



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA

GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM PACIENTES (CRM) EM CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS, UMA REVISÃO DA LITERATURA

PATIENT RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) IN DENTAL CLINICS, A REVIEW OF THE LITERATURE

Manuel Estuardo Bravo Calderón¹, Odalis Melina Garcia Ulloa², Nicole Adriana Juela Corte², Victor Ruben Lema Mosquera², Paola Abigail Loja Arpi²

e575518

<https://doi.org/10.47820/recima21.v5i7.5518>

RECIBIDO: 14/06/2024

APROBADO: 14/07/2024

PUBLICADO: 26/07/2024

RESUMEN

La gestión empresarial y administrativa en las clínicas dentales es fundamental para garantizar la salud bucal y el bienestar general de los pacientes. Marco teórico: Modelos de gestión sólidos, herramientas tecnológicas avanzadas y estrategias de marketing efectivas son elementos clave para el éxito de las clínicas dentales. El uso de Customer Relationship Management (CRM) en las clínicas dentales permite mejorar la planificación de citas, programación de tratamientos y acceso al historial clínico. También ofrece un mejor seguimiento y satisfacción de los pacientes al tiempo que mejora la comunicación con él. Metodología: Se realizó una búsqueda en las bases digitales de Pubmed, Scopus y Scielo, se seleccionaron artículos publicados entre 2014-2024, incluyendo estudios de tipo observacional descriptivo, revisiones sistemáticas. Resultados: Se registraron 55 artículos por selección de títulos, excluyendo veinte y cinco (25) por lectura del resumen, veinte y cinco (25) artículos quedaron seleccionados para una lectura integral, excluyendo trece (13) artículos por no proporcionar información necesaria y posterior a la lectura exhaustiva, un total de doce (12) artículos fueron incluidos en la revisión. Discusión: Diferentes autores en su investigación establecen que el CRM aumenta la eficiencia en la atención al paciente en las clínicas dentales, mejorando factores que influyen en la satisfacción y la lealtad de los pacientes. Conclusión: Para mejorar la eficiencia operativa, la satisfacción del paciente y el éxito a largo plazo de la clínica dental el CRM resulta ser una herramienta estratégica.

PALABRAS CLAVE: Relación. Clínicas dentales. Retención. CRM.

RESUMO

A gestão empresarial e administrativa nas clínicas odontológicas é essencial para garantir a saúde bucal e o bem-estar geral dos pacientes. Referencial teórico: Modelos de gestão sólidos, ferramentas tecnológicas avançadas e estratégias de marketing eficazes são elementos-chave para o sucesso das clínicas dentárias. A utilização do *Customer Relationship Management* (CRM) em clínicas odontológicas permite melhorar o planejamento de consultas, agendamento de tratamentos e acesso ao histórico clínico, além de oferecer acompanhamento e satisfação dos pacientes e melhorar a comunicação com eles. Metodologia: Foi realizada uma busca nas bases de dados digitais Pubmed, Scopus e Scielo, foram selecionados artigos publicados entre 2014-2024, incluindo estudos observacionais descritivos e revisões sistemáticas. Resultados: foram registrados 55 artigos por seleção do título, excluídos vinte e cinco (25) pela leitura do resumo, vinte e cinco (25) artigos foram selecionados para leitura compreensiva, excluídos treze (13) artigos por não fornecerem informações necessárias e posteriores. Na leitura exhaustiva, foram incluídos na revisão um total de doze (12) artigos. Discussão: Diferentes autores em suas pesquisas estabelecem que o CRM aumenta a eficiência no atendimento aos pacientes em clínicas odontológicas, melhorando fatores que influenciam a satisfação e fidelização dos pacientes. Conclusão: Para melhorar a eficiência

¹ Especialista en Ortodoncia de la Universidad La Habana, Cuba, Docente de la Facultad de Odontología de la Universidad de Cuenca, Ecuador.

² Estudiante de Pregrado de la Facultad de Odontología de la Universidad de Cuenca, Ecuador



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
Manuel Estuardo Bravo Calderón, Odalis Melina García Ulloa, Nicole Adriana Juella Corte,
Victor Ruben Lema Mosquera, Paola Abigail Loja Arpi

operacional, a satisfação dos pacientes e o sucesso a longo prazo da clínica dentária, o CRM revela-se uma ferramenta estratégica.

PALAVRAS-CHAVE: Relacionamento. Clínicas Odontológicas. Retenção. CRM.

ABSTRACT

Business and administrative management in dental clinics is critical to ensure the oral health and overall well-being of patients. Theoretical framework: Solid management models, advanced technological tools and effective marketing strategies are key elements for the success of dental practices. The use of Customer Relationship Management (CRM) in dental clinics allows for improved appointment planning, treatment scheduling, and access to clinical history. It also offers better patient monitoring and satisfaction while enhancing communication with them. Methodology: A search was carried out in the digital databases of Pubmed, Scopus and Scielo, articles published between 2014-2024 were selected, including descriptive observational studies, systematic reviews. Results: Fifty-five (55) articles were registered by selection of titles, excluding twenty-five (25) by reading the abstract, twenty-five (25) articles were selected for a comprehensive reading, excluding thirteen (13) articles for not providing necessary information and after the exhaustive reading, a total of twelve (12) articles were included in the review. Discussion: Different authors in their research establish that CRM increases efficiency in patient care in dental clinics, improving factors that influence patient satisfaction and loyalty. Conclusion: CRM is a strategic tool for improving operational efficiency, patient satisfaction and the long-term success of the dental practice.

KEYWORDS: Relationship. Dental clinics. Retention. CRM.

INTRODUCCIÓN

Desde un punto de vista odontológico, la salud bucal es considerado esencial para el bienestar físico y mental de un paciente, varios estudios han mencionado una relación estrecha que nos conduce al mantenimiento de la salud bucal y un estilo de vida mejor, teniendo en cuenta la calidad que puede ofrecer el profesional desde la actitud del servicio que ofrece hasta los instrumentos esenciales para la práctica clínica, con el fin de llegar a tener un éxito enfocado a la administración y gestión de su empresa privada o pública. (1)(2)

Los servicios que ofrecen las diferentes entidades públicas o privadas como hospitales, clínicas o consultorios privados, pueden variar de acuerdo a las necesidades por parte del paciente para optar por uno de estos centros de salud. Es por esta razón que los modelos de gestión empresariales y administrativos han sido usados como una herramienta para llevar a cabo los diferentes objetivos, misión y visión de cada empresa ya sea esta grande o pequeña. Los modelos de gestión además nos ayudan a planificar, organizar el desempeño que cada trabajador que debe llevar a cabo como una ordenanza de su obligación, conjuntamente con herramientas tecnológicas de uso necesario para los diferentes servicios como diagnósticos, evaluaciones y mantenimientos que pueden ofrecer estas entidades como parte de sus áreas de especializaciones. (1)(2)

Hoy en día, hay un tema que se aborda desde el ámbito de la actualidad e innovación como es el marketing y comodidad hacia los pacientes, para mejorar el servicio que puede ofrecer cada empresa y así obtener una mejor gestión empresarial dirigido hacia la calidad de la clínica dental. La



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
Manuel Estuardo Bravo Calderón, Odalis Melina García Ulloa, Nicole Adriana Juela Corte,
Victor Ruben Lema Mosquera, Paola Abigail Loja Arpi

satisfacción del paciente es otro aspecto fundamental en la gestión de una clínica dental, ya que está junto a la confianza y la relación con el profesional de la salud bucal son factores que influyen significativamente en la percepción del servicio recibido. Las clínicas deben enfocarse en crear un ambiente acogedor y en brindar una atención personalizada que aborde las necesidades y expectativas individuales de cada paciente. (3)(4)

En conclusión, la gestión y administración efectiva de una clínica dental son esenciales para asegurar no solo la salud bucal de los pacientes, sino también su bienestar general y satisfacción. El objetivo del presente estudio, fue realizar una revisión de la literatura que permita recopilar información sobre la aplicación e influencia de CRM en las clínicas dentales a fin de establecer modelos de gestión sólidos, el uso de herramientas tecnológicas avanzadas y la implementación de estrategias de marketing efectivas son elementos clave para el éxito de las entidades odontológicas. Además, la creación de un entorno cómodo y confiable para los pacientes es crucial para fomentar relaciones duraderas y positivas.

MARCO TEÓRICO

Las industrias de la salud que incluyen hospitales, clínicas privadas, residencias sanitarias y de ancianos se dividen en dos áreas: servicios positivos y servicios obligatorios. Los servicios obligatorios se proporcionan a todos respectivamente, estos servicios se mantienen a través de la confianza, la satisfacción y menos quejas esto se mantiene debido a CRM. (5).

LA CRM

Es un conjunto de procesos de negocio y de políticas de nivel global empresarial, que están diseñados para captar, retener y dar servicio a los clientes. Esto incluye los procesos que afectan directamente a un cliente, desde marketing, ventas y hasta servicio de posventa. CRM no es tecnología, sino todo lo contrario la tecnología nos permite que tengamos un CRM. (6)

La CRM significa "Customers Relationship Management" al usarla en las clínicas dentales podemos cambiar la C por la P y nos referiremos a los pacientes. Esto nos garantiza una solución de gestión de las relaciones con pacientes entre las múltiples ventajas que ofrece nos ayuda para mejorar la optimización de su trabajo y dedicar más tiempo a sus pacientes. (7)

Es necesario proteger el CRM para así lograr las expectativas de los clientes, basándonos en nuevas tecnologías para su implementación inmediata.

El CRM nos ofrece la posibilidad de:

- Planificación de citas: nos permite controlar citas evitando de esta manera los largos tiempos de espera y la superposición de citas entre los pacientes, de esta manera podemos optimizar la experiencia del paciente. (5)



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
Manuel Estuardo Bravo Calderón, Odalis Melina García Ulloa, Nicole Adriana Juella Corte,
Victor Ruben Lema Mosquera, Paola Abigail Loja Arpi

- Programación de tratamientos: dependiendo de los tiempos establecidos entre citas podemos planificar el tipo de tratamiento que necesita el paciente optimizando y aprovechando al máximo el tiempo en consulta. (5)
- Acceso más rápido al historial clínico: gracias a las nuevas tecnologías, una de las maneras más seguras de conservar la ficha intacta y de fácil acceso es digitalizando la ficha, esto nos permite tener acceso y sentarnos en las necesidades específicas del paciente.

La idea central detrás de CRM es la distinción de cada cliente individual para ofrecerle un servicio y un valor individualizados que se adapten a sus demandas únicas. Los tres pasos del CRM son reclutar clientes potenciales, aumentar el valor del cliente y retener a los clientes actuales. (8)

Con el uso de CRM podemos llevar a cabo los siguiente:

- Seguimiento y satisfacción del paciente: se puede realizar encuestas de satisfacción después de cada consulta esto nos proporciona una valiosa retroalimentación sobre la calidad de los servicios y la experiencia del paciente. (8)
- Mejorar la comunicación con el paciente: podemos ofrecer la posibilidad de comunicaciones personalizadas y recordatorios, lo que se traduce en una mayor satisfacción del paciente. (3)

IMPLEMENTACIÓN DEL CRM

La implementación del CRM para la documentación y la reflexión durante todo el proceso de práctica proporciona información casi en tiempo real sobre cómo está funcionando, y en qué entornos, de esta manera podemos analizar el rendimiento de la clínica para ver si es positivo o negativo. (7)

Uno de los mayores desafíos para implementar el CRM es garantizar la recopilación y precisión de los datos, no todos los profesionales de salud están acostumbrados a este tipo de sistema, por lo que se debe establecer un protocolo para monitorear rutinariamente la precisión de los datos. Se adaptan reevaluando que debemos tener un control sobre los documentos. correos e incluso llamadas telefónicas entre los pacientes y los profesionales. (7)(9)

Centrándose en el punto de vista técnico, CRM implica la recopilación y el almacenamiento de datos de los clientes, el estudio de las ganancias sostenibles de los clientes y el mantenimiento de estrategias valiosas y continuas para la gestión de los clientes. Desde un punto de vista táctico en el que las empresas utilizan la información de los clientes para gestionar las relaciones con ellos, CRM se ha convertido en una visión estratégica más amplia, en la que las operaciones fundamentales de CRM encargadas de crear y gestionar una red de relaciones con las partes interesadas son responsables. (7)(9)

El panorama actual de los sistemas CRM ha sido objeto de una amplia exploración en cuanto a su impacto en la satisfacción del cliente, las ventajas competitivas y los beneficios asociados. Sin embargo, existe una brecha notable en la evaluación de las dimensiones de calidad que alinean



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
Manuel Estuardo Bravo Calderón, Odalis Melina García Ulloa, Nicole Adriana Juela Corte,
Victor Ruben Lema Mosquera, Paola Abigail Loja Arpi

estos sistemas con la estrategia CRM de una organización. La calidad de la interacción con el cliente se puede mejorar directamente, superando las restricciones de espacio o tiempo, ya que la comunicación se puede realizar las 24 horas del día sin necesidad de interacción directa con los representantes comerciales, ahorrando tiempo y mano de obra, y reduciendo los gastos administrativos y comerciales que afectan directamente al negocio. Una clínica que integra CRM puede facilitar que los clientes accedan a los bienes y servicios de una empresa, administrar y proporcionar contactos más personalizados y enfocados con clientes potenciales y fortalecer las relaciones con los clientes a largo plazo a través de interacciones en línea más rápidas. (4) (8) (9)

Según un estudio realizado por Maya et al., la implementación de un sistema de CRM en una clínica odontológica con 10 años de experiencia ha demostrado ser efectiva en la optimización de la eficiencia operativa y en la capacitación del personal para ofrecer una atención más profesional a los pacientes. Además, se estableció un protocolo para el agendamiento de citas, lo que ha mejorado significativamente la gestión de las mismas. El sitio web institucional también desempeña un papel fundamental al proporcionar información sobre servicios y horarios, e incluir una sección de agendamiento en línea, lo que facilita la accesibilidad y mejora la comunicación con los usuarios, contribuyendo así a una imagen profesional de la clínica. (10) (11)

En contraste, un estudio realizado en una clínica de estudiantes que no cuenta con un sistema CRM reveló insatisfacción entre los pacientes, quienes experimentaron tiempos de espera prolongados y una atención insuficiente. Esto sugiere que las clínicas que implementan un sistema CRM son más eficaces y eficientes, según la perspectiva de los pacientes en los estudios revisados. (10) (11)

LA ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

Estas dos áreas se encuentran ligadas desde tiempo atrás, sin embargo, esta adquiere un carácter de correlación en épocas reciente. La gestión por un lado implica conocer el entorno, conceptualizarlo y generar las directrices estratégicas, y a su vez requiere que la administración contribuya a la organización interna; por lo que la conjunción de ambas permite que los organismos sociales productivos aprovechen sus recursos con eficiencia y logren sus objetivos con eficacia. (6)

La gestión de las relaciones con los clientes se puede aplicar para mejorar la lealtad de los pacientes; Si bien dos áreas de recursos humanos y el proceso de prestación de servicios pueden afectar directamente la lealtad del paciente, tres áreas, incluidos los indicadores organizacionales, la tecnología de la información y la gestión del conocimiento, se consideran factores que influyen indirectamente en la lealtad del paciente hacia las salas médicas. (6) (8) (9)

LIMITACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CRM

Al implementar este sistema pueden aparecer limitaciones que puede presentarse al momento de la implementación del CRM:



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
Manuel Estuardo Bravo Calderón, Odalis Melina García Ulloa, Nicole Adriana Juella Corte,
Victor Ruben Lema Mosquera, Paola Abigail Loja Arpi

1. Falta de conocimiento sobre CRM: si las clínicas no están completamente informadas sobre cómo funciona el CRM o sus beneficios presentarán una falta de interés y no lo implementarán.
2. Limitaciones financieras: implementar estos sistemas en las clínicas puede resultar en costos elevados lo que los desanima de adoptar este sistema.
3. Falta de personal capacitado: se requieren de habilidades técnicas y conocimientos específicos por lo que se necesita personal que esté capacitado.
4. Preocupaciones sobre la seguridad y privacidad de los datos: Las empresas pueden tener preocupaciones sobre la seguridad y privacidad de la información de la cliente almacenada en un sistema CRM, lo que podría disuadirlos de adoptar la tecnología. (12)

METODOLOGÍA

Se realizó una revisión de la literatura de tipo narrativa, aplicando una búsqueda electrónica en las bases de datos de Science Direct, Scielo, Pubmed y Google Académico con los siguientes términos de búsqueda "Relación"; "Clínicas dentales"; "Retención"; "CRM". Se combinaron las palabras claves con los operadores Booleanos "and" y "or" con el objetivo de revisar la literatura en búsqueda de artículos que reporten la gestión de la relación con el paciente en clínicas dentales.

La búsqueda recolectó artículos de los últimos diez (10) años desde 2014 hasta 2024; publicados en español, inglés y portugués, disponible en bases de datos con texto completo en formato de documento portátil (PDF). Los artículos debían cumplir con los siguientes criterios de inclusión: revisiones sistemáticas, estudios clínicos longitudinales prospectivos, ensayos clínicos aleatorizados, estudios clínicos y reportes de casos. Por lo contrario, los criterios de exclusión fueron: artículos científicos previos al año 2014, estudios cuyo método de investigación y resultados obtenidos sean ambiguos y artículos duplicados en las diferentes bases de datos analizadas.

Los artículos científicos encontrados en Internet se guardaron y organizaron según su orden de aparición y los datos recopilados se organizaron en un documento de Microsoft Windows para Windows 10.

RESULTADOS

Luego de buscar en bases de datos preestablecidas y una vez aplicados los criterios de inclusión y exclusión, se realizó la identificación de artículos científicos en las bases de datos anteriormente mencionadas. Luego, mediante un cribado inicial por títulos encontrados, se excluyeron a los que no tenían relación con el tema de investigación, para posteriormente seleccionar aquellos estudios que presentaban una información precisa y finalmente, obtener los estudios adecuados para la investigación tras una lectura exhaustiva.

Se registraron 55 artículos identificados por selección de títulos durante la búsqueda en las bases de datos, de los cuales se excluyeron veinte y cinco (25) por lectura del resumen, veinte y cinco (25) artículos quedaron seleccionados para una lectura integral, excluyendo trece (13) artículos



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
Manuel Estuardo Bravo Calderón, Odalis Melina García Ulloa, Nicole Adriana Juella Corte,
Victor Ruben Lema Mosquera, Paola Abigail Loja Arpi

por no proporcionar información necesaria y posterior a la lectura exhaustiva, un total de diece (12) artículos fueron incluidos en la revisión.

La Figura 1 resume las etapas de inclusión y exclusión de artículos, presentadas a través de un diagrama de flujo.

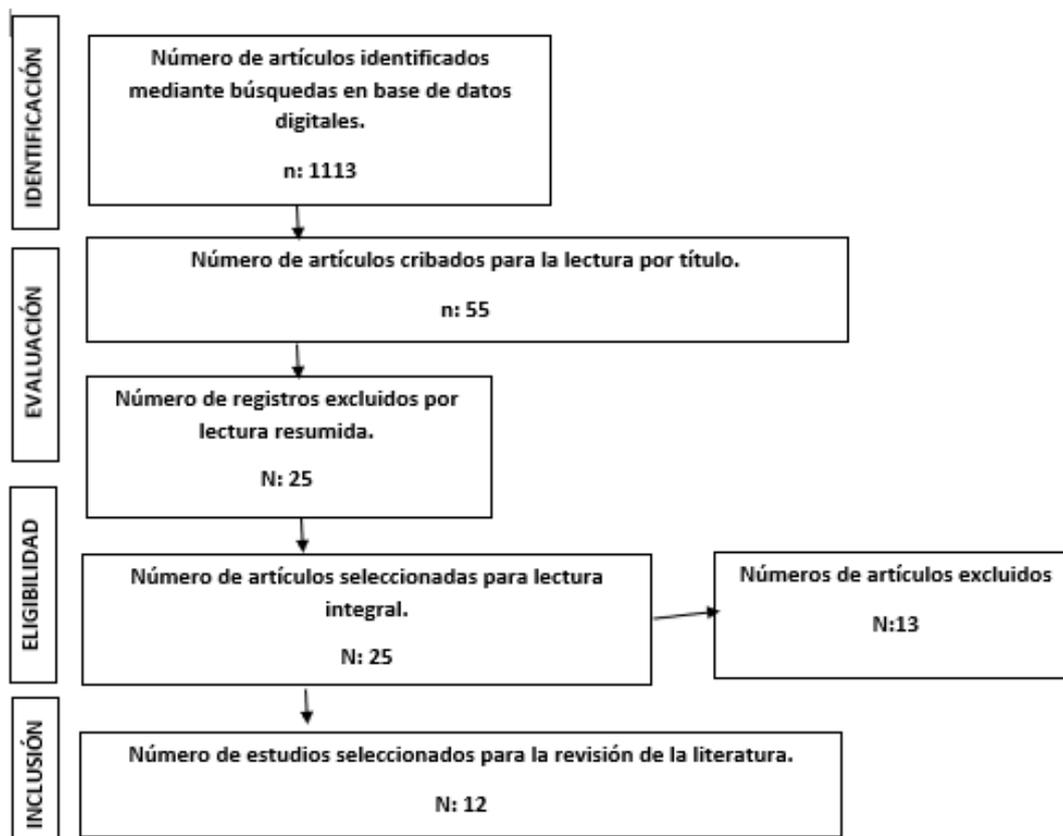


Figura 1. Diagrama de Flujo para la selección de artículos

Fuente: Autores

DISCUSIÓN

En la actualidad, nos encontramos inmersos en una era digital que nos brinda acceso rápido a la información en todos los ámbitos. En la Universidad de San Gregorio de Portoviejo hablan sobre un modelo de gestión enfocado en los hospitales, centros de salud y clínicas se identificó 4 dimensiones: técnica, cognitiva, interpersonal e intrapersonal, donde se analiza que es necesario que se tenga conocimiento y gestión de las relaciones con los pacientes que acuden al servicio para así poder analizar las necesidades de las personas que acuden a la atención clínica, en los centros hospitalarios es necesario que las personas tengan destrezas administrativas, tecnológicas, procesos y calidad (3).



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
Manuel Estuardo Bravo Calderón, Odalis Melina García Ulloa, Nicole Adriana Juela Corte,
Victor Ruben Lema Mosquera, Paola Abigail Loja Arpi

De acuerdo con un artículo revisado de la Universidad Católica Atma Jaya de Indonesia, presenta una aplicación de Gestión de Relación con el cliente CRM en clínicas dentales desde un enfoque ágil e integral, se realizó pruebas con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa de la clínica y la satisfacción al cliente considerando puntos fuertes en las clínicas dentales, entre ellos: la gestión de citas, el mantenimiento de registros médicos electrónicos, la comunicación eficiente con los pacientes y el seguimiento financiero. Considerando los datos obtenidos en el estudio se estima que la aplicación CRM desarrollada cumplió con éxito las funciones propuestas en el estudio y logró una tasa de satisfacción del usuario del 85%. Esto demuestra que la solución CRM implementada utilizando un enfoque ágil ha logrado mejorar significativamente la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente en las clínicas dentales. En contraste, se revisó un estudio por Kallal M, et al. en el que se demuestra el grado de satisfacción de pacientes atendidos por estudiantes en una clínica dental que no maneja CRM, los resultados que se obtuvieron fueron significativos, debido a que se evidenciaron barreras de accesibilidad para la atención a los pacientes, y el 37% de los pacientes atendidos manifestaron que buscarían atención en un profesional de salud alternativo. (13) (14)

Por esta razón, Herrera et al. (2021) menciona “Es importante que el plan de marketing digital forme parte de la estrategia global de la compañía (...)” “Es así que, al iniciar este proceso permite desarrollar estrategias que se alineen con la misión y visión de la clínica dental. Al destacar los aspectos clave de la compañía, se involucra a los clientes y consumidores de manera beneficiosa, lo que a su vez aumenta la efectividad del plan de marketing digital en relación con el CRM. De acuerdo con las ventajas que señala el artículo se encuentran aplicaciones tienen el potencial de mejorar significativamente la eficiencia en áreas clave como la programación de citas, el mantenimiento de registros médicos, la comunicación con los pacientes y el seguimiento financiero. Al integrar estos sistemas con otros existentes en la clínica, se puede lograr una mayor alineación y eficiencia en el intercambio de datos, lo que beneficia tanto a la gestión interna como a la experiencia del paciente. (11)

Hajikhani, Tabibi, Riahi (2018) en su artículo sobre la relación entre la gestión de las relaciones con los clientes y la fidelización de los pacientes hacia los hospitales destacan que a gestión de las relaciones con los clientes es una herramienta para mejorar los factores que influyen en la satisfacción y la lealtad de los pacientes. Por lo tanto, los gerentes y los responsables de las políticas en los sectores de la salud deben tener en cuenta los intentos de implementar la gestión de las relaciones con los clientes como un proceso para mejorar el rendimiento de los hospitales y mejorar la comunicación entre los proveedores de servicios en los hospitales y los clientes, lo que conduce a una mayor lealtad de los pacientes (9).



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
Manuel Estuardo Bravo Calderón, Odalis Melina García Ulloa, Nicole Adriana Juela Corte,
Victor Ruben Lema Mosquera, Paola Abigail Loja Arpi

CONCLUSIONES

En conclusión, el CRM es una herramienta estratégica fundamental para mejorar la eficiencia operativa, la satisfacción del paciente y el éxito a largo plazo de las clínicas dentales. Al aplicar esta herramienta se logra o adquiere varios beneficios como la fidelización del paciente a la entidad que provee el servicio dental, así como, flujo de paciente nuevo sea cada vez mayor por una atención eficaz, eficiente y de calidad. Los beneficios tangibles demostrados hacen que la adopción del CRM sea una prioridad clave para las clínicas dentales que buscan brindar un servicio de excelencia y mantener relaciones sólidas y duraderas con sus pacientes. Sin embargo, se conoce que existen algunos desafíos de implementación de CRM a una entidad odontológica.

REFERENCIAS

1. Tantipoj C, Sirichanyaphong T, Nuntachurat J, Ruetajetjaroen K, Hiransuthikul N, Pujarern P, Fuangtharnthip P, Khovidhunkit S. Actitudes de los dentistas hacia la detección de diabetes mellitus en clínicas dentales tailandesas. En t. J. Medio Ambiente. Res. Salud Pública 2022;19: 3341. <https://doi.org/10.3390/ijerph19063341>
2. kikutani T, Takahashi N, Tohara T, et al. Relación entre el mantenimiento del soporte oclusal logrado mediante el tratamiento dental de visita domiciliaria y el pronóstico en pacientes de atención domiciliaria: un estudio preliminar. Geriátría. Gerontol. En t. 2022;22:976-981. <https://doi.org/10.1111/ggi.14482>
3. García Briones MY, León Zambrano D. Modelo de gestión en Clínicas Odontológicas de la Universidad San Gregorio de Portoviejo. 2022;2(21). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9052311>
4. Pérez A, Pérez P, Idoeta C. Aportes de la calidad de servicio en clínicas dentales. 2011. ISBN 978-84-7356-785-5. https://oa.upm.es/13058/1/INVE_MEM_2011_109163.pdf
5. Nilashi M, Abumalloh RA, Ahmadi H, Samad S, Alrizq M, Abosaq H, et al. The nexus between quality of customer relationship management systems and customers' satisfaction: Evidence from online customers' reviews. Heliyon [Internet]. 1 de noviembre de 2023 [citado 2 junio 2024];9(11). Disponible en: [https://www.cell.com/heliyon/abstract/S2405-8440\(23\)09036-9](https://www.cell.com/heliyon/abstract/S2405-8440(23)09036-9)
6. Alzahrani A, Qureshi MS, Thayanathan V. RFID of next generation network for enhancing customer relationship management in healthcare industries. THC. 23 octubre 2017;25(5):903-16.
7. Martinez V, Montes G. Propuesta de un CRM en una clinica dental. [Internet]. 2018. Disponible en: <https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/26293/1/PROPUESTA%20DE%20UN%20CRM%20EN%20UNA%20CL%C3%8DNICA%20DENTAL.pdf>
8. Pham-Singer H, Onakomaiya M, Cuthel A, De Leon S, Shih S, Chow S, et al. Using a Customer Relationship Management System to Manage a Quality Improvement Intervention. American Journal of Medical Quality. julio de 2021;36(4):247-54.
9. Hajikhani S, Tabibi SJ, Riahi L. The Relationship Between the Customer Relationship Management and Patients' Loyalty to Hospitals. Glob J Health Sci. 25 junio 2015;8(3):65-71.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL PACIENTE (CRM) EN CLÍNICAS DENTALES, UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA
Manuel Estuardo Bravo Calderón, Odalis Melina García Ulloa, Nicole Adriana Juella Corte,
Victor Ruben Lema Mosquera, Paola Abigail Loja Arpi

10. Maya G, Ojeda M, Pérez J. Sistema de gestión de citas odontológicas basado en una filosofía de gestión con los clientes (CRM). Repositoriodigital. [citado el 20 julio 2024]. Disponible en: <http://uceva.repositoriodigital.com/bitstream/handle/20.500.12993/4453/TGgmaya.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
11. Kallal MG, Compton SM, Yoon MN. Patient satisfaction with access to a student-run free-service dental clinic. Canadian journal of dental hygiene [Internet]. 2023 Jun 1 [cited 2024 Jul 8];57(2):117–22. Available from: <https://europepmc.org/article/med/37464995>
12. Insaurralde del Puerto NJ. La gestión en Relación al Cliente (CRM), como Estrategia de Negocio en la Ciudad de Pilar, Paraguay. Ciencia Latina.[Internet]. 2023 [citado el 22 julio 2024];7(3):5855–72. Disponible en: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/6590>
13. Seaninstitute.or.id [Internet]. View of developing customer relationship management application for dental clinic using agile approach to enhance efficiency and customer satisfaction. Disponible en. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/4321/3477>
14. López P, I Herrera A, Atlahua A, Delgado D. Comunicación y fidelización de clientes por medio de un plan de marketing para una clínica dental. Unirioja.es. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8292886>