

— INFORME COMPLETO DE VISIBILIDAD EN IA

# *Clínica Dental Montsol*

Qué contestan hoy ChatGPT, Gemini y Perplexity cuando alguien busca un negocio como el vuestro — y qué hay que cambiar para salir.

**30**

sobre 100

Aparecéis en **4 de 90** respuestas

**Esto es un ejemplo.** El negocio, la web, los competidores y todos los resultados son inventados. Sirve para enseñar exactamente qué formato, qué secciones y qué datos lleva el informe que recibís, para que no os llevéis una sorpresa. Vuestro informe tendrá esta misma estructura con vuestros datos reales.

## NEGOCIO

Clínica Dental Montsol

## ZONA

Gràcia, Barcelona

## MOTORES CONSULTADOS

ChatGPT, Gemini y Perplexity

## COMPETIDORES COMPARADOS

2, de la misma zona

## WEB ANALIZADA

clinicamontsol.example

## FECHA DEL ANÁLISIS

22 de septiembre de 2026

## PREGUNTAS REALES

30 preguntas × 3 motores = 90 respuestas

## ENTREGA

PDF + ficheros listos para instalar

— EN UNA FRASE

# Hoy no os pueden citar, y no es por falta de clientes contentos

Tenéis 184 reseñas y un 4,7. Eso es lo difícil y ya lo tenéis. El problema es que **el robots.txt de vuestra web devuelve un 403 a los rastreadores de IA**: ChatGPT, Claude y Perplexity no pueden leerla. Y aunque pudieran, la portada tarda 180 palabras en decir qué sois y dónde estáis, no hay ficha de negocio legible por máquina y ningún profesional aparece con su número de colegiado — que en salud pesa el doble. De 90 respuestas, aparecéis en 4, y ninguna con vuestro teléfono.

La buena noticia: lo que más pesa es también lo más barato. Tres de los cinco arreglos de la primera ola se hacen en un día.

— LA NOTA, BLOQUE A BLOQUE

## 30 sobre 100

Nueve bloques, cada uno con el peso que tiene en la nota final. El peso no es nuestro: sale de qué mira cada motor cuando decide a quién cita.

| # | BLOQUE                     | PESO | NOTA |                        |
|---|----------------------------|------|------|------------------------|
| 1 | Citabilidad / BLUF         | 15%  | 22   | <div><div></div></div> |
| 2 | Datos estructurados        | 15%  | 15   | <div><div></div></div> |
| 3 | Frescura                   | 12%  | 30   | <div><div></div></div> |
| 4 | Contenido citable          | 12%  | 18   | <div><div></div></div> |
| 5 | E-E-A-T / entidades        | 12%  | 35   | <div><div></div></div> |
| 6 | Reputación fuera de tu web | 12%  | 58   | <div><div></div></div> |
| 7 | Técnico / indexabilidad    | 10%  | 40   | <div><div></div></div> |
| 8 | Arquitectura               | 6%   | 45   | <div><div></div></div> |
| 9 | Potencial de respuesta     | 6%   | 20   | <div><div></div></div> |
|   | Nota global                | 100% | 30   | <div><div></div></div> |

— LAS 30 PREGUNTAS

Qué contestan hoy, palabra por palabra

Treinta preguntas que alguien escribiría de verdad, hechas a los tres motores el 22 de septiembre de 2026. · no salís · ~ salís de pasada, sin datos · ✓ salís con teléfono o dirección. La última columna dice a quién cita en vuestro lugar.

| #  | PREGUNTA                                                     | CHATGPT | GEMINI | PERPLEX. | A QUIÉN CITA                   |
|----|--------------------------------------------------------------|---------|--------|----------|--------------------------------|
| 1  | ¿Qué dentista me recomiendas en Gràcia, Barcelona?           | ·       | ·      | ·        | Dental Montseny, Doctoralia    |
| 2  | Clínica dental cerca de la plaza del Sol                     | ·       | ·      | ~        | Listado de Google Maps         |
| 3  | ¿Dónde ponen implantes dentales en Barcelona?                | ·       | ·      | ·        | Dental Montseny, 2 cadenas     |
| 4  | Ortodoncia invisible en Barcelona, ¿qué clínicas son buenas? | ·       | ·      | ·        | 3 cadenas nacionales           |
| 5  | Dentista de urgencias un domingo en Barcelona                | ·       | ·      | ·        | Urgencias del CatSalut         |
| 6  | ¿Cuánto cuesta una limpieza dental en Barcelona?             | ·       | ·      | ·        | Foro + 2 cadenas               |
| 7  | Clínica dental con financiación en Gràcia                    | ·       | ·      | ·        | Odontolab Gràcia               |
| 8  | Dentista infantil en Gràcia                                  | ·       | ~      | ·        | Dental Montseny                |
| 9  | ¿Qué clínica dental de Barcelona tiene mejores opiniones?    | ·       | ·      | ·        | Doctoralia (agregado)          |
| 10 | Dentista que hable inglés en Barcelona                       | ·       | ·      | ·        | 2 clínicas del Eixample        |
| 11 | ¿Cuánto tarda un implante dental de principio a fin?         | ·       | ·      | ·        | Blog de una cadena             |
| 12 | ¿Duele una endodoncia?                                       | ·       | ·      | ·        | Web del Colegio de Odontólogos |
| 13 | Precio de una corona de circonio en Barcelona                | ·       | ·      | ·        | Foro + 1 cadena                |
| 14 | ¿Qué es la periodoncia y cuándo hace falta?                  | ·       | ·      | ·        | Wikipedia + cadena             |
| 15 | Blanqueamiento dental en Gràcia, ¿dónde?                     | ·       | ·      | ·        | Odontolab Gràcia               |
| 16 | Dentista que atienda con seguro Adeslas en Gràcia            | ·       | ·      | ·        | Buscador de la aseguradora     |
| 17 | ¿Cada cuánto hay que ir al dentista?                         | ·       | ·      | ·        | Portales de salud              |

| #  | PREGUNTA                                                 | CHATGPT | GEMINI | PERPLEX. | A QUIÉN CITA            |
|----|----------------------------------------------------------|---------|--------|----------|-------------------------|
| 18 | Clínica dental con parking cerca de Gràcia               | .       | .      | .        | Google Maps             |
| 19 | ¿Qué hago si se me cae un empaste un festivo?            | .       | .      | .        | Portal de salud         |
| 20 | Dentista para mayores, con movilidad reducida, en Gràcia | .       | .      | .        | Nadie concreto          |
| 21 | ¿Los implantes los cubre la Seguridad Social?            | .       | .      | .        | Web oficial             |
| 22 | Primera visita gratis dentista Barcelona                 | .       | .      | .        | 3 cadenas               |
| 23 | Ortodoncia para adultos, ¿merece la pena?                | .       | .      | .        | Blog de cadena          |
| 24 | ¿Qué diferencia hay entre carillas y fundas?             | .       | .      | .        | Blog de cadena          |
| 25 | Clínica dental abierta en agosto en Barcelona            | .       | .      | .        | Nadie concreto          |
| 26 | Revisión dental para niños en el barrio de Gràcia        | ~       | .      | .        | Dental Montseny         |
| 27 | Dentista con cita el mismo día en Barcelona              | .       | .      | .        | Doctoralia              |
| 28 | ¿Qué preguntar en la primera visita al dentista?         | .       | .      | .        | Portales de salud       |
| 29 | Clínica dental Gràcia opiniones                          | .       | ~      | .        | Google Maps, Doctoralia |
| 30 | Presupuesto de implante dental sin compromiso Barcelona  | .       | .      | .        | 2 cadenas               |

**Resultado: 4 de 90.** Y las 4 veces, de pasada: os nombra sin teléfono, sin dirección y sin horario, porque no los encuentra en ningún sitio que sepa leer.

— LOS DOS COMPETIDORES

*Por qué salen ellos*

Dos clínicas de la misma zona, medidas con los mismos nueve bloques el mismo día. No son mejores dentistas: son más legibles.

| BLOQUE              | VOSOTROS | DENTAL MONTSENY | ODONTOLAB GRÀCIA |
|---------------------|----------|-----------------|------------------|
| Citabilidad / BLUF  | 22       | 65              | 40               |
| Datos estructurados | 15       | 70              | 25               |
| Frescura            | 30       | 55              | 48               |

| BLOQUE                     | VOSOTROS  | DENTAL MONTSENY | ODONTOLAB GRÀCIA |
|----------------------------|-----------|-----------------|------------------|
| Contenido citable          | 18        | 60              | 35               |
| E-E-A-T / entidades        | 35        | 62              | 40               |
| Reputación fuera de tu web | 58        | 70              | 66               |
| Técnico / indexabilidad    | 40        | 58              | 52               |
| Arquitectura               | 45        | 55              | 50               |
| Potencial de respuesta     | 20        | 50              | 30               |
| <b>Nota global</b>         | <b>30</b> | <b>62</b>       | <b>42</b>        |

**Dental Montseny os saca 32 puntos** y la mitad de la diferencia está en dos bloques: tienen ficha de negocio legible por máquina (70 frente a vuestro 15) y una primera frase que responde (65 frente a 22). Las dos cosas están en la primera ola del plan.

## — BLOQUE A BLOQUE

### *Qué se ha mirado, y con qué prueba*

Cada bloque dice qué se ha comprobado y qué ha contestado vuestra web, literal, para que no tengáis que fiaros de nuestra palabra. Si vuestro informático quiere las órdenes exactas para repetirlo él mismo, se las pasamos.

#### 1 Citabilidad / BLUF

peso 15% · **22/100**

La portada tarda 180 palabras en decir qué hacéis y dónde

##### QUÉ SE HA COMPROBADO

Leer las primeras 40 líneas de la portada, tal como las recibe un motor

##### QUÉ HA CONTESTADO VUESTRA WEB

```
<h1>Bienvenidos</h1>
```

```
<p>Llevamos más de veinte años cuidando de la  
sonrisa de nuestros pacientes con la máxima...</p>
```

**Qué significa.** Un motor de IA lee las primeras frases y decide si puede responder con ellas. «Bienvenidos» no responde a ninguna pregunta. Falta la frase que diga *qué* sois, *dónde* estáis y *para quién*, en la primera línea.

## 2 Datos estructurados

peso 15% · 15/100

No hay ficha de negocio que una máquina pueda leer

### QUÉ SE HA COMPROBADO

Contar las fichas de negocio en formato schema.org de la portada

### QUÉ HA CONTESTADO VUESTRA WEB

0

**Qué significa.** Sin `schema.org` de tipo `Dentist`, la IA no tiene dirección, horario, teléfono ni servicios en un formato que entienda. Tiene que adivinarlo del texto, y normalmente no lo hace: coge la ficha de un directorio.

## 3 Frescura

peso 12% · 30/100

El último contenido nuevo es de hace 14 meses

### QUÉ SE HA COMPROBADO

Mirar las tres fechas de última modificación más recientes del mapa web

### QUÉ HA CONTESTADO VUESTRA WEB

`<lastmod>2025-07-18</lastmod>`

`<lastmod>2025-07-18</lastmod>`

`<lastmod>2025-07-18</lastmod>`

**Qué significa.** Las tres fechas son iguales: el sitemap se generó una vez y no se ha tocado. Los motores usan la frescura para decidir a quién citan en preguntas con precio, horario o disponibilidad.

## 4 Contenido citable

peso 12% · 18/100

Ninguna página responde a una pregunta concreta

### QUÉ SE HA COMPROBADO

Revisión manual de las 9 páginas publicadas

### QUÉ HA CONTESTADO VUESTRA WEB

7 páginas de servicio (texto comercial), 1 de contacto, 1 de equipo. Cero preguntas respondidas, cero precios, cero plazos.

**Qué significa.** Las IA citan párrafos que responden. «Implantes dentales» no es una respuesta; «Cuánto tarda un implante dental y qué pasa mientras» sí lo es. Es lo que más mueve la aguja y lo que nadie de vuestro sector hace.

## 5 E-E-A-T / entidades

peso 12% · 35/100

Los profesionales no tienen nombre ni número de colegiado

### QUÉ SE HA COMPROBADO

Buscar números de colegiado en la página de equipo

### QUÉ HA CONTESTADO VUESTRA WEB

(sin resultados)

**Qué significa.** En salud, esto pesa el doble. Sin nombre, titulación y número de colegiado, no hay autoridad que un motor pueda verificar, y en temas de salud los motores son especialmente conservadores.

## 6 Reputación fuera de tu web

peso 12% · 58/100

Buena en reseñas, inexistente en el resto

### QUÉ SE HA COMPROBADO

Búsqueda de menciones en directorios y prensa local

### QUÉ HA CONTESTADO VUESTRA WEB

Google Business Profile: 184 reseñas, 4,7 ★ (bien)

Directorios sanitarios: ficha incompleta, sin web

Prensa local / blogs: 0 menciones

**Qué significa.** Esta es vuestra mejor nota, y es la que menos depende de la web. Las reseñas ya trabajan a favor; lo que falta es que el resto de internet confirme que existís.

## 7 Técnico / indexabilidad

peso 10% · 40/100

El robots.txt deja pasar a Google pero no a las IA

### QUÉ SE HA COMPROBADO

Pedir la portada identificándonos como GPTBot, el rastreador de ChatGPT

### QUÉ HA CONTESTADO VUESTRA WEB

403

**Qué significa.** Es el arreglo más barato de todo el informe: una línea. Mientras esté así, todo lo demás da igual, porque los rastreadores de IA no llegan a leerlo.

Todo cuelga de la portada, sin jerarquía

QUÉ SE HA COMPROBADO

Contar las páginas declaradas en el mapa web

QUÉ HA CONTESTADO VUESTRA WEB

9

**Qué significa.** Nueve páginas planas. No hay agrupación por servicio ni migas de pan, así que un motor no sabe qué es principal y qué es accesorio.

## 9 Potencial de respuesta

peso 6% · 20/100

No hay ninguna pregunta frecuente publicada

QUÉ SE HA COMPROBADO

Revisión manual + búsqueda de FAQPage

QUÉ HA CONTESTADO VUESTRA WEB

Bloques de preguntas frecuentes: 0

Schema FAQPage: 0

**Qué significa.** Es la forma más directa de que te citen: pregunta literal, respuesta corta debajo. Sin esto, la IA tiene que construir la respuesta por su cuenta, y prefiere hacerlo con quien ya se la ha dado hecha.

— EL PLAN DE MEJORAS

## Qué hacer, en qué orden y quién lo hace

Trece cosas en tres olas. El orden no es por dificultad: es por dependencia. Mientras el robots.txt bloquee, todo lo demás da igual, porque nadie lo lee.

**Cuánto dura.** Desde que aprobáis el presupuesto, las dos primeras olas —que son las que mueven la nota— llevan **unas seis semanas**. La tercera no termina: es mantenimiento.

**Tres cosas dependen de vosotros**, y están marcadas en la columna de quién lo hace: los datos de colegiado de cada profesional, la validación de las diez preguntas frecuentes y la decisión sobre publicar precios. Si llegan dentro de la semana que indica el plan, la fecha se mantiene. Si se retrasan, **todo lo que va detrás se desplaza el mismo tiempo**, porque va encadenado.

Y son semanas de calendario, no de dedicación: nadie está seis semanas seguidas con esto. Lo que hay en la columna «esfuerzo» son las horas reales.

## Ola 1 · Lo que desbloquea todo lo demás

PRIMERA SEMANA

| # | QUÉ HAY QUE HACER, Y POR QUÉ                                                                                                                                                  | IMPACTO | ESFUERZO           | QUIÉN LO HACE                        | CUÁNDO   |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------------|--------------------------------------|----------|
| 1 | <b>Quitar el bloqueo de los rastreadores de IA en robots.txt</b><br>Mientras devuelva 403, ChatGPT, Claude y Perplexity no pueden leer la web. Todo lo demás depende de esto. | ALTO    | 5 minutos          | Nosotros o vuestro informático       | Día 1    |
| 2 | <b>Reescribir la primera frase de la portada</b><br>Que diga qué sois, dónde estáis y para quién, antes que ninguna otra cosa. Es la frase que la IA copia.                   | ALTO    | 2 horas            | Nosotros                             | Días 1–2 |
| 3 | <b>Publicar la ficha Dentist en schema.org</b><br>Dirección, teléfono, horario, servicios y seguros aceptados en un formato que la máquina lee sin adivinar.                  | ALTO    | 3 horas            | Nosotros (fichero listo en el anexo) | Semana 1 |
| 4 | <b>Poner nombre, titulación y número de colegiado a cada profesional</b><br>En salud, la autoridad verificable pesa el doble. Sin esto los motores no citan.                  | ALTO    | Vuestro: los datos | Vosotros nos los pasáis              | Semana 1 |
| 5 | <b>Arreglar el sitemap.xml y las fechas</b><br>Nueve URL con la misma fecha de hace 14 meses le dicen al motor que la web está abandonada.                                    | MEDIO   | 2 horas            | Nosotros                             | Semana 1 |

## Ola 2 · Lo que os hace citables

SEMANAS 2 A 5

| # | QUÉ HAY QUE HACER, Y POR QUÉ                                                                                                                                                              | IMPACTO | ESFUERZO         | QUIÉN LO HACE                          | CUÁNDO      |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------------|----------------------------------------|-------------|
| 6 | <b>Diez preguntas frecuentes reales, con su FAQPage</b><br>Es la vía más directa a que te citen: pregunta literal, respuesta corta debajo. Las diez salen de este informe.                | ALTO    | 2 semanas        | Nosotros escribimos, vosotros validáis | Semanas 2–3 |
| 7 | <b>Una página por servicio, respondiendo una pregunta cada una</b><br>«Implantes» no es una respuesta. «Cuánto tarda un implante y qué pasa mientras» sí. Siete páginas, siete preguntas. | ALTO    | 3 semanas        | Nosotros                               | Semanas 3–5 |
| 8 | <b>Precios de referencia o horquillas</b><br>Seis de las treinta preguntas eran de precio y no salís en ninguna. Quien publica horquilla, sale.                                           | ALTO    | Vuestra decisión | Vosotros decidís, nosotros redactamos  | Semana 4    |
| 9 | <b>Completar la ficha de Google Business y los directorios sanitarios</b><br>Es vuestra mejor nota y está a medias: la ficha no enlaza la web.                                            | MEDIO   | 1 día            | Nosotros, con vuestro acceso           | Semana 5    |

| #  | QUÉ HAY QUE HACER, Y POR QUÉ                                                                             | IMPACTO | ESFUERZO | QUIÉN LO HACE                        | CUÁNDO   |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|--------------------------------------|----------|
| 10 | <b>Publicar llms.txt</b><br>Un índice en lenguaje llano de qué hay en la web y qué responde cada página. | MEDIO   | 2 horas  | Nosotros (fichero listo en el anexo) | Semana 5 |

Ola 3 · Lo que lo sostiene

A PARTIR DE LA SEMANA 6

| #  | QUÉ HAY QUE HACER, Y POR QUÉ                                                                                                                         | IMPACTO | ESFUERZO | QUIÉN LO HACE              | CUÁNDO         |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|----------------------------|----------------|
| 11 | <b>Un artículo al mes que responda una pregunta del barrio</b><br>La frescura es el 12% de la nota y hoy está en 30. Un artículo al mes la sostiene. | MEDIO   | Continuo | Nosotros o vosotros        | Desde el mes 2 |
| 12 | <b>Jerarquía: agrupar por servicio, con migas de pan</b><br>Para que el motor sepa qué es principal y qué accesorio.                                 | BAJO    | 1 semana | Nosotros                   | Semana 6       |
| 13 | <b>Medir cada mes si os citan, y a quién citan en vuestro lugar</b><br>Las mismas 30 preguntas, cada mes, para ver si la aguja se mueve.             | MEDIO   | Continuo | Nosotros (servicio aparte) | Desde el mes 2 |

— ANEXO · FICHEROS YA ESCRITOS

Listos para instalar

Esto no es un ejemplo de cómo se haría: es el fichero, escrito para vuestra web, para que lo instaléis vosotros, vuestro informático, o nosotros. Lo que va entre corchetes son datos vuestros que no tenemos.

En este ejemplo los ficheros van cortados, y se ve dónde. En vuestro informe van enteros.

1. robots.txt

Sustituye el fichero entero. La línea que os bloqueaba era `Disallow: /` dentro de un bloque `User-agent: *` que también afectaba a los rastreadores de IA.

```
User-agent: *
Allow: /

User-agent: GPTBot
Allow: /

User-agent: OAI-SearchBot
Allow: /

... el fichero entero, escrito para vuestra web, va dentro de vuestro informe
```

## 2. llms.txt

Va en la raíz, junto al `robots.txt`. Es un índice en lenguaje llano: le dice a un modelo qué hay en la web y qué responde cada página.

```
# Clínica Dental Montsol

> Clínica dental de barrio en Gràcia (Barcelona). Odontología general,
> implantes, ortodoncia y odontopediatría. Atención en catalán,
> castellano e inglés.

## Lo esencial
- Dirección: [calle y número], 08012 Barcelona (Gràcia)
- Teléfono: [teléfono] · Urgencias: [teléfono]
```

... el fichero entero, escrito para vuestra web, va dentro de vuestro informe

## 3. Ficha schema.org Dentist (JSON-LD)

Va dentro del `<head>` de la portada, en una etiqueta `<script type="application/ld+json">`. Rellenad los campos entre corchetes.

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Dentist",
  "name": "Clínica Dental Montsol",
  "url": "https://clinicamontsol.example/",
  "telephone": "[+34 ...]",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "streetAddress": "[calle y número]",
    "addressLocality": "Barcelona",
    "postalCode": "08012",
```

... el fichero entero, escrito para vuestra web, va dentro de vuestro informe

## 4. La primera frase de la portada

Sustituye a «Bienvenidos». Es la frase que los motores copian cuando responden a «dentista en Gràcia».

```
<h1>Clínica dental en Gràcia, Barcelona</h1>

<p>Somos una clínica dental de barrio en Gràcia (Barcelona).
```

... el fichero entero, escrito para vuestra web, va dentro de vuestro informe

— VERDADES INCÓMODAS

# Lo que este informe no arregla

**Salir citado no es tener más pacientes.** Es estar en la lista cuando alguien pregunta. Lo que pase después depende de vuestra web, de vuestro teléfono y de vuestra clínica, y eso no lo mide ninguna herramienta.

**Las cadenas tienen más presupuesto de contenido que vosotros.** En preguntas genéricas («¿duele una endodoncia?») van a seguir ganando. Vuestro terreno son las preguntas con barrio, con horario y con nombre propio, y ahí hoy no compite nadie.

**Los motores cambian sin avisar.** Estas 30 respuestas son del 22 de septiembre de 2026. Dentro de tres meses pueden ser otras, y no porque hayáis hecho nada. Por eso la última línea del plan es medirlo cada mes.

**En salud, los motores son conservadores a propósito.** Hasta que no haya nombre, titulación y número de colegiado publicados, hay un techo que no se pasa por mucho contenido que se escriba.

---

## — METODOLOGÍA Y LÍMITES

### *Cómo se ha hecho*

**Lo automático.** Las comprobaciones técnicas se hacen con una herramienta propia que solo hace peticiones de lectura: no toca nada de la web. Se identifica con los agentes reales de cada motor (GPTBot, OAI-SearchBot, ChatGPT-User, ClaudeBot, Claude-User, PerplexityBot, Googlebot y Bingbot) y guarda la respuesta literal.

**Lo manual.** Las 30 preguntas se escriben a mano para vuestro negocio y vuestra zona, y se hacen a los tres motores el mismo día. La comparación con los dos competidores se hace con los mismos nueve bloques.

**Los límites.** Un motor de IA no da siempre la misma respuesta a la misma pregunta: estas son las de un día concreto, no una media. No medimos visitas ni ventas, porque desde fuera no se pueden ver. Y no entramos en las partes de la web que piden contraseña.

## — QUÉ SIGUE

### *Tres caminos, y los tres son legítimos*

#### 1. Lo hacéis vosotros con este informe

Todo lo que hay que hacer está aquí, en orden, y los ficheros del anexo están escritos. No hace falta volver a contratarnos. Si os quedáis con esto, el informe ya ha hecho su trabajo.

## 2. Lo hacemos nosotros, a precio cerrado

Os decimos antes de empezar qué arreglamos, qué no, y qué accesos necesitamos. Precio cerrado, sin horas abiertas, y con las fechas del plan por escrito. El precio de este informe no se descuenta del presupuesto: son dos trabajos distintos, y este ya lo habéis recibido entero.

## 3. Lo hace vuestro equipo técnico, con nuestras fichas

Si tenéis informático o la web la lleva otra empresa, cada punto del plan lleva la ficha técnica para que lo ejecuten ellos. Si queréis, revisamos el resultado cuando acaben.

Y, decidáis lo que decidáis: si dentro de seis meses queréis saber si la aguja se ha movido, se repiten las mismas 30 preguntas y se comparan con las de hoy. Es la única forma de saberlo.