200.00	\$1,200.00	Editar información de la campaña Eliminar Perifoneo
3	Facebook	Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca		Redes sociales	02-05-2018 31-05-2018	\$350.00	\$2,500.00	Editar información de la campaña Eliminar Facebook

[Crear campaña](#) [Regresar](#)

- En esta pantalla se ingresa a la campaña haciendo clic sobre el icono

Campañas

Código	Nombre de campaña	Clinica	Responsable	Medio de difusión	Comienza / Termina	Presupuesto	Meta	Acciones
1	Hojas volantes	Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca		Otros	02-04-2018 26-04-2018	\$100.00	\$600.00	Editar información de la campaña Eliminar Hojas volantes
2	Perifoneo	Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca		Perifoneo	01-03-2018 30-04-2018	\$200.00	\$1,200.00	Editar información de la campaña Eliminar Perifoneo
3	Facebook	Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca		Redes sociales	02-05-2018 31-05-2018	\$350.00	\$2,500.00	Editar información de la campaña Eliminar Facebook

[Crear campaña](#) [Regresar](#)

- Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre de la campaña.

Crear Campaña

Nombre

Descripción de la campaña

☒ ¿Campaña activa?

Mercado meta

Clinica

Responsable

Canal de difusión

Otros medios

Comienza desde:

Termina hasta:

\$ Presupuesto

\$ Meta de venta

[Almacenar información de campaña](#) [Regresar](#)

- Información que ingresar al lado izquierdo de la pantalla.

Crear Campaña

Nombre

Descripción de la campaña

☐ ¿Campaña activa?

Mercado meta

Clinica

Responsable

- Digite nombre de la campaña, una breve descripción de esta y el mercado a quien va dirigida.
- Es importante llenar el nombre del responsable de la campaña.
- Información que ingresar al lado derecho de la pantalla.

Canal de difusión

Otros medios

Comienza desde:

Termina hasta:

\$ Presupuesto

\$ Meta de venta

- Seleccione el canal de distribución, sino está en la base puede optar por digitarlo en la casilla de otros medios. 
- Luego seleccione la fecha de inicio y fin programada para la campaña utilizando el icono  para ingresar al calendario.
- Digite presupuesto y meta de venta.
- Teclee el icono  para guardar la información.
- Presione icono  para ir a pantalla principal y observar los ingresos realizados.
- Luego presione nuevamente  para ir a menú principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Campañas

Código	Nombre de campaña	Clinica	Responsable	Medio de difusión	Comienza / Termina	Presupuesto	Meta	Acciones
1	Hojas volantes	Clinica de Especialidades Buendía de Zatecoluca		Otros	02-04-2018 28-04-2018	\$100.00	\$800.00	Editar información de la campaña Eliminar Hojas volantes
2	Perifoneo	Clinica de Especialidades Buendía de Zatecoluca		Perifoneo	01-03-2018 30-04-2018	\$200.00	\$1,200.00	Editar información de la campaña Eliminar Perifoneo
3	Facebook	Clinica de Especialidades Buendía de Zatecoluca		Redes sociales	02-05-2018 31-05-2018	\$350.00	\$2,500.00	Editar información de la campaña Eliminar Facebook

2.2. Monitoreo de campaña.

- Hacer clic sobre el icono enmarcado.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.

The screenshot shows the 'Monitoreo de campañas' window. It displays a table with the following data:

Campaña	Comienzo / Fin de campaña	Porcentaje de cumplimiento	Cumplimiento presupuesto de campaña	Cumplimiento ventas campaña	Clientes reales	Tasa de conversión	Acciones
Parfonso	01-03-2018 31-03-2018	25.0%	12.5%	17.5%	5	20.0	[Editar] [Eliminar]
Facebook	02-01-2018 31-05-2018	15.0%	4.5%	11.4285714285714%		0.0	[Editar] [Eliminar]

Below the table are two buttons: 'Datos de monitoreo de campaña' (green) and 'Registros' (orange).

Se desplegará toda la información ingresada de la campaña en la ventana de definir campaña, como mercado meta, estado de campaña, fecha de

inicio y finalización, presupuesto, meta de venta, responsable de campaña y los siguientes campos detallados en la ventana.

- En esta pantalla se ingresa a datos de monitoreo de campaña haciendo clic sobre el icono. 

- Con ello se despliega la ventana de ingreso del nombre de la campaña.

Monitoreo de campañas

* Seleccione la campaña

Hijas vitales

Mercado meta Sufridos y sufridos en la zona del mercado de Zacoatepec

Estado de campaña I

Responsable de campaña --No tiene--

Comienza en 2018-04-02

Termina en 2018-04-28

Presupuesto 100

Meta de venta 100

Porcentaje de avance (%)

Costo real de campaña (\$)

Ventas reales (\$)

0

Cumplimiento de presupuesto de campaña (%)

Cumplimiento de ventas (%)

0.00

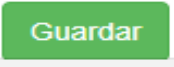
Cientes potenciales

Cientes reales

0

Tasa de conversión (%)

Guardar Regresar

- Teclee el icono  para guardar la información.
- Presione icono  para ir a pantalla principal y observar los ingresos realizados.
- Luego presione nuevamente  para ir a menú principal.

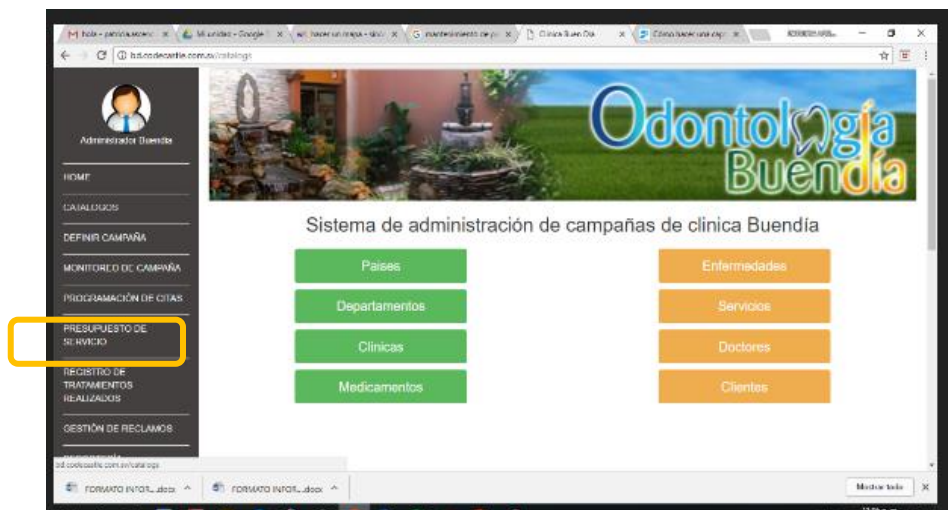
Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.



2.3. Programación de citas

- Teclee sobre el icono de la derecha de programación de citas.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa la cita haciendo clic sobre el icono nueva cita.

Citas

Cliente

Estatus de Cita No realizada ▼

Tipo de Cliente Nuevo ▼

Clinica Sucursal Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca ▼

Doctor BLANCA BUENDIA ▼

Fecha y hora de cita

- Con ello se despliega la ventana de ingreso de cita.

Citas

Código	Cliente	Doctor	Estado	Fecha de Cita	Finaliza	
1	Isabel Abigail	Leo Palomares	No realizada	02-05-2018	Editar cita	Eliminar cita
2	José Alberto	BLANCA BUENDIA	No realizada	10-05-2018	Editar cita	Eliminar cita
3	Isabel Abigail	Leo Palomares	No realizada	03-05-2018	Editar cita	Eliminar cita



- Digite el nombre del cliente, doctor a atender, fecha y hora de cita.
- Al lado superior derecho seleccione el estatus de la cita, tipo de cliente y marque si es cita previa.
- Haga clic sobre el icono 
- Luego presione icono  y regresara a pantalla principal de programación de citas, donde observara el ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono y  estará en la pantalla principal.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Citas

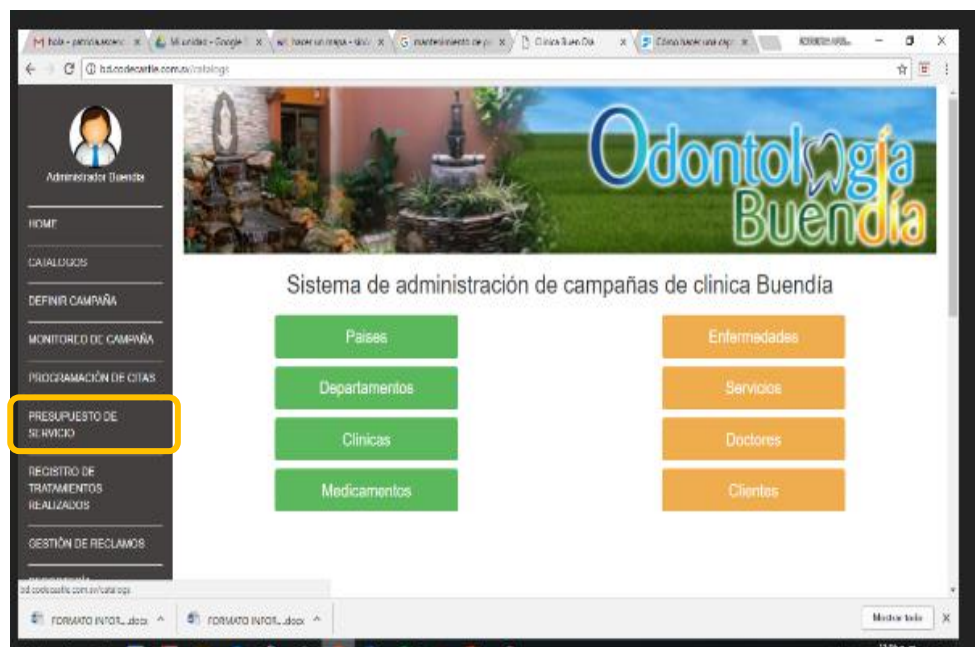
Código	Cliente	Doctor	Estado	Fecha de Cita	Finaliza
1	Isabel Abigail	Leo Palomares	No realizada	02-05-2018	Editar cita Eliminar cita
2	José Alberto	BLANCA BUENDIA	No realizada	10-05-2018	Editar cita Eliminar cita
3	Isabel Abigail	Leo Palomares	No realizada	03-05-2018	Editar cita Eliminar cita

[Nueva Cita](#)
[Regresar](#)

2.4. Presupuesto de servicio

Ingreso de información.

- Hacer clic sobre el icono de presupuesto de servicio



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa el haciendo clic sobre el icono presupuesto.

Presupuesto de servicios

Clinica	Doctor	Cliente	Enfermedad	Diagnostico	Monto	Acciones
Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	Leo Palomares	Gilda Isela	Dolor de encías	Dolor de encía superior derecha	\$45.00	Editar Información de presupuesto de servicios Eliminar
Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	BLANCA BUENDIA	José Alberto	Cordal pulsante	Se le metió comida a la cordal desde hace 3 años	\$75.00	Editar Información de presupuesto de servicios Eliminar



- Con ello se despliega la ventana para ingreso de presupuesto.

Presupuesto de servicio

Clinica
Clinica de Especialidades Buendia de Zacatecas

Doctor
BLANCA BUENDIA

Cientes
Isabel Argaiz

Enfermedades
Dolor de encias

*** Diagnostico**

Servicio Limpiar dientes	Servicio Limpiar dientes	Servicio Limpiar dientes
Presupuesto Presupuesto	Presupuesto Presupuesto	Presupuesto Presupuesto
Citas Citas	Citas Citas	Citas Citas

[Guardar](#) [Regresar](#)

- Seleccione el nombre del doctor, cliente, enfermedad y escriba una breve reseña de diagnóstico.
- En la parte inferior seleccione el tipo de servicio a realizar, presupuesto y numero de citas a realizarlo, hasta un máximo de 6 servicios por presupuesto.
- Teclee sobre el icono [Guardar](#)
- Presione icono [Regresar](#) y regresara a pantalla principal de presupuestos de servicios donde observara ingreso que ha realizado.
- Luego presione icono [Regresar](#) y estará en la pantalla principal del sistema.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

Presupuesto de servicios

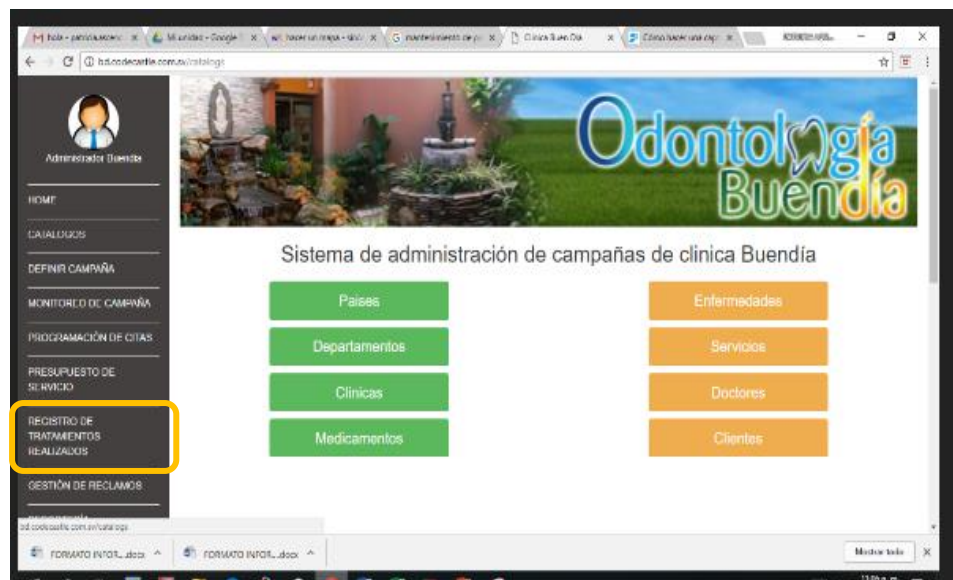
Clinica	Doctor	Ciente	Enfermedad	Diagnostico	Mon	Acciones
Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	Leo Palomares	Gilda Isela	Dolor de enoías	Dolor de enoía superior derecha	\$ 00	Editar información de presupuesto de servicios Eliminar
Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	BLANCA BUENDIA	José Alberto	Cordal pulsante	Se le metió comida a la cordal desde hace 3 años	\$ 00	Editar información de presupuesto de servicios Eliminar

[Nuevo](#)
[Regresar](#)

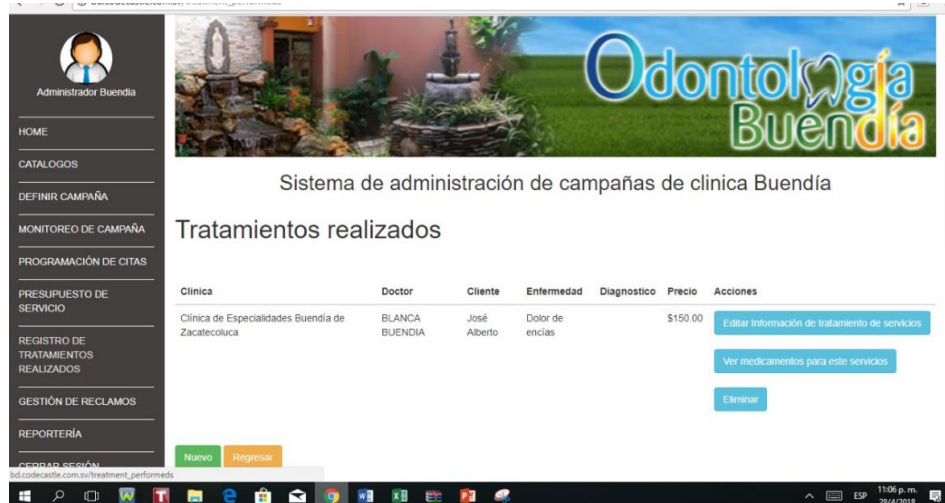
2.5. Registro de tratamientos realizados

Ingreso de información.

- Teclee sobre el icono de registro de tratamientos realizados.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa la información de tratamiento de servicios haciendo clic sobre el icono nuevo.

Tratamientos realizados

Clinica	Doctor	Cliente	Enfermedad	Diagnostico	Precio	Acciones
Clínica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	BLANCA BUENDIA	José Alberto	Dolor de encías		\$150.00	Editar información de tratamiento de servicios Ver medicamentos para este servicios Eliminar



- Con ello se despliega la ventana de ingreso de información.

Tratamientos realizados

Clinica

Doctor

Enfermedades

Clientes

[Guardar](#) [Regresar](#)

- Esta es una ventana de selección de los campos que se han llenado en las pantallas anteriores, clínica, doctor, enfermedad y cliente.
- Haga clic sobre el icono 
- Presione icono  y regresara a pantalla principal de tratamientos realizados, donde aparecerá listado el ingreso que realizo.
- Luego presione icono  y estará en la pantalla principal del sistema.

Editar o modificar.

Si desea agregar o modificar la información registrada, de un clic en los iconos activará los campos para su modificación, así como los botones de y quitar con los cuales podrá seguir registrando información o bien eliminando los registros no deseados.

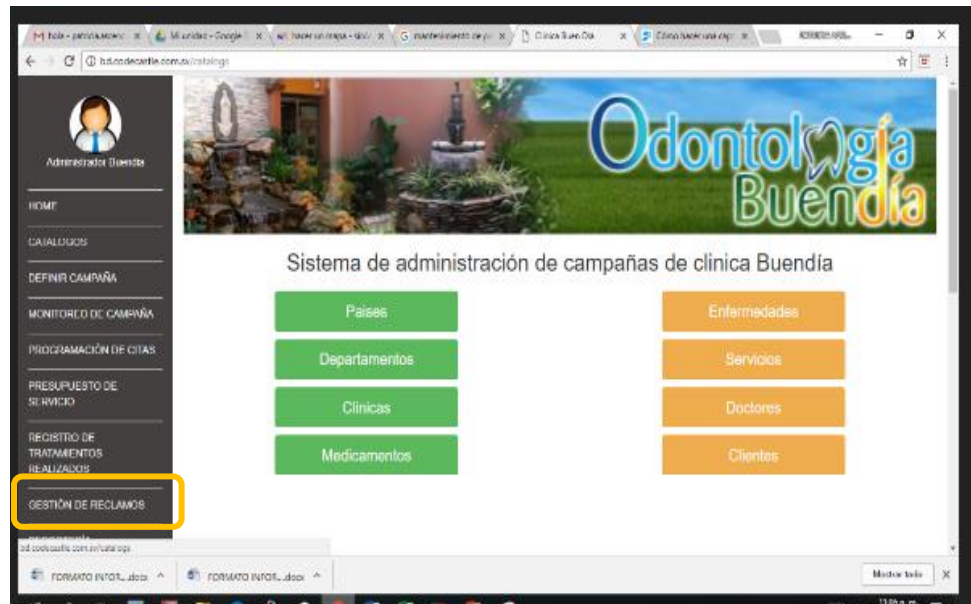
Tratamientos realizados

Clinica	Doctor	Cliente	Enfermedad	Diagnostico	Precio	Acciones
Clinica de Especialidades Buendía de Zatecoatluc	BLANCA BUENDIA	José Alberto	Dolor de enoías		\$150.00	  




2.6. Gestión de reclamos.

- Hacer clic sobre el icono enmarcado.



- Se abre una nueva ventana para el ingreso de información.



- En esta pantalla se ingresa a pantalla de reclamos.

Reclamos

Fecha	Cliente	Servicio	¿Se resolvió?	Reclamo
Nuevo reclamo Regresar				

- Presion

Nuevo reclamo

 se despliega la ventana de ingreso de reclamos.

Reclamos

Clinica

Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca

Cientes

Isabel Abigail Parada

Doctor

BLANCA BUENDIA

Servicio

Coronas libres de metal

Reclamo

Guardar

Regresar

- Teclee guardar y para registrar la información.

3. Documentos de información.

Generación de reportes.

- Hacer clic sobre el icono de reportes.



- Se abre una nueva ventana para la generación de reportes.



- Presione el reporte que requiere y este será exportado a Excel, del cual puede generar las impresiones.

A continuación, se detallan cada uno de los reportes generados por el CRM, su utilidad, importancia y el fin u objetivo de cada uno.

3.1. Reporte de campaña.

Seleccione la campaña que desea revisar y presione generar reporte.



La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

Monitoreo de campaña

Nombre de la campaña: Facebook

Clínica

Clínica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca

Campaña activa:

0

Mercado Objetivo:

Trabajadores clase media con ingresos anuales promedio de usd \$ 12,000

Descripción:

F

Responsable:

Rolando Funes

Medio de difusión:

Redes sociales

Fecha de inicio:

03-06-2018

Fecha de finalización:

30-06-2018

Presupuesto (\$):

500.0

Meta de venta (\$):

1200.0

3.2. Reporte de monitoreo de campañas

Al ingresa se selecciona el rango de fecha donde se necesita el monitoreo, estatus y se presiona generar reportes.

Administrador Buendía

HOME

CATALOGOS

DEFINIR CAMPAÑA

MONITOREO DE CAMPAÑA

PROGRAMACIÓN DE CITAS

PRESUPUESTO DE SERVICIO

REGISTRO DE TRATAMIENTOS REALIZADOS

GESTIÓN DE RECLAMOS

REPORTERÍA

CERRAR SESIÓN

Odontología Buendía

Sistema de administración de campañas de clinica Buendía

Monitoreo de campañas

* Comienza desde:

* Finaliza el:

Status

Generar reporte

La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

[illegible]

3.3. Reporte de programación de citas

Al ingresar seleccione la fecha que desea revisar y se desplegara las citas programadas por mes, semana y día.

Mes.

Clinica Buen Día

bd.castle.com.sv/reports/schedules

Administrador Buendia

HOME
CATALOGOS
DEFINIR CAMPAÑA
MONITOREO DE CAMPAÑA
PROGRAMACIÓN DE CITAS
PRESUPUESTO DE SERVICIO
REGISTRO DE TRATAMIENTOS REALIZADOS
GESTIÓN DE RECLAMOS
REPORTERÍA
CERRAR SESIÓN

Sistema de administración de campañas de clinica Buendia

Programación de citas

< > Hoy

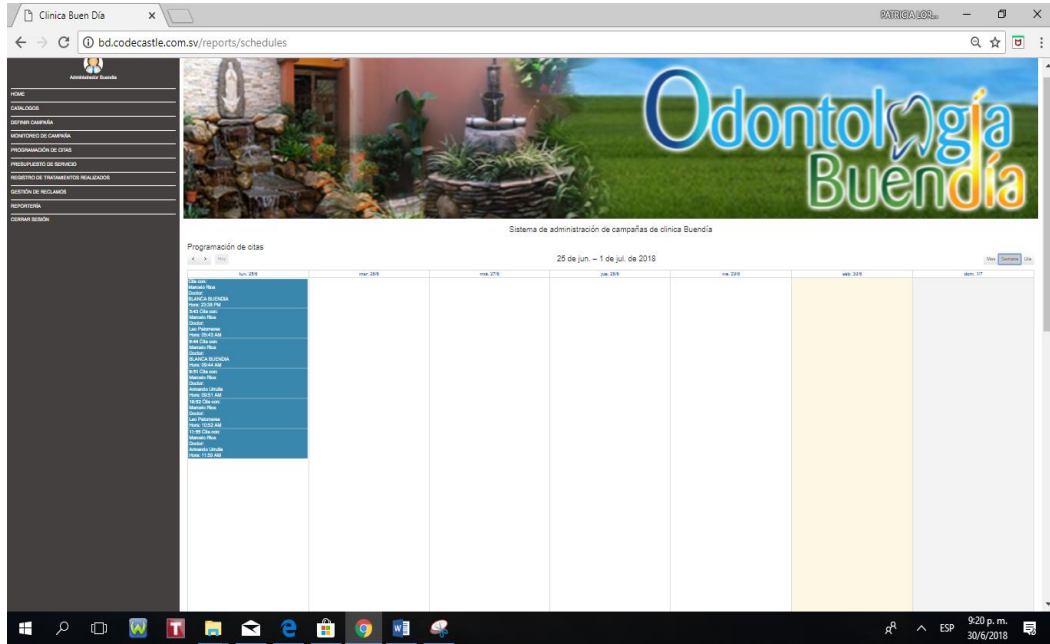
junio 2018

Mes Semana Dia

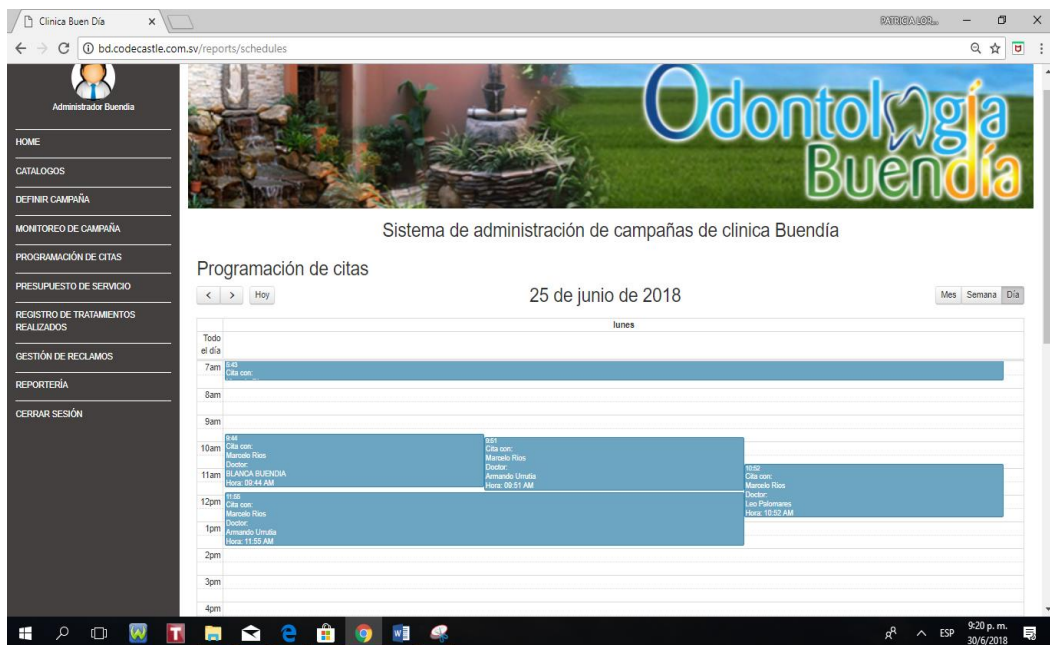
lun.	mar.	mié.	jue.	vie.	sáb.	dom.
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17

R 922 p.m.
30/5/2018

Semana.



Dia.



3.4. Reporte de presupuestos de servicio.

Al ingresar se selecciona nombre del cliente que solicita el presupuesto y luego se presiona el icono de generar reporte.



La información se exporta a Excel, para revisar e imprimir el reporte.

Presupuesto de Servicios			
Clinica	Clínica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca		
Fecha	04/06/2018		
Doctor asignado	Armando Urrutia		
Cliente	Juan Valiente		
Enfermedad	Cordal pulsante		
Diagnóstico	Dolor feo		
Servicio	Presupuesto	Número de citas	Total
Limpieza dental	\$20.00	2	\$40.00
Total de presupuestos			
\$40.00			

3.5. Ficha clínica del paciente

Al ingresar se selecciona nombre del cliente que solicita el presupuesto y luego se presiona el icono de generar reporte.



La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

Ficha clinica del paciente

Tipo de cliente:	Relacional
Cliente:	Marcelo Rios
Teléfono:	Personal: 2222222 Oficina: 11111
Correo electrónico:	- Oficina: aa@aa
Dirección:	zz@zz
Fecha de nacimiento:	-

Fecha del servicio	Enfermedad	Diagnóstico	Servicio realizado	Precio del servicio	Doctor que realizó el servicio
04/06/2018	Periodontitis	uuu	CARILLAS O VENEERS	\$35.00	Leo Palomares

3.6. Expediente del Doctor

Al ingresar se selecciona el nombre del doctor que solicita el reporte y luego se presiona el icono de generar reporte.



La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

Expediente del doctor									
Doctor(a):					Leo Palomares				
Especialidad:					Odontología General				
N° de registro de Junta de Vigilancia Médica:					1233				
Teléfono:					2222				
Correo electrónico:					yy@yy				

Servicios Realizados						
Clinica	Tipo de cliente	Cliente	Enfermedad	Fecha de tratamiento	Servicio realizado	Precio real servicio
Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	Relacional	Marcelo Rios	Periodontitis	04/06/2018	CARILLAS O VENEERS	35.0

Reclamos									
Clinica	Tipo de cliente	Cliente	Enfermedad	Fecha de tratamiento	Servicio(s) realizado(s)	Fecha reclamo	Descripción	Fecha resolución reclamo	Reclamo resuelto S/N
Clinica de Especialidades Buendía de Zacatecoluca	Relacional	Marcelo Rios	Periodontitis	04/06/2018	CARILLAS O VENEERS	04/06/2018	Labio tembloroso permanente	-	Si

3.7. Reporte de ventas por servicio y cliente

Al ingresar se selecciona el año que solicita el reporte y luego se presiona el icono de generar reporte.

The screenshot shows a web application interface for 'Odontología Buendía'. On the left is a dark sidebar with a user profile icon and a list of menu items: HOME, CATALOGOS, DEFINIR CAMPAÑA, MONITOREO DE CAMPAÑA, PROGRAMACIÓN DE CITAS, PRESUPUESTO DE SERVICIO, REGISTRO DE TRATAMIENTOS REALIZADOS, GESTIÓN DE RECLAMOS, REPORTERÍA, and CERRAR SESIÓN. The main content area has a header with the clinic's logo and name, followed by the text 'Sistema de administración de campañas de clínica Buendía'. Below this is the title 'Ventas por servicio - cliente'. There is a dropdown menu for the year, currently set to '2018', and a green button labeled 'Generar reporte'. At the bottom of the interface, a taskbar shows a file named 'Venta por cliente y...xlsx' and a 'Mostrar todo' button.

La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

Suma venta	Año	Mes												
	2018													
Servicio	Cliente	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
CARILLAS O VENEERS	Ana Maria Mata						60.0							60.0
	Marcelo Rios						35.0							35.0
extracciones de cordales	Ana Maria Mata						35.0							35.0
	Juan Valiente						55.0							55.0
Limpieza dental	Ana Maria Mata						50.0							50.0
	Ana Maria Mata						50.0							50.0
	Ana Maria Mata						10.0							10.0
Total														295.0

3.8. Reporte de ventas por servicio y Doctor.

Al ingresar se selecciona el año que solicita el reporte y luego se presiona el icono de generar reporte.

La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

Ventas por servicio - doctor

Suma venta	Año	Mes													
	2018														
Servicio	Doctor	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
CARILLAS O VENEERS															
	BLANCA BUENDIA						60.0							60.0	
	Leo Palomares						35.0							35.0	
extracciones de cordales															
	Armando Urrutia						55.0							55.0	
	BLANCA BUENDIA						35.0							35.0	
Limpieza dental															
	BLANCA BUENDIA						50.0							50.0	
	BLANCA BUENDIA						50.0							50.0	
	BLANCA BUENDIA						10.0							10.0	
Total															295.0

3.9. Reporte de utilidades por campaña y servicio

Al ingresar se selecciona el año que solicita el reporte y luego se presiona el icono de generar reporte



La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

Utilidad por campaña - servicio

Año	Mes	Valores																	
2018		ENERO			FEBRERO			MARZO			ABRIL			MAYO			JUNIO		
Campaña	Servicio	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad
Facebook	Limpieza dental																10	15	-5
Facebook	Limpieza dental																50	15	35
Facebook	extracciones de cordales																35	30	5
Facebook	CARILLAS O VENEERS																35	18	17
Facebook	CARILLAS O VENEERS																60	18	42

3.10. Reporte de utilidades por Doctor y Servicio

Al ingresar se selecciona el año que solicita el reporte y luego se presiona el icono de generar reporte.



La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

CLINICA BUENDIA. REPORTE DE UTILIDADES POR DOCTOR Y SERVICIO

Año y Mes															
2017															
Doctor y Servicio	1			2			3			4			5		
	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad	Venta	Costo de venta	Utilidad
Blanca Buendía	\$ 20.00	\$ 8.89	\$ 11.11	\$ 60.00	\$ 26.67	\$ 33.33	\$ 155.00	\$ 68.89	\$ 86.11	\$ 210.00	\$ 93.33	\$ 116.67	\$ 365.00	\$ 162.22	\$ 202.78
Brackets transparentes		\$ -			\$ -	\$ 90.00	\$ 40.00	\$ 50.00	\$ 45.00	\$ 20.00	\$ 25.00	\$ 90.00	\$ 40.00	\$ 50.00	
Extracción cordal		\$ -			\$ -			\$ -			\$ -	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22	
Limpieza dental	\$ 20.00	\$ 8.89	\$ 11.11	\$ 20.00	\$ 8.89	\$ 11.11	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22		\$ -			\$ -	
Profilaxis		\$ -			\$ -			\$ -			\$ -			\$ -	
Relleno		\$ -			\$ -	\$ 25.00	\$ 11.11	\$ 13.89	\$ 125.00	\$ 55.56	\$ 69.44	\$ 75.00	\$ 33.33	\$ 41.67	
Revisión		\$ -			\$ -			\$ -			\$ -			\$ -	
Supresión nervio		\$ -	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22			\$ -	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22	\$ 160.00	\$ 71.11	\$ 88.89	
Carlos Galdamez	\$ 355.00	\$ 157.78	\$ 197.22	\$ 365.00	\$ 162.22	\$ 202.78	\$ 315.00	\$ 140.00	\$ 175.00	\$ 95.00	\$ 42.22	\$ 52.78	\$ 185.00	\$ 82.22	\$ 102.78
Brackets transparentes	\$ 270.00	\$ 120.00	\$ 150.00	\$ 270.00	\$ 120.00	\$ 150.00	\$ 180.00	\$ 80.00	\$ 100.00	\$ 45.00	\$ 20.00	\$ 25.00	\$ 45.00	\$ 20.00	\$ 25.00
Extracción cordal		\$ -			\$ -			\$ -			\$ -			\$ -	
Limpieza dental		\$ -	\$ 20.00	\$ 8.89	\$ 11.11	\$ 20.00	\$ 8.89	\$ 11.11			\$ -			\$ -	
Profilaxis		\$ -	\$ 20.00	\$ 8.89	\$ 11.11			\$ -			\$ -			\$ -	
Puesta protector bucal		\$ -	\$ 30.00	\$ 13.33	\$ 16.67			\$ -			\$ -			\$ -	
Relleno	\$ 25.00	\$ 11.11	\$ 13.89	\$ 25.00	\$ 11.11	\$ 13.89	\$ 75.00	\$ 33.33	\$ 41.67	\$ 50.00	\$ 22.22	\$ 27.78	\$ 100.00	\$ 44.44	\$ 55.56
Revisión	\$ 20.00	\$ 8.89	\$ 11.11		\$ -			\$ -			\$ -			\$ -	
Supresión nervio	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22		\$ -	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22		\$ -	\$ 40.00	\$ 17.78	\$ 22.22		
Ivania Martinez		\$ -			\$ -			\$ -			\$ -			\$ -	
Blanqueo dientes		\$ -			\$ -			\$ -			\$ -			\$ -	
Roberto Trejo		\$ -			\$ -			\$ -			\$ -			\$ -	
Profilaxis		\$ -			\$ -			\$ -			\$ -			\$ -	
Total general	\$ 375.00	\$ 166.67	\$ 208.33	\$ 425.00	\$ 188.89	\$ 236.11	\$ 470.00	\$ 208.89	\$ 261.11	\$ 305.00	\$ 135.56	\$ 169.44	\$ 550.00	\$ 244.44	\$ 305.56

3.11. Reporte top 10 de utilidades por Cliente.

Al ingresar se selecciona el año que solicita el reporte y luego se presiona el icono de generar reporte.



La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

Utilidad por cliente

Año	Cliente	Mes												Total
2018		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	Juan Valiente						25.0							25.0
	Ana Maria Mata						77.0							102.0
	Marcelo Rios						17.0							119.0
	Ana Maria Mata						0.0							119.0
TOTAL														365.0

3.12. Reporte de utilidad por Departamento.

Al ingresar se selecciona el año que solicita el reporte y luego se presiona el icono de generar reporte.



La información se exporta en pdf, para revisar e imprimir el reporte.

Suma venta	Año	Mes											
	2018												
Departamento	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
La Paz													
						\$25.00							25.0
						\$34.00							34.0
San Miguel													
						\$70.00							70.0
						\$126.00							126.0
						-\$35.00							-35.0
						\$15.00							15.0
	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$235.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	
Total													235.0

4. Parámetros de reportes.

En el cuadro se detalla los parámetros necesarios para cada uno de los reportes.

	SISTEMA CRM. CLINICA BUENDIA		
	Fecha	15-mayo-2018	
No	Reporte	Parámetros para ejecutar reporte	Comentarios
1	Campaña individual	Código de campaña	
2	Monitoreo de campañas	Fecha desde	
		Fecha hasta	
		Estatus campaña	Activa, Inactiva
3	Programación de citas		
4	Presupuesto de servicios	Código de cliente	
		Fecha desde	
		Fecha hasta	
5	Expediente de cliente	Código de cliente	
6	Expediente del doctor	Código de doctor	
7	Ventas por servicio y cliente	Año	
8	Ventas por servicio y doctor	Año	
9	Utilidad por campaña y servicio	Año	
10	Utilidad por doctor y servicio	Año	
11	Utilidad por cliente	Año	
12	Utilidad por departamento de domicilio de cliente	Año	

Anexo 1.5. Capacitación y prácticas del personal en clínica.

Se realizó el entrenamiento para el uso del sistema con los empleados de la empresa.

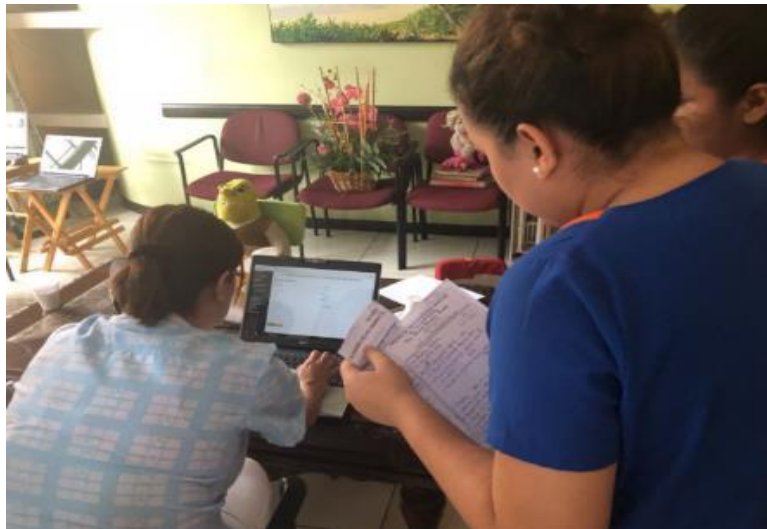


Licda. Iris Torres e Inga. Patricia Ascencio (Equipo consultor),



Dr. Leo Palomares y Dra. Blanca Buen día realizando

Personal realizando prácticas con el sistema.



Dra. Buendía e Isis Mena (secretaria) realizando prácticas de presupuesto en sistema CRM.



De izquierda a Derecha Kenia Mejía (asistente dental), Boris Solís (Hijo propietaria), Dr. Leo Palomares y Dra. Buendía, realizando

Personal capacitado.



De izquierda a derecha Alejandra Rodríguez, Kenia Bonilla (Asistentes dentales), Dr. Leo Palomares (staff de médicos) Dra. Buendía (propietaria) Ing. Irizarry (asesor), Isis Mena (secretaria), Patricia Ascencio e Iris Torres (equipo consultor).

Anexo 1.6 Creación de fan page en Facebook.

Se creó la página en Facebook de la clínica con una breve reseña de su historia, profesionales que laboran en ella y servicios que ofrecen, con el fin de tener otro medio de difusión puede llegar a un mercado amplio y definido.



Página principal.



Servicios que se brindan.



Staff de médicos.

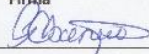
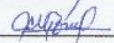
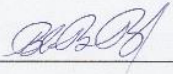
Anexo 2. Informes de seguimiento.

Anexo 2.1 Presentación del equipo consultor al empresario.



Presentación del equipo consultor con el empresario, de izquierda a derecha: Dra. Blanca Buendía (propietaria de Clínica de Especialidades Dentales Buendía), Licda. Mary de Retana (representante de Centromype), Lic. Otilio Valle, Licda. Iris Torres e Inga. Patricia Ascencio (equipo consultor).

Anexo.2.2 Diagnostico. Reunión No.1 Dirección Estratégica, Liderazgo.

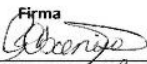
Universidad Tecnológica de El Salvador		
INFORME DE SEGUIMIENTO		
Actividad realizada: <u>Diagnostico / Dirección Estratégica</u>		
Fecha: <u>14 / 10 / 2017</u>		
Equipo Consultor:		
Nombre y Apellidos	Firma	
<u>Patricia Lorena Obencio Huevo</u>		
<u>Iris Maricela Torres Fuentes</u>		
Breve descripción de la actividad realizada:		
<u>1era entrevista con La Dra. Blanca Buendía propietaria</u>		
<u>de la Clínica odontológica Buendía para conocer acerca</u>		
<u>de la Dirección Estratégica: Misión, visión y</u>		
<u>Objetivos Estratégicos.</u>		
Firma del Empresario: 		
Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado		



Visita a clínica de Especialidades dentales Buendía

De izquierda a derecha Inga. Patricia Ascencio (Equipo consultor), Dra. Blanca Buendía (propietaria), Licda. Iris Torres (Equipo consultor).

**Anexo 2.3. Diagnostico. Reunión No.2 Mercadeo y ventas,
Análisis del entorno.**

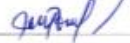
Universidad Tecnológica de El Salvador		
INFORME DE SEGUIMIENTO		
Actividad realizada: <u>Diagnostico</u>		
Fecha: <u>28/10/2017.</u>		
Equipo Consultor:		
Nombre y Apellidos	Firma	
<u>Patricia Lorena Osencio Huevo</u>		
<u>Iris Maicela Torres Fuentes</u>		
_____	_____	
_____	_____	
Breve descripción de la actividad realizada:		
<u>Segunda entrevista con la Dra. Buendia para conocer</u>		
<u>sobre las áreas de Dirección y Liderazgo, Analisis</u>		
<u>del entorno, Mercadeo y Ventas y Producción y</u>		
<u>Operaciones.</u>		

Firma del Empresario: 		
Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado		



Visita para diagnostico Clínica Buendía. Equipo consultor y Dra. Buendía

Anexo 2.4. Diagnóstico. Reunión No.3 Gestión ambiental y tecnología, Producción y Operaciones, Finanzas, Recursos Humanos.

 Universidad Tecnológica de El Salvador	
INFORME DE SEGUIMIENTO	
Actividad realizada: <u>Finalización de entrevistas para Diagnóstico.</u>	
Fecha: <u>4 / 11 / 2017.</u>	
Equipo Consultor:	
Nombre y Apellidos <u>Patricia Lorena Osceño Huevo</u> <u>Iris Maicela Torres Fuentes</u>	Firma  
Breve descripción de la actividad realizada:	
<u>Tercera entrevista con la Dra. Buendía para conocer</u> <u>las siete áreas restantes de la empresa que son:</u> <u>Gestión ambiental, Estructura organizacional, Finanzas,</u> <u>Recursos Humanos, Gestión de información, Gestión</u> <u>de calidad e Innovación Tecnológica.</u>	
Firma del Empresario: 	
Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado	

Anexo 2.5. Validación de flujo de procesos y reportes a generar por el sistema CRM.

Se realizó una presentación para revisión de reportes a crear y se firmó una minuta del acuerdo al que se llegó con el empresario.



Minuta de Seguimiento

No: _____

Fecha: 19-Febrero-2018
Trabajo de graduación: Elaboración e Implementación de un CRM
Lugar: Maestrías UTEC - San Salvador
Hora Inicio: 6 pm **Hora Fin:** _____
Objetivo: Revisar requerimientos de sistema CRM, Clínica Puente

Agenda

1	Revisar flujo de procesos de sistema CRM.
2	Descripción de cada proceso CRM
3	Descripción de reportes del sistema CRM

Desarrollo de la reunión

1	Se desarrolló la agenda.

Próxima Reunión: _____ por definir _____ Lugar: _____

Acuerdos

No.	Acuerdo	Fecha planificada	Responsables
1	Programación de citas, agregar estatus con cita	Febrero-2018	
2	Agregar expediente de doctor (en base a información de reclamos).	Febrero-2018	
		Febrero-2018	
3	Encuesta online: pedir email a paciente. Esta	Marzo-2018	

1



Minuta de Seguimiento

No: _____

4	Encuesta online, agregar pregunta: ¿Qué le parecían nuestros precios?	Febrero-2018	
	- Buenos	→ Eliminarla	
	- Regulares		
	- Necesitan ser más bajos.		
	7 - A través de que compañía se enteró de nuestros servicios?	Febrero-2018	

5- En clientes agregar: Febrero-2018

de teléfono (1 cliente puede tener varios teléfonos)

6 - En módulo "Registro de tratamiento realizado": agregar campos.

a - Tratamiento recomendado

b - Fecha sugerida de tratamiento. } → Febrero-2018.

c - Medicamentos recetados.

7 - Hacer página en Facebook de Clínica Buendía - Febrero/Marzo 2018

8 - Dimensionar equipo y software para desarrollar sistema CRM y enviarlo por email a: - Doctora Buendía

- Maritza Martínez.

a- Se puede proceder con diseño

y programación del sistema CRM.



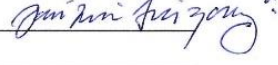
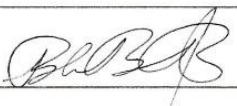
Minuta de Seguimiento

No: _____

Damos por aceptados, los acuerdos y actividades de la presente minuta.

Participante	Hora Ingreso	Firma
Blanca Burton	6 pm	
Martha Martinez	6 pm	
Iris Jones	6 pm	
Patricia Arceño	6 pm	
Osmin Valle	6 pm	
José Luis Izazary	6 pm	

Anexo.2.6. Informe de seguimiento de Capacitación Sistema CRM.

Universidad Tecnológica de El Salvador	
INFORME DE SEGUIMIENTO	
Actividad realizada: <u>Capacitación Sistema CRM</u>	
Fecha: <u>17/05/2018</u>	
Equipo Consultor:	
Nombre y Apellidos	Firma
<u>Patricia Lorena Osorio</u>	<u></u>
<u>Iris Maicela Torres Fuentes</u>	<u></u>
<u>Jose Luis Irizaray</u>	<u></u>
Breve descripción de la actividad realizada:	
<u>Presentación teórica y práctica a los</u>	
<u>usuarios sobre el manejo del sistema</u>	
<u>CRM de la clínica.</u>	
Firma del Empresario: <u></u>	
Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado	

Dra. Buendía Bonilla. F: 

Boris Solís F: 

Alejandra Rodríguez. F: 

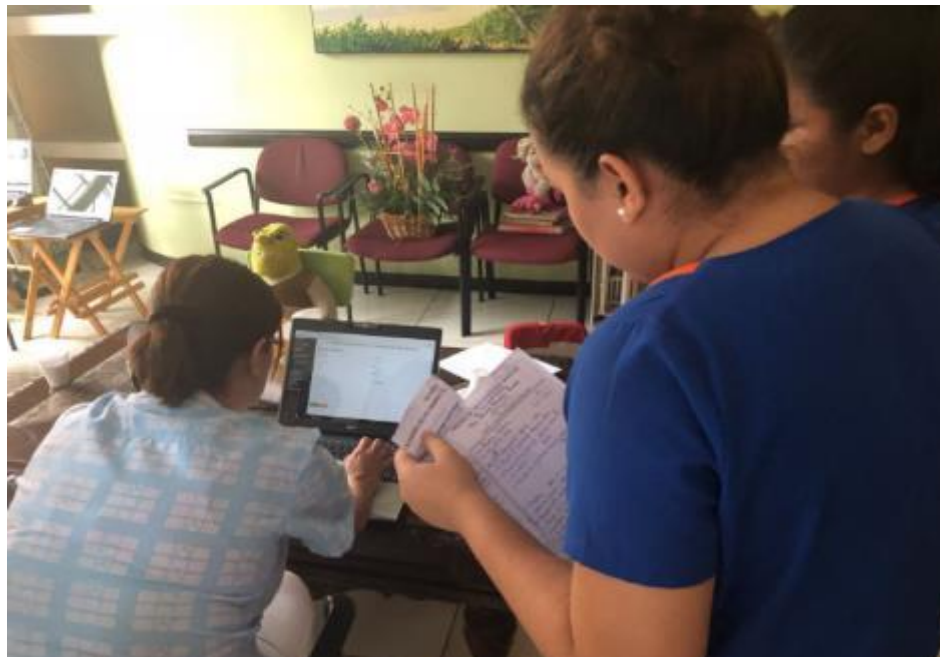
Kenia Molina F: 

Isis mena F: 

Dr. Palomares F: 



Licda. Iris Torres e Inga. Patricia Ascencio (Equipo consultor),



Dra. Buendía e Isis Mena (secretaria) realizando prácticas de presupuesto en sistema CRM.



De izquierda a derecha Ing. Irizarry (asesor), Dr. Leo Palomares (staff de médicos), Patricia Ascencio e Iris Torres (equipo consultor), Dra. Buendía (propietaria), Boris Solís (hijo de propietaria), Alejandra Rodríguez (asistente dental), Isis Mena (secretaria) y, Kenia Molina (Asistentes dentales).

Anexo.2.7. Informe de seguimiento realizado después de la capacitación.

	
Universidad Tecnológica de El Salvador	
INFORME DE SEGUIMIENTO	
Actividad realizada: <u>2da Capacitación Sistema CRM</u>	
Fecha: <u>15/06/2018</u>	
Equipo Consultor:	
Nombre y Apellidos	Firma
<u>Iris Marcela Torres</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Patricia Lorena Ocasio</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Otilio Ormin Vally</u>	<u>[Firma]</u>
Breve descripción de la actividad realizada:	
<u> </u>	
<u> </u>	
<u> </u>	
<u> </u>	
<u> </u>	
<u> </u>	
Firma del Empresario: <u>[Firma]</u>	Dra. Blanca Buendía Bonilla Doctora en Cirugía Dental J.V.P.O. No. 2169
Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado	

Segunda Capacitación Realizada el viernes 15 de junio 2018

Dra. Blanca Buendía

F: 

DR. Leo Palomares

F: 

Alejandra Rodríguez

F: 

Kenia Bonilla

F: 

Isis Mena

F: 



Licda. Iris Torres e Inga. Patricia Ascencio (Equipo consultor). Recibiendo capacitación:



Licda. Iris Torres e Inga. Patricia Ascencio (Equipo consultor). Recibiendo

Anexo 3. Presupuestos.

Anexo 3.1. Presupuesto de Inversión del diseño e Implementación del sistema CRM.

A continuación, se presenta el presupuesto de Inversión del diseño e implementación de CRM para la clínica odontológica Buendía.

- **Presupuesto de diseño e implementación del sistema CRM**

	Tiempo en horas	Costo de hora	Total, en dólares
Diseño del sistema	40	\$15.00	\$600.00
Desarrollo del sistema con reportes	300	\$15.00	\$4,500.00
Control de calidad del sistema	80	\$15.00	\$1,200.00
Capacitación	6	\$15.00	\$90.00
Ingreso de catálogos	12	\$15.00	\$180.00
Manual de usuario	16	\$15.00	\$240.00
Puesta en producción del sistema	4	\$15.00	\$60.00
Project Management	60	\$15.00	\$900.00
Totales	\$518.00		\$7,770.00

- **Presupuesto de soporte técnico y mantenimiento del sistema CRM**

	Tiempo	Costo de hora	Total, anual en dólares
Soporte técnico anual			
Soporte y mantenimiento	10 horas mensuales	\$10.00	\$1,200.00

Anexo 3.2. Presupuesto de Inversión en marketing digital mensual.

Marketing digital a través de LinkedIn, Instagram, Facebook y correo electrónico, incluido un content manager y un community manager para la ejecución de las campañas.

	Costo mensual	Total, anual en dólares
Campaña de marketing mensual	\$250.00	\$3,000.00