

Experiencia del Paciente

Qué es, últimas tendencias y 10 pasos para cumplir con las expectativas del Paciente 3.0



Índice

03 Introducción:
hacia una buena
experiencia del
paciente

05 ¿Qué es la
experiencia del
paciente?

08 El paciente 3.0:
todo lo que
necesitas saber
sobre ellos

10 4 tendencias en
experiencia del
paciente que están
dando de qué hablar

15 10 acciones para
mejorar la
experiencia del
paciente

28 Experiencia del
paciente: hacia un
futuro cada vez
más presente

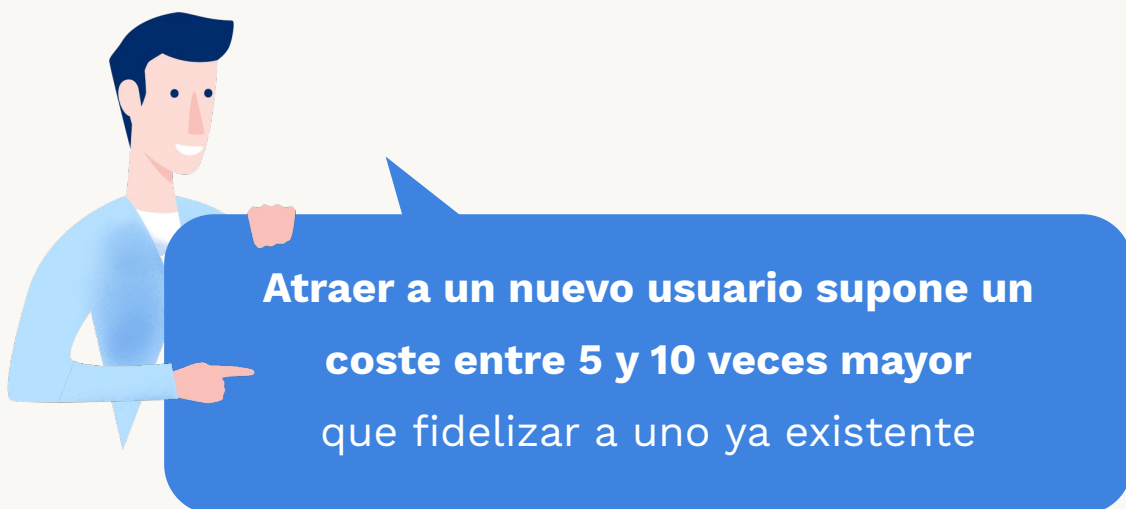


Introducción

Hacia una buena experiencia del paciente

Ningún centro médico desea que la primera visita de un paciente se convierta también en la última. Por este motivo, **fidelizar a tus pacientes debería ser uno de los grandes objetivos de tu clínica** para que esta sea rentable a largo plazo.

La razón es sencilla: **fidelizar a un paciente es mucho más económico, rentable y efectivo que adquirir uno nuevo**. De hecho, según un estudio elaborado por la consultoría [Bain & Company](#), **atraer a un nuevo usuario supone un coste entre 5 y 10 veces mayor** que fidelizar a uno ya existente.



Partiendo de esto, ¿por qué no invertir entonces nuestro tiempo y recursos en brindar una mejor experiencia los pacientes para que estos nos elijan nuevamente y podamos convertirnos así en su centro de referencia?

Es cierto que **las nuevas generaciones de pacientes son cada vez más exigentes** y que son propensas a cambiar de centro médico si sienten que no han tenido una buena experiencia, principalmente por causas relacionadas con las dificultades para reservar cita, el tiempo de espera excesivo antes de entrar a la consulta o la calidad de la atención recibida. Una razón más para centrarnos en mejorar la experiencia del paciente.

La buena noticia es que, en comparación con otras áreas, **en el sector de la salud es mucho más sencillo fidelizar a los usuarios**, ya que mientras una persona puede hacer la compra en varios supermercados, es más difícil que cambie de especialista tan a menudo.

Es por eso que cada vez más clínicas apuestan por destinar recursos a la implementación de nuevas prácticas, herramientas y estrategias que les permitan mejorar el grado de satisfacción de los pacientes, brindándoles así una mejor experiencia con el fin de convertirse en su centro de referencia.

Y si bien no existe ninguna fórmula mágica que esté diseñada para fidelizar a los pacientes, sí existen una serie de buenas prácticas que pueden ayudarte a **brindar la mejor experiencia a tus pacientes** para que, en caso de necesitarlo, regresen a tu clínica y, además, la recomienden a sus amigos, familiares y a los miles de usuarios que están buscando activamente los servicios que ofrece tu centro.

A lo largo de estas páginas te mostraremos todo lo que necesitas saber para mejorar la experiencia del paciente: una serie de tendencias, claves y buenas prácticas que puedes implementar desde hoy y que marcarán un antes y un después en tu clínica.

¿Qué es la Experiencia del Paciente?

Desde hace unos años, ofrecer una **buena experiencia a los pacientes** se ha convertido en un factor esencial para que un centro médico sea rentable a corto, medio y largo plazo. Por eso es importante que, antes que nada, definamos a qué nos estamos refiriendo cuando hablamos de experiencia del paciente.

Para resumirlo de manera sencilla, **la experiencia del paciente es el mejor indicador de la calidad del servicio que ofrecemos en nuestra clínica.**

Se trata de un concepto que hace referencia a todas las interacciones que se producen entre el paciente y el centro médico, y se basa en aquellos aspectos que los pacientes valoran más cuando buscan y reciben atención sanitaria, como por ejemplo los tiempos de espera, el acceso a la información y la buena comunicación con los proveedores de la salud.

Según el [Instituto de Experiencia del Paciente](#), la experiencia del paciente consiste en:

“*escuchar las necesidades profundas de los pacientes y transformar junto con ellos el contexto sanitario para alcanzar resultados en salud y bienestar que se puedan medir científicamente.*”

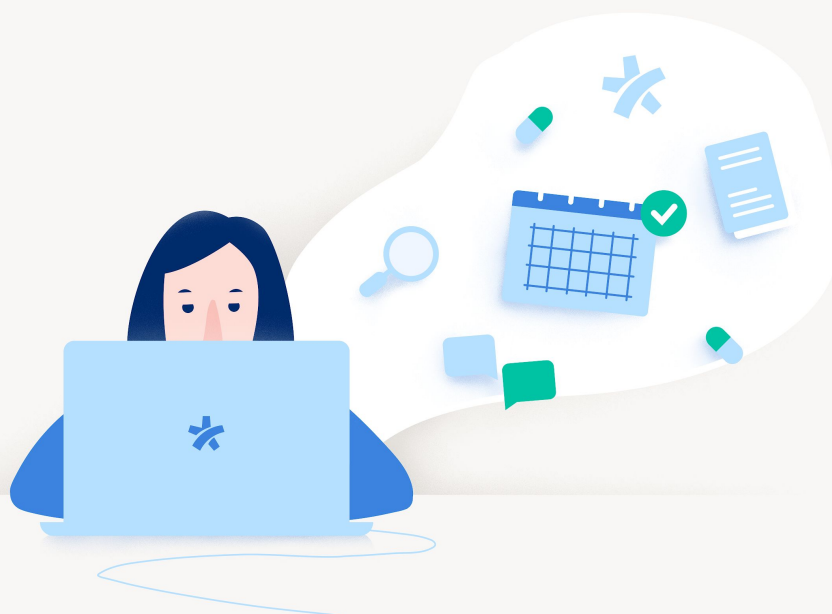
En otras palabras, se trata de hablar en el lenguaje del paciente, buscar **soluciones prácticas a los problemas que van surgiendo** y **adaptarse a la mejor calidad en cuanto a la atención de sus necesidades.**

Satisfacción del paciente vs. experiencia del paciente: la delgada línea que separa ambos conceptos

En muchas ocasiones, tendemos a utilizar “satisfacción del paciente” y “experiencia del paciente” con la misma finalidad. Si bien ambos conceptos son fundamentales para el buen funcionamiento del centro médico, **confundirlos es un error que puede llevarte a no alcanzar los resultados que deseas para tu clínica.**

A diferencia de la satisfacción del paciente, centrada sobre todo en analizar mediante encuestas o valoraciones el grado de bienestar de los pacientes tras ser atendidos en nuestro centro médico, **la experiencia del paciente va todavía más allá** y cubre todas aquellas interacciones que un paciente tiene con el sistema sanitario. Esta, además, también recoge todos aquellos aspectos que los usuarios más valoran cuando buscan atención médica: el fácil acceso a la información, funcionalidades que les ayuden a agilizar los trámites, como la reserva online de cita, o evitar esperas en la consulta.

Podríamos decir, por tanto, que la satisfacción del paciente es solamente una rama de todo lo que supone la experiencia del paciente.



¿Por qué la experiencia del paciente debe ser una **prioridad** en tu centro?

Lo decíamos al inicio de esta guía: fidelizar un paciente es mucho más económico que adquirir uno nuevo. Por tanto, si centramos nuestros esfuerzos en mejorar la experiencia del paciente, tendremos usuarios satisfechos que no solo regresarán a nuestro centro sino que además nos recomendarán a terceros. No hay mejor garantía de éxito que esta, ya que los centros médicos que brindan una buena atención a los pacientes, no solo mejorarán la experiencia de estos sino también **los resultados del centro**.

Pero además, centrarte en mejorar la experiencia del paciente te permitirá **ofrecerles un mejor servicio**, lograr una **mejor sostenibilidad financiera**, incrementar la **reputación** del centro y **fidelizar** tanto a los pacientes como a sus familiares.

Para lograrlo, es importante saber que existe una nueva generación de pacientes conocida como **Paciente 3.0** que se caracteriza por tener presencia en Internet y recurrir a los buscadores especializados para buscar información sobre salud y encontrar especialista online.



El Paciente 3.0

La nueva generación de pacientes


Podemos definir al Paciente 3.0 como una persona que utiliza Internet de forma constante, busca información de calidad sobre especialistas y servicios médicos, concierta visitas médicas a través de plataformas online y participa en debates y conversaciones sobre salud en Internet, ya sea a través de blogs, foros, webs especializadas o redes sociales.


Desde Doctoralia hemos analizado el comportamiento de esta nueva generación de pacientes, y esto nos ha permitido establecer **el perfil más común del Paciente 3.0**. Eso significa que, aunque el perfil del Paciente 3.0 engloba cada vez más tanto a mujeres como a hombres de diferente rango de edad y con diversas necesidades en salud, según las cifras analizadas podríamos definir el perfil del Paciente 3.0 según los datos que te mostramos a continuación:


El perfil del nuevo paciente digital





Perfil del Paciente 3.0


 Mujer de 25 a 34 años con actividad laboral


 Utiliza internet de forma habitual


 Concierta cita con antelación de 1 a 5 días

 Se guía por las recomendaciones de otros

 Valora la visita de forma positiva

 No le gusta esperar. Valora la inmediatez

 Esper una comunicación efectiva con la clínica

 Busca, sobre todo, ginecólogos, psicólogos y cirujanos

4 tendencias en Experiencia del Paciente que están dando de qué hablar

1. El consumismo en el área de la salud privada continúa creciendo

Que el sector de la salud privada continúa creciendo cada año no es ningún secreto. Solo en México, el sector sanitario privado ya cuenta con [2 730 centros médicos privados](#). Y las cifras van en aumento. Así como el aumento de usuarios en la salud privada sigue al alza, también lo hace el nivel de involucración en los pacientes en cuanto a su salud.

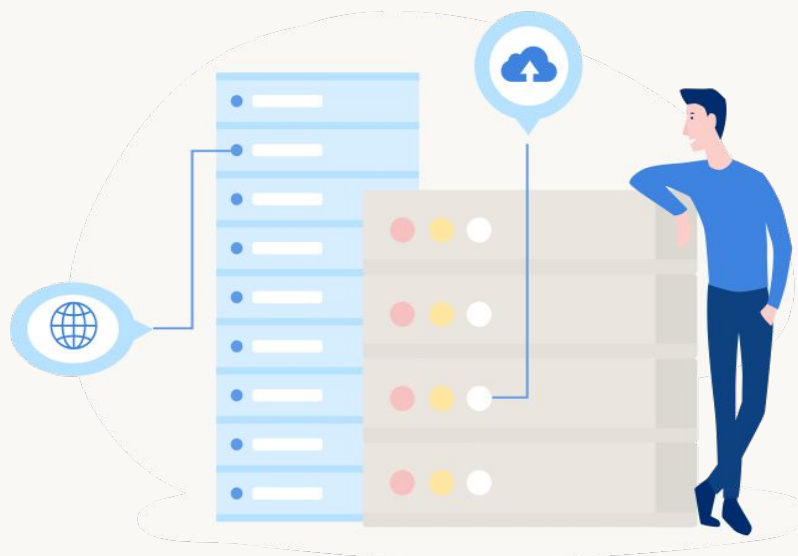
Mientras años atrás los pacientes se caracterizaban por aceptar pasivamente la atención y las pautas del especialista, ahora son **más exigentes en cuanto al trato que reciben durante todo el proceso médico**. Eso, en buena parte, se debe al aumento de los costos de la atención médica, así como al mayor uso de los seguros de salud.

Por este motivo, centrarse en mejorar la experiencia del paciente resulta vital para cualquier centro médico.

2. El Big Data, uno de los principales protagonistas

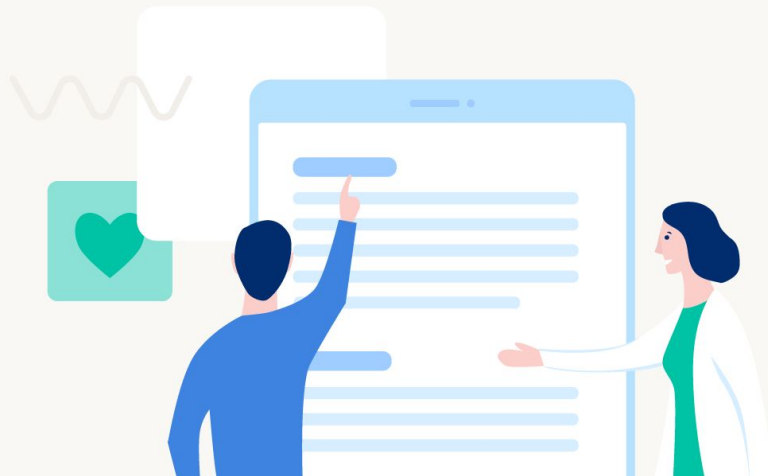
El Big data, que podríamos definir como conjuntos de datos o combinaciones de conjuntos de datos cuyo tamaño, complejidad y velocidad de crecimiento dificultan su captura, gestión, procesamiento o análisis mediante tecnologías y herramientas convencionales, es otra de las principales tendencias en el área de la salud privada.

Y en un sector en pleno crecimiento como el de la sanidad privada, el Big Data se está convirtiendo en uno de los grandes protagonistas, cambiando el **modo de supervisión y tratamiento de los datos**.



De hecho, el de la salud es uno de los sectores donde el Big Data está teniendo un mayor impacto, y sus aplicaciones crecerán de un modo espectacular, tanto para el área médica como para las áreas de análisis de datos (historiales médicos o análisis clínicos, por ejemplo) y también en cuanto a gestión de centros de salud, administración y documentación científica (generación, almacenamiento y explotación de datos).

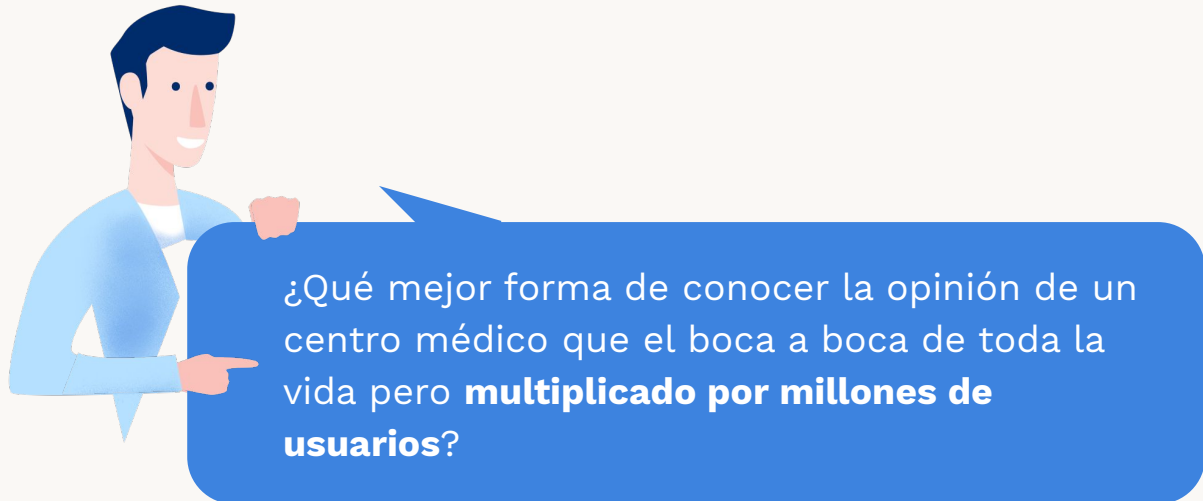
En este sentido, el uso de aplicaciones como por ejemplo las ya conocidas apps de fitness darán mucha más información y datos del paciente a la historia clínica de este, y los profesionales médicos podrán conocer mejor cuál es el estado de salud de sus pacientes así como llevar un mejor control del ritmo cardíaco o mejorar la actividad del sueño del paciente. Esto permitirá al personal médico **recabar una mayor información sobre el paciente y lograr una mejor asistencia sanitaria.**



3. La demanda de opiniones en tiempo real está aumentando

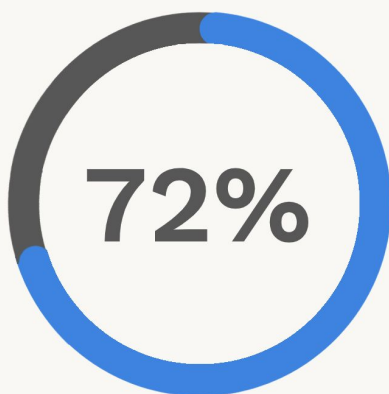
No es una novedad: vivimos en la era de Internet. La red se ha convertido en un escaparate abierto los 7 días de la semana durante las 24 horas del día, y cada vez son más los usuarios que recurren a Internet para buscar información y valoraciones sobre temas de salud.

Si bien años atrás únicamente podíamos conocer la opinión sobre un producto o servicio gracias al boca a boca de amigos y familiares, ahora es posible encontrar valoraciones sobre cualquier producto o servicio en Internet. Y cada vez más, también las encontramos en el área de la salud.

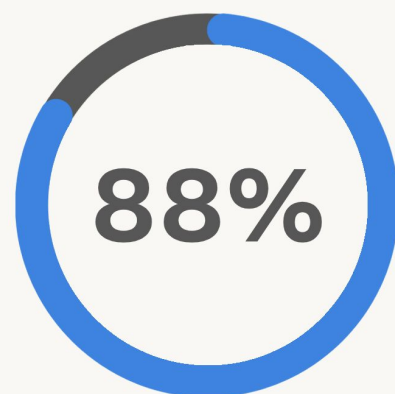


Por eso es importante que tu centro médico cuente con opiniones reales de pacientes que ayuden a otros usuarios a formarse una idea de los servicios que pueden encontrar en tu clínica. Estas opiniones serán determinantes para que un usuario elija un centro u otro para visitarse.

De hecho, según un informe de [Search Engine Land](#), el 72% de los pacientes consultan opiniones sobre un centro médico antes de reservar cita, y el 88% confía en las opiniones tanto como en una recomendación personal. Un dato lo suficientemente relevante como para no pasarlo por alto.



Pacientes que consultan las opiniones de un centro en Internet antes de reservar cita



Pacientes que confían en las opiniones de Internet tanto como en las recomendaciones personales

3. La tecnología está transformando la experiencia de la salud

Tecnología y salud van cada vez más de la mano, y eso está propiciando una mejora en la calidad de la atención sanitaria hasta límites aún no imaginados. Próximamente veremos una relación más cohesiva entre los profesionales de la salud y la tecnología. Esto no solo mejorará la atención del paciente sino que dará lugar a mayores innovaciones tecnológicas en el campo de la salud que mejorarán la experiencia del paciente.

En otras palabras: **la tecnología está ocasionando que la salud digital siga creciendo**, y lo seguirá haciendo durante los próximos años, ya no solo gracias a la telemedicina sino también mediante el uso de aplicaciones y otras herramientas tecnológicas diseñadas para mejorar la experiencia del paciente.

A medida que las personas vayan tomando conciencia de su salud, se ayudarán cada vez más de la tecnología. En consecuencia, se prevé que cada vez más pacientes demanden servicios como la reserva online de cita o las vídeo consultas, y además, estos factores serán determinantes para elegir un centro médico en lugar de otro.

Todas estas tendencias y muchas otras que están por llegar, nos llevan a un mismo punto: **mejorar la experiencia del paciente no solamente es importante, sino fundamental.**

A continuación te compartimos **10 pasos esenciales** que te ayudarán a brindar una excelente experiencia a tus pacientes para que estos vuelvan a elegir tu clínica cuando lo necesiten.

10 acciones para mejorar la experiencia del paciente

1. Ten un trato abierto y comunicativo con tus pacientes

Tener una comunicación agradable con los pacientes es el primer paso para brindarles una excelente experiencia, ya que de esta manera **estarán mucho más predispuestos a volver a la clínica en el futuro.**

Los pacientes merecen un trato cercano y familiar, que se dirijan a ellos por su nombre, que se les escuche sin interrupciones y que se les proporcione una información clara, relevante y con un vocabulario comprensible.

Asegúrate de que el personal de tu clínica es abierto, comunicativo con los pacientes, se interesa por ellos, transmite seguridad, explica todos los procedimientos de la mejor manera posible y ayuda al paciente en todo lo que está en su mano. Todo eso agrega valor a la experiencia del paciente.



2. Haz de la sala de espera un espacio agradable y acogedor

En muchas ocasiones, los pacientes pasan más tiempo en la sala de espera que en la propia consulta. Por eso es importante lograr que este sea un **espacio agradable y cómodo**.

Además de un mobiliario adecuado con un diseño ergonómico, asientos cómodos y colores que transmitan calma y paz, también **puedes optar por incorporar algunas prestaciones que serán bien valoradas por los pacientes**, como habilitar una red wi-fi para que puedan navegar de manera gratuita, una zona de juegos para niños e incluso instalar una máquina donde poder tomar agua, un refresco o un café.



Por otro lado, las plantas también pueden dar un ambiente más distendido a la sala de espera al mismo tiempo que mejoran la calidad del aire, además de optar por música ambiental o instrumental. Y es que está demostrado que este tipo de música, además de hacer la espera del paciente más amena, ayuda a reducir el estrés y la ansiedad.

3. Ofrece kits de bienvenida y programas de fidelización

Los pequeños detalles son los que marcan la diferencia para los pacientes, para tu equipo y para tu clínica. Si ofreces un pequeño detalle a tus pacientes tras alguna de sus visitas, estarás transmitiendo interés por ellos y **eso hará que se sientan más valorados**.

Por ejemplo, si tienes una clínica de odontología, puedes tener un kit de bienvenida para los pacientes que acuden por primera vez a la clínica donde incluyas cepillo de dientes, dentífrico, hilo dental y algún otro elemento diferenciador; o si tienes una clínica de pediatría puedes obsequiar a los más pequeños con un detalle distinto, útil y educativo como semillas de flores para que las planten en casa o un punto de libro para sus cuentos. También puedes apostar por dar algunas muestras gratuitas.

Una excelente idea para **recompensar a los pacientes más recurrentes** es con un descuento en la próxima visita o con una promoción exclusiva para ellos. Con [tuOtempO, el primer CRM de pacientes del mercado](#), puedes ofrecer ventajas como el pago online, el reembolso inmediato tras una cancelación o promociones únicas para personas o tratamientos específicos.



4. Permite a los pacientes reservar cita a través de Internet

Según un estudio elaborado por Doctoralia, **1 de cada 3 pacientes reserva cita a través de Internet**. Atrás quedaron aquellos tiempos donde el paciente llamaba por teléfono para reservar cita o se desplazaba hasta la clínica dentro de los horarios de atención al público.

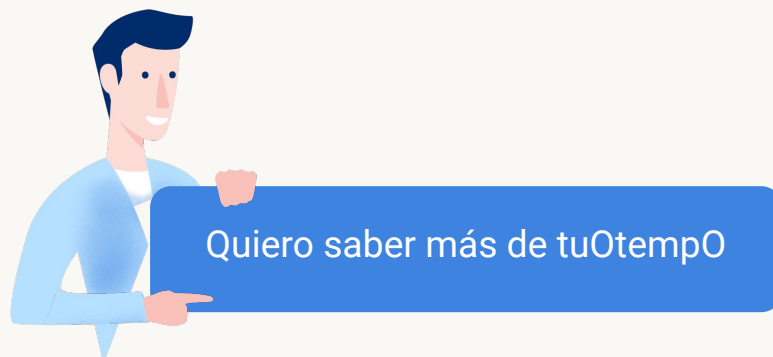
Lo cierto es que la tecnología tiene la capacidad de dar respuesta a la mayoría de los desafíos de la clínica, con lo cual **invirtiendo en tecnología puedes obtener grandes beneficios** para tu centro.

Atrás quedaron aquellos tiempos donde el paciente llamaba por teléfono para reservar cita o se desplazaba hasta la clínica dentro del horario de atención al público. Ahora todo es más sencillo: gracias a Internet los pacientes pueden reservar cita con un especialista de tu clínica desde cualquier dispositivo móvil sin importar la hora y el lugar.



Con tuOtempO, el software de gestión ofrecido por Doctoralia, **el paciente puede reservar cita durante las 24 horas con solo hacer clic en un enlace**, ingresando sus preferencias y comprobando la disponibilidad. No importa si el paciente está en su puesto de trabajo o en el sofá de su apartamento: solo tiene que entrar en un enlace, ingresar sus preferencias, comparar la disponibilidad y confirmar la cita.

Además, desde el centro existe la posibilidad de configurar cada una de las prestaciones que son reservables a través de Internet. Por ejemplo: ¿hay algunas prestaciones demasiado complejas para la reserva online porque requieren de estudios previos o preguntas complementarias? En este caso, cuando un paciente seleccione una de ellas, automáticamente le aparecerá un aviso con las instrucciones para realizar la reserva de manera tradicional.

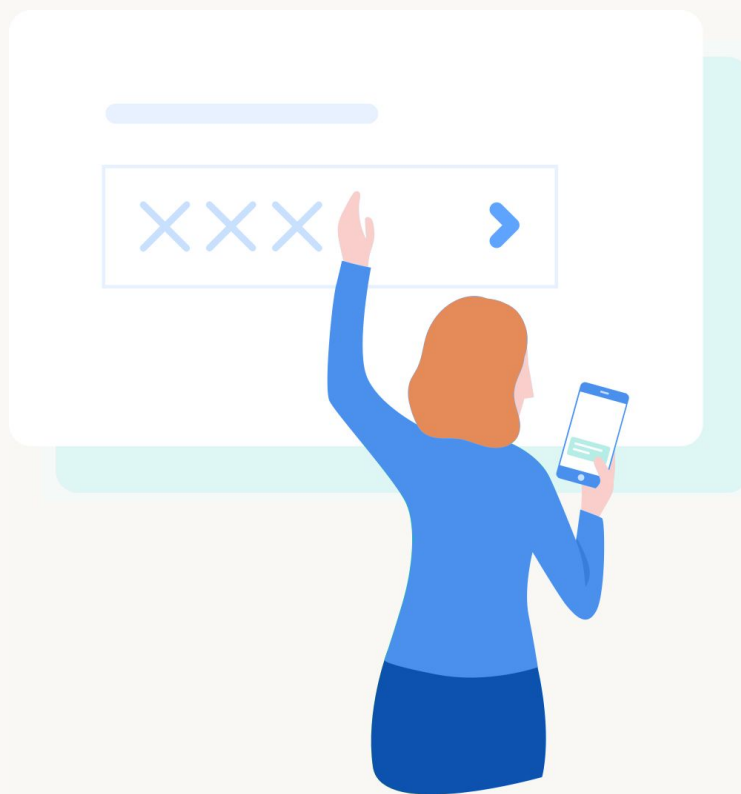


Y si tu clínica ofrece un número elevado de prestaciones, los pacientes podrán encontrarlas fácilmente gracias a las sugerencias del sistema que aparecerán tras teclear los primeros caracteres, facilitando así todo el proceso de reserva online de cita a los usuarios.

Después de reservar cita, el centro es avisado de ello y el paciente recibe un **e-mail o SMS de confirmación** así como un **mensaje de recordatorio antes de la cita**, ambos totalmente personalizables, con lo que podrás reducir el ausentismo en tu centro.

5. Habilita el pago por adelantado

Cada vez más personas realizan pagos online desde sus tarjetas de crédito, cuentas electrónicas o *smartphones*. Por eso no tiene ningún sentido que la única forma de pago posible en tu clínica sea el pago en efectivo o a través de tarjeta de débito o crédito presencialmente, una vez finalizada la consulta.



Con el módulo tuOtempO Pay es posible **realizar pagos online justo después de reservar cita**, realizar un reembolso inmediato tras la cancelación u ofrecer descuentos y beneficios exclusivos para el pago online, sin necesidad de pasar por la recepción del centro al terminar la visita. También es posible solicitar el pago por adelantado en aquellos pacientes y servicios que tienen una tasa de ausentismo elevada. Eso, además de influir positivamente en la experiencia del paciente, ayudará a reducir la tasa de ausentismo así como a optimizar la gestión del tiempo del personal administrativo.

6. Incorpora el auto *check-in* y reduce los tiempos de espera

¿Hay algo peor que perder demasiado tiempo en una sala de espera?

En muchas ocasiones, las esperas excesivas antes de recibir el servicio se deben a colas mal gestionadas. Si desde el centro se empiezan a implementar soluciones que ayuden a reducir la espera, tendrás como resultado **la mejora de la experiencia del paciente.**



Ofrecer servicios como el **check-in online**, una de las muchas [funcionalidades de tuOtempO](#), evitará que tus pacientes deban esperar en el mostrador para ser atendidos, ya que podrán realizar ellos mismos el registro de entrada con un código desde sus dispositivos, desde la web del centro o desde la aplicación móvil, así como recibir instrucciones sobre la espera después del check-in.

Además, el paciente podrá consultar el tiempo de espera estimado para que le atiendan, con lo cual **podrá gestionar mejor su tiempo** y evitar esperas innecesarias, lo que nuevamente se traducirá en una excelente experiencia. Todo ello, mientras el personal de gestión ahorra tiempo para dedicarlo a otras tareas que influyan positivamente en una mejor experiencia del paciente.

7. Súmate a la era de la videoconsulta

Otra de las opciones que brinda Internet y que hace la vida más fácil a los pacientes es la **vídeo consulta**. Ahora es posible conversar a través de una pantalla y en tiempo real con una persona que está a miles de kilómetros, así como realizar entrevistas de trabajo, reuniones o impartir seminarios. Entonces, **¿por qué no ofrecer una vídeo consulta médico-paciente?**

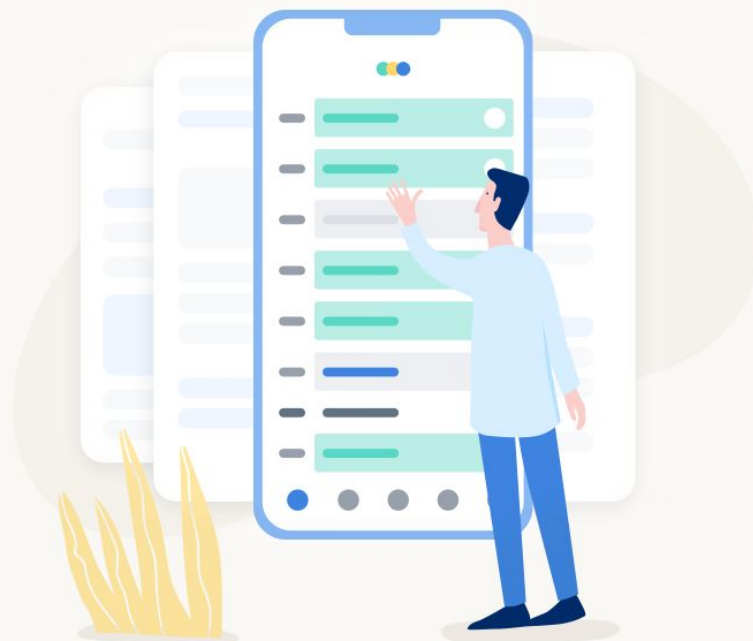


En el caso de que un paciente no se encuentre bien, se retrase o simplemente porque sea más cómodo para él, **con tuOtempO tienes la opción de convertir la visita en una videoconsulta** para que el paciente la realice cómodamente desde su casa, desde el ordenador, *smartphone* o tableta.

Además, puedes decidir las prestaciones y opciones que deseas activar de forma remota y permitir al paciente la opción de **escoger si acudir a la consulta o hacer una visita desde su domicilio u oficina** accediendo desde cualquier dispositivo móvil.

8. Activa la consulta de resultados online

Ahora ya no es necesario que el paciente acuda expresamente al centro médico con el único fin de recoger los resultados de sus últimas pruebas o análisis, sometiéndose a esperas innecesarias y sumando una carga de trabajo considerable al personal del centro.



Gracias a tuOtempo, tienes la opción de **dar acceso a los pacientes a sus resultados de forma remota** en aquellos casos cuya finalidad sea exclusivamente la de recoger un resultado. De este modo, los pacientes recibirán un mensaje de texto donde se les informará de que sus resultados ya están disponibles y solamente deberán acceder a la app y ver los resultados (o descargar su informe si lo desean).

Si desde la clínica se les autoriza, también podrán ver el historial de sus citas y los resultados de las mismas. Todo ello, **con un sistema de seguridad de tres niveles**.

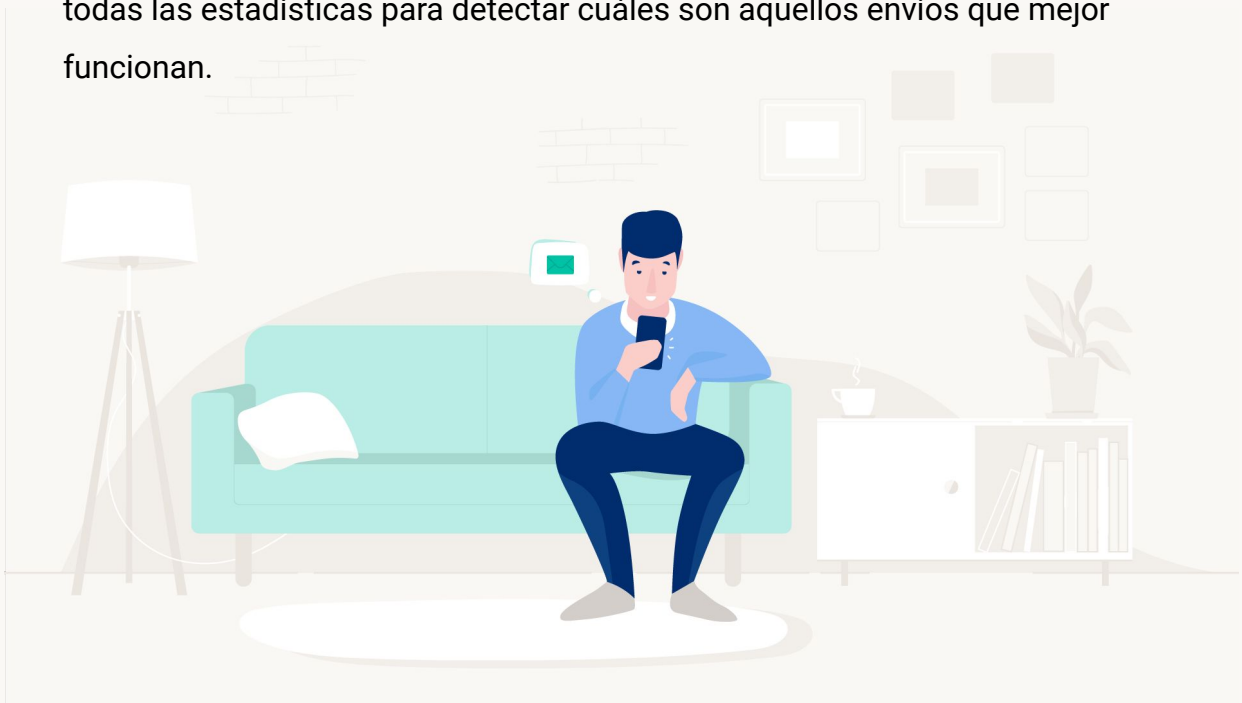
9. Mantén el contacto con los pacientes después de la visita

Los pacientes esperan mantener el contacto después de la visita. Entonces, ¿por qué no hacerlo a través de una de las vías de contacto más amigables, como son el e-mail y los SMS?

Gracias a tuOtempo, puedes crear y enviar tus propias campañas de marketing a los pacientes que tú elijas, de manera totalmente personalizada. Además, podrás segmentarlas para **enviar a cada paciente el mejor mensaje según el objetivo que desees alcanzar**.

Por ejemplo: puedes enviar campañas anunciando novedades, nuevos servicios, descuentos o promociones. Todo ello, a través de una de las vías más permisivas y que mayor tasa de lectura presentan.

Una vez enviada la campaña, podrás consultar todos los resultados y analizar todas las estadísticas para detectar cuáles son aquellos envíos que mejor funcionan.

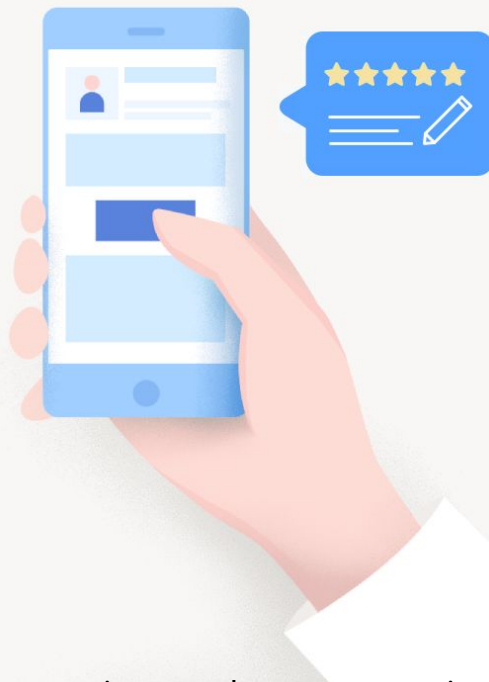


10. Realiza encuestas para conocer el grado de satisfacción de los pacientes

Por último, la mejor manera de saber **cómo está siendo la experiencia del paciente es preguntándosele**, y es ahí donde **las encuestas de satisfacción** son una pieza clave para saber qué piensan los pacientes acerca de nuestro servicio.

No olvidemos que la retroalimentación de los pacientes es un elemento esencial para saber qué percepción tienen acerca del servicio ofrecido, cuál ha sido su experiencia y saber qué aspectos de la clínica podemos mejorar.

Desde tuOtempO puedes **diseñar tu propio cuestionario de satisfacción** así como administrar, moderar y publicar opiniones. Unas horas después de haber acudido a la consulta, los pacientes recibirán un e-mail o SMS pidiéndoles su opinión acerca del servicio recibido, de manera que ellos podrán dejarnos sus comentarios sobre el especialista, las instalaciones y los aspectos a mejorar.



¿Prefieres que tus pacientes valoren su estancia en el centro justo al salir de la consulta? También puedes instalar un tótem junto a la recepción para que dejen su opinión sobre el servicio recibido.

Experiencia del paciente: hacia un futuro cada vez más presente

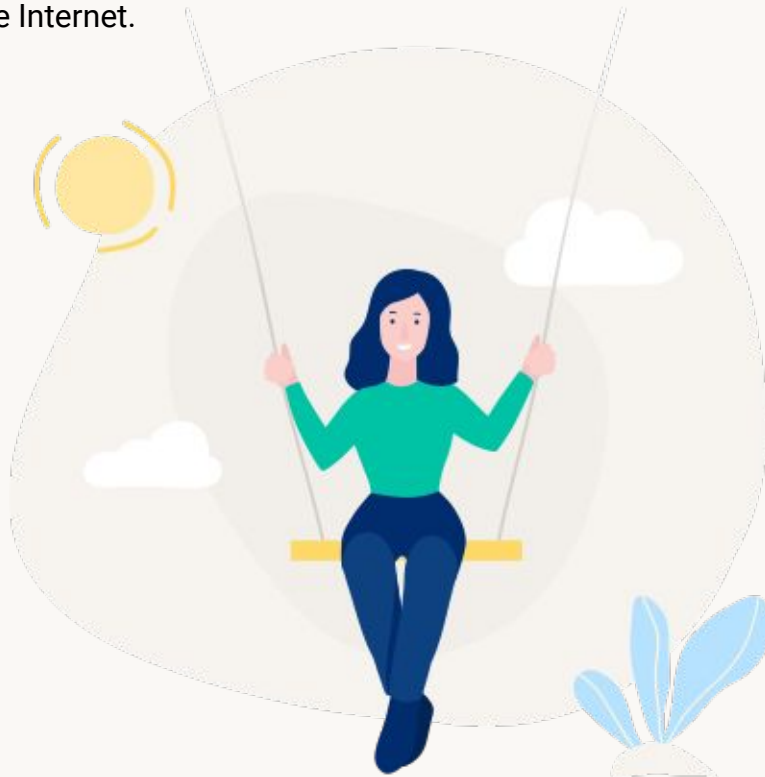
Como hemos visto a lo largo de estas páginas, la experiencia del paciente ya no es una necesidad con vistas al futuro, sino **una realidad que cada vez está más presente**.

Según la Organización Mundial de la Salud, en apenas un lustro el número de personas mayores de 65 años superará al de niños menores de cinco años. Como resultado de este envejecimiento progresivo de la población, se incrementará el número de enfermedades crónicas. Y en todo este proceso, en el cual el paciente estará involucrado activamente en el área de la salud, será más necesario que nunca ofrecerle **la mejor experiencia posible**; una experiencia que empieza en el mismo instante en el que un paciente sufre una dolencia o enfermedad y necesita visitarse con un especialista.



Es por todo ello que, dedicar tiempo y recursos a implementar mejoras como las que hemos visto a lo largo de esta guía, será más que necesario para optimizar todo el proceso por el que pasa el paciente.

Además, ten presente que **brindar a los pacientes la experiencia que estos merecen te ayudará a aumentar su nivel de satisfacción**. Y si un paciente queda satisfecho, no solo seguirá visitándose en tu centro médico cuando lo necesite sino que además lo recomendará a sus amigos, familiares y a los miles de usuarios que buscan centro médico a través de Internet.



Por eso, nuestro mejor consejo es que no tomes la experiencia del paciente como un aspecto a tener en cuenta en un futuro, sino como **una necesidad que cada vez está más presente**. Porque la experiencia del paciente no solamente es uno de los aspectos más importantes en el área de la salud privada sino que **es la base para que tu centro médico sea una referencia para los pacientes**. Esto es indispensable para que tu clínica sea rentable a largo plazo, por lo que implementar los consejos que hemos visto a lo largo de estas páginas es una excelente manera de comenzar.



Otros canales para centros médicos:



Doctoralia
Academy



Doctoralia
Blog



Si quieres contactar con nosotros, escríbenos a clinicas@doctoralia.com