

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

Apuesta: Economía solidaria y trabajo digno.

Programa de desarrollo de estrategias comerciales nacionales e internacionales.

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

3J01 CEDECOM Micro y pequeñas empresas.

**Propuesta de mejora de negocio y plan estratégico de mercadotecnia para clínica de
rehabilitación especializada en fisioterapia.**

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Alejandro Martinez Olivares - Lic.Mercadotecnia

Frida Estefania Magaña Becerra- Lic. Hospitalidad y Turismo

Santiago Méndez Márquez- Lic. Finanzas

Sofía Navarro Aguilar- Lic. Diseño Integral

Profesora PAP: Mtra. Sofía Guadalupe Lepe Navarro

Tlaquepaque, Jalisco mayo de 2023.

REPORTE PAP

ÍNDICE

REPORTE PAP	0
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	3
1. Introducción	3
1.1 Antecedentes del proyecto y contexto	3
1.2 Diagnóstico inicial	9
INTERPRETACIÓN DEL CUESTIONARIO	10
Respuesta empresarios	11
Imágen#1. Respuesta de empresarios	11
Análisis general del cuestionario	14
Análisis específico por áreas	15
FODA INICIAL	20
1.3 Problemática u oportunidad detectada	21
1.4 Objetivo general	21
1.5 Objetivos específicos	22
2. Planeación y seguimiento del proyecto.	22
2.3 Productos y entregables	24
3. Desarrollo	25
3.2.1 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados	27
Entrevista inicial con los empresarios	28
Propuesta de Proyecto	28
Cuestionario de diagnóstico	31
Análisis de la industria y tendencias	31
Junta con empresario	32
Guía de topicos para Mystery Shopper	32
FODA Simple	90
FODA Estratégico	90
CANVAS	93
Estrategia de MKT Digital	95
Brief de comunicación	96
FODA Digital	99
Objetivos de MKT Digital	100

Buyer Persona	101
Manual de Gestión de Redes Sociales	105
Calendario de contenidos	111
Junta de aprobación de contenidos	112
Apertura de red social LinkedIn	112
Grabación en locaciones	112
Edición de contenido	113
Solicitar acceso a las cuenta	113
Junta de aprobación de contenidos	113
Publicación de contenidos	113
Descripción de puesto de Community Manager	114
DESCRIPCIÓN DE PUESTO	114
Definición de promoinstrumentos	122
Estrategia de relaciones públicas	127
Folleto de publicidad	134
Estrategia de ventas personales	136
Presentación comercial	141
4. Reflexiones del alumno	142
5. Conclusiones y recomendaciones	147
6. Bibliografía	150
7. Anexos	151

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

En el presente trabajo de investigación, se describe el plan de estrategias de mejora de la clínica de rehabilitación BIODINESIC Un plan que consta de varios elementos y herramientas desarrolladas para el buen funcionamiento del plan de mercadotecnia digital y offline. Teniendo como objetivos principales: Una estrategia comercial para la apertura de sucursales con un plan de marketing para redes sociales, imagen de la marca y sucursales y estrategia de relaciones públicas. Así mismo, identificar los puntos para elaborar el plan estratégico de comunicación enfocado en el crecimiento de BIODINESIC

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

A continuación se presentarán antecedentes de la industria y de la clínica Biokinesic, la cual es el escenario en el que se trabajará a lo largo de todo el proyecto de PAP. Datos que serán de ayuda para entender el contexto del trabajo y para comprender los temas que se presentarán a continuación en el documento, el cual tiene como objetivo ayudar a los empresarios de Biokinesic a tomar futuras decisiones. Para comenzar, ¿Qué es la rehabilitación?

¿Quién nunca se ha lastimado y requerido de un tratamiento profesional para sanarse? En realidad, se podría decir que casi la mayoría de las personas han pasado por eso. Por lo que, a continuación se explicará acerca del tema, sus tendencias y los orígenes de la rehabilitación física.

La fisioterapia o rehabilitación física es una ciencia mucho más antigua de lo que se supone y para conocer su origen tenemos que remontarnos casi a la época de la prehistoria en donde el hombre primitivo ya utilizaba “tratamientos” basados en masajes para aliviar sus malestares. Además, se tiene constancia de que en la Antigua China los masajes y la respiración ya se utilizaban con fines terapéuticos (Martinez, 2021). También en Egipto se encontraron dibujos en tumbas que datan de dos milenios antes de nuestra era, en donde se aprecian dibujos de ejercicios corporales y masajes aplicados a soldados y mujeres de la corte del faraón.

La rehabilitación como se conoce en la actualidad, surge desde mediados del siglo XIX, el auge procede de etapas importantes como la primera y segunda guerra mundial, en las cuales, las múltiples lesiones ocasionadas en batalla necesitaban contar con profesionales que ayudarían al dolor, salvaran la vida y rehabilitaran a los miembros de los ejércitos.

La rehabilitación en el país

La rehabilitación en México ha crecido a lo largo de los años, teniendo cambios paulatinos que se fueron consolidando hace algunos años. La preparación de los fisioterapeutas mexicanos ha transitado de forma importante al grado que hoy se ha profesionalizado a niveles que antes no se pensaban (Martinez, 2021).

La rehabilitación física es la disciplina que se encarga de sanar y recuperar al máximo, todas las capacidades motrices de un individuo que ha sido afectado por una lesión o enfermedad. Todo esto con el objetivo de que éste pueda reintegrarse a sus actividades rutinarias y pueda ser autónomo (ULC, 2019).

Según la OMS (Organización Mundial de la Salud) la tendencia es que aumentará la demanda del servicio. El dolor lumbar, es el padecimiento que más se atienden en las Unidades de Medicina Física y Rehabilitación.

¿Qué genera la fisioterapia en México?

Se ha detectado en la sociedad mexicana un aumento en interés sobre la prevención de patologías y en la mejora de la calidad de vida, y esta tendencia es bastante visible por lo que el mercado va a la alza.

La fisioterapia es una carrera con un gran potencial, ya que conforme la medicina va avanzando y hay un aumento en padecimientos con nuevos posibles tratamientos, se ha incrementado la necesidad de fisioterapeutas para ayudar a mejorar la calidad de vida de los pacientes.

En el país, los recién egresados de esta carrera generan aproximadamente entre \$9,000 y \$13,000 mxn mensuales y el 85% de los egresados se colocan en el mercado laboral (IPETH, 2017), pero uno de los principales problemas es que en el país hay muy pocos egresados y la casi no hay instituciones de buena calidad.

El IMSS considera la fisioterapia como el pilar de la rehabilitación en sus hospitales y clínicas, se ha comprobado que la calidad de vida de los pacientes tratados a manos de los profesionales ha aumentado y esto ha generado interés en el gobierno, por lo que cada vez se está invirtiendo en la educación y a fomentar esta ciencia, de hecho, en los últimos años se ha implementado esta carrera en casi todas las universidades públicas de las ciudades grandes del país.

Como cualquier mercado la rehabilitación física va innovando y modernizando conforme a lo que el mercado necesita, por lo que algunas tendencias relevantes dentro de este sector son:

La recuperación del ejercicio físico como corriente central gracias al parálisis de movimiento generada por casi tres años del efecto de la pandemia. El crecimiento en el mercado de enfermería especializada y de rehabilitación para tener un mejor cuidado del cuerpo. Los programas para aumentar la movilidad por parte del gobierno para mejorar la salud de los ciudadanos con programas sociales. Rehab en casa es decir la rehabilitación desde casa a través de programas virtuales en lo que se asignan ejercicios desde el hogar con retroalimentación semanal.

Uso de Kinesio Tape, es una fina venda elástica hecha de algodón que tiene la particularidad de poder estirarse hasta 130-140% de su longitud original. Contiene una capa fina de pegamento de uso médico para poder adherirse a la piel. El fin de que sea un material con la capacidad de estirar es por la tracción que ejerce en la zona afectada corrigiendo su función correcta en casos donde haya una amplitud de movimiento. El adhesivo permite que permanezca en la zona y ejerza su efecto sin moverse del lugar en donde se colocó. A su vez produce una estimulación de los mecanorreceptores que mejora significativamente la propiocepción y produce una gran mejora a nivel articular y muscular.

Se desarrollan nuevas técnicas como la punción. Se trata de una técnica, de las denominadas invasivas porque se introduciría una aguja parecida a las que se usan en disciplinas como la acupuntura que relajaría el llamado punto gatillo, es decir, el lugar concreto de dolor donde se concentran las sobrecargas. Con ello, se produce una pequeña rotura de las fibras musculares relajando la zona.

Masoterapia, masajes neuromusculares, así como los drenajes o masajes deportivos han tenido gran relevancia en pacientes que han padecido el coronavirus. Sin duda, la combinación de distintas técnicas manuales es clave para el tratamiento de las lesiones. No solamente se utilizará para lesiones, sino para enfermedades y otros temas de salud.

Tecnologías como el Láser Q-Switched dentro de la aparatología estética láser. Éste usa un interruptor de estado cuántico (el Q-switch) para poder generar pulsos de luz muy cortos y de alta intensidad, lo que viene perfecto para tratamientos en los que se necesita una energía muy alta. Este láser se utiliza para la eliminación de los tatuajes, las arrugas y algunos tratamientos de la piel, como la eliminación de manchas, el acné o la rosácea. Con este láser, también se puede trabajar a longitudes de onda específicas, lo que hace que sea el aparato ideal para eliminar tatuajes y manchas.

La Plataforma M22, es una de las plataformas lumínicas más avanzadas. Las dos fuentes de luz tienen dos funciones distintas. Mientras que el láser fraccionado se encarga de crear un daño controlado en la piel eliminando las partes necesarias y estimular la producción de colágeno y fibras de elastina, la IPL se encarga de la pigmentación y la hemoglobina.

PESTEL INDUSTRIA DE REHABILITACIÓN FÍSICA ESPECIALIZADA

El análisis Pestel es un análisis descriptivo de cómo está el contexto de la empresa, refiriéndonos a aquellos elementos externos que afectan tanto positiva como negativamente al negocio.

Dentro de este análisis PESTEL se encuentran las áreas que pueden afectar directa o indirectamente a la empresa, en el cual se profundiza con los elementos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales.

Un análisis del entorno como este es de suma importancia más ahora que las tendencias de este sector va en aumento a gran velocidad, por lo que esto es crucial para así formular estrategias de corto, mediano o largo plazo.

Tabla #1. PESTEL

Factores de Análisis	Descripción	Fuente
POLÍTICO	<p>Oportunidades: El gobierno, a través del IMSS, se ha dado cuenta que la fisioterapia es crucial en el País y se está fomentando esta profesión a través de cursos y escuelas de gobierno.</p>	<p>Estudiar Fisioterapia, la carrera del futuro en sector salud Universidad del Desarrollo Profesional. (s. f). https://unidep.mx/estudiar-fisioterapia-la-carrera-del-futuro-en-sector-salud</p> <p>La fisioterapia, uno de los pilares de la rehabilitación en el IMSS. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 31 de enero de 2023, de http://www.imss.gob.mx/prensa/archivo/202009/620</p>
ECONÓMICO	<p>Oportunidades: los recién egresados de esta carrera generan aproximadamente entre \$9,000 y \$13,000 mxn mensuales y el 85% de los egresados se colocan en el mercado laboral</p> <p>Amenazas: en el país hay muy pocos egresados y casi no hay instituciones de buena calidad.</p>	<p>Economista, E. (2022, agosto 28). Fisioterapia, carrera con gran potencial. El Economista. https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Fisioterapia-carrera-con-gran-potencial-20130529-0194.html</p>
SOCIAL	<p>Oportunidades: Tendencias por el cuidado del cuerpo, aumento de la práctica de deporte, trabajos con esfuerzos físicos, uso de medicamentos.</p> <p>El 6% de la población mexicana tiene alguna discapacidad neurológica y motriz, pero esa</p>	<p>Economista, E. (2022, agosto 28). Fisioterapia, carrera con gran potencial. El Economista. https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Fisioterapia-carrera-con-gran-potencial-20130529-0194.html</p>

	<p>proporción llega a 50% en personas mayores de 60 años Conforme se eleva la esperanza de vida y el envejecimiento poblacional</p> <p>Amenazas:A pesar del creciente interés en los mexicanos, falta todavía bastante camino que recorrer para que se tome esta profesión como debe ser.</p>	
TECNOLÓGICO	<p>Oportunidades:Avances para la mejora de equipo de rehabilitación como el Kinesio Tape, la mesoterapia, Láser Q-Switched y plataformas M22 (Todo explicado en su respectiva sección)</p> <p>Amenazas: La mayoría de las prácticas de los fisioterapeutas han sido a través de técnicas físicas, hay poco conocimiento sobre la aplicación de dichas tecnologías.</p>	<p>5 Biggest Physical Therapy Trends in 2022 - Exer Blog. (s. f.). https://www.exer.ai/posts/biggest-physical-therapy-trends-in-2022</p>
ECOLÓGICO	<p>Oportunidades: Conciencia del buen uso de agua y productos biodegradables, energías reutilizables.</p> <p>Amenazas: Productos de baja calidad debido al efecto que tienen en el planeta.</p>	<p>J. (s. f.). La fisioterapia y su impacto en el medio ambiente. Scribd. https://es.scribd.com/document/491206866/La-fisioterapia-y-su-impacto-en-el-medio-ambiente</p>
LEGAL	<p>Oportunidades: Certificaciones para los fisioterapeutas que comprueben el cumplimiento y la calidad del servicio ofrecido.</p>	<p>IACES México. (s. f.). Certificaciones. https://iacesmexico.mx/certificaciones/</p>

Fuente elaboración propia

Tras contextualizar el significado y origen de la rehabilitación, resulta relevante presentar los antecedentes de la empresa que se trabajará durante el presente proyecto de PAP:

Biokinesic es una clínica especializada en la rehabilitación física integral y la salud de los clientes es su prioridad. Son especialistas en terapia manual kinesiológica y osteopática, así como en ejercicio terapéutico funcional. Así mismo ayudan a obtener resultados deseados en el menor tiempo posible.

Cuentan con sucursales en Puerto Vallarta, Manzanillo, Guadalajara y Zapopan. Con más de 6 años de experiencia brindando calidad y personalización a los servicios que ofrecen con el objetivo de ser los número uno y seguir creciendo. También forman a terapeutas físicos a través de modelos educativos tecnológicos e innovadores.

Su visión es ser la empresa de rehabilitación física número uno en México y Latinoamérica, siendo reconocida por su alta calidad en los tratamientos, excelencia en la atención al cliente y por la formación del mayor número de terapeutas.

Biokinesic ofrece una amplia gama de servicios de calidad, brindados por un grupo de especialistas, servicios como :

- Valoración clínica
- Terapia física
- Descargas musculares
- Entrenamiento personalizado
- Masajes
- Consultas con especialistas traumatólogos y neurocirujano
-

1.2 Diagnóstico inicial

Para comenzar, se aplicó a la empresa un diagnóstico inicial el cual es un proceso en el que el empresario califica su negocio en diferentes ámbitos y después se le hace una interpretación para ver en donde está colocada la empresa en ese momento. Conocer cómo está la empresa permite al empresario y a los especialistas elegir la mejor estrategia en la cual se basó este proyecto para impulsar el crecimiento de BOKINESIC

INTERPRETACIÓN DEL CUESTIONARIO

Se realizó un cuestionario aplicado a los empresarios para hacer un análisis general de la empresa para poder conocer las fortalezas y las debilidades de la empresa. Se tomaron en cuenta los siguientes criterios para calificar el puntaje de cada pregunta

Tabla #2. Criterios nivel de profundidad

CALIFICACIÓN	%	NIVEL	CRITERIOS NIVEL DE PROFUNDIDAD	
			MEDIO	ALTO
10	Se cumple de un 76% a un 100%	ALTO	Los documentos, las actividades, los tangibles y los resultados son los óptimos.	Lo conoce todo el personal y se aplica en su totalidad, siempre, formal y por escrito, se actualiza en forma constante, es eficiente en su totalidad.
8	Se cumple de un 51% a un 75%	MEDIO - ALTO	Se tienen los documentos, se realizan las actividades y los tangibles y los resultados son suficientes y con posibilidades de mejorar.	Se tiene por escrito de manera formal, no se actualizan, casi siempre lo uso pero no en su totalidad, está por consolidarse.
6	Se cumple de un 26% a un 50%	MEDIO	Se tienen los documentos, las actividades se realizan parcialmente, pero los tangibles y resultados no son verificables.	Se cuenta con ello y se lleva a cabo de manera informal, pero no se lleva a la práctica, a veces eficiente.
4	Se cumple de un 1% a un 25%	BAJO	Cuando los documentos y actividades son informales e improvisados y no hay angibles y resultados.	No se utiliza, parcialmente por escrito en algunos puntos, casi desconocido por el personal, poco, casi nulo, si pero no actualizado.
2	Se cumple en un 0%	NULO	Es una omisión de documentos, ctividades, tangibles, ni resultados.	No, es informal, desconocimiento del personal, no existe, ninguno, lo desconoce, no lo hace.

Fuente: Cuestionario de diagnóstico por áreas

Respuesta empresarios

Imágen#1. Respuesta de empresarios

1. ADMINISTRACIÓN

1.1 Estructura Organizacional

1. ¿Cuenta con organigrama general de la empresa?
2. ¿Cuenta con descripciones y perfiles de puestos por escrito?

16 /20

					VALORES
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	8

1.2 Planeación Estratégica

1. ¿La empresa ha definido su misión vision valores y politicas?
2. ¿Son conocidas por todo el personal?
3. ¿Tiene objetivos y metas generales y por área?
4. ¿Participa el personal directivo en la definición de la planeación?

38 /40

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	10

1.3 Toma de Decisiones

1. ¿El empresario cuenta con experiencia y formación adecuada?
2. ¿La toma de decisiones esta basada en un análisis financiero y no financiero?
3. ¿Los canales de comunicación existentes facilitan la toma de decisiones?

24 /30

2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	8

1.4 Políticas y Procedimientos

1. ¿Están claramente establecidas las políticas y procedimientos?
2. ¿Están escritos y se actualizan ?
3. ¿Existen medios para evaluar el desempeño de las áreas de la empresa?
4. ¿Cuenta con certificaciones de calidad oficiales o con un sistema de calidad?
5. ¿El servicio satisface los requerimientos del cliente?

40 /50

2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	10

1.5 Información Digital

8 /10

2	4	6	8	10	8
---	---	---	---	----	---

2. MERCADO

2.1 Comportamiento de las ventas

1. ¿Establece objetivos de ventas?
2. ¿Ha tenido incremento real en sus ventas en los últimos 2 años?
3. ¿Conoce las causas de las variaciones en ventas?

28 /30

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	8

2.2 Clientes

1. ¿Puede definir quien es el cliente?
2. ¿Sabe por que prefiere su producto?
3. ¿En qué medida conoce los hábitos de compra de sus clientes?
4. ¿Cuenta la empresa con análisis de compra de sus clientes?

34 /40

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	6

2.3 Competencia

1. ¿Sabe quien es su competencia?
2. ¿Conoce las estrategias de venta de la competencia? (precio, descuentos, promociones)
3. ¿Cuál es la posición de su producto frente a la competencia en cuanto a precio, calidad y servicio?
4. ¿Cuenta con canales de dstribucion efectivos? Mencionarlos

26 /40

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	

2.4 Estrategia de mercado

1. ¿Cuenta la empresa con políticas de ventas?
2. ¿Cuenta la empresa con estrategia de ventas?
3. ¿Conoce su participación en el mercado?

18 /30

2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	4

2.5 Información Digital

4 /10

2	4	6	8	10	4
---	---	---	---	----	---

3. FINANZAS

3.1 Contabilidad

1. ¿Prepara estados financieros están disponibles?	2	4	6	8	10	8
2. ¿Utiliza los estados financieros para toma de decisiones?	2	4	6	8	10	6
3. ¿Cuenta con contador externo?	2	4	6	8	10	10
4. ¿Se cuenta con un sistema de información para la definición del costo del producto?	2	4	6	8	10	8

32 /40

3.2 Rentabilidad

1. ¿Generó utilidad neta?	2	4	6	8	10	10
2. ¿Conoce su margen de utilidad sobre ventas?	2	4	6	8	10	8
3. ¿Conoce su punto de equilibrio?	2	4	6	8	10	10

28 /30

3.3 Estructura financiera

1. ¿Tiene créditos/financiamientos vigentes ?	2	4	6	8	10	2
2. ¿Si tiene financiamientos: puede cubrir los intereses con la utilidad antes de impuestos generada?	2	4	6	8	10	10
3. ¿Tiene algún problema para pagar sus mensualidades?	2	4	6	8	10	10

22 /30

3.4 Liquidez

1. ¿Los flujos de efectivo que genera la empresa alcanzan para cubrir las necesidades de capital de trabajo d	2	4	6	8	10	10
2. ¿Cuenta con liquidez para cubrir los compromisos de corto plazo?	2	4	6	8	10	10

20 /20

3.5 Generación y uso del flujo de efectivo

1. ¿Registra el flujo de efectivo ?	2	4	6	8	10	10
2. ¿Cómo pronostica sus necesidades de flujo de efectivo?	2	4	6	8	10	10
3. ¿Como lo utiliza para la toma de decisiones?	2	4	6	8	10	8

28 /30

3.6 Planeación financiera

1. ¿Prepara presupuestos?	2	4	6	8	10	8
2. ¿Mantiene una cartera sana con sus proveedores?	2	4	6	8	10	10
3. ¿Realiza sus cobros a clientes en tiempo y forma?	2	4	6	8	10	10
4. ¿Da seguimiento a las cuentas por cobrar que se encuentran vencidas?	2	4	6	8	10	10
5. ¿Cumple con las obligaciones fiscales?	2	4	6	8	10	10
6. ¿Cuenta con seguros y fianzas?	2	4	6	8	10	6

54 /60

3.7 Información Digital

	2	4	6	8	10	4
--	---	---	---	---	----	---

4 /10

4. COMERCIALIZACION/SERVICIO

4.1 Costos

1. ¿Conoce los costos directos e indirectos del proceso de comercialización?	2	4	6	8	10	10
2. ¿Obtiene las mercancías que comercializa facilmente?	2	4	6	8	10	10
3. ¿Hace cotizaciones de proveedores antes de adquirir las mercancías?	2	4	6	8	10	8
4. ¿El precio de venta del producto terminado se basa en un análisis de estructura de costos?	2	4	6	8	10	8

36 /40

4.2 Inventarios

1. ¿Cuenta con algún sistema de inventarios?	2	4	6	8	10	2
2. ¿Además de la mercancía exhibida, cuenta con almacén de mercancías balanceado?	2	4	6	8	10	2

4 /20

4.3 Distribución y localización comercial

1. ¿Cómo califica la localización comercial del negocio?	2	4	6	8	10	10
2. ¿ El cliente identifica claramente las líneas de productos?	2	4	6	8	10	8
3. ¿Cuenta con sistemas de distribución al cliente?	2	4	6	8	10	2

20 /30

4.4 Proceso Comercial

1. ¿Tiene definido y documentado su proceso comercial?	2	4	6	8	10	6
2. ¿Cuenta con fuerza de ventas?	2	4	6	8	10	4
3. ¿Tiene presupuestos de ventas?	2	4	6	8	10	6
4. ¿Los sistemas de los procesos compras y venta están automatizados?	2	4	6	8	10	6

22 /40

4.5 Calidad en el servicio

1. ¿Utiliza información estadística o encuestas de satisfacción para mejorar la calidad de su servicio?
2. ¿Cuenta por escrito con las especificaciones de calidad que debe tener el servicio?
3. ¿Se cuida la calidad desde la selección de los proveedores?
4. ¿La empresa registra y atiende las quejas de los clientes?

38 /40

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	10

4.6 Información Digital

8 /10

2	4	6	8	10	8
---	---	---	---	----	---

5. PRODUCCIÓN

5.1 Costos

1. ¿Conoce los costos directos e indirectos del proceso de producción?
2. ¿Hace cotizaciones de proveedores antes de adquirir la materia prima?

18 /20

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	8

5.2 Inventarios

1. ¿Cuenta con algún sistema de control de inventarios?
2. ¿Cuenta con almacén de materia prima, producción en proceso y de producto terminado?

4 /20

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2

5.3 Distribución de la planta

1. ¿La producción tiene un flujo lógico?
2. ¿Se identifican claramente las líneas de producción?
3. ¿Cuenta con todos los servicios y la infraestructura necesarios? (Agua, luz, internet)

26 /30

2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	10

5.4 Maquinaria y equipo

1. ¿Cuenta con mantenimiento preventivo y se aplica?
2. ¿Tiene potencial para incrementar el volumen de operación el negocio?

14 /20

2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	8

5.5 Sistema de producción

1. ¿Cuenta con manuales de operación?
2. ¿Cuenta con diagramas de operaciones de proceso y de flujo de materiales?
3. ¿El proceso de producción está automatizado?
4. ¿Conoce su capacidad instalada?
5. ¿Es óptima la relación entre la capacidad utilizada vs capacidad instalada?
6. ¿Existe un control sobre desperdicios y mermas?

40 /60

2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	

5.6 Tecnología de producción

1. ¿La tecnología empleada es adecuada a las actividades de la empresa?
2. ¿Cuenta con tecnología propia?
3. ¿La tecnología de la empresa corresponde a la empleada por la competencia?
4. ¿Cuenta con información sobre nuevos equipos y procesos aplicables a su empresa?
5. ¿Cuenta con investigación y desarrollo para productos, procesos y equipo?

34 /50

2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	4

5.7 Control Normativo / Control Ambiental

1. ¿Cuenta con permisos de instituciones correspondientes a su sector?
2. ¿Cuenta con equipos y mecanismos para cumplir con la normativa en materia ambiental?

20 /20

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	10

5.8 Calidad de Producción

1. ¿Es el producto confiable y funcional?
2. ¿Cuenta por escrito con las especificaciones de calidad que deben tener las materias primas?
3. ¿La empresa registra las fallas que ocurren en las etapas del proceso productivo y toma acciones al respecto?
4. ¿Toma en cuenta los tiempos de entrega del producto al cliente?

32 /40

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	8

5.9 Información Digital

6 /10

2	4	6	8	10	6
---	---	---	---	----	---

6. RECURSOS HUMANOS

6.1 Reclutamiento y selección

1. ¿Existe una política interna en materia de selección y contratación de personal?	2	4	6	8	10	8
2. ¿Cuenta con el proceso de convocatoria?	2	4	6	8	10	8
3. ¿Cuenta con procesos formales de reclutamiento y selección?	2	4	6	8	10	8
4. ¿Cuenta con procesos formales de contratación e inducción?	2	4	6	8	10	8

32 /40

6.2 Capacitación

1. ¿Cuenta con mecanismos para identificar las necesidades de capacitación que tiene la empresa?	2	4	6	8	10	10
2. ¿Cuenta con un programa de capacitación anual?	2	4	6	8	10	10
3. ¿Cuenta con evaluación de resultados de la capacitación?	2	4	6	8	10	6

26 /30

6.3 Permanencia

1. ¿La rotación del personal corresponde a los parámetros del sector?	2	4	6	8	10	10
2. ¿Se cuenta con un mecanismo para evaluar la posición de la empresa respecto al sector en cuanto a sueldos?	2	4	6	8	10	6

16 /20

6.4 Situación laboral

1. ¿Se cuenta con mecanismos para evaluar y mejorar el clima laboral?	2	4	6	8	10	6
2. ¿Como es la relación con el sindicato?	2	4	6	8	10	10

16 /20

6.5 Información Digital

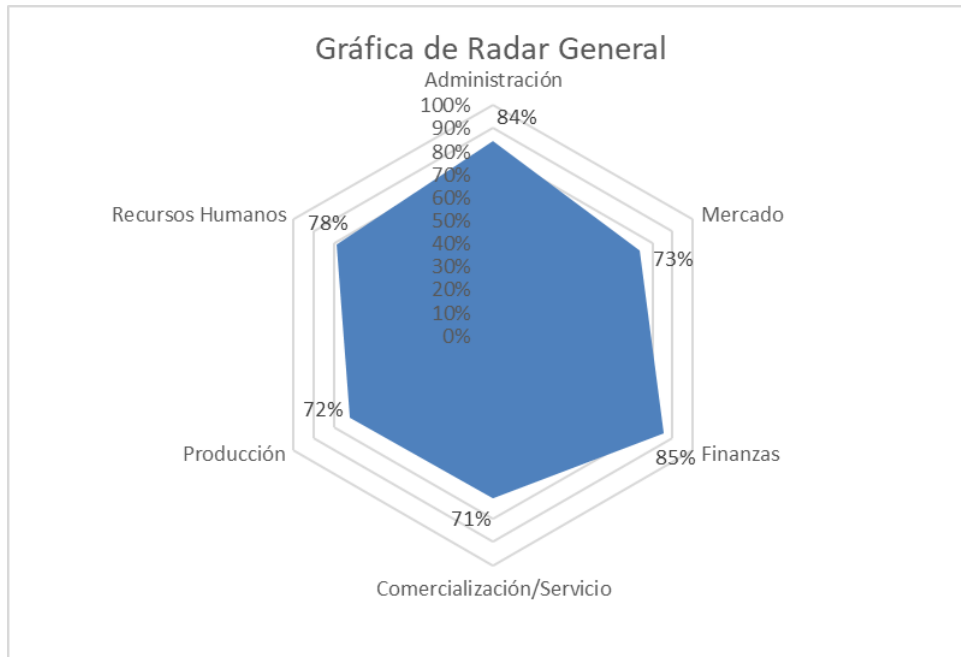
	2	4	6	8	10	4
--	---	---	---	---	----	---

4 /10

Análisis general del cuestionario

Con los datos obtenidos se pudo analizar que el área más fuerte de la empresa es la de finanzas, seguida de administración y con puntuación más baja se encuentra el área de producción.

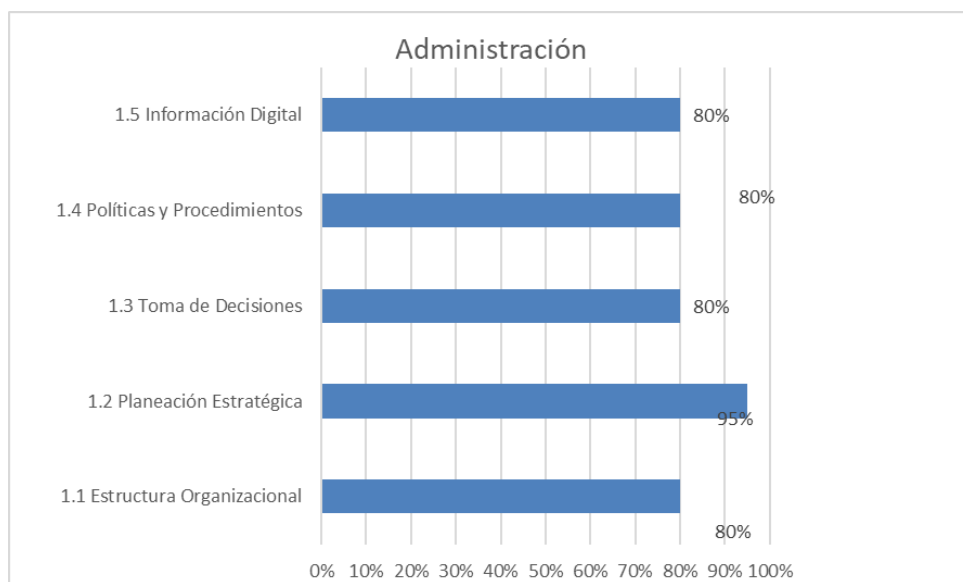
Gráfica #1. Radar General



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el empresario

Análisis específico por áreas

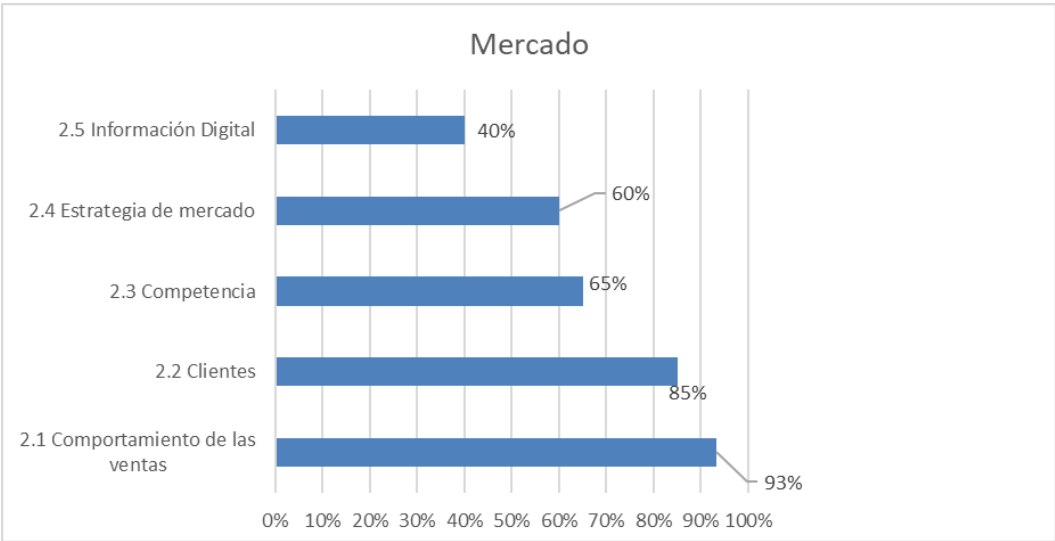
Gráfica #2. Análisis de Administración



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el empresario

En el área de administración se tienen definidos los la misión y la visión de la empresa, lo cual indica que se tiene un plan estratégico a seguir para lograr los objetivos de la empresa, sin embargo la toma de decisiones se no siempre se decide en base a un análisis financiero. No se tiene un certificado de calidad por parte de instituciones oficiales.

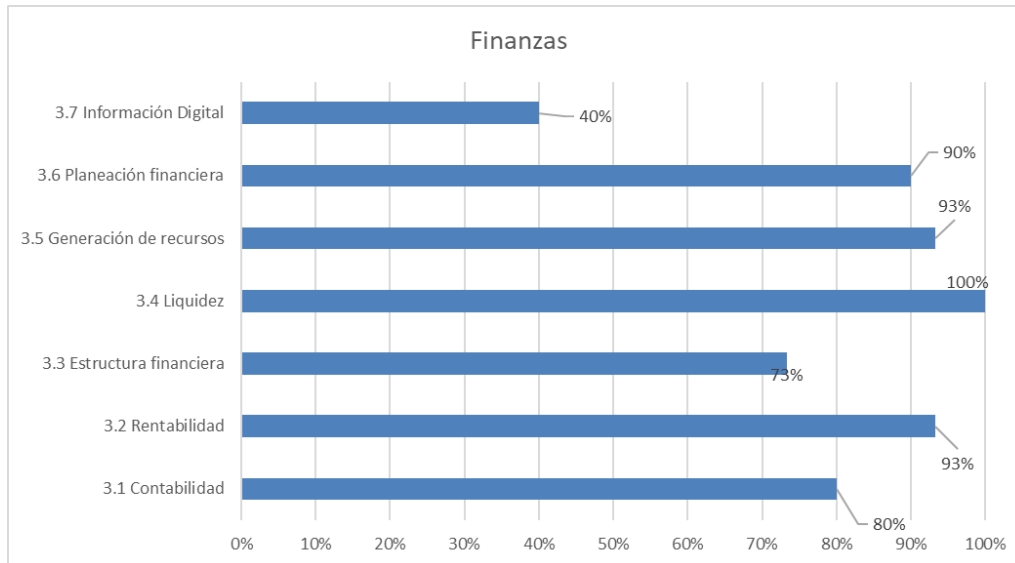
Gráfica #3. Análisis de Mercado



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el empresario

En el área de mercado no se tiene conocimiento de las estrategias que emplea la competencia, seguido que se desconoce la participación de mercado y no se tiene un registro digital sobre sus clientes. Se tienen objetivos de ventas y se conoce por qué motivos los clientes los prefieren a diferencia de la competencia.

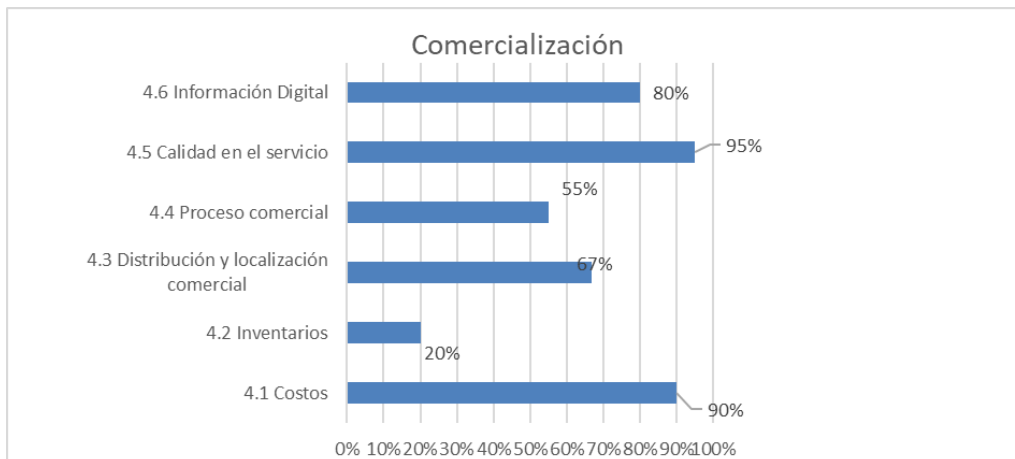
Gráfica #4. Análisis de Finanzas



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el empresario

El área de finanzas fue el área con mayor puntaje, en el cual se muestra que la empresa tiene flujo de efectivo para pago a proveedores y para solventar gastos de operación. La empresa genera utilidad neta, cumple con las obligaciones fiscales y no se tienen créditos vigentes. Se tiene como área de mejora el uso de los estados financieros para la toma de decisiones.

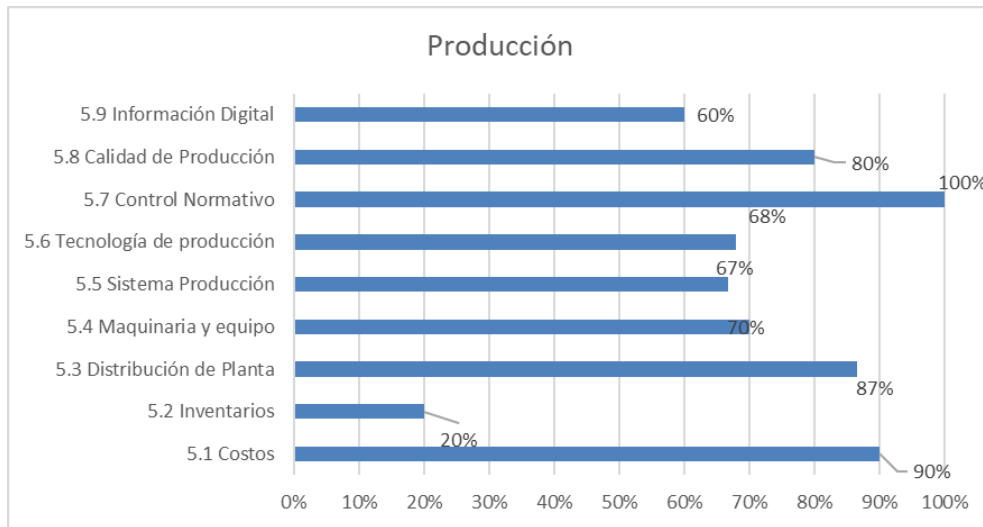
Gráfica #5. Análisis de Comercialización



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el empresario

En el área de comercialización se tiene la información sobre la calidad del servicio por medio de encuestas, se atienden las quejas por parte de los clientes y tienen claro los costos directos e indirectos. No se tiene conocimiento del inventario de productos y en el área comercial no se tiene una fuerza de ventas ni se tiene un presupuesto de ventas.

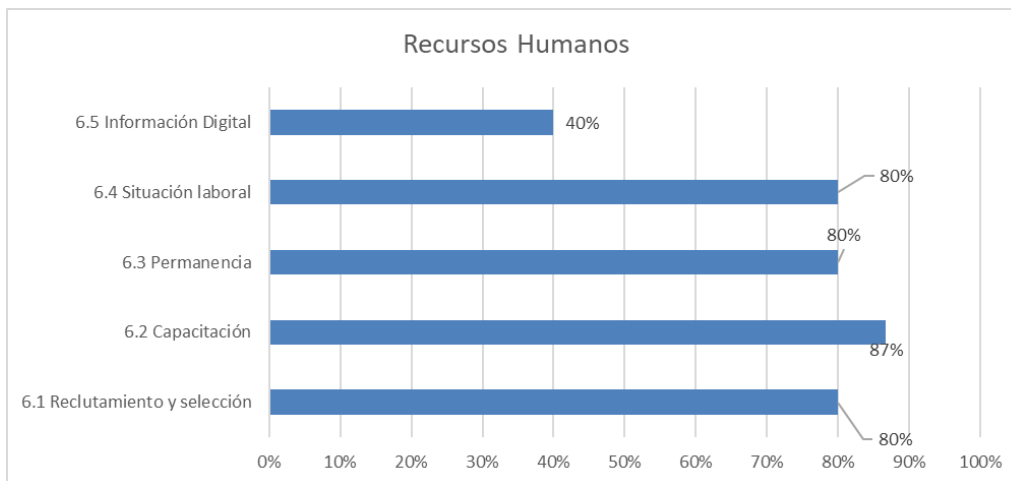
Gráfica #6. Análisis de Producción



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el empresario

La empresa cuenta con capacidad instalada para realizar todos los servicios, teniendo conocimiento de la capacidad instalada de todas las sucursales y cumpliendo con todas las normas y permisos para poder operar. Como áreas de mejora se encuentra que no se realiza mantenimiento preventivo a las máquinas y no se hace investigación para desarrollo de productos o procesos.

Gráfica #7. Análisis de Recursos humanos:



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el empresario

En el área de recursos humanos se tiene al personal capacitado de acuerdo a las necesidades de la empresa, la rotación corresponde a los parámetros del sector y se tiene buena relación con el sindicato. Como áreas de mejora evalúa los resultados de la capacitación, no se hacen comparativas de sueldos en el sector y no se tiene la información en digital.

Tabla #3. Comparación Mystery Shopper

Características a destacar	
Competidor	Biokinesic
Servicio	
Se ofrece una gama amplia de servicios , en la mayoría parecidos, sin embargo en Centramed se ofrecen servicios más centrados en la mujer que en lo deportivo.	La clínica ofrece servicios bastante parecido a los del mercado, sin embargo, el servicios al cliente dentro de las redes es mucho más efectivo en Biokinesic
Precio	
Todos los precios varían por servicio, en esta tabla se muestra los costos de los servicios hechos por el equipo a través del mystery shopper	*Todos los precios varían por servicio, en esta tabla se muestra los costos de los servicios hechos por el equipo a través del mystery shopper*
Medyhartos :Valoración 700\$ y \$400 por sesión Pro Sport and health : Valoración y primera sesión gratis en entrenamiento funcional.	Valoración \$600 e incluye terapia
Plaza	
De la competencia analizada se divide, se usan casas para hacer la rehabilitación y en otros casos se establecen en plazas comerciales pequeñas para dar el servicio. Todas están establecidas cerca de viviendas en colonias importantes en Guadalajara y también están sobre avenidas concurridas	Biokinesic también está establecido de esas dos maneras, cuenta con establecimiento dentro de plazas comerciales pequeñas y también en casas adaptadas para hacer la rehabilitación. En el establecimiento de Av Naciones Unidas cuenta con valet parking para facilitar el ingreso a sus clientes.
Promoción	
Presentan información sobre salud y sobre rehabilitación con imágenes de internet para hacer sus post en redes sociales, no muestran precios de sus servicios	Se dan a conocer por medio de videos interactivos en el cual muestran tips e información relacionada a la rehabilitación con contenido hecho con los colaboradores de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

FODA INICIAL

El FODA es utilizado para poder ver las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que tiene una empresa y es importante analizar cada uno de estos factores para planificar correctamente el crecimiento de las organizaciones y facilitar la toma de decisiones.

Tabla #4. FODA

Fortalezas	Debilidades
El servicio a cliente es bastante bueno	Falta que en todas las sucursales se sienta el mismo servicio
Una amplia cantidad de servicios ofrecidos	Propuestas de marketing poco claras
Instalaciones de primera con precios competitivos	Falta de estacionamiento en la sucursal centro
Empresa del giro con mayor impacto en redes sociales	Carece de un plan de renumeramiento a sus colaboradores
Personal altamente capacitado	No tienen convenio con seguros
Servicios con tecnología y uso de las manos	
Valet parking en la sucursal VIP	
Oportunidades	Amenazas
Contratar transporte para clientes que no puedan llegar a la rehabilitación	Las tendencias del mercado apuntan a que haya más tecnología por lo cual podría resultar contraproducente por el costo y quedar desactualizadas con la competencia
Ofrecer nuevas promociones y paquetes en eventos especiales.	Por el COVID, bastantes personas prefieren terapia en casa que en lugar físico
Expandirse, generar nuevas sucursales.	Competidores reconocidos
Generar nuevas especialidades conforme la medicina y tecnología vayan aumentando.	
En el país hay pocos fisioterapeutas	

Fuente: Elaboración propia

1.3 Problemática u oportunidad detectada

El proyecto se plantea con una problemática la cual se basa en la búsqueda de locaciones apropiadas para poder abrir nuevas sucursales dentro de la República Mexicana. Lugares que se investigan a fondo para poder rescatar todas las propiedades e identificar si es una buena opción para la expansión de las clínicas BIODINESIC Por lo que la empresa de BIODINESIC buscó ayuda en la universidad ITESO, para que se pueda trabajar en este proyecto y así desarrollar una estrategia comercial para la apertura de las futuras sucursales.

1.4 Objetivo general

El proyecto a desarrollar tiene como objetivo general identificar los puntos de mejora del negocio, a través de estudios e investigación para así elaborar el plan estratégico de mercadotecnia enfocado en el crecimiento de BOKINESIC El objetivo general del proyecto es llevar a cabo un análisis exhaustivo del negocio para identificar los puntos de mejora, mediante estudios e investigación. A partir de este análisis, se pretende desarrollar un plan estratégico de mercadotecnia enfocado en el crecimiento de Biokinesic

1.5 Objetivos específicos

Para alcanzar el objetivo general del proyecto, es necesario establecer objetivos más específicos a trabajar, los cuales se muestran a continuación:

1. Analizar la industria en la que se desarrolla la empresa e identificar las prácticas de la competencia ya establecida
2. Identificar áreas de oportunidad en la empresa.
3. Proponer mejoras en la estrategia comercial y de comunicación para la empresa
 - a. Plan de marketing digital y tradicional (página web, redes sociales, imagen de la marca y sucursales).
 - b. Estrategia de relaciones públicas

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

Existe un plan de seguimiento a aplicar para poder entregar los datos recopilados y la aplicación de las herramientas utilizadas en la información del documento, por lo que se divide en fases para una mejor organización y comprensión. El seguimiento es esencial para saber si lo investigado es correcto. Dentro de la parte de la planeación cada actividad estuvo organizada y realizada con un orden ya que al hacer una actividad la anterior iba conectada con esta. A continuación se muestra la estrategia utilizada en el presente proyecto.

Fase 1: Recopilación de información

Técnica de investigación en fuentes secundarias (bases de datos especializadas) que ayudará a cubrir objetivos. Investigar para tener conocimiento acerca del área a desarrollar como sería la industria y el sector de la rehabilitación física y terapia (PESTEL y tendencias de la industria).

- ✓ Reporte final (PDF) con los resultados de los estudios realizados y la descripción de los objetivos cubiertos.
- ✓ Resultados de los estudios realizados.
- ✓ Propuesta de mejora en la campaña de comunicación y mercadotecnia (digital y offline).
- ✓ Presentación con los puntos más relevantes para el conocimiento de la empresa.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

Vocabulario de la industria

Algunos términos pueden ser difíciles de comprender por lo que en esta sección del trabajo se muestran algunas palabras con sus significados para una mayor comprensión.

- **Fisioterapia:** Es una especialidad para prevenir o ayudar a mejorar de alguna lesión, utilizando ejercicios y aparatos especializados para tratar al paciente.
- **Descarga muscular:** Tipo de tratamiento dentro de la fisioterapia que ayuda a reducir calambres o espasmos por medio de compresiones y/o masajes para aumentar el nivel de oxígeno de los tejidos del músculo.
- **Electrodos:** placa metálica que conduce energía que se aplica en el músculo para quitar dolor y rehabilitar el músculo
- **Accidente Cerebrovascular:** Cuadro neurológico desencadenado por el cese de riego sanguíneo de un área cerebral como consecuencia de una trombosis, embolia o hemorragia. Denominado también ICTUS.
- **Masoterapia:** Masajes neuromusculares, así como los drenajes o masajes deportivos, considerándose parte de la medicina general.
- **Kinesio Tape,** es una fina venda elástica hecha de algodón que tiene la particularidad de poder estirarse hasta 130-140% de su longitud original.
- **Mecanorreceptores:** son células sensoriales especializadas en la detección de estímulos mecánicos como la presión, la vibración y la deformación en los tejidos corporales. Son esenciales para el sentido del tacto, el equilibrio y la percepción de la posición del cuerpo en el espacio.
- **Propiocepción:** la capacidad del cuerpo para percibir y conocer su posición en el espacio y la posición y el movimiento de sus partes. Esta información es proporcionada por los mecanorreceptores, los músculos, los tendones y los ligamentos. La propiocepción es esencial para la coordinación motora y el equilibrio, y es importante en la prevención de lesiones y en la mejora del rendimiento deportivo.

- **Punción:** técnica médica que consiste en la inserción de una aguja en el cuerpo con fines diagnósticos o terapéuticos, como la toma de muestras de líquidos corporales o la administración de medicamentos o líquidos.
- **Gráfica de Gantt:** Es una herramienta de gestión que sirve para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado.
- **FODA:** Técnica de planificación estratégica utilizada para identificar y evaluar los puntos fuertes, puntos débiles, oportunidades y amenazas involucradas en un proyecto o negocio.
- **Benchmarking:** técnica de gestión que consiste en comparar y medir el rendimiento de una empresa con el de otras empresas líderes en su sector. El objetivo del benchmarking es identificar las mejores prácticas y procesos de otras empresas y aplicarlas en la propia organización para mejorar su desempeño.
- **Pestel:** se utiliza en el análisis del entorno empresarial y significa Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal. Se utiliza como herramienta de análisis estratégico para evaluar los factores externos que pueden afectar a una empresa o proyecto.
- **Mystery shopper:** una persona contratada por una empresa para evaluar la calidad del servicio al cliente y la experiencia del consumidor en una tienda u otra empresa, haciéndose pasar por un cliente común y proporcionando comentarios detallados después de su visita. El objetivo es mejorar la calidad del servicio al cliente y la satisfacción del cliente en general.
- **Business model canva:** Business Model Canvas es una herramienta visual que utiliza una plantilla con nueve bloques para describir los aspectos clave de un modelo de negocio. Se utiliza para entender, diseñar, visualizar y cambiar el modelo de negocio de una empresa.
- **Buyer persona:** perfil creado a partir de la investigación de mercado que describe al cliente ideal de una empresa, basado en datos demográficos, psicográficos y comportamentales. El objetivo es tener una comprensión profunda del cliente para crear productos o servicios que satisfagan sus necesidades y deseos.
- **Brief de comunicación:** documento que se utiliza para comunicar de manera clara y concisa los objetivos, la estrategia, el mensaje y las especificaciones de una campaña publicitaria o de marketing. Su objetivo es asegurarse de que todas las partes involucradas en la campaña tengan una comprensión clara de lo que se espera y se necesite para el proyecto.
- **Calendario marketing de contenidos:** herramienta para planificar y organizar la publicación de contenido en los canales de marketing digital de una empresa, asegurándose de que se publique contenido regularmente y en los momentos adecuados para maximizar su impacto.
- **Manual de RRSS:** documento que establece las pautas para el uso de las redes sociales de una empresa. Su objetivo es garantizar una presencia consistente y

efectiva en las redes sociales y proteger la empresa y su audiencia mediante el establecimiento de prácticas seguras y éticas.

A través de nuestras carreras, pudimos observar ciertas materias que nos sirvieron como sustento teórico y metodológico para el desarrollo del proyecto, como fueron:

- Mercadotecnia Integral
- Planeación financiera
- Estadística para negocios
- Gestión empresarial
- Finanzas corporativas
- Taller de negociación
- Analítica de los negocios
- Turismo y hospitalidad
- Mercadotecnia y administración de servicios
- Administración estratégica
- Modelos de negocio
- Innovación y emprendimiento
- Información financiera
- Estrategia de ventas
- Comercio Digital
- Creatividad y diseño de marcas, productos y servicios
- Análisis del mercado de negocios
- Taller de competencias comerciales
- Diseño estratégico
- Producción de imágenes
- Diseño de información
- Modelos y prototipos
- Entre otros.

3.2.1 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

A continuación se presentarán todos los trabajos hechos a lo largo de todo el proyecto, los cuales fueron organizados cada semana en una gráfica de gantt para mantener el orden de todas las actividades y tener una mejor organización en la división del trabajo. Se enlistan por orden de realización con una explicación y el contenido completo de cada actividad. Todas las evidencias fueron realizadas por los miembros del equipo con información de fuentes secundarias y proporcionada por los empresarios.

Entrevista inicial con los empresarios

Se realizó una entrevista con los empresarios para conocer sobre la empresa, las instalaciones, un poco de la operación y para detectar las necesidades de la empresa para poder trabajar en ello. La entrevista fue cara a cara en una de las sucursales de Biokinesic en donde hubo presentaciones personales y una lista de objetivos a seguir para comenzar el proyecto y cumplir las necesidades del negocio.

Propuesta de Proyecto

Dentro de la propuesta del proyecto se encuentran los antecedentes de la empresa, los objetivos y la metodología que se va a seguir durante el periodo del proyecto. La propuesta fue necesaria para poder tener un acuerdo claro con el empresario y saber qué era lo que se tenía que realizar, para conocer la empresa y establecer objetivos y la manera en la que se iban a cumplir.

PROPUESTA DE TRABAJO, PRIMAVERA 2023

Proyecto para: Biokinesic

1. Antecedentes

Biokinesic es una clínica especializada en la rehabilitación física integral y la salud de los clientes es su prioridad. Son especialistas en terapia manual kinesiológica y osteopática, así como en ejercicio terapéutico funcional. Así mismo te ayudan a obtener resultados deseados en el menor tiempo posible.

Cuentan con sucursales en Puerto Vallarta, Manzanillo, Guadalajara y Zapopan. Con más de 6 años de experiencia brindando calidad y personalización a los servicios que ofrecen con el objetivo de ser los número uno y seguir creciendo. También forman a terapeutas físicos a través de modelos educativos tecnológicos e innovadores.

Su visión es ser la empresa de rehabilitación física número uno en México y Latinoamérica, siendo reconocida por su alta calidad en los tratamientos, excelencia en la atención al cliente y por la formación del mayor número de terapeutas exitoso

Biokinesic ofrece una amplia gama de servicios de calidad, brindados por un grupo de especialistas, servicios como :

- Valoración clínica
- Terapia física
- Descargas musculares
- Entrenamiento personalizado

- Masajes
- Consultas con especialistas traumatólogos y neurocirujano

2. Objetivo del proyecto

Identificar los puntos de mejora del negocio, a través de estudios e investigación para así elaborar el plan estratégico de mercadotecnia enfocado en el crecimiento de Biokinesic

Objetivos Específicos

1. Realizar el estudio de mercado para identificar la viabilidad de abrir próximas sucursales (conocer las necesidades, el micro y macro entorno). (Principales 10 ciudades de México) (La Paz, Mérida, Los Cabos, Cancún y Aguascalientes).
2. Identificar áreas de oportunidad en la empresa.
3. Conocer las fortalezas de los competidores y sus prácticas de éxito .
4. Proponer la estrategia comercial para la apertura de sucursales:
 - a. Plan de marketing digital y tradicional (página web, redes sociales, imagen de la marca y sucursales).
 - b. Estrategia de relaciones públicas
5. Proponer mejoras en el plan financiero de la empresa.

3. Metodología

Fase 1: Recopilación de información

Técnica de investigación en fuentes secundarias (bases de datos especializadas) que ayudará a cubrir objetivos. Investigar para tener conocimiento acerca del área a desarrollar como sería la industria y el sector de la rehabilitación física y terapia (PESTEL y tendencias de la industria).

Investigar a la competencia mediante las técnicas de BENCHMARKING y MYSTERY SHOPPER, para conocer las prácticas de éxito y los diferenciadores.

Realizar estudio de mercado en fuentes secundarias (bases de datos especializadas) para identificar la viabilidad de abrir próximas sucursales en las principales 10 ciudades de México, entre ellas La Paz, Mérida, Los Cabos, Cancún y Aguascalientes.

Fase 2: Diagnóstico

FODA

FODA estratégico.

Fase 3: Propuesta de mejora

Proponer la estrategia comercial para la apertura de sucursales:

- a. Plan de marketing digital y tradicional (página web, redes sociales, imagen de la marca y sucursales).
- b. Estrategia de relaciones públicas

Proponer mejoras en el plan financiero de la empresa.

4. Tiempos y calendario

GRÁFICA DE GANTT

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LnQ4K46pPDxeqsIcput3ygzyNjxEZZCT-7zMc2qZ_g0/edit?usp=sharing

5. Revisión de avances

En caso de así requerirse, se pueden tener juntas de seguimiento y/o retroalimentación. De la misma manera, el cliente puede solicitar el estatus del proyecto en cualquier momento.

6. Productos entregables

- ✓ Reporte final (PDF) con los resultados de los estudios realizados y la descripción de los objetivos cubiertos.
- ✓ Resultados de los estudios realizados.
- ✓ Propuesta de mejora en la campaña de comunicación y mercadotecnia (digital y offline).
- ✓ Presentación con los puntos más relevantes para el conocimiento de la empresa.

Fecha de actualización: 26/04/2023

Cuestionario de diagnóstico

Se aplicó un cuestionario a los empresarios para poder conocer las fortalezas y las debilidades del negocio, el cuestionario está dividido en varias áreas de la empresa para analizarlas por separado. El cuestionario se encuentra en el apartado 1.2

cuestionario de diagnóstico del presente documento. El cuestionario fue esencial para saber de donde partía la empresa y que se necesitaba hacer, en él se encuentran insights necesarios para que todo lo que se realizó después del cuestionario funcione.

Análisis de la industria y tendencias

Se realizó una investigación sobre cuales son las tendencias de la industria a nivel nacional, adicional de un análisis sobre la situación actual de la misma. También se investigó acerca del sector de la fisioterapia para conocer la industria y de ahí partir las investigaciones. La información completa se encuentra en el capítulo 1.1 del presente documento.

PESTEL

Dentro de este análisis PESTEL se encuentran las áreas que pueden afectar directa o indirectamente a la empresa, en el cual se profundiza con los elementos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales. El análisis pestel se puede encontrar en el apartado 1.1 de este mismo documento.

Benchmarking

Dentro del benchmarking se realizó una comparación entre la competencia en base al tamaño de la empresa con la finalidad que sean competidores directos y que se puedan conocer sus prácticas en medios digitales y comerciales.

Tabla #6. Benchmarking

Factores a evaluar	
Competencia	MKT Digital
Nombre de la empresa	Nombre de la empresa
Competencia directa o indirecta	Competencia directa o indirecta
Logo	Logo
Segmento al que va dirigido	Cuenta con página web
Principales servicios	Link de la página web
Servicios complementarios	Secciones que maneja en la página web
Precio	Es un sitio amigable para el consumidor
Donde tiene sucursales	Cuentan con redes sociales
¿Cómo se dan a conocer?	Cuales redes utilizan
Promociones especiales	Tipo de contenido
	Cuantos seguidores tienen
	Actualizan de manera regular
	Comentarios de clientes

Fuente: Elaboración propia

Link archivo de excel de tabla de benchmarking:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Eop3HgNrsjH4cBTnFz3pVmUNgM96ax7f/edit?usp=share_link&oid=100094788450874398457&rtpof=true&sd=true

Junta con empresario

Se realizó una junta para mostrar los avances de la información recopilada para darle orientación al proyecto. Junta en la cual el empresario mostró sus inquietudes y aportaciones para correcciones y requerimientos.

Guía de topics para Mystery Shopper

Para tener en cuenta los aspectos a analizar en este estudio, se realizó una guía para poder evaluar los servicios de la competencia y de Biokinesic considerando los puntos deseados por el empresario, acceso, recepción, servicios y precios, atención recibida, calidad de servicios, instalaciones internas, horarios, atención en redes sociales. La guía de tópicos del Mystery Shopper se presenta a continuación.

Tabla #7. Guía Mystery Shopper

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Nombre de quien hizo el Mystery Shopper	
Nombre de la Clínica	
Domicilio	
Croquis de Ubicación	
Foto....	
Clasificación del lugar: Clínica de rehabilitación física especializada	

Preguntas	
1.- Acceso	<ul style="list-style-type: none"> → Accesibilidad del establecimiento → Valet parking → ¿La ubicación fue fácil de encontrar? → ¿Qué hay a los alrededores del lugar?
2.-Recepción	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Al llegar a la tienda, los empleados te recibieron con amabilidad? → ¿Pudiste identificar a los empleados fácilmente? → ¿Los empleados portaban correctamente el uniforme? → ¿De cuanto tiempo fue tu espera para ser atendido? <ul style="list-style-type: none"> → Capacidad del personal para resolver dudas → ¿Se te ofrece alguna bebida al llegar? → ¿Los terapeutas tienen distracción? → ¿Cuál fue el nivel de atención que se te brindó?
3.-Servicios y precios	<ul style="list-style-type: none"> → Existe variedad de servicios, ¿cuantos? → ¿Cuál es el servicio más solicitado? → ¿Cuál es el rango de los precios en los servicios? <ul style="list-style-type: none"> ◆ Consulta/ Valoración ◆ Terapia individual ◆ Paquetes (5,10) ◆ Entrenamiento ◆ Descarga muscular → ¿Tienen el menú de servicios con precios visibles? → ¿Tienen un directorio visible de especialistas? → Tienen el logo visible y materiales promocionales (folletos, banners, etc.)
4.-Atención recibida	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Se hace consulta de valoración? <ul style="list-style-type: none"> → Facturación → Capacidad de respuesta → Encuesta de satisfacción → ¿Se da continuidad al servicio? como prospecto y cliente.

5.-Calidad del servicios	<ul style="list-style-type: none"> → Aparatos que tienen → ¿Te brindaron confianza? → Duración (manual, aparatos y ejercicios) → ¿Cuántos fisioterapeutas atienden por sesión?
6.- Instalaciones internas	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Cómo están distribuidos los espacios? → ¿Qué tamaño tiene el local? → ¿Los espacios son personalizados? → ¿Donde se atiende a los clientes? (cabinas) <ul style="list-style-type: none"> → Número de cabinas → Aroma y Música → Decoración del lugar → Ambientación de lugar <ul style="list-style-type: none"> → Colores → Spot instagram → ¿El establecimiento se encontraba limpio?
7.-Horario	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Cuál es el horario de la clínica? → ¿Cuántos días a la semana atienden?
8.- Atención en redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Qué redes se contactaron? → ¿Fué en comentario o en mensaje directo? → Rapidez en la respuesta (días, horas...) → ¿Atiende un bot o una persona? → ¿Contestaron la pregunta? → Amabilidad en la atención → ¿Qué información te solicitaron? → Seguimiento posterior a lo solicitado
DESCRIPCIÓN DE LA VISITA	
Describir el público observado en el lugar al momento de hacer el mystery. Identificar perfil del paciente y observaciones generales del lugar.	

Relatar experiencia en la visita

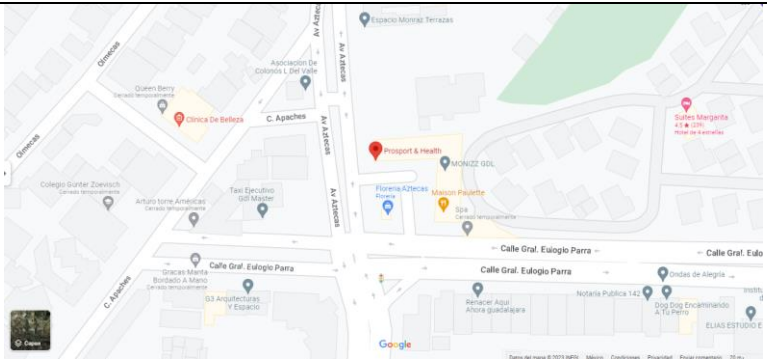
Visitas de mystery shopper

Cada integrante del equipo realizó una visita secreta a distintas sucursales incluyendo las de Biokinesic para calificar el servicios, las instalaciones, etc. Y así generar una comparación más específica. Los lugares que se visitaron son competidores de la marca Biokinesic como: Pro Sport and Health, Medyhartos y Bioevolution

Frida Magaña:

Guía Mystery Shopper

Tabla #8. Mystery shopper Frida

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Nombre de quien hizo el Mystery Shopper	Frida Magaña Becerra
Nombre de la Clínica	Pro Sport and Health
Domicilio	Calle Gral. Eulogio Parra 3200, Monraz, 44670 Guadalajara, Jal.
Croquis de Ubicación	
Fotos : Insertadas al final del documento	
Clasificación del lugar: Clínica de rehabilitación física especializada	
Preguntas	
1.- Acceso	<ul style="list-style-type: none"> → Accesibilidad del establecimiento → Valet parking → ¿La ubicación fue fácil de encontrar? → ¿Qué hay a los alrededores del lugar? <p>El lugar se encuentra en una plaza llamada entorno margarita la cual no cuenta con valet parking pero si con estacionamiento general de la plaza, sin embargo</p>

	<p>los lugares son algo reducidos. La ubicación fue fácil de encontrar ya que se encuentra en el tercer piso con una fachada grande y blanca con el logo visible desde lejos.</p> <p>Está ubicado en una zona importante de Monraz por lo que a sus alrededores se encuentran casas, condominios, restaurantes, hospitales y escuelas.</p>
2.-Recepción	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Al llegar a la tienda, los empleados te recibieron con amabilidad? → ¿Pudiste identificar a los empleados fácilmente? → ¿Los empleados portaban correctamente el uniforme? → ¿De cuanto tiempo fue tu espera para ser atendido? <ul style="list-style-type: none"> → Capacidad del personal para resolver dudas <ul style="list-style-type: none"> → ¿Se te ofrece alguna bebida al llegar? → ¿Los terapeutas tienen distracción? → ¿Cuál fue el nivel de atención que se te brindó? Los empleados en la recepción contestaron mis preguntas, pero no fueron muy apáticos, estaban haciendo otra cosa y no me atendieron muy bien, pero el personal dentro del área de entrenamiento funcional fue muy agradable. Mi tiempo de espera fue de cero ya que como tenía cita entre enseguida, incluso entre 10 minutos antes. Debido a que había varias personas la atención no fue 100% personalizada ya que el personal estaba ocupado, solo me dijeron que hacer y yo hacía las series sola. <p style="text-align: center;">Nadie dentro de esta área portaba uniforme , únicamente ropa deportiva</p>
3.-Servicios y precios	<ul style="list-style-type: none"> → Existe variedad de servicios, ¿cuantos? → ¿Cuál es el servicio más solicitado? → ¿Cuál es el rango de los precios en los servicios? <ul style="list-style-type: none"> ◆ Consulta/ Valoración ◆ Terapia individual ◆ Paquetes (5,10)

	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Entrenamiento ◆ Descarga muscular <p>→ ¿Tienen el menú de servicios con precios visibles?</p> <p>→ ¿Tienen un directorio visible de especialistas?</p> <p>→ Tienen el logo visible y materiales promocionales (folletos, banners, etc.)</p> <p>Existe una variedad de servicios dentro de toda la clínica, sin embargo desconozco ya que no vi ningún menú de servicios visibles, sin embargo pregunte y el servicio más solicitado es el de la rehabilitación. El costo por el entrenamiento funcional es de \$3,000 por cuatro días a la semana una hora y media de entrenamiento. No cuentan con un directorio visible.</p>
4.-Atención recibida	<p>→ ¿Se hace consulta de valoración?</p> <p>→ Facturación</p> <p>→ Capacidad de respuesta</p> <p>→ Encuesta de satisfacción</p> <p>→ ¿Se da continuidad al servicio? como prospecto y cliente.</p> <p>Una de las cosas que más me sorprendió fue que no me hicieron una valoración previa a mi entrenamiento, se fueron directo a ponerme los ejercicios sin preguntarme algo antes. No me parecieron profesionales los instructores, no me solicitaron una encuesta de satisfacción y se me dio nula continuación del servicio, únicamente me dijeron que volviera al día siguiente pero no hubo llamada ni nada.</p>
5.-Calidad del servicios	<p>→ Aparatos que tienen</p> <p>→ ¿Te brindaron confianza?</p> <p>→ Duración (manual, aparatos y ejercicios)</p> <p>→ ¿Cuántos fisioterapeutas atienden por sesión?</p> <p>Los aparatos dentro del gimnasio son de muy buena marca son technogym, y cuentan con una amplia variedad distinta, algunos se encontraban muy sucios. La verdad no me brindaron confianza, la duración de</p>

	<p>la sesión fue de una hora, haciendo una rutina de 8 ejercicios en series de 3 . Dentro del área únicamente había 2 instructores y un supervisor.</p>
6.- Instalaciones internas	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Cómo están distribuidos los espacios? → ¿Qué tamaño tiene el local? → ¿Los espacios son personalizados? → ¿Donde se atiende a los clientes? (cabinas) <ul style="list-style-type: none"> → Número de cabinas → Aroma y Música → Decoración del lugar → Ambientación de lugar <ul style="list-style-type: none"> → Colores → Spot instagram → ¿El establecimiento se encontraba limpio? <p>El espacio dentro del área de entrenamiento funcional es pequeño comparado con el tamaño de la clínica, está dividido en dos, por el área de aparatos y otra por pasto sintético con porterías donde entrenan la mayoría de los futbolistas, la ambientación del lugar es simple, huele un poco a sudor y la música que tienen la ponen en una bocina y el entrenador la controla, principalmente es reggaeton. Los colores de la marca están presentes en un logo dentro del gimnasio, y la decoración es nula, solo hay un área donde puedes colocar tus cosas y un garrafón de agua para todos.</p>
7.-Horario	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Cuál es el horario de la clínica? → ¿Cuántos días a la semana atienden? <p>Atienden de Lunes a Sábado de 7:30 am a 9:00 pm y el Sábado cierran a las 2:00pm, me parece buen horario y demasiado flexible, ya que tienes muchas opciones para poder visitar la clínica.</p>
8.- Atención en redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Qué redes se contactaron? → ¿Fué en comentario o en mensaje directo? → Rapidez en la respuesta (días, horas...) → ¿Atiende un bot o una persona? → ¿Contestaron la pregunta?

	<ul style="list-style-type: none"> → Amabilidad en la atención → ¿Qué información te solicitaron? → Seguimiento posterior a lo solicitado <p>La cita yo la hice por teléfono y al principio marque una vez y los entrenadores no se encontraban disponibles hasta las 5 de la tarde y la recepcionista me tuvo en la línea como 5 minutos hasta que me atendió. Marque una segunda vez y me atendieron rápido, sin embargo no respondieron todas mis preguntas, si fueron amables y me dieron una cita que yo sentí que no fue formal. Ni me preguntaron mi nombre completo o las expectativas que tenía del servicio.</p>
--	---

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA

Describir el público observado en el lugar al momento de hacer el mystery.

Identificar perfil del paciente y observaciones generales del lugar.

Relatar experiencia en la visita

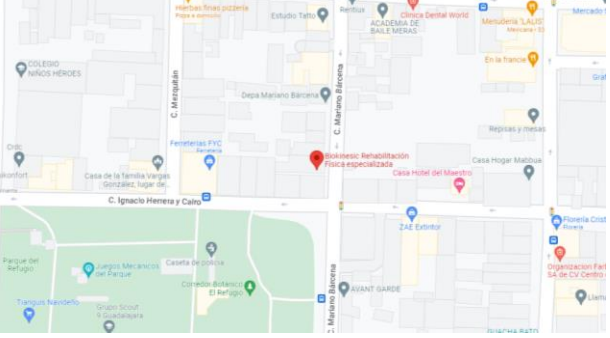
La mayoría de las personas que estaban ahí eran futbolistas o deportistas de alto rendimiento, ya que pregunte y todos tenían ligamentos lastimados por jugar futbol. Los pacientes que estaban presentes se veían deportistas y personas de clase media alta ya que los servicios son muy costosos y la clínica es de dueños ex futbolistas lo que le da más prestigio.

La verdad mi visita no fue muy agradable, no me pareció que tenían un excelente servicio, el entrenador era amable pero no me explico como utilizar los aparatos o para qué sirve cada uno de ellos, simplemente me dio una rutina a seguir. Las instalaciones son amplias pero un poco descuidadas, solo entre el área de gimnasio y la mayoría de los aparatos eran de buena marca. Tenían una gran variedad de material y aparatos pero me pareció que la limpieza no estaba muy bien.

Guía Mystery Shopper

Tabla #9. Mystery shopper Frida

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Nombre de quien hizo el Mystery Shopper	Frida Magaña Becerra
Nombre de la Clínica	Biokinesic sucursal centro
Domicilio	C. Mariano Bárcena 411, Zona Centro, 44100 Guadalajara, Jal.

Croquis de Ubicación	
Fotos: No tome fotos del lugar	
Clasificación del lugar: Clínica de rehabilitación física especializada	
Preguntas	
1.- Acceso	<ul style="list-style-type: none"> → Accesibilidad del establecimiento → Valet parking → ¿La ubicación fue fácil de encontrar? → ¿Qué hay a los alrededores del lugar? <p>La accesibilidad al lugar es lo más complicado ya que está ubicado en una calle la cual no tiene estacionamiento y no hay ningún estacionamiento público cerca, visualice una parada de camión fuera por lo que sería buena opción llegar en transporte público. No hay valet parking y la ubicación es un poco confusa de llegar , ya que la ubicación de google maps no te muestra el lugar exacto. Los alrededores son principalmente casas, no vi ningún comercio. No hay ninguna rampa ni barandales para la accesibilidad de personas discapacitadas.</p>
2.-Recepción	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Al llegar a la tienda, los empleados te recibieron con amabilidad? → ¿Pudiste identificar a los empleados fácilmente? → ¿Los empleados portaban correctamente el uniforme? → ¿De cuanto tiempo fue tu espera para ser atendido? <ul style="list-style-type: none"> → Capacidad del personal para resolver dudas → ¿Se te ofrece alguna bebida al llegar? → ¿Los terapeutas tienen distracción? → ¿Cuál fue el nivel de atención que se te brindó? <p>Todos fueron muy amables conmigo. La mayoría de los empleados no portan el uniforme correctamente, sino que traen pants o chamarras que brincan mucho de</p>

	<p>los colores de la empresa. No se puede identificar a todos los empleados al 100%.La espera para entrar fue de aproximadamente unos 10 minutos. Se resolvieron mis dudas y los terapeutras no tenían distracciones mientras me atendian, sin embargo los que estaban libres estaban usando su celular y desayunando en el área de aparatos. No se me ofreció una bebida al llegar, pero el terapeuta me ofreció una a medio entrenamiento.Se me brindó un muy buen servicio.</p>
<p>3.-Servicios y precios</p>	<ul style="list-style-type: none"> → Existe variedad de servicios, ¿cuantos? → ¿Cuál es el servicio más solicitado? → ¿Cuál es el rango de los precios en los servicios? <ul style="list-style-type: none"> ◆ Consulta/ Valoración ◆ Terapia individual ◆ Paquetes (5,10) ◆ Entrenamiento ◆ Descarga muscular → ¿Tienen el menú de servicios con precios visibles? → ¿Tienen un directorio visible de especialistas? → Tienen el logo visible y materiales promocionales (folletos, banners, etc.) <p>Si existe una variedad de servicios, el servicio más solicitado en esa clínica es la rehabilitación física y todo se maneja por paquetes. Tienen un menú de servicios visibles pero no tienen el directorio de los especialistas.</p> <p>Tienen un logo grande visible de lona fuera de la clínica y logos pequeños y banners dentro, junto con publicidad como la selfie que te puedes tomar y etiquetar en instagram. La valoración está en \$600 pesos e incluye una sesión gratis, el paquete está en \$1300 por 12 sesiones y una de descarga muscular.</p>
<p>4.-Atención recibida</p>	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Se hace consulta de valoración? → Facturación → Capacidad de respuesta → Encuesta de satisfacción

	<p>→ ¿Se da continuidad al servicio? como prospecto y cliente.</p> <p>Una de las cosas que más me gustó fue la valoración, la verdad pensé que era algo más complicado, pero es algo muy simple, te paras y ellos te revisan, se hace la valoración directo en una hoja de papel que guardan de cada cliente. Si me ofrecieron factura y me dijeron que me mandarían una encuesta de satisfacción por whatsapp para llenarla pero nunca me la mandaron.</p> <p>Durante el entrenamiento siempre estuvieron muy pendientes de mi y si necesitaba cualquier cosa. Me querían ofrecer el paquete completo como continuidad a mi entrenamiento pero no quise y la secretaria tuvo flexibilidad conmigo respecto al cobro.</p>
5.-Calidad del servicios	<p>→ Aparatos que tienen</p> <p>→ ¿Te brindaron confianza?</p> <p>→ Duración (manual, aparatos y ejercicios)</p> <p>→ ¿Cuántos fisioterapeutas atienden por sesión?</p> <p>Cuentan con variedad de aparatos pero la verdad no me fije en la marca, vi algunos aparatos sucios, pero tenían los aparatos necesarios para los servicios y entrenamientos. La duración fue de una hora con 8 ejercicios de series 3 veces. Me atendió un fisioterapeuta y una chica más en la valoración, lo que hizo que me sintiera más cómoda.</p>
6.- Instalaciones internas	<p>→ ¿Cómo están distribuidos los espacios?</p> <p>→ ¿Qué tamaño tiene el local?</p> <p>→ ¿Los espacios son personalizados?</p> <p>→ ¿Donde se atiende a los clientes? (cabinas)</p> <p>→ Número de cabinash</p> <p>→ Aroma y Música</p> <p>→ Decoración del lugar</p> <p>→ Ambientación de lugar</p> <p>→ Colores</p> <p>→ Spot instagram</p>

	<p>→ ¿El establecimiento se encontraba limpio?</p> <p>Los espacios están distribuidos todos en una sola planta y las cabinas están separadas del área del gimnasio, el tamaño del local no es muy grande pero tampoco muy chico. Las cabinas están en un área común son aproximadamente 6 y están personalizadas únicamente por una pared o cortina. La valoración si es un cuarto aparte junto con los especialistas. La música que tenían venía de una alexa y era reggaeton.</p> <p>Tienen las cosas un poco desordenadas y todo a la vista, lo cual hace que pierda profesionalismo. como un refri en donde ni era su lugar. El baño se me hizo complicado, el lavamanos es complicado de usar ya que está pequeño y estaba sucio. También el área de espera se veía con polvo y el área de bebidas no estaba organizada. En el lugar no se percibe un olor en específico.</p>
7.-Horario	<p>→ ¿Cuál es el horario de la clínica?</p> <p>→ ¿Cuántos días a la semana atienden?</p> <p>El horario de la clínica es de Lunes a Viernes de bench 8:00 am a 8:00 pm. Me parece muy reducido ya que quitar el sábado es más probable que no te visiten más personas.</p>
8.- Atención en redes sociales	<p>→ ¿Qué redes se contactaron?</p> <p>→ ¿Fué en comentario o en mensaje directo?</p> <p>→ Rapidez en la respuesta (días, horas...)</p> <p>→ ¿Atiende un bot o una persona?</p> <p>→ ¿Contestaron la pregunta?</p> <p>→ Amabilidad en la atención</p> <p>→ ¿Qué información te solicitaron?</p> <p>→ Seguimiento posterior a lo solicitado</p> <p>La cita la hice por llamada telefónica, marque una vez y no fui atendida, sin embargo la segunda vez que marque me atendieron y me solicitaron mis datos y el servicio que quería, como que al principio no sabían lo que necesitaba y después de 5 minutos en la línea me</p>

	solucionaron y me dieron la cita, son flexibles y buscan la hora adecuada para el cliente.
DESCRIPCIÓN DE LA VISITA	
<p>Describir el público observado en el lugar al momento de hacer el mystery.</p> <p>Identificar perfil del paciente y observaciones generales del lugar.</p> <p>Relatar experiencia en la visita</p> <p>Cuando visité la clínica había otras dos personas dentro de la rehabilitación y un señor esperando afuera en la sala de espera. Todos los clientes eran personas adultas con una lesión en el pie o pierna y estaban haciendo ejercicios para fortalecer esas áreas.</p> <p>Mi experiencia fue muy satisfactoria salí feliz y con conocimientos nuevos ya que algunos de los ejercicios los hacía mal y ahí me enseñaron a hacerlos correctamente. Toda la experiencia fue buena, todos fueron muy agradables y las preguntas que tenía las resolvían. El terapeuta estaba pendiente de mis necesidades y a la forma de hacer los ejercicios.</p>	

Guía Mystery Shopper

TABLA #10. Mystery shopper Sofia

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Nombre de quien hizo el Mystery Shopper	Sofía Navarro Aguilar
Nombre de la Clínica	Biokinesic VIP
Domicilio	Av. Naciones Unidas 5200

Foto



Croquis



Clasificación del lugar: Clínica de rehabilitación física especializada

Preguntas

1.- Acceso	<p>El establecimiento está ubicado en una calle, por lo tanto si se encuentra lleno podría ser complicado el encontrar lugar, pero cuenta con un valet parking lo cual lo facilita.</p> <p>Fue fácil de encontrar ya que cuenta con un gran letrero de la clínica. Cuenta con bancos a su alrededor, tacos, y otros lugares de comidas.</p>
2.-Recepción	<p>Al llegar al establecimiento, la recepcionista me trató con amabilidad. Fue fácil de indicar a los trabajadores ya que portaban el uniforme de manera correcta.</p> <p>Me ofrecieron algo de tomar en el momento que llegue y tardaron aproximadamente 5 minutos máximo en atenderme. El personal fue capaz de resolver mis dudas y contestaron con facilidad. En general recibí muy buena atención por parte de todos.</p>
3.-Servicios y precios	<p>→ Existe variedad de servicios, ¿cuantos? Cuentan con varios servicios, como descargas musculares, electrodos, masajes, punción, gimnasio, etc.</p> <p>→ ¿Cuál es el servicio más solicitado? Me comentaron que el servicio que más se pide es el de rehabilitación para lesiones y contracturas.</p> <p>¿Cuál es el rango de los precios en los servicios? Consulta/ Valoración 700\$ Terapia individual 400\$ Paquetes (5,10) Paquete de 5: 2,500\$ Paquete de 10: 4,500\$</p> <p>→ ¿Tienen el menú de servicios con precios visibles? No lo vi</p> <p>→ ¿Tienen un directorio visible de especialistas? No lo vi</p> <p>Tienen el logo visible y materiales promocionales (folletos, banners, etc.) Tampoco lo vi</p>

<p>4.-Atención recibida</p>	<p>→ ¿Se hace consulta de valoración? Si → Facturación No se me ofreció → Capacidad de respuesta Muy buena → Encuesta de satisfacción Si se me pidió llenar una encuesta al final de mi servicio. → ¿Se da continuidad al servicio? como prospecto y cliente. Si, se me abre la posibilidad de iniciar con algún paquete cuando me dan mi diagnóstico.</p>
<p>5.-Calidad del servicios</p>	<p>→ Aparatos que tienen Iniciaron con electrodos para relajar mis músculos en las áreas de tensión, después se continuó con el masaje. Entre el masaje se me hizo punción en la espalda, para ayudar más con las contracturas y al final me pusieron unas botas de presión. → ¿Te brindaron confianza? Si Duración (manual, aparatos y ejercicios) La consulta de valoración duró 15 minutos aproximadamente, a continuación el masaje y los demás servicios tomaron un tiempo de 1 hora aproximadamente. → ¿Cuántos fisioterapeutas atienden por sesión? Fui atendida por el mismo fisioterapeuta que me dio la consulta de valoración.</p>
<p>6.- Instalaciones internas</p>	<p>La recepción es amplia y cuenta con suficiente espacio para sentirse cómodo, en donde también está al alcance de los pacientes en espera las bebidas para esperar relajadamente, del lado derecho están las 5 cabinas ubicadas en un pasillo donde se realiza la terapia antes de pasar al gimnasio. Están bien distribuidos los espacios. → ¿Qué tamaño tiene el local? El local mide 605 mts²</p>

	<p style="text-align: center;">→ ¿Los espacios son personalizados?</p> <p style="text-align: center;">Los espacios están muy bien separados, tanto como la recepción y los consultorios para la evaluación, como las cabinas y el gimnasio. Cuando entras a la cabina te encuentras con una frase motivacional personalizada, pues lleva tu nombre.</p> <p style="text-align: center;">Aroma y Música</p> <p style="text-align: center;">No tienen difusores de olor pero si cuentan con púdica ambientada para el gimnasio.</p> <p style="text-align: center;">Decoración del lugar</p> <p style="text-align: center;">El lugar está decorado de una manera muy amena, tienen una paleta de colores muy neutral y el mobiliario va de acorde al concepto del lugar.</p> <p style="text-align: center;">→ ¿El establecimiento se encontraba limpio?</p> <p style="text-align: center;">Si</p>
7.-Horario	<p style="text-align: center;">→ ¿Cuál es el horario de la clínica?</p> <p style="text-align: center;">Lunes a Viernes 9am - 8pm Sabados 9am - 2pm</p> <p style="text-align: center;">Atienen 6 días de la semana</p>
8.- Atención en redes sociales	<p style="text-align: center;">→ ¿Qué redes se contactaron?</p> <p style="text-align: center;">Utilicé el medio de whatsapp para realizar mi cita, pero también pude contactarme con ellos por teléfono. También cuentan con una cuenta de Instagram como opción de contacto.</p> <p style="text-align: center;">→ ¿Fué en comentario o en mensaje directo?</p> <p style="text-align: center;">Directo y rápido, contestaron el mismo día. Me atendió una persona presentándose con mucha amabilidad.</p> <p style="text-align: center;">→ ¿Qué información te solicitaron?</p> <p style="text-align: center;">Me brindaron información de costos y vestimenta.</p> <p style="text-align: center;">→ Seguimiento posterior a lo solicitado</p> <p style="text-align: center;">Sí.</p>

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA

Describir el público observado en el lugar al momento de hacer el mystery.

Identificar perfil del paciente y observaciones generales del lugar.

Relatar experiencia en la visita

Llegué al establecimiento a las 10:00, el lugar no se veía claramente ya que había bastantes camiones estacionados antes del lugar pero una vez visto fue fácil estacionarse y de no haber encontrado lugar, lo hubiera dejado en el valet parking. La puerta estaba abierta y en cuanto entré me recibieron en la recepción ofreciéndome algo de tomar en lo que venían por mí. Estuve unos 5 minutos hasta que el fisioterapeuta vino a recibirme y me pasó al consultorio para evaluarme. Una vez adentro me pidió tomar asiento y empezó a llenar mi expediente por medio de preguntas de una manera amable. Luego de terminar de examinarme me pidió realizarme unas radiografías para poder darme un diagnóstico más específico.

En la sesión me realizaron lo siguiente:

- Electrodos
- Masaje con crema
 - Punción
- Botas de presión

Durante la sesión el terapeuta salió unas 2-3 veces para dejarme descansar mientras los electrodos relajaban mis músculos pero se quedaba pendiente de mí y preguntando si me encontraba agusto y cómoda. También preguntaba cosas sobre mi dolor y relacionadas en cómo me dolían y cuando. Los masajes se realizaron con mucha presión, pero siempre preguntando si me sentía incomoda o me dolía, resolvió todas las dudas que yo tenía sobre lo que iba haciendo. De la misma manera fue con los otros servicios que se realizó, siempre brindándome confianza y al terminar la sesión. me acompañó a la recepción en donde realice mi pago. El pago fue por medio de tarjeta y no tuve ningún problema, de igual manera volvieron a ofrecerme el paquete y me ofrecieron poder retomarlo en la siguiente terapia una vez analizados mis estudios. Se me agendó la siguiente cita y me fui.

Guía Mystery Shopper

TABLA# 11 Mystery shopper Sofia

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Nombre de quien hizo el Mystery Shopper	Sofia Navarro Aguilar
Nombre de la Clínica	ProSports & Health
Domicilio	L-21, Calle Gral. Eulogio Parra 3200, Monraz, 44670 Guadalajara Jalisco.
Croquis de Ubicación	
Foto....	
	
Clasificación del lugar: Clínica de rehabilitación física especializada	
Preguntas	
1.- Acceso	<p>El local está ubicado dentro de una plaza con amplio estacionamiento gratuito, no cuentan con valet parking.</p> <p>La ubicación fue fácil de encontrar ya que está muy visible el letrero dentro de la plaza, se ve desde afuera.</p>

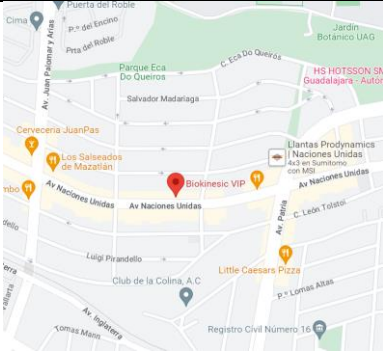
	<p>A su alrededor dentro de la misma plaza hay cafés, restaurantes, gimnasios, florerías, etc.</p>
2.-Recepción	<p>Al llegar a la tienda, los empleados me recibieron con indiferencia</p> <p>Los empleados podían confundirse con clientes, ya que unos si portaban el uniforme y otros solo traían ropa de ejercicio.</p> <p>→ ¿De cuanto tiempo fue tu espera para ser atendido? 10 minutos.</p> <p>El personal fue rápido en resolver mis dudas.</p> <p>Ni llegando al lugar ni estando en la terapia se me ofreció un vaso de agua.</p> <p>La terapeuta que me atendió salió unas 2,3 veces del cubículo donde yo estaba recibiendo terapia, haciéndome esperar un rato.</p> <p>El nivel de atención que recibí fue de un 7.</p>
3.-Servicios y precios	<p>→ Existe variedad de servicios, ¿cuantos? Tienen paquetes de 10 sesiones en adelante.</p> <p>→ ¿Cuál es el servicio más solicitado? El paquete de 10 sesiones</p> <p>→ ¿Cuál es el rango de los precios en los servicios? Consulta 600 Consulta con terapia 800 Sesiones de 10, 4,100\$ pagando en efectivo y sin factura Sesiones de 10, 4,700\$ con tarjeta.</p> <p>Las sesiones incluyen entrenamiento y terapias necesarias para el cliente.</p> <p>→ ¿Tienen el menú de servicios con precios visibles? No</p> <p>→ ¿Tienen un directorio visible de especialistas? No</p>

	<p>→ Tienen el logo visible y materiales promocionales (folletos, banners, etc.)</p> <p>No</p>
4.-Atención recibida	<p>→ ¿Se hace consulta de valoración?</p> <p>Sí</p> <p>→ Facturación</p> <p>Solo si se pide</p> <p>→ Capacidad de respuesta</p> <p>Buena</p> <p>→ Encuesta de satisfacción</p> <p>No hubo encuesta de satisfacción</p> <p>→ ¿Se da continuidad al servicio? como prospecto y cliente.</p> <p>Desde el momento de la consulta te hacen un plan a largo plazo, y terminando tu cita te agendan para la siguiente. Sí se da continuidad.</p>
5.-Calidad del servicios	<p>→ Aparatos que tienen</p> <p>Los aparatos no los alcance a ver, pues en los cubículos no había nada ya que ellos iban trayendo lo necesario para la terapia y yo me encontraba bocabajo.</p> <p>→ ¿Te brindaron confianza?</p> <p>Si, sabían lo que hacían y conforme lo iban a haciendo me explicaban.</p> <p>→ Duración (manual, aparatos y ejercicios)</p> <p>La consulta duró aproximadamente 15 minutos, de ahí me pasaron a un cubículo donde esperé a mi terapeuta varias veces, con un total de 45 minutos, sin contar el tiempo en el gimnasio que no tomé.</p> <p>→ ¿Cuántos fisioterapeutas atienden por sesión?</p> <p>Te asignan una terapeuta únicamente, para que conozca bien tu caso y tu progreso.</p>
6.- Instalaciones internas	<p>→ ¿Cómo están distribuidos los espacios?</p> <p>El lugar es muy amplio, tiene 2 pasillos largos para cubículos, un apartado para las consultas, otro para el gimnasio y otro para la recepción.</p>

	<p style="text-align: center;">→ ¿Qué tamaño tiene el local?</p> <p>Es muy grande, abarca casi la mitad de un piso de la plaza.</p> <p style="text-align: center;">→ ¿Los espacios son personalizados?</p> <p style="text-align: center;">Si</p> <p style="text-align: center;">→ ¿Donde se atiende a los clientes? (cabinas)</p> <p>Cada paciente tiene una cabina (cubículo)</p> <p style="text-align: center;">→ Número de cabinas</p> <p style="text-align: center;">12-15</p> <p style="text-align: center;">→ Aroma y Música</p> <p>No había aromas, la música se escucha pero viene del gimnasio.</p> <p style="text-align: center;">→ Decoración del lugar</p> <p>Muy apática, cero decoración del lugar.</p> <p style="text-align: center;">→ Ambientación de lugar</p> <p>No había ambientación, se ve limpio y blanco, más no tiene nada que lo decore, ni colores, ni inspo, ni artístico.</p>
7.-Horario	<p style="text-align: center;">¿Cuál es el horario de la clínica?</p> <p style="text-align: center;">7am hasta las 9.30pm</p> <p style="text-align: center;">¿Cuántos días a la semana atienden?</p> <p style="text-align: center;">De Lunes a Sabados</p>
8.- Atención en redes sociales	<p style="text-align: center;">→ ¿Qué redes se contactaron?</p> <p>Utilice el enlace directo de whatsapp de encontré en Instagram, por donde agendé mi cita.</p> <p style="text-align: center;">→ ¿Fué en comentario o en mensaje directo?</p> <p>Tienen para mensajes directos, programados. Es por eso que elegí la opción de whatsapp.</p> <p style="text-align: center;">→ Rapidez en la respuesta (días, horas...)</p> <p>Me contestaron un día después, ya que les escribí en el puente.</p> <p style="text-align: center;">→ ¿Atiende un bot o una persona?</p> <p>En Instagram atiende un botón, en whatsapp una persona.</p> <p style="text-align: center;">→ ¿Contestaron la pregunta?</p> <p style="text-align: center;">Si</p> <p style="text-align: center;">→ Amabilidad en la atención</p> <p style="text-align: center;">Si</p> <p style="text-align: center;">→ ¿Qué información te solicitaron?</p> <p style="text-align: center;">Nombre completo</p> <p style="text-align: center;">→ Seguimiento posterior a lo solicitado</p>

	Si
DESCRIPCIÓN DE LA VISITA	
<p>Describir el público observado en el lugar al momento de hacer el mystery.</p> <p>Los clientes estaban bien, se veían felices y tenían buena relación con los terapeutas. Todos se conocen o por lo menos la mayoría, pero en recepción todo es muy silencioso, los trabajadores son indiferentes y hasta cierto punto antipáticos, más los terapeutas tienen mucha atención.</p> <p>Identificar perfil del paciente y observaciones generales del lugar.</p> <p>Ellos reciben a cualquier pacientes,, sea porque tiene alguna lesión, post cirugía, etc., incluso si buscas mejorar tu postura entrenando ellos te ayudan.</p> <p>Relatar experiencia en la visita</p> <p>Llegue 2 minutos pasada la hora de mi cita, en el momento que llegué me pidieron que llene unos formularios donde me pedían información sobre</p>	

Tabla #12 Mystery Shopper Alejandro Martinez

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Nombre de quien hizo el Mystery Shopper	Alejandro Martinez Olivares
Nombre de la Clínica	Biokinesic VIP
Domicilio	Av Naciones Unidas 5200, Jardines Universidad, 45110 Zapopan, Jal.
Croquis de Ubicación	

Clasificación del lugar: Clínica de rehabilitación física especializada	
Preguntas	
1.- Acceso	<p>La Accesibilidad del establecimiento es fácil, el establecimiento cuenta con lugar de estacionamiento, de igual manera por Av Naciones Unidas había mucho espacio para estacionarse</p> <p>Biokinesic cuenta con servicio de Valet Parking, estuve presente dentro de las instalaciones a las 8 y me retire a las 9:40 y no estaba disponible</p> <p>Cuenta con accesibilidad para entrar al establecimiento con rampa y barandal</p> <p>La ubicación fue fácil de encontrar, por medio de Google Maps</p> <p>Alrededor de Biokinesic se encuentran lugares de comida como alitas, nieves, botanas, farmacia, carnicería.</p>
2.-Recepción	<p>Al llegar a Biokinesic los empleados me trataron con amabilidad, todos saludaban cordialmente dando los buenos días</p> <p>Si, los empleados portaban sus uniformes de acuerdo al cargo que tenían</p> <p>Al momento que llego, la persona que estaba en recepción me atendió muy rápido, preguntando por mi nombre y pidiendo que tomara asiento, estuve esperando 6 min para pasar a terapia</p> <p>Durante la sesión me resolvieron todas las dudas relacionadas a la fisioterapia y sobre la operación del establecimiento</p> <p>Al estar en la sala de espera me ofrecieron amablemente algo de beber</p>

	<p>Los terapeutas no usaron el celular mientras realizaban la terapia</p> <p>El nivel de atención que recibí fue de un 10</p>
<p>3.-Servicios y precios</p>	<p style="text-align: center;">→</p> <p>→ Existe variedad de servicios, ¿cuantos? Cuentan con consultas de especialistas en traumatología y ortopedia, neurocirugía, rehabilitación física, así como entrenamiento deportivo personalizado</p> <p>→ ¿Cuál es el servicio más solicitado?</p> <p>→ ¿Cuál es el rango de los precios en los servicios? Desde los \$350 a los \$4,500 Consulta/ Valoración La consulta / valoración incluye una sesión de terapia \$450 Terapia individual \$450 Paquetes En el centro el paq de 5 \$2,000 y el paq de 10 \$3,500 En Zapopan el paq de 5 \$2,500 y el de 10 \$4,500 Descarga muscular</p> <p>No cuentan con los servicios exhibidos</p> <p>No pude percibir algún directorio de especialistas</p> <p>Por fuera del establecimiento solo se tiene una lona en la parte de arriba del portón con el logo de Biokinesic, en el interior no cuentan con banners, solo tienen información en el área de recepción.</p>
<p>4.-Atención recibida</p>	<p>Para la descarga muscular no fue necesario una consulta de valoración</p> <p>Realizaron el cobro por medio de terminal sin problema</p>

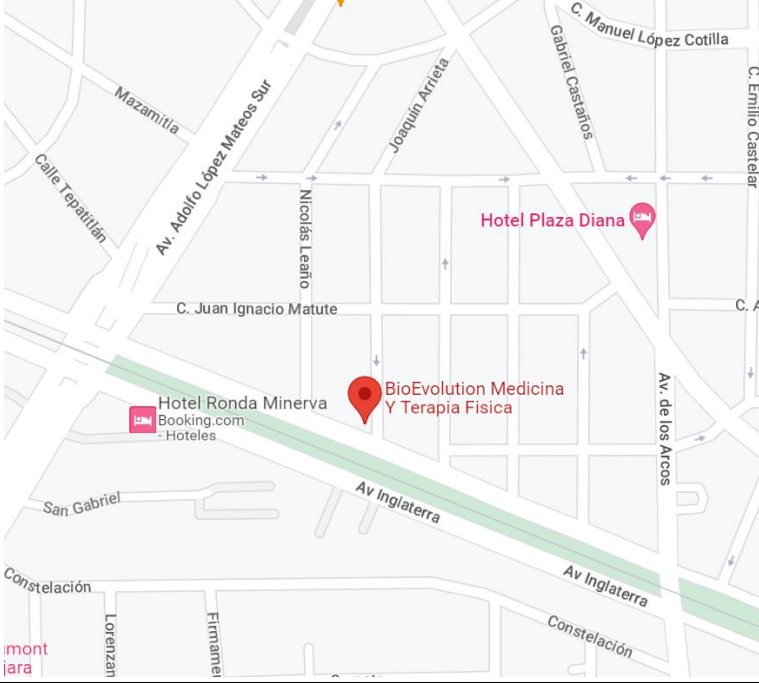
	<p>Todas las dudas que tenía sobre la terapia y sobre el funcionamiento rutinario de la empresa me fue compartido por varios integrantes de biokinesic</p> <p>El nivel de atención que recibí fue de un 10</p>
<p>5.-Calidad del servicios</p>	<p>Para hacer la descarga muscular utilizaron electrodos, toalla caliente, pistola vibradora, crema, botas de presión, hielo.</p> <p>El personal me brindo confianza antes, durante y después de la sesión</p> <p>La duración de la descarga muscular fue de 1 hora y media, usando técnicas de masaje con crema, se hace uso de aparatos como botas de presión y de pistolas vibradoras.</p> <p>Al final de la sesión de descarga hice ejercicios de estiramiento</p> <p>Me atendieron dos fisioterapeutas ya que una de ellas era nueva.</p>
<p>6.- Instalaciones internas</p>	<p>Frente al mostrador de recepción está la sala de espera, del lado derecho se encuentran los consultorios, hasta el fondo se encuentra el área de actividad física</p> <p>El local tiene un área de 605mt²</p> <p>Los espacios son personalizados, al momento que entras al consultorio tienen una frase motivacional con el nombre del paciente</p>

	<p>La consulta la dan dentro de un consultorio con puertas de cristal</p> <p>Cuentan con 5 consultorios para dar terapia No cuentan con difusores de olor pero si con ambientación musical en todo el centro de rehabilitación por medio de bocinas Alexa que están conectadas para reproducir la misma canción.</p> <p>El lugar se encuentra decorado con colorimetría uniforme, mobiliario acorde a la decoración de todo el establecimiento. Tienen un letrero neón que se ve desde que vas caminando a la recepción. Usan el blanco y azul turquesa para la decoración.</p> <p>Cuentan con un spot para instagram que es el letrero luminoso neon.</p> <p>El establecimiento se encontraba limpio</p>
7.-Horario	<p>→ ¿Cuál es el horario de la clínica? Lunes a viernes 8:00 am - 8:00 pm y sábados de 8:00 am</p> <p>¿Cuántos días a la semana atienden? 6 días de la semana</p>
8.- Atención en redes sociales	<p>→ ¿Qué redes se contactaron? Instagram</p> <p>→ ¿Fué en comentario o en mensaje directo? Mensaje directo</p> <p>→ Rapidez en la respuesta Menos de 5 min</p> <p>→ ¿Atiende un bot o una persona? Primero atiende un bot y después la atención humano</p> <p>→ ¿Contestaron la pregunta? Si, contestaron todas las preguntas</p> <p>→ Amabilidad en la atención Si, me atendieron con amabilidad</p> <p>→ ¿Qué información te solicitaron? Precios de los diferentes paquetes, horarios</p>

	Seguimiento posterior a lo solicitado
DESCRIPCIÓN DE LA VISITA	
<p>Llegué al establecimiento a las 8:00, no había servicio de valet parking pero me estacioné en la calle Av Naciones Unidas. Al ingresar a Biokinesic te encuentras con un letrero luminoso, llegando a recepción me preguntaron por mi nombre y me pidieron que tomara asiento.</p> <p>El tiempo de espera en recepción fue de 6 minutos, fui llamado por el terapeuta y me pidió que lo acompañara al consultorio.</p> <p style="text-align: center;">En la sesión de descarga muscular realizaron las siguientes técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Descarga con electrodos ● Masaje con crema ● Pistola vibración ● Botas de presión <p>Durante la sesión de descarga muscular, los terapeutas fueron muy amables, estuvimos platicando relacionados al masaje y sobre la operación del negocio, resolviendo dudas y preguntando si es que todo estaba bien o si sentía alguna incomodidad.</p> <p>Al terminar la sesión, me pidieron que realizara unos ejercicios de estiramiento para descansar el músculo. Saliendo me acompañaron a recepción en donde realice el pago, otros empleados fuera de los terapeutas que me realizaron la descarga, también me preguntaban cómo me había sentido en la sesión. La recepcionista me preguntó que si quería que me agendaran otra sesión o si quería yo agendarla, me dieron un número de teléfono para realizarlo por mi cuenta.</p> <p>El establecimiento se encontraba limpio, bien iluminado y con las instalaciones en buenas condiciones.</p>	

Tabla# 13 Mystery Shopper Alejandro Martinez

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Nombre de quien hizo el Mystery Shopper	Alejandro Martinez Olivares
Nombre de la Clínica	Bioevolution

Domicilio	Joaquín Arrieta 144, Vallarta, Guadalajara, Real Vallarta, 45020 Zapopan, Jal.
Croquis de Ubicación	
Foto....	
Clasificación del lugar: Clínica de rehabilitación física especializada	
Preguntas	
1.- Acceso	<p>La accesibilidad del establecimiento es complicada, al querer ingresar al establecimiento la puerta principal estaba cerrada, por lo cual tuve que pasar por medio la cochera y había dos personas sentadas obstruyendo el paso. No tienen rampa, ni barandal.</p> <p>El establecimiento no cuenta con servicio de valet parking</p> <p>El establecimiento no fue fácil de encontrar, ya que no pude percibir el lugar desde mi auto, al momento que me estacione y estaba caminando por la calle, logré identificar Bioevolution por que tiene una placa pequeña con su logo. Alrededor de Bioevolution se encuentran casas, está lejos de la zona comercial.</p>
2.-Recepción	<p>Al llegar al establecimiento no estaba la recepcionista en el mostrador y la atención de ella no fue muy amable, por parte de los terapeutas si obtuve buena atención</p>

	<p>Si pude identificar a los empleados fácilmente, ya que tenían uniforme, solo que eran de diferentes colores. La recepcionista no portaba uniforme</p> <p>El tiempo para ser atendido fue de 2 min para que me recibieron y 5 min en sala de espera para pasar a la terapia</p> <p>Los terapeutas me resolvieron todas las dudas sobre la terapia.</p> <p>No me ofrecieron ninguna bebida mientras estaba en recepción</p> <p>Mientras están dando la sesión de terapia no tienen distracciones, no utilizaron sus teléfonos</p> <p>El nivel de atención que recibí fue de un 8</p>
3.-Servicios y precios	<p style="text-align: center;">→</p> <p>→ Existe variedad de servicios, ¿cuantos? Traumatología y ortopedia Fisioterapia traumatólogica Fisioterapia clínica (post operatorio)</p> <p>→ ¿Cuál es el servicio más solicitado?</p> <p>→ ¿Cuál es el rango de los precios en los servicios? Descarga muscular de \$500 a \$2,800 Consulta/ Valoración Terapia individual Paquetes 3 sesiones cuerpo completo \$1,700 3 sesiones un área \$1,300 5 sesiones cuerpo completo \$2,800 5 sesiones un área \$2,100 Entrenamiento Descarga muscular</p>

	<p>No cuentan con el menú de servicios exhibidos</p> <p>No cuentan con directorio visible de los especialistas que atienden dentro de sus instalaciones</p> <p>Por fuera del establecimiento tienen una placa de metal con su logo de un tamaño pequeño dificultando localizarlo con facilidad. En recepción tienen tarjetas de presentación.</p>
4.-Atención recibida	<p>Para la descarga muscular no fue necesario una consulta de valoración</p> <p>Realizaron el cobro por medio de terminal sin problema</p> <p>Todas las dudas que tenía sobre la descarga muscular fueron respondidas por parte del terapeuta</p> <p>El nivel de atención que recibí fue de un 9</p> <p>→ ¿Se da continuidad al servicio? como prospecto y cliente.</p>
5.-Calidad del servicios	<p>Para hacer la descarga muscular utilizaron crema y botas de presión.</p> <p>Por parte del tarapeuta si me inspiro confianza y por parte de la recepcionista no, por la actitud</p> <p>Duración (manual, aparatos y ejercicios)</p> <p>La sesión de la descarga muscular fue de 1 hora en la cual al inicio usaron las botas de presión y después todo fue con masaje.</p> <p>Me atendió un fisioterapeuta</p>
6.- Instalaciones internas	<p>Los espacios del establecimiento eran muy reducidos, el pasillo era muy estrecho, había un patio que lo usaban para hacer actividad física y hasta el fondo había 2 consultorios</p> <p>El tamaño del establecimiento es de 255 mts²</p> <p>Los espacios no son personalizados</p> <p>La terapia la dan en consultorios privados</p>

	<p>Cuentan con 5 consultorios con puerta y 2 sin puerta No tienen difusores de olor ni tampoco con ambientación musical</p> <p>El establecimiento cuenta con decoración de dos tipos, en la primera parte tiene colores grises y mobiliario negro, en la segunda sección cambia, cambio de piso y usan colores en tonos azules.</p> <p>No cuentan con un spot para instagram El establecimiento en la primera sección se encontraba limpio, en la segunda sección daba impresión de un lugar sucio.</p>
7.-Horario	<p>→ ¿Cuál es el horario de la clínica?</p> <p>Los horarios de atención de la clínica son de Lunes a Viernes (9am - 8pm) y sabados (9am - 2pm) Atienen 6 días de la semana</p>
8.- Atención en redes sociales	<p>→ ¿Qué redes se contactaron?</p> <p>Me contactaron por medio de Instagram</p> <p>→ ¿Fué en comentario o en mensaje directo?</p> <p>Mensaje directo</p> <p>Rapidez en la respuesta</p> <p>Respuesta en menos de 5 min</p> <p>→ ¿Atiende un bot o una persona?</p> <p>Persona</p> <p>→ ¿Contestaron la pregunta?</p> <p>Si, me contestaron precios y horarios</p> <p>Amabilidad en la atención</p> <p>La atención fue con amabilidad</p> <p>→ ¿Qué información te solicitaron?</p> <p>Seguimiento posterior a lo solicitado</p>
DESCRIPCIÓN DE LA VISITA	
<p>Describir el público observado en el lugar al momento de hacer el mystery.</p> <p>Identificar perfil del paciente y observaciones generales del lugar.</p> <p>Relatar experiencia en la visita</p>	

Llegue al establecimiento a las 9:00, buscando el lugar no lo encontré por lo cual tuve que dar otra vuelta a la manzana para estacionarme y hacerlo caminando, llegando la puerta principal estaba cerrada y tuve que pasarme por el portón que se encontraba abierto, estaban dos señoras sentadas en las escaleras por lo cual me impedía ingresar a las instalaciones de la empresa.

Entrando en recepción no había nadie, por lo cual tuve que esperar unos minutos para ser atendido, tomaron mi nombre, estuve en sala de espera por 5 min y me llamaron para llevarme a un consultorio, pase por un patio que lo utilizan como área funcional y al fondo se encontraban dos consultorios más.

En la sesión de descarga muscular realizaron las siguientes técnicas

- Botas de presión
- Masaje con crema

Durante la sesión me preguntaban cosas relacionadas al ejercicio físico que realizo y si resolvían dudas sobre el tema. El fisioterapeuta era amable conmigo, los masajes los realizaba con mucha presión y no me preguntaban si sentía incomodidad hasta que le hice el comentario.

Al finalizar pase a recepción para realizar el pago, no me acompañó la fisioterapeuta y llené un formato digital en un Ipad en donde puse mi nombre completo, servicio, precio y mi firma. El cobro fue por medio de terminal y no hubo ninguna complicación para realizarlo. Al salir del establecimiento no me abrieron la puerta, por lo cual tuve que salir por el portón que estaba abierto.

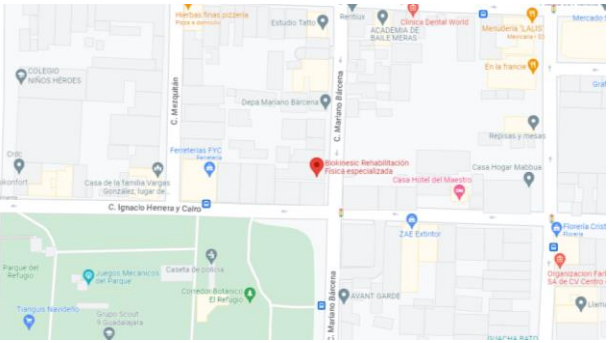



Tabla# 14 Mystery



Shopper Santiago Méndez



DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Nombre de quien hizo el Mystery Shopper	Santiago Méndez Márquez
Nombre de la Clínica	Biokinesic sucursal centro
Domicilio	C. Mariano Bárcena 411, Zona Centro, 44100 Guadalajara, Jal.
Croquis de Ubicación	
	
Foto....	
Clasificación del lugar: Clínica de rehabilitación física especializada	
Preguntas	
1.- Acceso	<p style="text-align: center;">→</p> <ul style="list-style-type: none"> → Accesibilidad del establecimiento → Valet parking → ¿La ubicación fue fácil de encontrar? → ¿Qué hay a los alrededores del lugar? <p>El establecimiento esta ubicado en el centro en una avenida de alto transito en donde no cuenta estacionamiento privado y tienes que estacionarte en alrededor de la cuadra y por ende no hay valet parking, sii es que vas en carro ya que una gran parte de la clientela viene en transporte público o alguien los lleva.</p>

<p>2.-Recepción</p>	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Al llegar a la tienda, los empleados te recibieron con amabilidad? → ¿Pudiste identificar a los empleados fácilmente? → ¿Los empleados portaban correctamente el uniforme? → ¿De cuanto tiempo fue tu espera para ser atendido? <ul style="list-style-type: none"> → Capacidad del personal para resolver dudas <ul style="list-style-type: none"> → ¿Se te ofrece alguna bebida al llegar? → ¿Los terapeutas tienen distracción? → ¿Cuál fue el nivel de atención que se te brindó? <p>Al llegar al establecimiento, la secretaria me recibió bastante amable y me pidió mis datos para pasarme a mi cita, en donde me ofreció bebidas mientras esperaba al fisioterapeuta que me atendió a los dos minutos de que llegue. Todos contaban con su uniforme. El nivel de atención fue bastante bueno en todo el momento.</p>
<p>3.-Servicios y precios</p>	<ul style="list-style-type: none"> → Existe variedad de servicios, ¿cuantos? → ¿Cuál es el servicio más solicitado? → ¿Cuál es el rango de los precios en los servicios? <ul style="list-style-type: none"> Consulta/ Valoración Terapia individual Paquetes (5,10) Entrenamiento Descarga muscular ¿Tienen el menú de servicios con precios visibles? ¿Tienen un directorio visible de especialistas? Tienen el logo visible y materiales promocionales (folletos, banners, etc.)



Hay bastante variedad de servicios, aunque no te desglosan las posibilidades que podrías encontrar. El menú está en el folleto el cual es bastante visible tanto los precios como el logo de la empresa y en esta ofrecen paquetes bastantes buenos que promueven a conseguirlo.

4.-Atención recibida

- ¿Se hace consulta de valoración?
- Facturación
- Capacidad de respuesta
- Encuesta de satisfacción
- ¿Se da continuidad al servicio? como prospecto y cliente.

La atención fue bastante buena por parte del fisioterapeuta y de la recepcionista, siempre atendieron mis dudas y me hicieron sentir bastante cómodo. El único detalle que tuve fue a la hora del servicio tenía la idea de que iba a haber aroma y no tenían y también me hubiera gustado que me ofrecieran una toalla para acostarme en la camilla y la recepcionista a la hora de que iba a pagar se tardó ya que estaba haciendo ejercicio, pero en general bastante bien.

	<p>Me ofrecen descuentos para atraer más personas y motivan a creer en ellos lo cual influye bastante a la hora de contratar paquetes. Se ofreció facturación y varias opciones de pago.</p>
<p>5.-Calidad del servicios</p>	<p style="text-align: center;">→</p> <ul style="list-style-type: none"> → Aparatos que tienen → ¿Te brindaron confianza? → Duración (manual, aparatos y ejercicios) → ¿Cuántos fisioterapeutas atienden por sesión? <p>Tienen todos los aparatos necesarios para llevar la terapia, cuentan con una habitación privada en donde se genera la valoración y después te pasan a un área en donde hay aproximadamente 6 camillas en donde te atiende tu terapeuta y un área de gimnasio para hacer movimientos necesarios en tu rehabilitación.</p> <p>El terapeuta en todo momento sabía que hacer y si preguntabas algo te genera confianza.</p> <p>Utiliza técnicas manuales, así como también aparatos y ejercicios para la terapia.</p> <p>La valoración duró aproximadamente 15 minutos y la terapia alrededor de 1 hora.. Cuando me atendieron había otros 3 terapeutas atendiendo a diferentes pacientes lo cual es bastante bueno ya que está totalmente personalizada la rehabilitación.</p>
<p>6.- Instalaciones internas</p>	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Cómo están distribuidos los espacios? → ¿Qué tamaño tiene el local? → ¿Los espacios son personalizados? → ¿Donde se atiende a los clientes? (cabinas) <ul style="list-style-type: none"> → Número de cabinas → Aroma y Música → Decoración del lugar → Ambientación de lugar <ul style="list-style-type: none"> → Colores → Spot instagram

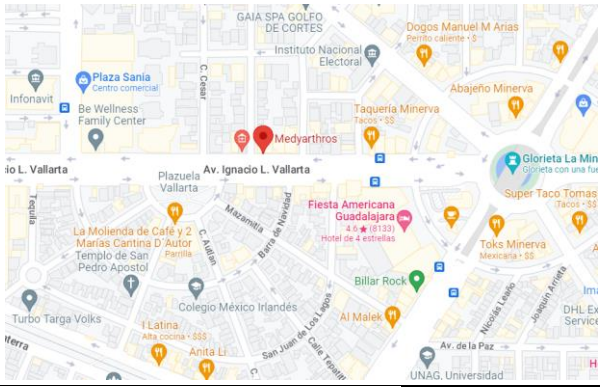

	<p>→ ¿El establecimiento se encontraba limpio?</p> <p>Los espacios estaban distribuidos bastante bien dependiendo del área= Valoración, terapia y gimnasio, aunque era bastante visible la cocina de ellos ya que no la tapan.</p> <p>La música era bastante fuerte pero estando ahí te motivas gracias a los terapeutas y las frases que están pegadas alrededor de las paredes. Un ambiente bastante agradable para ejercitar, pero no para relajarse en alguna terapia.</p> <p>Se encontraba todo bastante limpio, aunque agregar toallas a las camillas estaría bastante bien.</p>
7.-Horario	<p>→ ¿Cuál es el horario de la clínica?</p> <p>→ ¿Cuántos días a la semana atienden?</p> <p>El horario de la clínica es de Lunes a Viernes de 8:00 am a 8:00 pm.</p>
8.- Atención en redes sociales	<p>→ ¿Qué redes se contactaron?</p> <p>→ ¿Fue en comentario o en mensaje directo?</p> <p>→ Rapidez en la respuesta (días, horas...)</p> <p>→ ¿Atiende un bot o una persona?</p> <p>→ ¿Contestaron la pregunta?</p> <p>→ Amabilidad en la atención</p> <p>→ ¿Qué información te solicitaron?</p> <p>→ Seguimiento posterior a lo solicitado</p> <p>La cita la genere a través de llamada y me contestaron rápido. En la llamada me preguntaban qué servicio requería y me dieron toda la información que pregunte cómo serían los precios y la duración. También pregunté sobre el estacionamiento y la que me atendió me ofreció hasta alternativas para esto.</p> <p>También se puede generar la cita en redes sociales como Facebook o WhatsApp.</p>

DESCRIPCIÓN DE LA VISITA	
<p>Describir el público observado en el lugar al momento de hacer el mystery. Identificar perfil del paciente y observaciones generales del lugar. Relatar experiencia en la visita</p>	



Tabla# 15 Mystery Shopper Santiago Méndez

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Nombre de quien hizo el Mystery Shopper	Santiago Méndez Márquez
Nombre de la Clínica	Medyhartos
Domicilio	Av. Ignacio L. Vallarta 3060, Ladron De Guevara, 44690 Guadalajara, Jal.

<p>Croquis de Ubicación</p>	
<p>Foto....</p> 	
<p>Clasificación del lugar: Clínica de rehabilitación física especializada</p>	
<p>Preguntas</p>	
<p>1.- Acceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> → Accesibilidad del establecimiento → Valet parking → ¿La ubicación fue fácil de encontrar? → ¿Qué hay a los alrededores del lugar? <p>El acceso es a través de la entrada principal justo en la avenida Vallarta con bastante estacionamiento en los alrededores y ellos cuentan con un Valet Parking gratuito, pero solamente son 4 lugares y siempre están llenos debido a la gran cantidad de clientes que tienen.</p> <p>Fue fácil de encontrar ya que es una clínica bastante grande y tiene señaléticas 3d muy grandes que dice el nombre.</p> <p>Está muy bien ubicada ya que está en avenida Vallarta, pegada en la glorieta Minerva.</p>
<p>2.-Recepción</p>	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Al llegar a la tienda, los empleados te recibieron con amabilidad? → ¿Pudiste identificar a los empleados fácilmente? → ¿Los empleados portaban correctamente el uniforme?

	<ul style="list-style-type: none"> → ¿De cuanto tiempo fue tu espera para ser atendido? → Capacidad del personal para resolver dudas <ul style="list-style-type: none"> → ¿Se te ofrece alguna bebida al llegar? → ¿Los terapeutas tienen distracción? → ¿Cuál fue el nivel de atención que se te brindó? <p>Desorganizado, entras primero como a un filtro en donde un policía te pregunta tu cita y el doctor, no me asignaron ningún doctor y le dije y se molesto diciéndome que necesito un nombre, hasta que checo su lista y en efecto no tenía doctor asignado. Después me pasaron a la recepción principal en donde me preguntaron exactamente lo mismo y me hicieron esperar más de 50 minutos a que me valorara el doctor, sin ofrecerme nada en unas sillas bastantes desgastadas.</p> <p>Todos los terapeutas y doctores cuentan con uniforme, así como también las secretarías. A pesar de tanta cantidad de personas en la clínica si era fácil diferenciar los empleados y los clientes.</p>
3.-Servicios y precios	<ul style="list-style-type: none"> → Existe variedad de servicios, ¿cuantos? → ¿Cuál es el servicio más solicitado? → ¿Cuál es el rango de los precios en los servicios? <ul style="list-style-type: none"> ◆ Consulta/ Valoración ◆ Terapia individual ◆ Paquetes (5,10) ◆ Entrenamiento ◆ Descarga muscular → ¿Tienen el menú de servicios con precios visibles? → ¿Tienen un directorio visible de especialistas? <ul style="list-style-type: none"> → Tienen el logo visible y materiales promocionales (folletos, banners, etc.) <p>Los precios son elevados a comparación de Biokinesic, y esto</p>

	<p>es debido a que la gran parte de los clientes son personas que vienen a pedir facturas con reembolso por su seguro.</p> <p>La valoración tuvo un costo de \$700 y la sesión de terapia tiene precio de \$450</p> <p>El servicio más solicitado es terapia, específicamente rodilla. Aunque ahí se hacen incluso cirugías y están abriendo un hospital al lado de ellos.</p> <p>No cuentan con lista de precios visibles y tienes que marcar para preguntar sobre esto y no cuentan con paquetes.</p>
<p>4.-Atención recibida</p>	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Se hace consulta de valoración? → Facturación → Capacidad de respuesta → Encuesta de satisfacción → ¿Se da continuidad al servicio? como prospecto y cliente. <p>Bastante decepcionado a la hora de la valoración, hicieron que esperara más de 50 minutos a que me valoraran ya que el doctor no había llegado y en el transcurso no se me ofreció nada, esta valoración duró aprox 10 minutos.</p> <p>En cuestión a la terapia que fue a las 7 A.M. tuve que mirar una agenda para que me atendieran, algo que no te dicen. Me atendió un fisio que dividió la sesión en dos, terapia y ejercicio. La terapia estuvo bien, se me ofreció toalla y almohada y duró aproximadamente 40 minutos y la sesión de ejercicios estuvo mal ya que me estuvieron dando rutina las personas que estaban ahí, sin saber el padecimiento que tenía.</p> <p>Cuándo quieres pagar te mandan a una ventanilla bastante lejos de la recepción y cuando llegué tuve que esperar como 5 minutos a que llegara la cajera ya que estaba afuera. El cobro fue bastante rápido y me dio dos recibos de los dos servicios que tome.</p>
<p>5.-Calidad del servicios</p>	<ul style="list-style-type: none"> → Aparatos que tienen → ¿Te brindaron confianza?

	<ul style="list-style-type: none"> → Duración (manual, aparatos y ejercicios) → ¿Cuántos fisioterapeutas atienden por sesión? <p>Bastante completo la fisioterapia, con técnicas manuales hasta aparatos como láser y parches eléctricos de buena calidad, lo que decepcionó fue a la hora de los ejercicios ya que me los daba cualquier fisioterapeuta que se encontrara disponible.</p> <p>Duro aproximadamente 1:30 la terapia y 20 minutos la valoración.</p>
6.- Instalaciones internas	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Cómo están distribuidos los espacios? → ¿Qué tamaño tiene el local? → ¿Los espacios son personalizados? → ¿Donde se atiende a los clientes? (cabinas) <ul style="list-style-type: none"> → Número de cabinas → Aroma y Música → Decoración del lugar → Ambientación de lugar → Colores → Spot Instagram → ¿El establecimiento se encontraba limpio? <p>Las instalaciones son bastantes grandes, es lo más cercano a un hospital y de hecho están ampliando un edificio bastante grande. Adentro en las zonas de terapia hay una habitación con 20 camillas pegadas y abren dos salas más así entre semana. Cuentan con área de ejercicio o gimnasio grande en donde tienen bicicletas, escaleras, camillas, cojines, etc. y pueden caber aproximadamente 25 personas al mismo tiempo.</p> <p>No hay aroma, la música es bastante fuerte y similar en Biokinesic, música como de fiesta ya que la mayoría son jóvenes. El establecimiento estaba bastante limpio y me gusto que me pusieran toalla en la camilla..</p>
7.-Horario	<ul style="list-style-type: none"> → ¿Cuál es el horario de la clínica?

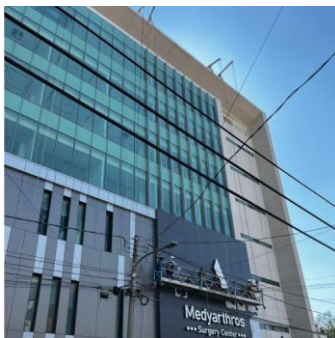
	<p>→ ¿Cuántos días a la semana atienden? Lunes a viernes de 8 am a 10 p.m., sábados de 7 a.m. a 2 p.m. y domingo de 10 a.m. a 6 p.m.</p>
8.- Atención en redes sociales	<p>→ ¿Qué redes se contactaron? → ¿Fué en comentario o en mensaje directo? → Rapidez en la respuesta (días, horas...) → ¿Atiende un bot o una persona? → ¿Contestaron la pregunta? → Amabilidad en la atención → ¿Qué información te solicitaron? → Seguimiento posterior a lo solicitado</p> <p>Cuentan con Facebook, Correo, Youtube e Instagram, pero la única forma de agendar cita es marcando o en whatsapp o en facebook.</p> <p>Atiende un bot en las redes sociales y cuando marqué me contestaron de todo, y me proporcionaron toda la información que pregunté, aunque no hubo como un acercamiento extra para tratar de motivar a tomar su servicio.</p>

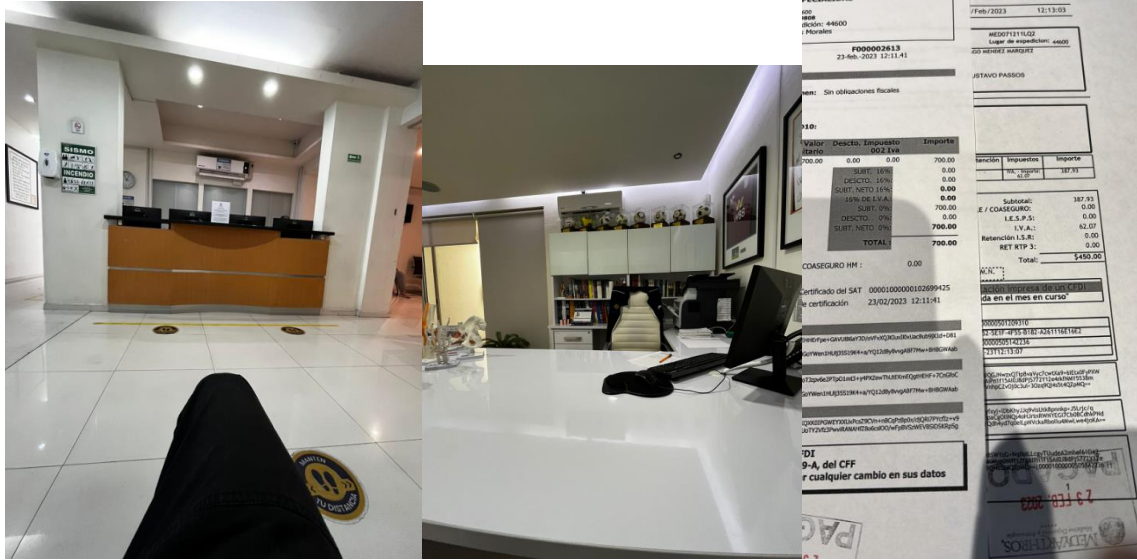
DESCRIPCIÓN DE LA VISITA

Describir el público observado en el lugar al momento de hacer el mystery.
 Identificar perfil del paciente y observaciones generales del lugar.
 Relatar experiencia en la visita

La mayoría de las personas que acudían al establecimiento era gente que venían de un seguro, la mayoría me fijé que venían de accidentes, y gente de 28 años a 70 años.

Dieron bastante que desear, como mi primer acercamiento me hicieron esperar más de una hora para que me valoraran estuve con una perspectiva negativa, y también cuando me atendió una ayudante del doctor en donde me pidió mis datos y después el doctor me pidió de nuevo los datos fue algo innecesario y pérdida de tiempo. En la terapia fue bastante bien, limpio y ordenado, pero a la hora de que nos pasaron al ejercicio me dieron rutinas como 5 terapeutas que ni sabían mi padecimiento. No vale su servicio por el precio que es.





Análisis de resultados mystery shopper

Se analizaron los resultados de cada mystery shopper para poder sacar las fortalezas y las debilidades de biokinesic, y así poder comparar con la competencia.



Conclusiones de mystery shopper




Un mystery shopper, comprador misterioso o cliente incógnito es una persona anónima, encargada y enviada por una empresa para comprobar la calidad y el buen funcionamiento de sus servicios comerciales. La retroalimentación, obtenida después de que los mystery shoppers visitan una tienda, permite a la empresa redefinir estrategias de ventas, gestión y calidad de servicio con el fin de aumentar las ganancias del negocio.

La evaluación del comprador misterioso se basa en muchos criterios. Están atentos a los detalles y, tras su visita, responden a un cuestionario que entregan a su reclutador para que lo analice.

En estos estudios los Mystery Shoppers visitan tiendas, bajo la premisa de comportarse como un comprador normal y real. Su actitud debe pasar como la de cualquier otro cliente y su función dentro del rol adoptado, es la de realizar preguntas y utilizar el servicio.

Tabla#16 Comparativo Mystery Shopper Biokinesic VS competencia.

	Biokinesic Centro	Biokinesic VIP	Pro Sport and Health	Bioevolution  BIOEVOLUTION Medicina y Terapia Física	Medyhartos  MEDYARTHROS Medicina Deportiva y Ortopedia
--	----------------------	-------------------	-------------------------	--	---

					
1. Acceso	<p>La accesibilidad al lugar es lo más complicado ya que está ubicado en una calle la cual no tiene estacionamiento y no hay ningún estacionamiento público cerca, no hay valet parking.</p>	<p>Cuentan con Valet Parking La calle tiene mucho espacio para estacionarse. Tiene una lona con el logo de la empresa</p>	<p>El lugar se encuentra en una plaza llamada “Entorno Margarita”, la cual no cuenta con valet parking pero sí con estacionamiento general de la plaza, sin embargo los lugares son algo reducidos. La ubicación fue fácil de encontrar ya que se encuentra en el tercer piso con una fachada grande y blanca con el logo visible desde lejos.</p>	<p>Tienen un letrero de metal muy pequeño que es difícil de percibir desde el vehículo. El acceso al establecimiento fue complicado, estaba cerrada la puerta principal, por lo cual ingresé por el portón</p>	<p>El acceso es a través de la entrada principal justo en la avenida Vallarta con bastante estacionamiento en los alrededores y ellos cuentan con un Valet Parking gratuito, pero solamente son 4 lugares y siempre están llenos debido a la gran cantidad de clientes que tienen.</p>
2. Recepción	<p>Zona amplia y bien distribuida. La secretaria</p>	<p>Todos los empleados utilizan el uniforme</p>	<p>El personal de la recepción no fue muy</p>	<p>No estaba nadie en recepción por lo cual tuve</p>	<p>Desorganizado, entras primero como a un filtro en</p>

	<p>fue amable, no me ofreció bebida. El suelo tenía polvo y el área de bebidas estaba desordenada. Todos fueron amables en la bienvenida. La espera para entrar fue de aproximadamente unos 10 minutos.</p> <p>Ofrecen tarjeta de descuento y encuesta de satisfacción.</p>	<p>Los empleados son amables todo el tiempo. Los terapeutas no usaron distractores mientras realizaban la sesión. Me ofrecieron algo de tomar</p>	<p>amigable, no tiene ningún diferenciador, solo es una barra blanca con dos personas atrás atendiendo que no portan uniforme.</p>	<p>que esperar a ser atendido. No me ofrecieron nada de tomar. Los terapeutas no tenían distractores. La atención de la recepcionista no era muy amable.</p>	<p>donde un policía te pregunta tu cita y el doctor, no me asignaron ningún doctor y le dije y se molesto diciéndome que necesito un nombre, hasta que checo su lista y en efecto no tenía doctor asignado. Después me pasaron a la recepción principal en donde me preguntaron exactamente lo mismo y me hicieron esperar más de 50 minutos a que me valorara el doctor, sin ofrecerme nada en unas sillas bastantes desgastadas.</p>
3.Precios y Servicios	Si existe una variedad de servicios, el	No tienen los precios exhibidos,	No tiene los precios y servicios	No tienen los precios exhibidos, no	Los precios son elevados a comparación

	<p>servicio más solicitado en esa clínica es la rehabilitación física y todo se maneja por paquetes. Tienen un menú de servicios visibles pero no tienen el directorio de los especialistas.</p> <p>La valoración está en \$600 pesos e incluye una sesión gratis, el paquete está en \$1300 por 12 sesiones y una de descarga muscular.</p>	<p>no cuentan con directorio de especialistas</p> <p>Cuentan con paquetes de servicios \$450</p> <p>DESCARGA MUSCULAR \$700</p> <p>CONSULTA DE VALORACIÓN Y TERAPIA</p> <p>Me dieron una tarjeta para recomendar a alguien y que se le aplique 50% descuento</p>	<p>exhibidos. Tienen variedad de servicios pero el principal es el de la rehabilitación para deportistas. El costo por el entrenamiento funcional es de \$3,000 por cuatro días a la semana una hora y media de entrenamiento. No cuentan con un directorio visible. El costo de consulta de valoración y terapia es de \$800</p>	<p>cuentan con directorio de especialistas</p> <p>Cuentan con paquetes de servicios \$500</p> <p>DESCARGA MUSCULAR</p>	<p>de Biokinesic, y esto es debido a que la gran parte de los clientes son personas que vienen a pedir facturas con reembolso por su seguro.</p> <p>La valoración tuvo un costo de \$700 y la sesión de terapia tiene precio de \$450</p>
4. Atención recibida	<p>La consulta de valoración es muy importante. Durante todo el servicio están muy atentos a las</p>	<p>Todo el personal era muy amable y sin distracción es cuando te están</p>	<p>La atención no fue la mejor, tardaron aproximadamente 15 minutos en pasarme a</p>	<p>La atención por parte de la recepcionista no fué muy buena, de lo contrario el terapeuta sí tenía buena</p>	<p>Bastante decepcionado a la hora de la valoración, hicieron que esperara más de 50 minutos a que me</p>

	<p>dudas y a los ejercicios. Se ofrece factura y una encuesta de satisfacción.</p> <p>La sesión fue de aproximadamente una hora y 15 minutos ya incluida la valoración.</p> <p>Aplicar el seguimiento por mensaje o llamada, después del servicio.</p>	<p>atendiendo La sesión duró 1 hora y media</p>	<p>consulta y parecía que llevaban prisa. En cabina también se ve que el fisioterapeuta sale mucho de la cabina sin explicación de tiempos y parece distraído. En recepción no se siente amabilidad pero los fisioterapeutas sí.</p>	<p>actitud. La sesión duró 1 hora</p>	<p>valoraran ya que el doctor no había llegado y en el transcurso no se me ofreció nada, esta valoración duró aprox 10 minutos..</p> <p>En cuestión a la terapia que fue a las 7 A.M. tuve que mirar una agenda para que me atendieran, algo que no te dicen. Me atendió un fisio que dividió la sesión en dos, terapia y ejercicio. La terapia estuvo bien, se me ofreció toalla y almohada y duró aproximadamente 40 minutos y la sesión de ejercicios estuvo mal ya que me estuvieron</p>
--	--	---	--	---------------------------------------	--

					dando rutina las personas que estaban ahí, sin saber el padecimiento que tenía.
5. Calidad de los servicios	Cuentan con variedad de aparatos. La duración fue de una hora con 8 ejercicios de series 3 veces. Se brinda confianza y respeto, se mencionan todos los protocolos y las técnicas utilizadas son las adecuadas.	Brindan confianza antes, durante y después de la sesión. La sesión duró más que el de la competencia. Usaron varias técnicas para realizar la descarga muscular y la terapia: masaje, electrodos, punción, cintas, botas de compresión, etc.	En la terapia te sientes en confianza, los fisioterapeutas responden todas las preguntas pero no dura mucho, aproximadamente 30 minutos en la sesión, sin contar los 15 minutos de evaluación y el gimnasio, al cual no pase. Se usaron 2 técnicas, pero mencionaron otras 2 que utilizan.	Para la descarga muscular sólo usaron masaje y botas de presión. El terapeuta sí brindó confianza, la recepcionista no.	Bastante completo la fisioterapia, con técnicas manuales hasta aparatos como laser y parches eléctricos de buena calidad, lo que decepciono fue a la hora de los ejercicios ya que me los daba cualquier fisioterapeuta que se encontrara disponible.
6. Instalaciones internas	Los espacios están distribuidos todos en una sola planta y	El local es grande 605 mts ² . Cuentan con 5	Las instalaciones se ven un poco viejas, no tiene	Las instalaciones eran muy reducidas, pasillos muy	Las instalaciones son bastantes grandes, es lo más cercano a

	<p>las cabinas están separadas del área del gimnasio, el tamaño del local no es muy grande pero tampoco muy chico. Las cabinas están en un área común son aproximadamente 6 y están personalizadas únicamente por una pared o cortina. La valoración si es un cuarto aparte junto con los especialistas</p>	<p>consultorios Los espacios de consulta son personalizados Área funcional amplia</p>	<p>mucha decoración y se ve que tienen lo indispensable únicamente. Los espacios son amplios, cuentan con varios pasillos y amplias zonas que dividen los consultorios, la recepción, las cabinas y el gimnasio.</p>	<p>estrechos Zona funcional pequeña Establecimiento de 255 mts² 5 cabinas con puertas 2 cabinas sin puertas</p>	<p>un hospital y de hecho están ampliando un edificio bastante grande. Adentro en las zonas de terapia es una habitación con 20 camillas pegadas y abren dos salas más así entre semana. Cuentan con área de ejercicio o gimnasio grande en donde tienen bicicletas, escaleras, camillas, cojines, etc. y pueden caber aproximadamente 25 personas al mismo tiempo.</p>
7.Horario	<p>El horario de la clínica es de Lunes a Viernes de 8:00 am a 8:00 pm. Se recomienda ampliar el</p>	<p>Lunes a sábado de 8 am a 8 pm Los sábados abren todo el día Abren a las</p>	<p>El horario de atención es de lunes a viernes (7.30am-9pm) y sábados (7.30am-</p>	<p>Lunes a viernes 9 am a 8 pm Sábados 9 a 2 Pm</p>	<p>Lunes a viernes de 8 am a 10 p.m., sábados de 7 a.m. a 2 p.m. y domingo de 10 a.m. a 6 p.m.</p>

	horario, ya que el sábado es más probable que visiten más personas.	8 de la mañana	2pm)		
8. Atención en redes sociales	La respuesta es rápida Inicia un Bot contestando y después es un humano	La respuesta es rápida Inicia un Bot contestando y después es un humano	La atención es lenta, primeramente utilizan bot en Instagram y en whatsapp es directamente con ellos.	La respuesta es rápida, siempre contestó una persona Me daban descuento en la primer sesión	Cuentan con Facebook, Correo, Youtube e Instagram, pero la única forma de agendar cita es marcando o en whatsapp

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones generales (principales hallazgos y diferenciador competitivo de Biokinesic)

Uno de los diferenciadores principales son los precios y los servicios incluidos en el precio, ya que si se comparan los precios, están más elevados en otras clínicas y es el mismo servicio. También algo que diferencia son los especialistas ya que son más jóvenes en Biokinesic en comparación a otro lado y el trato personalizado.

Acceso

El acceso a las instalaciones de Biokinesic son prácticas, ya que cuentan con valet parking y además tiene acceso con barandal y rampa para facilitar el ingreso a los clientes. El acceso en la sucursal centro está un poco complicado ya que no hay mucho lugar de estacionamiento, se recomienda buscar algún estacionamiento público cerca para renta (si la mayoría de los los clientes utilizan uno)

Recepción

Los empleados de Biokinesic son amables, tienen sentido humano para tratar al cliente, cuentan con bebidas para recibir a los clientes, en la sucursal de Naciones unidas sí lo ofrecen y en la sucursal centro no. El tiempo de espera va de los 5 min a los 10 min para ser atendidos por un fisioterapeuta.

Precios y Servicios

Como se menciona anteriormente comparando los precios y el servicio ofrecido, en Biokinesic los precios son mucho más bajos aún utilizando la sucursal VIP. Y los servicios ofrecidos muestran calidad y resultados.

Atención recibida

La atención recibida en Biokinesic es buena, el personal se encuentra capacitado, en todo momento es amable, resuelve dudas y tienen una actitud de servicio. No tienen distracciones mientras realizan la sesión de terapia.

Calidad de los servicios

Los empleados brindan confianza con el cliente, haciendo preguntas para poder profundizar más en las necesidades del cliente para poder dar la sesión de terapia. Utilizan varios métodos para dar la sesión, todos se encuentran en buenas condiciones.

Instalaciones internas

Las instalaciones de Biokinesic VIP son amplias, cuentan con 5 cabinas para sesiones de fisioterapia y con un área funcional grande, con mucho equipo para que se puedan estar varios pacientes haciendo actividad física.

Horario

El horario de Biokinesic es de lunes a sábado de 8:00 am a 8:pm lo cual ayuda a que se puedan hacer sesiones en horarios en los que la competencia está cerrada, y que los sábados no sólo es medio día.

Atención en redes sociales

La respuesta en redes sociales inicialmente es por medio de un Bot que contesta automáticamente y después pasa a ser un humano, el cual se encarga de resolver todas las dudas de manera puntual y de manera cálida.

Recomendaciones generales:

Respecto a Biokinesic centro la recomendación sería que se cuidara más la limpieza del lugar y las áreas comunes, al igual que la presentación de los especialistas. Cuidar la presentación del lugar es esencial, también el poner un letrero luminoso en el exterior le daría más profesionalismo al lugar. Realizar llamadas o mensajes de seguimiento para confirmar las citas agendadas, de igual manera contactar al cliente después de la visita para conocer si le gustaría agendar otra sesión de terapia y para conocer cómo fue su experiencia.

La importancia de homologar servicios es esencial para que el servicio en ambas sucursales sea el mismo. Para así poder verificar una serie de estándares y servicios de calidad para que se garantice la misma calidad de atención y no haya diferencias en las dos sucursales y los clientes estén igual de satisfechos en cualquiera de las dos sucursales, Centro o Naciones Unidas. Todos los colaboradores dentro de la clínica tienen que tener una serie de pasos a seguir y la información clara, completa y precisa para que se garantice la misma calidad.

Se recomienda cuidar el ambiente de las clínicas, tratando de encontrar un balance entre la calidez y la formalidad.

Revisar el horario de programación del sistema de aromarketing para que desde temprano ya empiece a estar funcionando en las diferentes áreas de la empresa.

Diseño:

Como primera instancia, se recomienda que la entrada sea más profesional, es decir, se cuenta con una lona colgada únicamente por fuera, cuando podrían utilizar más recursos para dar a entender de afuera que a pesar de ser una casa, por dentro es un centro de rehabilitación. La lona se encuentra chueca.

Se recomienda darle más uso a las redes sociales, explotarlas y utilizarlas como promoción aún más. El diseño de las redes sociales podría estar organizado por diferentes pantallas y no tener toda la información en una misma, ya que puede resultar como efecto de saturación para algunos usuarios.

Por otro lado, dentro de la clínica se recomienda un mobiliario e interiorismo uniforme en general, elegante y sencillo: más es menos. Tener folletos de información en la recepción donde se ponga precios, paquetes, promociones, etc.

Se sugiere utilizar el logo de la clínica en los diversos materiales, personalizar las cosas con logo de la clínica, frases y visuales que el usuario esté interesado en leer mientras espera.

Hospitalidad:

Dentro del sector de hospitalidad se pueden destacar distintos detalles como por ejemplo: el servicio y atención a los clientes en su llegada. El personal tiene que estar atento a las personas que llegan y brindarles su atención al 100%. En la visita del mystery shopper a la sucursal centro se puede destacar que la recepcionista a la llegada estaba maquillándose en su lugar de trabajo y en horas laborales, por lo que no brindó la atención adecuada al cliente, ya que no ofreció un saludo ni ninguna bebida de bienvenida. Respecto al área de bebidas se recomienda que esté mejor ordenada. También la limpieza de las áreas comunes puede mejorar.

Mercadotecnia:

Tener un seguimiento para poder tener un mejor funnel de ventas y una mejor tasa de conversión, esto se refiere que se le dé seguimiento al cliente por medio de mensajes automatizados al momento de que generen la cita para una sesión de consulta y que se puedan confirmar las citas para que recordarle al cliente y bajar tasa de citas canceladas, así mismo se pueden realizar encuestas de satisfacción una vez finalizada la sesión para evaluar el servicio.

En la sala de espera se puede utilizar una pantalla para poder transmitir el contenido que está en redes sociales, ayudando a que los mismos clientes se interesen en seguirlos en redes sociales y que además vean y escuchen contenido de valor mientras esperan su consulta, para así generar la venta de otros productos. Así mismo, incentivar de alguna manera al cliente en que pueda calificar los servicios obtenidos en redes sociales y en google maps para incrementar el número de opiniones para poder estar mejor posicionados en medios digitales.

PUNTOS MÁS IMPORTANTES A MEJORAR:

- Homologar procesos de servicio en la atención al cliente.
- Capacitación con información sobre servicios.
- Uso del logo en materiales usados y en folletos informativos.
- Limpieza de las instalaciones desde temprano.
- Cuidar balance entre un ambiente cálido y jovial, con la profesionalización.
- Seguimiento y confirmación de sesiones.
- Digitalización en la captura de la información de cada paciente.

FODA Simple

El foda es una herramienta para poder analizar la empresa en la situación actual, considerando las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Se encuentra en el apartado 1.2 FODA

FODA Estratégico

Esta herramienta ayuda a una organización a encontrar sus factores estratégicos críticos, para una vez identificados, usarlos y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades, y eliminando o reduciendo las amenazas.

Tabla#17 Foda Estratégico

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Un servicio al cliente	El diseño digital de la

	<p>profesional y flexible</p> <p>Presencia en RRSS</p> <p>Marca referente en el sector</p> <p>Estilo propio y diferenciador</p> <p>Buena experiencia vía web al usuario</p> <p>Existe y persiste una comunidad en la empresa</p> <p>Excelente seguimiento al cliente vía whatsapp</p> <p>Promocion por 10 terapias te regalan 2 y valoración incluye terapia</p>	<p>página de instagram se ve contaminado, repetitivo.</p> <p>Diseño gráfico pobre en contenido de las redes</p> <p>Ausencia de plan de marketing</p> <p>Baja calidad de contenido</p> <p>Bajo posicionamiento en el SEO</p> <p>En redes sociales como Facebook e instagram no se contestan los mensajes</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Gasto alto del target (sector de lujo) y uso de RRSS</p> <p>Cada vez más nichos en el sector</p> <p>Uso de tecnologías para alcanzar nuevos productos</p> <p>Diseño sostenible como factor de innovación (2030)</p> <p>Explotar herramientas de marketing como Google ads, facebook ads etc.</p> <p>Adentrarse en otra red social como LinkedIn</p>	<p>FO</p> <p>Teniendo una presencia alta en redes sociales, se podría utilizar herramientas de marketing para promocionarse.</p> <p>Un servicio de alta calidad y profesional podría incluso mejorar con nuevas tecnologías.</p> <p>Aprovechar la interactividad de redes sociales como instagram para llegar a más usuarios</p> <p>La presencia de una</p>	<p>DO</p> <p>Aprovechar ciertas herramientas de marketing para mejorar el posicionamiento de SEO y salir al frente de la mayoría de las clínicas.</p> <p>Mejorar la calidad del contenido para que sea atractivo y llegar a más usuarios.</p> <p>Contestar los mensajes en instagram y facebook sería aprovechar la ventaja que tienen para llegar a más usuarios.</p>

	<p>plataforma formal como LinkedIn viene muy ad hoc de ser la marca referente en el sector.</p>	
<p>AMENAZAS</p> <p>Competencia más reconocida en la ciudad</p> <p>Nuevos competidores llevan a casa la fisioterapia vía redes sociales</p> <p>Expuestos a la competencia vía redes sociales</p> <p>Competencia con mejor captación de datos</p> <p>La ignorancia sobre el tema de la fisioterapia en el país es grande, a pesar de estar en tendencia.</p>	<p>FA</p> <p>Aprovechar las promociones que se tiene y la demanda existente de las redes sociales estaría bien explotar esta ventaja y compararse con otras clínicas.</p> <p>La alta presencia de redes sociales podría educar más a las personas sobre la importancia de la rehabilitación en las personas.</p> <p>El estilo propio y diferenciador de la empresa es notoria ante los competidores.</p>	<p>DA</p> <p>La problemática sobre la captación de datos en la empresa es notable comparando a competidores.</p> <p>A pesar de que empresas del sector no tienen tanto impacto en redes, la baja calidad del contenido en algunas publicaciones podrá afectar a la efectividad de captar clientes a través de estos.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Fortalezas

- ¿Qué estás haciendo bien?

- ¿Por qué te compran?
- ¿Por qué te recomiendan?
- ¿Tienes patentes y marcas protegidas?
- ¿La comunicación es efectiva?
- ¿Qué ventajas tiene tu empresa?
- ¿Qué haces mejor que nadie más?
- ¿Qué recursos bajos en costes tiene tu empresa que no tiene ninguna otra?
- ¿Qué ven las personas de tu mercado como tus principales fortalezas?¿
- ¿Tienes un buen posicionamiento SEO?
- ¿Tu comunidad es activa y te prescribe?
- ¿Tu blog tiene mucho tráfico?
- ¿Están optimizadas tus campañas?
- ¿Aporta valor tu contenido?
- ¿Está tu website bien construido?

Debilidades

- ¿Tu presencia digital se corresponde con una estrategia de marca?
- ¿Eres consistente con tus mensajes en los distintos canales?
- ¿El ratio de conversión es el adecuado?
- ¿Conseguir un ROI positivo con tu marketing digital?
- ¿Qué aspectos puedes mejorar?
- ¿Qué debes evitar?
- ¿Qué ven las personas de tu mercado como tus principales debilidades?
- ¿Qué factores te hacen perder ventas?

Oportunidades

- ¿Qué oportunidades has detectado?
- ¿Qué tendencias interesantes puede seguir tu producto?
- ¿Qué está haciendo la competencia que le posiciona mejor?
- ¿Cuáles son las palabras clave que mejor te pueden funcionar?
- ¿Ha surgido alguna red social donde puedas tener un buen crecimiento?
- ¿Estás explotando todas las herramientas del marketing digital a tu disposición (inbound marketing, SEO, emailing, campañas Adwords, Facebook Ads...)?

Amenazas

- ¿Qué obstáculos encuentras?
- ¿Qué están haciendo tus competidores?
- ¿Están cambiando los estándares de calidad sobre tu producto?
- ¿Los avances tecnológicos amenazan tu producto?

- ¿Tienes problemas de facturación o liquidez?
- ¿Alguna de tus debilidades puede amenazar seriamente tu negocio?
- ¿Hay algún cambio en la legislación sobre Internet o E-commerce que te pueda afectar?
- ¿Ha surgido alguna tecnología que no estés aprovechando?
- ¿Estás detectando tanto la competencia online como la offline?
- ¿Es tu competencia digital más competitiva que tú en este entorno? ¿Por qué?

CANVAS

Fue necesario generar un Canvas a la empresa para que pudiera reconocer y visualizar elementos clave dentro de la empresa de una manera más fácil y visual. Ayudó al empresario a reconocer sus canales, sus socios, etc.

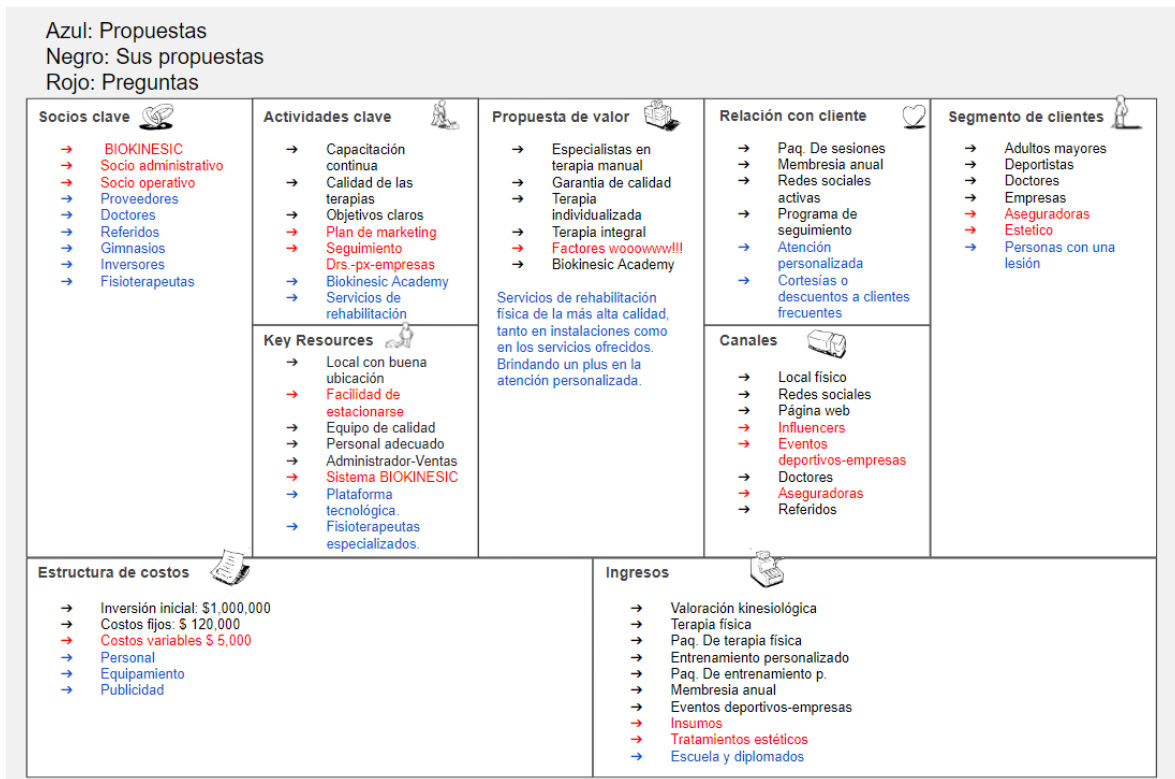
Business Model Canvas

El modelo Canvas es una herramienta estratégica que ayuda a conceptualizar el modelo de negocio y representarlo de forma visual en un solo lienzo de forma que cualquier persona del equipo pueda entenderlo fácilmente. Así, con un Business Model Canvas se logra detectar las palancas de crecimiento de cada modelo de negocio, visualizar las ideas, los socios clave para el negocio, y las acciones a llevar a cabo. Todo esto en una plantilla o matriz con 9 casillas en las que se integra las actividades clave y componentes básicos de un plan de negocios para una empresa.

Gracias al modelo Canvas se puede ver de forma simplificada y muy detallada la estructura de los costes, los socios clave, las fuentes de ingresos del modelo de negocio, los canales de comunicación, la relación de los clientes y los segmentos de clientes. De hecho, la conceptualización del modelo Canvas tiene su origen en el pensamiento de diseño. Se trata de una visión conjunta, estructurada y simplificada de lo que es o será tu empresa. (Alonso, 2022)

<https://docs.google.com/presentation/d/1DoDLNME6pARnn5IUPFGcZ26xMLiAmnqB/edit?usp=sharing&oid=105566224175341633036&rtpof=true&sd=true>

Cuadro #1 Business Model Canva



Fuente: Elaboración Propia

El texto se divide por colores para una comprensión más fácil del modelo. En el cual, el negro son las propuestas de la empresa, el modelo que ya se tenía como base. El azul son las propuestas que como equipo se le dieron al cliente para ampliar el modelo. Y el rojo son preguntas que en conjunto como equipo se cuestionaron dentro del modelo, para ver si realmente se tienen dentro de la empresa o si son necesarios.

Presentación resultados empresario

Se realizó una junta para mostrar los avances de la información recopilada para darle orientación al proyecto.

Estrategia de MKT Digital

Después de haber trabajado con herramientas para conocer la industria, la empresa y el sector a fondo, se implementó la estrategia de mercadotecnia digital la cual consta de la realización de trabajos en el aspecto digital de la empresa para mayor crecimiento en redes sociales.

Brief de comunicación

El brief de comunicación es un informe que debe contener toda la información necesaria para arrancar un proyecto de comunicación. Con él se podrá empezar a trabajar codo con codo con el departamento de comunicación de la organización o externalizar con la agencia de comunicación y marketing contratada. También es un ejercicio muy útil para definir y estructurar las propias ideas. Sin duda deberá ser breve, relevante y claro.

Brief de comunicación

SERVICIO: Clínica de rehabilitación física especializada.

EJECUTIVOS SOLICITANTES: Juan Pablo Cortés y Alejandro Jauregui.

FECHA EMISIÓN: Marzo 2023

MARCA: Biokinesic

Carácter de la Marca:

- Joven adulto contemporáneo .
- Activo .
- Dinámico.
- Amigable.
- Actualizado.
- Sano.
- Honesto.
- Interesado en el bienestar de las personas, le gusta escuchar.
- Busca un crecimiento profesional, personal y una movilidad social,
- Capaz de comprometerse con soluciones eficientes y en beneficio del cliente y la comunidad.
- Abierto.
- Tolerante.
- Interesado en el medio ambiente.
- En búsqueda de soluciones integrales.

Target: 4 perfiles 1. Adulto mayor, 2. Deportistas, 3. Entre 30 y 50 4. Empresas y doctores

DEMOGRÁFICO:

*Estado civil: Solteros y casados, hay variedad siendo los casados la mayoría que los solteros.

*Edad: Entre los 30 y los 50 años. Pocos elementos se salen de ese rango.

*Etapa en el ciclo de vida familiar: Entre Soltería y Nido Completo (familiar)

*Nivel escolar: Licenciatura

*Ocupación: Empleados sector privado y deportistas

PSICOGRÁFICO:

*Nivel socioeconómico: NSE C y C+

*Pasatiempos: Ir al cine, jugar fútbol y tenis, leer, hacer ejercicio, domingos familiares. En general son diversiones dinámicas dentro de la ciudad

*Estilo de vida y personalidad:

Estilo de vida orientado al deporte de manera frecuente, alimentación balanceada gracias a las dietas proporcionadas por el nutriólogo. Utilizan medios digitales para estar enterados sobre nuevas técnicas de ejercicio y de alimentación para estar actualizados. Tienen la apertura de probar nuevos deportes como indoor cycling o paddle. Es amable con las personas, buen amigo y siempre escucha las necesidades de las demás personas. Tiene una rutina diaria y siempre ve el lado positivo de las cosas, a veces le gustan las cosas a la antigua pero le funcionan bien.

Objetivo de Comunicación: Invitar al público meta a probar y conocer los servicios de rehabilitación física de BIODINESIC De igual manera fomentar una cultura del cuidado al cuerpo, logrando fidelizar a toda la comunidad digital y a los ya clientes seguir cautivándolos.

¿Único concepto a transmitir? Contenido de valor del cuidado del cuerpo por medio de la rehabilitación física.

¿Por qué? La comunidad digital del sector deportivo tiene como interés el cuidado del cuerpo por lo cual es importante que expertos puedan compartir su experiencia en redes sociales y de esa manera generar vínculos de interés con la audiencia.

Descripción del producto: Rehabilitación física, ejercicio funcional, consulta con especialistas.

Rehabilitación física: Técnica manual para realizar masajes, con ayuda de aparatos como electrodos, botas de presión, compresas, tina de hielos, pistolas de vibración.

Consulta: Valoración por parte de un especialista para poder diagnosticar lesiones y dar soluciones.

Ejercicio funcional: Corrección de posturas, ejercicios enfocados a rehabilitar músculos lesionados y trabajo especializado en cada ejercicio.

Descripción de los beneficios del producto:

- Mejora técnicas de ejercicio
- Quitar dolor en zonas lesionadas
- Conocimiento del origen del dolor
- Cuidado del cuerpo
- Mejor rendimiento al realizar actividades físicas

Soportes a la propuesta única a comunicar: Profesionistas de alta calidad, aportaciones importantes en el área de cuidado del cuerpo, personal capacitado, instalaciones equipadas.

¿Qué queremos que la gente piense después de ver la comunicación?

Interés por conocer los servicios de Biokinesic, inspirar confianza y seguridad de que se ofrecen rehabilitaciones de calidad y que van a recibir buena atención por parte de los terapeutas. Al igual que instalaciones de primer nivel para ser atendidos correctamente.

Tono de la comunicación: Dinámica, actual, no formal.

¿Qué debemos hacer? Campañas publicitarias enfocadas a obtención de leads para crear un funnel digital de ventas para concretar visitas a las instalaciones de Biokinesic y así generar la compra de paquetes con sesiones completas y después la contratación de otros servicios.

Información adicional:

Es importante considerar las diferentes ubicaciones de las pautas en medios digitales, ya que hay variación en el precio de los servicios entre una sucursal y otra.

Consideraciones importantes:

Todo material a publicar tendrá que ser autorizado

Los materiales deberán apegarse a los lineamientos previamente establecidos por el Biokinesic acorde a su imagen institucional.

FODA Digital

El análisis FODA de marketing digital es el estudio de los factores internos y externos que condicionan el éxito o fracaso de la campaña de marketing digital. En él se estudian las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.

Las debilidades y fortalezas son factores propios de tu negocio, tales como recursos, destrezas y habilidades con las que cuenta la empresa.

Las amenazas y oportunidades son los factores externos que afectan a tu negocio. Situaciones externas que dificultan el desarrollo de la empresa o que le afectan negativamente, y los puntos que pueden aprovechar para mejorar y diferenciarte de la competencia

Tabla# 18 FODA DE MARKETING DIGITAL

Fortalezas	Debilidades
Cuentan con una página web	El diseño digital de la página de instagram se ve contaminado, repetitivo.
Presencia en Instagram, Facebook y Whatsapp.	Diseño gráfico pobre en contenido de las redes
Marca referente en el sector	Ausencia de plan de marketing
Estilo propio y diferenciador que puede comunicarse en sus redes sociales.	Baja calidad de contenido
Buena experiencia al usuario en redes y página web.	No muestran todos los servicios posibles.
Excelente seguimiento al cliente vía whatsapp	Bajo posicionamiento en el SEO
	En redes sociales como Facebook e instagram no se contestan los mensajes
Oportunidades	Amenazas
Gasto alto del target (sector de lujo) y uso de RRSS	Competencia más reconocida en la ciudad
Cada vez más nichos en el sector	Nuevos competidores llevan a casa la fisioterapia vía redes sociales

Explotar herramientas de marketing como Google ads, facebook ads etc.	Ausencia de datos reales que cuantifiquen el volumen del sector
Uso de tecnologías para alcanzar nuevos productos	Expuestos a la competencia vía redes sociales
Diseño sostenible como factor de innovación (2030)	La ignorancia sobre el tema de la fisioterapia en el país es grande, a pesar de estar en tendencia.
Adentrarse en otra red social como LinkedIn	

Fuente: Elaboración Propia

Objetivos de MKT Digital

Dentro de este apartado se definen los objetivos de las estrategias realizadas para tener mayor asertividad con la publicación de contenido en redes sociales.

Objetivos a ABRIL- MAYO

1. Fidelizar a los clientes actuales mediante estrategias de lealtad a través de redes sociales. (Brand awareness)
2. Resaltar la ventaja competitiva de Biokinesic en sus publicaciones.
3. Aumentar el contenido de valor en las redes sociales adecuadas de acuerdo a los cuatro diferentes perfiles (LinkedIn / Empresas y Doctores , Instagram y Tik Tok/ Jóvenes, Facebook/ Adultos mayores e Instagram y Facebook / Personas entre 30-40 años).
4. Publicar con una frecuencia de 3 post por semana en cada red social (Facebook, Tik tok e Instagram)
5. Estrategia de posicionamiento de buscadores en el sitio web. (SEO)
6. Dar a conocer por medio de redes sociales, las alianzas y convenios de Biokinesic con marcas del cuidado del cuerpo humano y salud integral.
7. Abrir el perfil de Biokinesic en las redes sociales enfocadas en el mercado de negocios (LinkedIn) y tener una frecuencia de publicación de 2 veces por semana.

Tiempo

- Los objetivos y las campañas publicitarias son planificadas en un periodo mensual.



Buyer Persona

Buyer Persona

El “Buyer Persona” es una representación ficticia del cliente ideal, el cual está elaborado a partir de estudios de mercados y datos reales de verdaderos clientes.

Esta herramienta es útil ya que proporciona estructura y un contexto a la empresa, lo cual ayuda a que sea más fácil diseñar el contenido, algo bastante importante para Biokinesic, y lograr una alineación en la organización. Si se tiene información, se puede implementar estrategias para atraer a los mejores clientes para la empresa.

Cuadro #2 Buyer Persona

	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> Telefono En persona Redes sociales 	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> Computadora Herramientas de fisioterapia etc.
<p>Nombre Mariana</p>		
<p>Puesto Fisioterapeuta, Doctor</p>	<p>Responsabilidades laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> Ayudar a las personas que esten bien 	<p>Su trabajo se mide en función de</p> <ul style="list-style-type: none"> Pacientes consultados Tiempo de trabajo Metodología aplicada
<p>Edad Entre 25 y 34 años</p>		
<p>Nivel de educación más alto Doctorado</p>		
<p>Redes sociales</p> 	<p>Su superior es</p> <ul style="list-style-type: none"> Doctor especialista Director General Gerente 	<p>Metas u objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> Crecer en el area de fisioterapia
<p>Industria Cuidado de la salud</p>		
<p>Tamaño de la organización Entre 51 y 200 empleados</p>	<p>Obtiene información a través de</p> <ul style="list-style-type: none"> A traves de la información que le propociona la aseguradora, clinica y/o el paciente. 	
	<p>Estilo de vida y hobbies</p> <ul style="list-style-type: none"> Ayudar a las personas Estudiar Saludable Ejercicio 	



Fuente: Elaboración Propia

Cuadro #3 Buyer Persona 2

	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico • En persona • Teléfono • Mensajes de texto 	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas contables y de finanzas • Gestión de proyectos • Correo electrónico • Software de facturación
<p>Nombre Vicente</p>		
<p>Puesto Empleado, Vendedor</p>		
<p>Edad 65 años o más</p>		
<p>Nivel de educación más alto Universidad no finalizada</p>	<p>Su superior es Director</p>	<p>Metas u objetivos Salud, bienestar, longevidad.</p>
<p>Redes sociales</p> 	<p>Obtiene información a través de Reportes físicos, personas y documentos</p>	<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Gestión del cambio
<p>Industria Comercio</p>		
<p>Tamaño de la organización Entre 11 y 50 empleados</p>	<p>Seguros Seguro contra gastos medicos particulares Seguro de vida IMMS</p>	
	<p>Causa por la cual solicita una terapia Dolor cronico por la edad Columna Rodillas Espalda</p>	

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro #4 Buyer Persona 3

	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Redes sociales 	<p>Su trabajo se mide en función de</p> <p>Competencias físicas, Calificaciones</p>
<p>Nombre Fernando</p>		
<p>Puesto Estudiante, Deportista</p>	<p>Responsabilidades laborales</p> <p>Estudiar y hacer deporte</p>	<p>Metas u objetivos</p> <p>Seguir haciendo deporte y hacerlo de la mejor manera</p>
<p>Edad Entre 18 y 24 años</p>		
<p>Nivel de educación más alto Secundario o equivalente</p>		
<p>Redes sociales</p> 	<p>Obtiene información a través de</p> <p>Internet, Redes sociales, amigos.</p>	<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos
<p>Industria Comercio</p>		
<p>Tamaño de la organización Trabajador independiente</p>	<p>Estilo de vida y Hobbies</p> <p>Deporte Estudio Aprender nuevas cosas</p>	
		<p>Causa por la cual solicita una terapia</p> <p>Dolor Lesión deportiva Aumento de rendimiento físico</p>

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro # 5 Buyer persona 4

Nombre
Lourdes

Puesto
Ama de casa, comerciante

Edad
Entre 35 y 44 años

Nivel de educación más alto
Universidad no finalizada

Redes sociales

Industria
Bancaria

Tamaño de la organización
Entre 1 y 10 empleados

Canal favorito de comunicación

- Teléfono
- En persona
- Redes sociales
- Mensajes de texto

Metas u objetivos

Cuidado del hogar
Administración del hogar

Dificultades principales

- Recursos
- Gestión del cambio
- Colaboración y creatividad
- Desarrollo profesional

Seguros

Seguro de gastos medicos mayores

Estilo de vida y Hobbies

Salir con amigas
Cuidar de los hijos
Administrar el hogar

Causas por la cual solicita un terapia

Dolor muscular
Cansancio
Estres
Columna

Fuente: Elaboración Propia

Manual de Gestión de Redes Sociales

Se creó un manual de redes sociales para que cualquier persona dentro de la empresa pueda operar las redes de la misma manera, para que haya una homogeneidad en todos los contenidos publicados y para que haya un buen funcionamiento dentro de cada red social. El manual se muestra a continuación.

Nosotros

Somos una clínica especializada en la rehabilitación física integral y la salud de los clientes es nuestra prioridad. Tenemos especialistas en terapia manual kinesiológica y osteopática, así como en ejercicio terapéutico funcional. Así mismo te ayudamos a obtener resultados deseados en el menor tiempo posible. Tenemos centros en Guadalajara, Vallarta y Manzanillo. Nos preocupamos por el bienestar físico de nuestros clientes, ayudándoles a que tengan una mejor calidad de vida.

Público objetivo

Buscamos como clientes a gente que sufre de dolores musculares, esguinces, desgastes articulares, con lesiones deportivas, personas que han pasado por cirugías traumatológicas y ortopédicas, que buscan quemar grasa, eliminar celulitis o tonificar sus músculos y personas que quieren mejorar su salud y rendimiento deportivo.

RRSS

Facebook: El uso de esta red social nos va a permitir tener presencia en grupos de interés para poder compartir contenido de valor y captación de nuevos clientes, además de poder captar leads generados por campañas publicitarias para generar citas en las sucursales. (Edades: 35 - 65)

Instagram: El objetivo de esta red social es mostrar videos informativos sobre cómo tener un mejor cuidado físico a la hora de hacer ejercicio, momentos importantes de la empresa, videos de satisfacción del cliente. (Edades: 20 - 35)

Linkedin: El uso de esta red social se va a utilizar con la finalidad de poder hacer alianzas con empresas como aseguradoras, doctores, empresas privadas y patrocinadores para acelerar el crecimiento B2B. (28 - 35)

Tiktok: El uso de esta red social permite la visualización de los videos para poder captar a más personas, generar engagement con el público y hacer tráfico a las demás redes sociales. (Edades: 22-35)

LINK A REDES SOCIALES

- <https://www.instagram.com/biokinesic/>
- <https://www.facebook.com/biokinesic>

Medidas generales

- Correcto uso de los signos de puntuación, interrogación y exclamación.
- Correcta construcción de los enunciados, tratando de ser claros y directos.

- En la medida de lo posible evitar temas controversiales relacionados a la raza, la religión, la política o la sexualidad.
- Citar correctamente entrecomillado frases o titulares escritos por otros.
- En caso de que lo escrito sea un tema complejo, también adjuntar una fuente en la que se pueda encontrar más información.
- Usar fuentes públicas y entendibles como Open sans o Arial que sean legibles en diversos tamaños.
- Una publicación por lo menos cada 2 días.
- Se recomienda mantenerse activo en historias cada 2 días, haciendo una dinámica al menos una vez a la semana (qué prefieres, preguntas y respuestas, quizzes, etc.).
- Publicación de noticias relevantes que se desarrollen en torno al mercado de la fisioterapia.
- Atender las preguntas de los usuarios lo más rápido posible, para mantener la atención del usuario.
- Uniformar las imágenes de los perfiles en todas las redes sociales
- Incluir en las publicaciones CTA (visitar clínica, enviar mensaje, enlace a la web y whatsapp, etc)
- Uso de métricas (Facebook Analytics e Instagram Insights) : número de seguidores, alcance, impresiones, engagement, menciones, conversiones.

Contenido

- Facebook: Videos informativos, fotos, Story.
- Instagram: Fotos, reels, Story.
- LinkedIn: Imágenes y videos corporativos

Recomendaciones

- Monitorear actividad cada semana, seguir las normas de Facebook, Instagram, LinkedIn y cofepris, atender las preguntas en publicaciones, mejorar seguimiento y bajar tiempos de respuesta.
- Facebook: Los videos informativos de preferencia no deben de pasar de 30 segundos, 3 publicaciones por semana.
- Instagram: Fotos tomadas con cámara profesional para tener mejor calidad, uso de contenido dentro de las instalaciones de biokinesic, 3 publicaciones por semana, uso de historias destacadas.
- LinkedIn: Ser constante, utilizar lenguaje formal, mostrar los atributos de la empresa, interactuar con otras cuentas.

Métricas

- Facebook: Número de personas que han visitado la página, me gusta, comentarios, tiempo de observación promedio en videos. Alcance.

- Instagram: Número de personas que han visitado la pagina, me gusta, comentarios. Alcance, impresiones.
- LinkedIn: Número de visitas a la página, clicks a la página web, tasa de conversión de leads.

Contenidos de publicación

- Estilo de comunicación: La comunicación tendrá un estilo creativo, informal,
- Formato de video: Usar formato MP4
- Formato de foto: De preferencia usar formato JPG
- Tamaño de anuncios

Facebook

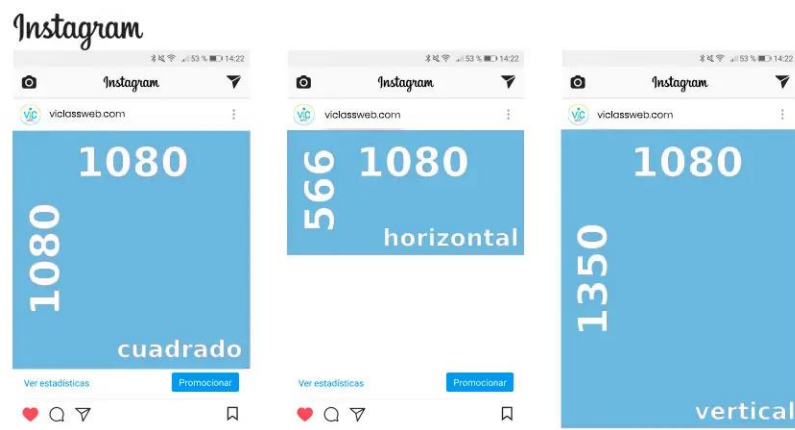
Imágen #2 . Tamaño de los anuncios en Facebook



Fuente: elaboración propia

Instagram

Imágen #3 . Tamaño de los anuncios en Instagram



Fuente: elaboración propia

LinkedIn

Imágen #4 . Tamaño de los anuncios en LinkedIn



Fuente: elaboración propia

Calidad de contenido

- La calidad de las fotos en redes sociales debe de ser en una resolución 1.280 x 720 píxeles (HD)

Hashtags

- El uso de hashtags en las publicaciones ayuda a la conexión con el usuario, sin embargo, dependiendo de la red social hay diferentes recomendaciones para el uso de hashtags en sus publicaciones.
- Hacer uso entre 3 a 10 hashtags
- Los hashtags van a depender de la imagen de la publicación y de la temporada.

- REHABILITACIÓN FÍSICA, BIOKINESIS, SALUD, MASAJES, EJERCICIOS, TERAPIA MANUAL, DESCARGA MUSCULAR, DEPORTISTA, MOVILIDAD, FISIOTERAPIA.
- El uso de los hashtags va a variar de acuerdo al contenido publicado.

Identidad Visual General

Logotipo

Imágen #5 . Logo



Fuente: empresa Biokinesis

Tipografías

Toxigenesis Light

Paneuropa Road

New House DT Super condensed black

BEBAS NEUE

Colorimetría (pantone)

Fuente: elaboración propia

Link para acceder al calendario de contenidos:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1J5vaJQO8WTtghLfVEtjO255UmM5WDE55/edit?usp=share_link&ouid=100094788450874398457&rtpof=true&sd=true

Junta de aprobación de contenidos

Se realizó una junta con los empresarios y con la asesora de mercadotecnia digital para poder analizar los diferentes tipos de post que planean subir, copys, para darle el enfoque de un especialista en el giro.

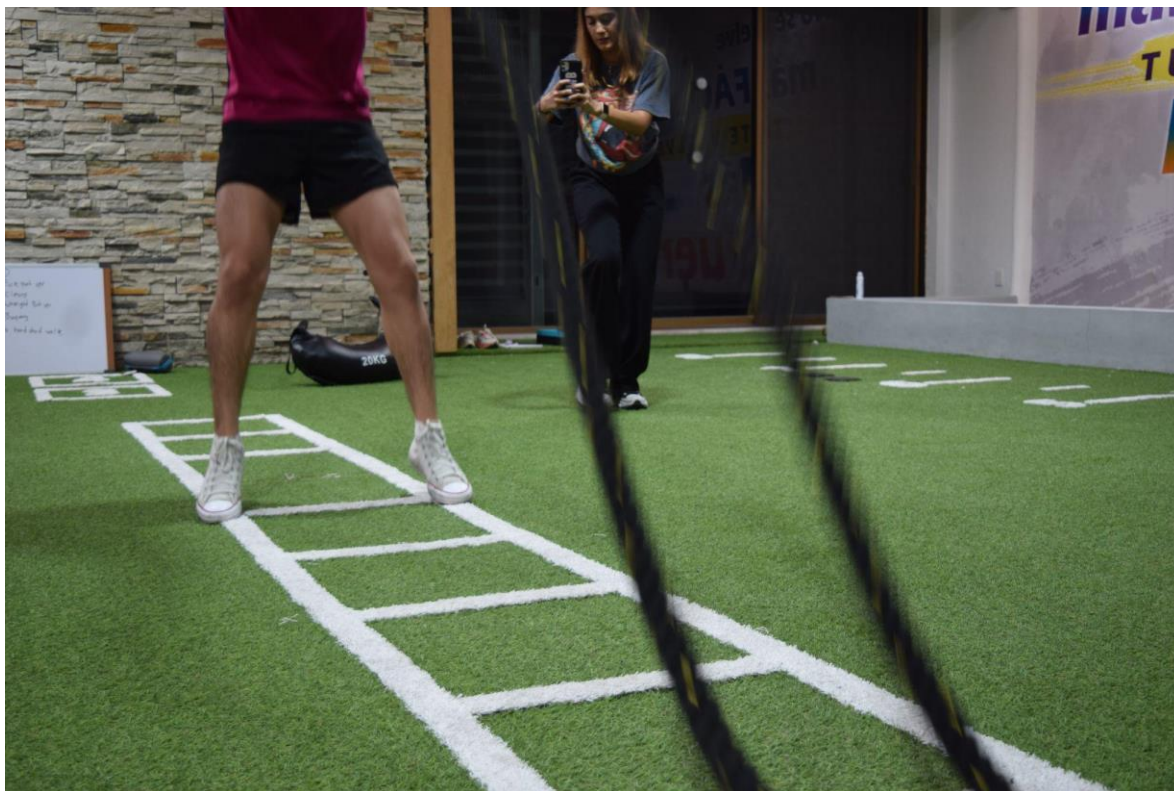
Apertura de red social LinkedIn

Como propuesta de mejora se tomó la decisión de abrir una cuenta de LinkedIn para tener contacto con empresas y darle formalidad a la marca por medio de esta red social

Grabación en locaciones

Se hizo grabación de contenido con cámara profesional en sucursal de Naciones Unidas para tener contenido de calidad para el uso en las redes sociales y en medios offline. Las fotografías y videos se pueden ver en el capítulo 7 de los anexos de este mismo documento.

Imágen #7: Evidencia ida a tomar fotos y videos



Fuente: elaboración propia

Edición de contenido

Con el contenido obtenido de la grabación se realizaron los diferentes post según el calendario de contenidos. Se elaboraron fotos y reels para las diferentes redes sociales.

Solicitar acceso a las cuenta

Para subir el contenido a redes sociales, solicitamos el acceso a las cuentas de Biokinesic en Facebook, Instagram y Tiktok.

Junta de aprobación de contenidos

Se realizó una junta nueva junta con los empresarios y con la asesora de mercadotecnia digital para poder analizar los contenidos, hacer modificaciones y también darle el enfoque de un especialista en el giro.

Publicación de contenidos

Después de la aprobación de los contenidos, el empresario compartió los accesos a las redes sociales para poder publicar con la frecuencia ya establecida en los diferentes medios de comunicación.

Descripción de puesto de Community Manager

La empresa solicitó la descripción de este puesto debido a que dentro del negocio es necesario este tipo de perfil para poder dar abasto a las redes sociales y al contenido que se sube.

DESCRIPCIÓN DE PUESTO

Tabla 19: Descripción de puesto

TÍTULO DEL PUESTO:	Community Manager
TÍTULO PROPUESTO:	Community Manager
INSTANCIA:	Biokinesic
PUESTO SUPERIOR INMEDIATO:	Director
PROPORCIONÓ LA INFORMACIÓN:	Juan Pablo Cortés Marmolejo
NOMBRE DEL ANALISTA	Frida Magaña y Santiago Mendez
FECHA:	Abril 2023

Fuente: elaboración propia

1. OBJETIVOS GENERALES DEL PUESTO:

1.1. QUÉ ES Y FUNCIONES BÁSICAS:

El Community Manager es el profesional responsable de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con los clientes. (Fuente,2022)

FUNCIONES BÁSICAS

- Diseño de estrategias
- Gestión de comunidades
- Evaluación y gestión de procesos y proyectos
- Gestión de crisis
- Atención al cliente
- Copywriting
- Analítica web
- Pautas publicitarias

CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL

- Conocimiento de todas las redes sociales
- Expertise en segmentación de público
- Creatividad
- Responsabilidad
- Adaptación al cambio
- Habilidades soft: empatía, buen entendimiento, autenticidad

1.2. RESPONSABILIDADES BÁSICAS DEL PUESTO:

ÁREAS DE RESPONSABILIDAD

- Planeación, actualización y seguimiento de calendario de contenidos digitales para diferentes cuentas.
- Manejo de redes sociales (en especial Facebook, LinkedIn, Instagram y Tiktok).
- Gestión de comunidades en Social Media (Customer Care).
- Monitoreo de categoría, competencia directa y audiencias.
- Creación de reportes, manejo de herramientas de análisis, traducción e interpretación de data.
- Detección de tendencias o momentos coyunturales para proactividad en canales digitales.
- Detección de áreas de oportunidad de la categoría a nivel cultural y relevancia.
- Aportar hallazgos e hipótesis que apoyen la optimización de la gestión y la creación de contenido

2. RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS DEL PUESTO

(Qué hace, para qué lo hace).

Cumplir con las metas y objetivos propuestas por la institución (Biokinesic).

- Formular estrategias para redes sociales para crear contenido de valor para los usuarios que siguen o no las redes sociales.
- Administrador y creador de contenido para las redes de acuerdo a los objetivos solicitados.
- Organizador de calendario de contenidos para mantener en orden y organizado el contenido que se subirá a las redes

- Investigar, analizar, definir, implementar y evaluar estrategias para cumplir objetivos deseados
- Diseñar mecanismos de evaluación y seguimiento para el equipo y el rendimiento de las redes
- Diseñar, gestionar e impartir el contenido de valor para redes
- Coordinar el proceso y aplicación del monitoreo de información en redes
- Diseñar y aplicar estrategias para el funcionamiento y rendimiento de las redes sociales
- Asesorar y orientar al personal para la creación del contenido.
- Generar y analizar información estadística del proceso de admisión para una efectiva toma de decisiones, tanto de la universidad como de las preparatorias proveedoras.

3. ORGANIGRAMA.

Este apartado debe de mostrar la posición del puesto dentro de la estructura organizacional de Biokinesic, incluyendo su jefe inmediato, subordinados, colegas o puestos que le reportan a su mismo jefe, así como los puestos subordinados de este.

PUESTO
SUPERIOR
INMEDIATO



I



OTROS PUESTOS
QUE REPORTAN AL
SUPERIOR INMEDIATO:



PUESTOS
SUBORDINADOS
DIRECTOS DEL PUESTO
DESCRITO.



REQUISITOS DEL PUESTO.

INSTRUCCIÓN FORMAL.

Grado Escolar Requerido: Licenciatura

Licenciaturas como Marketing, Relaciones Públicas y Comunicación

¿Qué conocimientos adquiridos en dichos estudios son aplicados en el desempeño del puesto?

- Análisis e interpretación de información estadística.
- Relaciones humanas
- Manejo de conflictos
- Sistemas de información
- Gestión y diseño de contenido para redes sociales

- Uso de herramientas para creación

OTROS CONOCIMIENTOS REQUERIDOS

- Inglés Básico
- Estrategias de mercadotecnia
- Instrumentos de selección
- Diseño de material didáctico
- Manejo de aplicaciones web
- Analítica
- Inbound Marketing
- SEO
- Social Media

HABILIDADES Y ACTITUDES REQUERIDAS.

- Objetividad
- Pensamiento sistémico
- Actitud de servicio
- Análisis e interpretación de la información
- Toma de decisiones
- Resolución de problemas
- Liderazgo
- Habilidades didácticas
- Habilidades de comunicación oral y escrita
- Negociación y persuasión
- Discreción

TIEMPO DE EXPERIENCIA PREVIA.

Años totales de experiencia necesaria: 1 año

Áreas y/o puestos previos de experiencia
(Áreas - Puesto)

e Años

- Community Manager, mercadotecnia, comunicación o afín.
- 1 año

INICIATIVA Y CRITERIO.

- Criterio: para la toma de decisiones sobre los casos especiales y de reconsideración.
- Criterio: para diseñar mecanismos de evaluación y seguimiento para los comentarios y publicaciones.
- Criterio: para coordinar el proceso de calendarización de contenidos.
- Criterio: para diseñar y aplicar estrategias de marketing necesarias para la publicación del material
- Criterio: para asesorar y orientar a los clientes a la hora de solicitar información.
- Iniciativa: para diseñar y gestionar contenido de valor para la empresa.
- Iniciativa: para diseñar sistemas de información que faciliten la retroalimentación de los resultados

IMPACTO.

- El supervisar adecuadamente el proceso de subir contenido. garantiza la validez y confiabilidad de la información para la toma de decisiones de las diversas instancias que la requieran.
- Errores u omisiones en el proceso de aplicación del contenido y un manejo irresponsable de la información confidencial del paciente, generarían daño a la imagen de la clínica.

RESPONSABILIDAD POR RECURSOS MATERIALES.

- Responsabilidad por el uso adecuado del equipo de oficina.
- Responsabilidad por el uso de aparatos tecnológicos

RESPONSABILIDAD POR ACCESO Y MANEJO DE ASUNTOS CONFIDENCIALES.

- Maneja información confidencial respecto a la información de la empresa
- Administra material confidencial proporcionado en reportes de analítica
- Es responsable por el manejo de la información que se genera durante el proceso de la creación del contenido

RELACIONES DE TRABAJO.

RELACIONES INTERNAS:

Con qué puestos o departamentos:

1. Área administrativa
2. Instituto de Biokinesic
3. Fisioterapeutas
4. Recepcionista

Para qué:

1. Para coordinar los objetivos estratégicos y plasmarlos en las redes.
2. Resaltar el valor que genera una institución de este calibre.
3. Obtener información y generar contenido para subir a redes.
4. Diseñar e implementar nuevas metodologías de atención al cliente.

RELACIONES EXTERNAS

Con que instituciones, empresas o personas:

1. Clientes
2. Prospectos
3. Marcas relacionadas

Para que:

1. Informar disponibilidad de servicio y generar un seguimiento post-venta.
2. Informar al cliente sobre los servicios ofrecidos y los precios de los mismos.
3. Negociar e informar sobre posibles colaboraciones con marcas ad hoc a la empresa.

XIII. RESPONSABILIDAD POR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

- Coordinar el proceso de atención al cliente de la mejor manera posible.
- Generar de manera oportuna, los resultados obtenidos a través de las publicaciones.
- Diseñar sistemas de información que faciliten la retroalimentación de los resultados

XIV. RESPONSABILIDAD POR EL ANÁLISIS Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS.

- Investigar, analizar, definir, aplicar y evaluar los instrumentos nuevos para publicaciones.
- Generar y analizar información estadística de los resultados obtenidos
- Interpretar los resultados generados y usar correctamente la información que genera la publicación
- Diseñar sistemas de información que faciliten la retroalimentación de los resultados

XV. TOMA DE DECISIONES.

Decisiones más significativas.

empresas son: informar, persuadir y recordar. Toda organización cuenta principalmente con 6 instrumentos de promoción para dar a conocer su producto.

Tabla#20 Promoinstrumentos

Tipo de Promoinstrumentos		Descripción	Ventajas	Desventajas	Recomendación a Biokinesic (acciones específicas)
1.Publicidad		Campañas de pago para aumento de ventas a largo plazo y uso de medios masivos de comunicación para dar a conocer y posicionar a la marca.	<ul style="list-style-type: none"> ● Existen muchos medios de comunicación ● Puede llegar a un gran número de personas ● Se puede segmentar ● Oportunidad de innovación 	<ul style="list-style-type: none"> ● Puede ser muy caro ● La disponibilidad ● Se resume a solo un impacto visual 	Realizar campañas de formularios en facebook y de inbox para tener una comunicación directa con el cliente
2.Publicity		Uso de influencers para poder tener más tráfico de personas a las sucursales por medio de códigos	<ul style="list-style-type: none"> ● Puede ser más creíble que la publicidad ● Puede llegar fácil al público 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pueden cobrar caro ● Aparición puede ser positiva o 	Usar de manera periódica publicidad por medio de influencers que estén relacionados a la actividad física y

		de referidos para poder medir la eficacia del uso de esta técnica.	<ul style="list-style-type: none"> ● Genera confianza ● Está presente en los medios digitales más solicitados 	<p>negativa</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Puede ser difícil de obtener y de controlar ● Duración de 24 horas en historias 	cuidado del cuerpo.
3.Mercado tecnia Directa		<p>Comunicación que se dirige a los clientes de manera personalizada.</p> <p>Engloba todas las actividades en las que la empresa se dirige directamente al consumidor a través de correo, teléfono y principalmente internet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Pocos problemas en relación al formato, ya que se admiten todas las formas y estilos ● Comunicación interpersonal ● Es más directa ● Se tiene conocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ausencia de bases de datos fiables y actualizadas. ● Fallas en los envíos ● En internet los spam y otros tipos de envío 	<p>Hacer campañas de mailing a los clientes que no han ido durante un periodo de tiempo.</p> <p>Campaña con promoción a los leads que puedan ser posibles clientes.</p>

			sobre el hábito de consumo del cliente		
4.Relaciones Públicas		Estas recogen todas las actividades que buscan mejorar la imagen de la empresa con todas las personas con las que se relaciona ya sean consumidores, trabajadores, medios de comunicación, accionistas etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Buena imagen de la empresa • Buena perspectiva • Crecer el posicionamiento de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Comentarios malos/experiencia de los clientes • No tienes mucho control • Dependes de otras personas 	Hacer presencia en eventos relacionados al cuidado del cuerpo para hacer presencia de marca y también generar buena imagen ante el público.
5.Promociones especiales de venta		En base al histórico de venta, poder identificar los meses de venta más bajos para poder	<ul style="list-style-type: none"> • Compras más seguidas/recurrentes • Facilitar la introducción 	<ul style="list-style-type: none"> • Se necesitan más recursos • Menor margen de utilidad 	Revisar su ERP para poder analizar los datos y hacer una estrategia de promociones especiales en

		incentivar la compra de paquetes	<p>ción de nuevos productos al mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento en el número de ventas 	<p>d por descuentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer que las personas se esperen a los descuentos 	puntos bajos de venta.
6.Ventas personales		Es un instrumento que recoge las actividades que una empresa lleva a cabo a través de su red de vendedores y representantes para la comunicación personal del producto.	<ul style="list-style-type: none"> • Mucho más rápido • Generas mayor empatía con el cliente • Oportunidad de ofrecer otros servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Es necesario personal capacitado para concretar la venta • Por la actitud del asesor de ventas puede ser que no se concrete la venta 	Tener red de vendedores que vayan a hacer alianzas con doctores. Asistir a eventos de interés para cerrar venta de paquetes. En medios digitales hacer el contacto con los leads para generar citas en los establecimientos biokinesic

Fuente: Elaboración Propia

Estrategia de relaciones públicas

Directorio de Relaciones Públicas

Para continuar con la estrategia de marketing Offline, se hizo un directorio con posibles contactos y empresas para crear una colaboración que beneficie de alguna manera a ambos.

Las estrategias de relaciones públicas son un conjunto de estrategias y herramientas que se ponen en práctica de cara a un público objetivo y a un contexto social y comercial determinado.

Tabla#21 Directorio de alianzas estratégicas que se sugieren para Biokinesic

Tipo de organización / Contacto	Nombre	Explicación Breve (Que hace)	Beneficios de una alianza	Requisitos para una colaboración /convenio	Persona de contacto, Teléfono, correo electrónico o o sitio web
Aseguradoras	-GNP	GNP Seguros es la empresa aseguradora mexicana con mayor experiencia y solidez del país.	Al estar dentro de esta aseguradora se tiene la posibilidad de llegar a más mercado,	Enviar documentos solicitados al correo: informacion proveedores @gnp.com.	Sitio web: gnp.com.mx

			teniendo una mayor recomendación en el caso de un siniestro.	mx https://medicosenconvenio.gnp.com.mx/ (click para ver requisitos)	
	-Plan seguro	La primera aseguradora especializada en salud, a través del cuidado de la salud mediante la prevención y monitoreo para que logren estar lo más sanos posible	Implementación de seguros en los servicios de BOKINESIC	Contactar a través del sitio web en un apartado especial de proveedores.	Sitio web: https://www.planseguro.com.mx/qui-nes-somos.php
Directorios médicos Los directorios médicos le brindan a futuros clientes distintas opciones para atenderse en caso de un accidente, por lo que estar dentro de uno brinda la oportunidad de ser vistos.	-Top Doctor	Top Doctors identifica, audita y selecciona solo a los mejores especialistas, es uno de los directorios médicos más completos actualmente en México.	Al estar dentro de un directorio de este tipo permite a la empresa llegar a más personas mediante citas online.	Llenar formulario online https://www.topdoctors.mx/colaboracion-doctores/#	Sitio Web: https://www.topdoctors.mx/?gclid=Cj0KCQjw8e-gBhD0ARIsAJiDs_aWfO1-f2SRhDxU1A1SEtIbcF36Erwx4sOJgpJ1zo7m9iMYM2XABRG

					EaAvZA EALw w cB
Influencers Son personas dentro del mundo fitness, las cuales tienen visibilidad por personas que hacen ejercicio y en caso de una lesión se recomendará BIODINESIC	-NFIT	Influencer en el área deportiva, nutrición y salud en general. Con propia marca de productos fitness.	Captación de nuevos clientes, aumento de interacciones de redes sociales y fortalecer la comunidad existente.	Escribir al correo electrónico.	Instagram : nfit2go Mail: nicole@visuellemedia.com
	-Arlifood	Influencer en el área deportiva y de nutrición con una marca de suplementos	Generar mayor ruido y posicionamiento en redes sociales, a través de colaboraciones y recomendaciones en sus redes sociales.	Escribir al correo electrónico	Instagram : arlifood
	-Lorenia	Coach de clymb y reborn, es una entrenadora fitness certificada con alcance en mujeres y hombres deportistas	Clientes nuevos por parte de sus recomendaciones y vistas en redes sociales.	Escribir al correo electrónico.	Instagram : loreniamm Mail: lorenia_martinez_malo@hotmail.com

<p>Consultorios de doctores Se ofrecerán las opciones de servicios en consultorios de doctores para que recomienden a sus pacientes BIOKINESIC</p>	-Dr. Jose de Jesus Gonzalez	Especialista en rehabilitacion fisica encontrado a través de Doctoralia con 5 estrellas	El mercado se abrirá a otros prospectos como lo son los pacientes de los doctores con alguna lesión	Ofrecer algún descuento si vas de parte del doctor y algún incentivo para que el doctor ofrezca los servicios de Biokinesic	<p>drjesusgonzalezjaim.com</p> <p>Ig: dr.jesugonzalezjaim</p> <p>3331710533</p>
Deportistas	-Gaddi Aguirre	Jugador profesional del Atlas	Es de los jugadores más reconocidos en su equipo, tiene una interacción grande con los seguidores de redes sociales	Escribir mensaje directo a su cuenta de instagram	Instagram : gaddi_aguirre
	-Pollo Briseño	Jugador profesional de las chivas	Influencer reconocido no solamente por el fútbol, sino que él representa una estilo de vida saludable junto con su esposa.	Escribir al correo electrónico.	Instagram : polloabv Mail: pollo_abv@hotmail.com
Nutriólogos Los nutriólogos se basan en recomendaciones por lo que	-Marcela Cerecer	La mayoría de los nutriólogos complementan la dieta con ejercicio y con recomendaciones	Podemos llegar a otro mercado a través de los especialistas recomendando de forma	Escribir al celular	Dirección : Luis Perez Verdia Celular:

<p>pueden comentar la clínica en la plática informal en la consulta con el paciente</p>		<p>s puede crecer la marca de Biokinesic</p>	<p>informal la clínica en la plática</p>		<p>33385113 52</p>
	<p>-Radical Nutrition</p>	<p>Radical Nutrition es un servicio de nutriólogo y que tiene su propia marca de suplementos y gimnasio</p>	<p>Implementar sus servicios de nutriólogo, ofreciendo productos competitivos e incluso ofrecer sus productos en la clínica.</p>	<p>Escribir al correo electrónico o en las redes contesta bastante rápido</p>	<p>Dirección : Plan de San Luis 1935 Celular: 3333800668</p>
<p>Patrocinios Se patrocinará la marca Biokinesic en marcas locales o nacionales para mayor visibilidad. Eventos donde la marcas locales o nacionales estén presentes hablaran o mostrarán el logo de Biokinesic</p>	<p>-Agua ZOE - Suplementos y proteínas</p>	<p>Zoe es una marca de agua con bastante presencia en las redes sociales. Famoso por la red de influencers que tiene.</p>	<p>Presencia en las redes sociales de los patrocinios y fuentes de ingreso extra.</p>	<p>Escribir al correo electrónico o en las redes</p>	<p>Instagram : Zoe Water</p>

<p>Grandes Empresas</p>	<p>Jabil</p>	<p>Jabil es una manufacturera reconocida a</p>	<p>Ofrecer el servicio a la manufacturera</p>	<p>Escribir al correo o al directorio de</p>	<p>Linkedin: Gabriela Guerrero</p>
-------------------------	--------------	--	---	--	------------------------------------

<p>En las empresas, específicamente manufactureras, el servicio de Biokinesic puede interesarle s debido a la alta demanda laboral que tienen los empleados .</p>		<p>nivel global por su trato a sus empleados</p>	<p>para implementarlo ante accidentes que puedan ocurrir dentro de la empresa o cualquier tipo de lesión</p>	<p>Linkedin</p>	
	<p>Philip Morris</p>	<p>Philip Morris es la tabacalera más fuerte en el mundo y tiene una planta en Guadalajara bastante grande.</p>	<p>Ofrecer el servicio a la planta para que los colaboradores tengan la manera de acceder a un servicio de calidad ante lesiones o accidentes, e incluso ofrecer descuentos a todos los que vengan de la empresa para rehabilitación.</p>	<p>Escribir al correo o al directorio de Linked</p>	<p>Linkedin: Maria Soledad Molina</p>
	<p>Flextronics</p>	<p>Flextronics es de las</p>	<p>Manufacturera con más ruido</p>	<p>Escribir al correo o al</p>	<p>Linkedin: Luis Rosas</p>

		manufactureras más reconocidas en Guadalajara.	y presencia en Redes sociales, una unión con esta podría ser de bastante utilidad, y aparte tiene una cantidad muy grande de colaboradores.	directorio de Linked	
--	--	--	---	----------------------	--

Fuente : Elaboración Propia

Folleto de publicidad

Biokinesic tiene una gran oportunidad para promover sus servicios y llegar a un público más amplio. Una de las formas más efectivas de hacerlo es a través de la creación de un folleto impreso.

Un folleto es un medio de comunicación visual que puede proporcionar información detallada sobre servicios que ofrece la empresa, los beneficios de la fisioterapia, los perfiles de los terapeutas y mucho más. Se diseñó un folleto digital con la intención de que sea impreso para la sucursal de Zapopan, siendo una de sus más importantes sucursales, en donde se colocara en mostrador y además se regalaran a posibles clientes.

Este folleto es una herramienta muy efectiva para atraer nuevos clientes y fidelizar a los ya existentes. Al proporcionar información valiosa como paquetes, servicios, información sobre la empresa, la misión, etc. en un formato fácil de leer y entender, se busca crear una conexión más cercana con los pacientes y potenciales clientes, lo que a su vez puede ayudar a construir una imagen positiva de la empresa en el mercado.

Imagen #8. Folleto

NUESTRO PROPÓSITO

Erradicar el dolor y la discapacidad del mundo a través de especialistas altamente capacitados.



¿POR QUÉ ELEGIRNOS?

- Servicio espectacular al cliente
- Terapias integrales (aparatos de alta tecnología)
- Terapia manual especializada
- Ejercicio terapéutico
- Garantía de calidad (No estás satisfecho con nuestros servicios - no pagas)
- Contamos con valet parking.

NUESTROS SERVICIOS

- Neurología
- Traumatología y ortopedia
- Rehabilitación física
- Descargas musculares
- Entrenamiento personalizado

PAQUETES

Valoración inicial \$700	Masaje descarga muscular \$450
Terapia \$450	<ul style="list-style-type: none"> ● Botas de compresión ● Electroterapia ● Tina de hielo ● Pistola percusión ● Ventosas ● Terapia manual



PAQUETE 10 SESIONES
2 SESIONES Y VALORACIÓN
\$4200.00

PAQUETE 6 SESIONES
1 SESIÓN Y VALORACIÓN
\$2200.00

CONSULTA CON ESPECIALISTA
TRAUMATOLOGO (especialista en pie,
tobillo, tobillos y cadera)
NEUROCINEMANO (ESPECIALISTAS EN
COLUMNA).
\$3000.00

ENTRENAMIENTO
PERSONALIZADO
10 sesiones de entrenamiento y 2 descargas
musculares \$2300.00
20 sesiones de entrenamiento y 4 descargas
musculares \$4000.00

QUIENES SOMOS

Somos una clínica de rehabilitación física especializada en lesiones traumáticas, degenerativas y deportivas. Contamos con más de 10 años de experiencia y miles de pacientes rehabilitados satisfactoriamente.

Nos distingue nuestro servicio de alta calidad y calidez, implementando protocolos de rehabilitación a través de nuestros especialistas en el área, buscando siempre tu pronta y óptima recuperación.



3336731368

3310116262

contactobiokinesic@gmail.com

Biokinesic - Rehabilitación especializada

@biokinesic

Biokinesic Lifestyle

Av. Naciones Unidas #6200
Zapopan, Jal.



¿TIENES ALGUNA MOLESTIA
O SUFRISTE ALGUNA LESIÓN?

¡NOSOTROS TE AYUDAMOS!

Somos la empresa con el mayor crecimiento en el sector y contamos con especialistas de la más alta calidad.

Estrategia de ventas personales

Fuente: elaboración propia

Estrategia de ventas personales

Es una estrategia en la que el vendedor y el comprador mantienen un trato directo sin intermediación alguna, que permite diseñar una experiencia de compra hecha a la medida. Este tipo de venta puede ser cara a cara, por llamada telefónica o por mensajes directos. Sin embargo, la venta personal se distingue comúnmente por el formato cara a cara.

Esta estrategia se enfocará en los negocios que busca contactar la clínica como posibles clientes, es decir a empresas como aseguradoras, consultorios, despachos, etc.

Ventajas de utilizar este tipo de estrategias:

- Al ser una comunicación directa, los mensajes que se aportan son concisos y detallados. Esto permite que el vendedor pueda aclarar todas las dudas que el cliente tenga acerca del servicio que se está ofreciendo.
- Las estrategias comunicativas pueden ser adaptadas según el perfil del comprador, y aunque en primera instancia pueda parecer complicado, lo cierto es que una estrategia personalizada es más efectiva que una general.
- El vendedor brinda información detallada acerca del producto o servicio que está vendiendo, despejando todas las dudas de los clientes.
- Esta estrategia permite cerrar exitosamente un proceso de venta en una única sesión.

Roles de compra :

1.- USUARIOS

No es sólo un individuo quien adopta el uso o consume el servicio. Una empresa B2B está constituida por un grupo de individuos o bien denominados usuarios. Son estos que en sus diversas características que los componen hacen mucho más crítico para el negocio la adopción de los servicios de otras empresas B2B. Son estos los primeros en la empresas que entregan el feedback sobre las características de la solución demandada.

Por tanto, es necesario conocer este subconjunto de clientes para desarrollar contenidos y campañas dirigidas con un sentido de adopción de sus servicios, donde las características de sus productos deben ser reforzadas.

2.- COMPRADORES

Este subconjunto de clientes lleva el signo monetario en el área comercial. Son quienes evalúan lado a lado las opciones de acuerdo a su presupuesto. La información que manejan la conducen siempre al ámbito de dinero, por lo tanto las variables costo, presupuesto y financieras son las que guían los fundamentos de evaluación para este grupo de clientes.

Por tanto, el contenido para campañas orientadas a este grupo de clientes, deben estar suscritas al precio y valor que los servicios entregan las empresas B2B

3.- DECISORES

Este subconjunto de clientes son el ala dura de la empresa, la cantidad de decisores suelen ser más de uno, importante comprender que en las organizaciones no solo es gobernada por el CEO sino que suele participar el directorio en todo el proceso como cuerpo consultivo.

Proceso de venta:

- Búsqueda de clientes potenciales (prospección) :
 - La búsqueda de clientes potenciales se realizará por medio de llamada telefónica, LinkedIn, correo y visita a los establecimientos de interés.
 - El primer contacto se realizará por medio de medios digitales para que puedan conocer BIODINESIC
 - Se enviará el CV de la empresa para que exista contexto.

- Clasificación de clientes potenciales:
 - La selección de los clientes potenciales se hará por medio del tamaño de la empresa (número de colaboradores)
 - Se aplicaran filtros a las empresas para saber cual es la de mayor relevancia como colaborador con Biokinesis.
 - Buscar de preferencia que la empresa tenga puestos operativos para mejorar la salud de los colaboradores

- Presentación Comercial para empresas B2B:

Es importante para la empresa tener una presentación formal con información valiosa de la empresa para poder mostrar en ocasiones necesarias Biokinesis a otras empresas.

https://www.canva.com/design/DAFfxZg-upk/0ncc4WBcssPyTXW0sh_1jQ/edit?utm_content=DAFfxZg-upk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

- Pitch: Un elevator pitch es una descripción concisa de lo que haces o de lo que vendes, la puedes hacer entre 30 y 60 segundos. El objetivo es conseguir agendar una reunión para hablar de manera más detallada de tu producto o servicio, pero no convencer a tu interlocutor de contratarte o comprar tu solución.

Ejemplo para Biokinesis:

“Como especialistas en rehabilitación física especializada nos preocupamos por el bienestar de nuestros clientes y su salud. Con más de 10 años de experiencia te

ayudamos con nuestros servicios de la más alta calidad, especialistas e instalaciones adecuadas a distintos perfiles para una atención personalizada. Nuestro propósito es erradicar el dolor de nuestros pacientes a través de especialistas altamente capacitados. Somos la empresa con el mayor crecimiento en el sector, listos para atenderte!!”.

(Duración 30 segundos)

Este elevator pitch es efectivo porque: Es corto y complaciente, explica la inspiración detrás del servicio e incluye descripción de quienes son.

- Alianzas comerciales:
El presentar las alianzas comerciales ayuda a tener confiabilidad al momento que se esté presentando la empresa, se mostrarán las promociones y/o beneficios al pertenecer al grupo de gimnasios Vivo 47 y EasyFit, así mismo el convenio que se tiene con Seguros Monterrey en caso de necesitar rehabilitación física por algún accidente o recomendación del doctor.
- Manejo de objeciones:Una objeción es una razón o argumento que un prospecto expresa a un representante de ventas cuando este le presenta un producto o servicio. Las objeciones suelen relacionarse con el precio, nivel de adaptación, competencia, entre otros.

Las objeciones en ventas pueden resolverse aplicando 4 pasos clave: escuchar, reconocer, analizar y responder. Es importante evitar reaccionar de manera impulsiva; es mejor escuchar lo que el cliente tiene que decir y abordar sus inquietudes con preguntas relevantes y respuestas empáticas.

Deja hablar al prospecto y haz un resumen de lo que dijo. A continuación, intenta descubrir los motivos ocultos de la objeción.El comprador estará dispuesto a escucharte, ya que te tomaste el tiempo de oír sus explicaciones, en lugar de responder de manera automática.

Al momento de resolver las objeciones es importante no alzar la voz, aunque exista desacuerdo, siempre mantener la misma entonación para evitar malentendidos.

Tabla #.22 Ejemplos de objeciones para empresarios

Objeción	Respuesta
«Es demasiado caro»	Hacer hincapié en el valor del producto

«Necesito el dinero para otra cosa»	Demostrar ventajas del producto
«No quiero comprometerme con un contrato»	Proponer un periodo de prueba
«Ya estamos trabajando con otro proveedor»	Establecer las ventajas competitivas del producto
«Puedo conseguir una versión más económica del producto con otra empresa»	Mostrar descuentos, ofertas atractivas y resaltar la propuesta única de valor
«Tenemos mucho de que ocuparnos en este momento»	Permanecer como alternativa para el futuro
«Estamos conformes con nuestra situación actual»	Buscar un área de mejora

Fuente : Elaboración Propia

- Cierre de la venta: El cierre de ventas es la forma en que los representantes de ventas cumplen sus objetivos de ventas y en que las empresas aumentan sus ingresos. Básicamente, consiste en lograr que un prospecto acepte un trato y firme un contrato.

Técnicas de cierre de ventas: los tipos más recomendados. No existe una única manera de cerrar ventas. Tu enfoque variará en función del cliente potencial con el que interactúes y de acuerdo a sus necesidades.

1. Cierre presuntivo:

Este es un movimiento poderoso que requiere confianza en ti mismo y en tu producto. En el cierre de ventas presuntivo, actúas presuponiendo que el prospecto quiere comprar y que el trato ya está prácticamente cerrado. En lugar de preguntarle si está listo para comprar, le preguntas cuántos productos le gustaría comprar, cuál es su método de pago preferido o cuándo podría implementarse la solución. La clave aquí es ser asertivo y convincente sin ser agresivo.

2. Técnica de cierre "del cachorro":

Esta técnica de cierre de ventas se inspira en la idea de que si una tienda de mascotas te invita a que "pruebes a llevarte un cachorro" a tu casa por unos días, te enamorarás del animalito y nunca lo devolverás. La técnica de cierre del cachorro consiste en ofrecer una prueba gratuita de tu producto sin compromiso. Se apuesta, así, a que el

prospecto lo encuentre tan indispensable que, después de esa pequeña prueba, no quiera prescindir de tu producto nunca más.

3. Cierre con resumen

Los ciclos de ventas pueden ser largos, especialmente en el caso de ventas B2B. Es posible que un cliente potencial que esté hablando con diferentes proveedores sobre diferentes productos no recuerde todas las fantásticas ventajas que tu solución tiene para ofrecer.

Si optas por un cierre con resumen, revisa y resalta las características de tu producto y recuérdale al cliente cómo lo ayudará a satisfacer sus necesidades. De esta forma, el prospecto tendrá una oportunidad más de ver lo que tu solución puede hacer por él antes de tomar una decisión.

- **Seguimiento Postventa:** El servicio post venta es toda actividad de seguimiento que una compañía desarrolla después de la compra. Se trata, por tanto, de crear una excelente relación con el cliente. El servicio post venta es una increíble fuente de ingresos, puesto que te va a ayudar a fidelizar clientes. ¡Y encima te brinda la posibilidad de conseguir otros nuevos! Recuerda que el famoso «boca a boca» es la mejor publicidad para tu marca.

¿Qué actividades incluye el servicio postventa?

Dentro del servicio post venta pueden identificarse algunas áreas que son importantes atender después de la compra:

Promoción: aquí es donde debes generar nuevas ofertas y descuentos especiales por una segunda compra o por ser clientes frecuentes.

Comunicación personalizada: esto está ligado a la motivación. En general, se trata de llevar a cabo un seguimiento más personalizado sobre la experiencia del servicio.

Seguridad: brinda cambios, devoluciones y hasta garantías del servicio, en caso de que ocurra algo que los clientes no esperaban.

Evaluación: Se harán llamadas y/o mensajes de seguimiento para poder evaluar la atención recibida por parte de la empresa, para identificar áreas de mejora.

Presentación comercial

La presentación comercial se realizó con la finalidad de que puedan tener un apoyo visual al momento de ofrecer los servicios a otras empresas

https://www.canva.com/design/DAFfxZg-upk/0ncc4WBcssPyTXW0sh_1jQ/edit?utm_content=DAFfxZg-upk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Imagen #9: presentación comercial





Fuente: Elaboración propia

4. Reflexiones del alumno

Para finalizar cada integrante del equipo formuló un trabajo de conclusión para ver cuáles fueron los aprendizajes a lo largo del semestre. Se dividió en distintos aspectos para una mayor profundidad.

- Aprendizajes profesionales .

ALEJANDRO MARTINEZ OLIVARES

A lo largo de este proyecto de aplicación profesional desarrolle diversas competencias y habilidades aprendidas durante mi carrera de mercadotecnia, iniciando por la capacidad de analizar la información sobre los resultados obtenidos del cuestionario de diagnóstico para poder plantear las estrategias de mejora.

El uso de tecnologías para sacar información sobre la industria para comparar las prácticas actuales de la empresa, hacer análisis de la información con diferentes entregables para diseñar una estrategia de mercadotecnia integral que sea útil para lograr el crecimiento de la empresa apegada a la proyección de crecimiento que ya tienen establecida por los directores de BOKINESIC

SANTIAGO MÉNDEZ MÁRQUEZ

A lo largo de lo que trabajamos en el semestre durante el proyecto de aplicación profesional tuve la oportunidad de poder implementar lo aprendido durante mi carrera de finanzas y el poco tiempo que llevo trabajando. Ha sido un proceso bastante enriquecedor ya que gracias a esto mejore la forma de trabajar en equipo, mi comunicación con ellos y aprendí ciertas estrategias de otras carreras que complementan con mi formación tanto educativa como profesional.

SOFÍA NAVARRO AGUILAR

Durante este semestre, tuve varios retos como aprendizajes. No sólo trabajé como diseñadora sino que aprendí varias cosas sobre mercadotecnia, técnicas de venta, estrategias, e incluso sobre todo lo que se debe tomar en cuenta para llevar a cabo un negocio y empresa. Fue un proceso difícil ya que muchas veces me cuestionaba si estaba haciendo bien mi trabajo pero con la ayuda de mis compañeros y mi maestra pude ir resolviendo mis dudas entendiendo cosas que nunca había visto. Trabajar en equipo en una materia tan compleja, tratando con clientes reales fue un desafío y creo que el haber logrado un buen resultado con ellos me deja mucho para el futuro y me da herramientas nuevas para utilizar como diseñadora.

FRIDA MAGAÑA BECERRA:

El PAP es un beneficio que a nosotros como alumnos nos abre las puertas a poder colaborar con una empresa real y salir al mundo de la “realidad”. Este proyecto me permitió poder centrar todos mis conocimientos en un solo proyecto y poder aportar mis ideas a una empresa que necesita especialistas jóvenes que ayuden a darle un respiro más fresco a la empresa. Mi mayor aprendizaje fue el conocer el valor que puedo aportar a un equipo de trabajo en el cual no siempre se va a estar de acuerdo, sin embargo para eso es el trabajo en equipo para poder juntar todos esos conocimientos que uno como persona no tiene y poder mezclarlos para generar una gran idea o estrategia.

Esto me abre una visión mucho más profunda a la vida profesional en la cuestión de que en realidad no es nada fácil, la empresa con la que trabaje tiene sus problemas como cualquier otra y es importante siempre aportar pensando en el beneficio que se le dará a la empresa.

- Aprendizajes sociales
Reflexión y análisis del impacto social de la aplicación profesional colaborativa.
Contribución para la sociedad.

ALEJANDRO MARTINEZ OLIVARES

Este proyecto me ayudó a que realmente pueda poner en práctica mis conocimientos por el enfoque que tenía el proyecto, siendo capaz ahora poder preparar un proyecto integral en mi vida profesional. Los conocimientos aplicados ayudaron a que la empresa siga creciendo, que los usuarios de este centro de rehabilitación tengan un servicio homologado y personalizado tanto en medios online como de manera presencial.

SANTIAGO MÉNDEZ MÁRQUEZ

La experiencia de tener este proyecto de aplicación profesional en el ámbito social ha sido enriquecedor y más aún por el giro de la empresa. El cuidado a la salud es de las profesiones más nobles, y poder implementar mis conocimientos para que esta práctica mejore para el paciente es una experiencia bastante buena, incluso he descubierto que si llegara a emprender algún negocio, buscaré la forma en que siempre tenga un impacto positivo en las personas.

SOFÍA NAVARRO AGUILAR

Mi experiencia en este ámbito social fue retadora. Trabajar con la presión de que estas tratando con un cliente real, dando datos reales e información que va a implicar un beneficio a la empresa implica mucha responsabilidad y a mi me ha ayudado mucho a crecer como diseñadora, pero sobre todo a saber entender al cliente. Me siento mucho más capaz de trabajar saliendo de la universidad y motivada, aprendí a trabajar de manera más eficaz y haciendo buen uso de mi tiempo. Me gusto saber que lo que hicimos como equipo tendrá un impacto positivo en las personas ya que Biokinesic es una gran empresa con muchas capacidades y potencial para ayudar a los demás y saber que pudimos cooperar con ellos y asesorarlos para que puedan brindar un mejor servicio me motiva a en un futuro seguir haciéndolo.

FRIDA MAGAÑA BECERRA:

En el ámbito social algo que me llevo y me da mucho gusto es haber puesto un granito de arena en este trabajo para que Biokinesic pudiera crecer, me llena de orgullo, ya que con nuestro trabajo pueden tener una visión más clara de que hacer o hacia donde dirigirse para poder seguir brindando un mejor servicio para sus clientes y así crecer más. Creo que al ayudar sin recibir algo cambió hace que quieras hacerlo de la mejor manera posible, por lo que trabajar con los empresarios de Biokinesic me ayudó a poder ver un panorama de trabajo más sano.

- Aprendizajes éticos
Reflexión ética, tanto valoración personal y colectiva de la experiencia.

ALEJANDRO MARTINEZ OLIVARES

Tomé en conjunto con mis compañeros del proyecto profesional decisiones importantes como definir a qué público ir dirigido, la apertura de nuevas redes sociales, definir el contenido que se va a estar subiendo para la captación de más clientes potenciales. Este proyecto me ayudó a que pueda plantear de qué manera puedo poner en práctica mis conocimientos y llegando como conclusión los podría

aplicar en los negocios familiares para lograr un crecimiento exponencial gracias a los conocimientos y los materiales obtenidos en este semestre.

SANTIAGO MÉNDEZ MÁRQUEZ

En el proyecto de aplicación profesional tuvimos mis compañeros y yo la oportunidad de participar en ciertas tomas de decisiones a la hora de generar las estrategias para la empresa, siempre respetando los principios y valores que la empresa. Esto en mi carrera de Finanzas es algo que está bastante polarizado, por lo cual haber tenido una experiencia como esta me ayudará a la hora de siempre tomar las mejores decisiones enfocadas a las personas y no solamente al beneficio personal.

SOFÍA NAVARRO AGUILAR

Creo que las decisiones más importantes que tomé fueron aquellas que involucran el diseño, la colorimetría, el acomodo, etc. Siendo diseñadora me encargaba de la parte estética y a su vez ayudaba a mis compañeros con trabajos de mercadotecnia y otras carreras que no suelo ver dentro de mis otros proyectos. La mayoría de las decisiones importantes fueron tomadas por todo el equipo, y me ayudó a conocerme más como profesionista y ver mis debilidades y también mis fortalezas.

FRIDA MAGAÑA BECERRA:

De forma individual siempre traté de elegir lo mejor para Biokinesic, todas las herramientas que les brindamos, siempre puse lo mejor de mí, ya que estamos trabajando con una empresa real, no podemos jugar o cometer errores. También utilice toda la información brindada por Biokinesic de manera muy profesional, ya que es información confidencial de una empresa y los datos con los que manejamos tiene que mantenerse en privado solo con el propósito del PAP. Actuar de manera ética siempre rigió mi trabajo.

- Aprendizajes en lo personal

ALEJANDRO MARTINEZ OLIVARES

El proyecto de aplicación profesional me ayudó a conocerme a mi en el área profesional, para poder analizar qué es lo que realmente quiero hacer como Licenciado en Mercadotecnia, también aprendí de los empresarios la ambición y de siempre buscar mejorar para seguir vigentes en el mercado sin perder la esencia de la empresa. Como proyecto me llevo el siempre estar buscando el bienestar de las personas independientemente del giro de la empresa.

SANTIAGO MÉNDEZ MÁRQUEZ

Este proyecto de aplicación profesional me ha ayudado a darme una idea de la perspectiva del empresario en el que a través de sus conocimientos y principios lo

refleja en la visión de su empresa y que busca siempre mejorar tanto para él como para la comunidad y sus colaboradores. Personalmente ha sido una motivación para siempre buscar lograr más y querer mejorar día a día.

SOFÍA NAVARRO AGUILAR

Este PAP me dio la oportunidad de adentrarme en el mundo real, fuera de una universidad con proyectos que no suelen trascender o tener un mayor impacto en la sociedad. Me di cuenta de que cosas necesito seguir trabajando como también fue una buena herramienta para trabajar con gente que estudió diferentes cosas a mi y aún así poder llegar a acuerdos y hacer un buen trabajo. Toparme con clientes que a veces no contestan o no te mandan las cosas que necesitas para hacer el trabajo que ellos te piden me enseñó y me preparo para poder lidiar con esas mismas situaciones, que seguramente se me van a presentar, en un futuro.

FRIDA MAGAÑA BECERRA:

Este PAP me ayudó no solo a conocer y trabajar con una empresa que no conocía, si no también ver de lo que soy capaz y como una empresa confió y creyó en mí para hacer un cambio en su negocio. Me parece que este tipo de trabajo es el comienzo de uno grande porque la vida no termina en la escuela, si no que es la base para salir a la bolsa de trabajo de la vida real, y que los empleos no están nada fáciles ahorita, por lo que tener estos acercamientos con empresas nos da oportunidades. El trabajo en equipo fue esencial para que todo se realizará correctamente. Pude conocer habilidades en mi de liderazgo y de creadora de ideas que no había desarrollado tanto, pero en este trabajo me gusto poder reconocer eso de mi.

5. Conclusiones y recomendaciones

El proyecto de la empresa Biokinesic ha resultado un reto enriquecedor durante todo el semestre para el equipo encargado del mismo. La clínica de rehabilitación ha sido considerada como una de las más grandes del país debido a su gran potencial. Con más de 10 años de experiencia en el sector, la empresa ha destacado por brindar servicios personalizados y de calidad, así como por contar con especialistas altamente capacitados. Además, se ha diferenciado de la competencia por su uso de terapias manuales y tecnología avanzada en rehabilitación, pero su principal factor de éxito ha sido la atención al cliente.

El equipo de trabajo pudo generar estrategias que añadieron valor a Biokinesic gracias a la disposición y colaboración de los empresarios. Durante la primera fase del proyecto se llevó a cabo una investigación de mercado a través de la web y se realizaron mystery shoppers en las clínicas de rehabilitación más fuertes de Guadalajara. En esta fase se encontraron datos duros que se utilizaron a favor de la empresa, además de identificar ciertas fortalezas de la competencia que se pudieron aplicar a Biokinesic.

Los hallazgos más relevantes indicaron que Biokinesic es líder en cuanto a servicio al cliente, pero otras clínicas tenían fortalezas en la captación de datos, algo que Biokinesic no aprovechaba a pesar de contar con la tecnología y liquidez necesaria. En consecuencia, se implementaron mejoras en las estrategias de marketing tanto digital como offline para mejorar la atención al cliente, las redes sociales, las estrategias comerciales y de relaciones públicas, los folletos, las presentaciones comerciales y la comunicación de las próximas aperturas de las sucursales.

Sin embargo, quedaron pendientes ciertos estudios de mercado para identificar la mejor ubicación de las próximas sucursales en ciudades como La Paz, Mérida, Los Cabos, Cancún y Aguascalientes, así como un análisis financiero completo de la empresa que permitiera identificar las relaciones con los accionistas y mejorar la captación de datos para su debido análisis y contestar preguntas de negocio. Dichas tareas quedaron como temas pendientes para la siguiente etapa del Proyecto de Aplicación Profesional en la empresa.

1. Realizar el estudio de mercado para identificar la viabilidad de abrir próximas sucursales (conocer las necesidades, el micro y macro entorno). (Principales 10 ciudades de México) (La Paz, Mérida, Los Cabos, Cancún y Aguascalientes).

Para finalizar algunas recomendaciones generales:

Respecto a Biokinesic centro la recomendación sería que se cuidara más la limpieza del lugar y las áreas comunes, al igual que la presentación de los especialistas. Cuidar la presentación del lugar es esencial, también el poner un letrero luminoso en el exterior le daría más profesionalismo al lugar. Realizar llamadas o mensajes de seguimiento para confirmar las citas agendadas, de igual manera contactar al cliente después de la visita para conocer si le gustaría agendar otra sesión de terapia y para conocer cómo fue su experiencia.

La importancia de homologar servicios es esencial para que el servicio en ambas sucursales sea el mismo. Para así poder verificar una serie de estándares y servicios de calidad para que se garantice la misma calidad de atención y no haya diferencias en las dos sucursales y los clientes estén igual de satisfechos en cualquiera de las dos sucursales, Centro o Naciones Unidas. Todos los colaboradores dentro de la clínica tienen que tener una serie de pasos a seguir y la información clara, completa y precisa para que se garantice la misma calidad.

Se recomienda cuidar el ambiente de las clínicas, tratando de encontrar un balance entre la calidez y la formalidad.

Revisar el horario de programación del sistema de aromarketing para que desde temprano ya empiece a estar funcionando en las diferentes áreas de la empresa.

Diseño:

Como primera instancia, se recomienda que la entrada sea más profesional, es decir, se cuenta con una lona colgada únicamente por fuera, cuando podrían utilizar más recursos para dar a entender de afuera que a pesar de ser una casa, por dentro es un centro de rehabilitación. La lona se encuentra chueca.

Se recomienda darle más uso a las redes sociales, explotarlas y utilizarlas como promoción aún más. El diseño de las redes sociales podría estar organizado por diferentes pantallas y no tener toda la información en una misma, ya que puede resultar como efecto de saturación para algunos usuarios.

Por otro lado, dentro de la clínica se recomienda un mobiliario e interiorismo uniforme en general, elegante y sencillo: más es menos. Tener folletos de información en la recepción donde se ponga precios, paquetes, promociones, etc.

Se sugiere utilizar el logo de la clínica en los diversos materiales, personalizar las cosas con logo de la clínica, frases y visuales que el usuario esté interesado en leer mientras espera.

Hospitalidad:

Dentro del sector de hospitalidad se pueden destacar distintos detalles como por ejemplo: el servicio y atención a los clientes en su llegada. El personal tiene que estar atento a las personas que llegan y brindarles su atención al 100%. En la visita del mystery shopper a la sucursal centro se puede destacar que la recepcionista a la llegada estaba maquillándose en su lugar de trabajo y en horas laborales, por lo que no brindó la atención adecuada al cliente, ya que no ofreció un saludo ni ninguna

bebida de bienvenida. Respecto al área de bebidas se recomienda que esté mejor ordenada. También la limpieza de las áreas comunes puede mejorar.

Mercadotecnia:

Tener un seguimiento para poder tener un mejor funnel de ventas y una mejor tasa de conversión, esto se refiere que se le dé seguimiento al cliente por medio de mensajes automatizados al momento de que generen la cita para una sesión de consulta y que se puedan confirmar las citas para que recordarle al cliente y bajar tasa de citas canceladas, así mismo se pueden realizar encuestas de satisfacción una vez finalizada la sesión para evaluar el servicio.

En la sala de espera se puede utilizar una pantalla para poder transmitir el contenido que está en redes sociales, ayudando a que los mismos clientes se interesen en seguirlos en redes sociales y que además vean y escuchen contenido de valor mientras esperan su consulta, para así generar la venta de otros productos. Así mismo, incentivar de alguna manera al cliente en que pueda calificar los servicios obtenidos en redes sociales y en google maps para incrementar el número de opiniones para poder estar mejor posicionados en medios digitales.

PUNTOS MÁS IMPORTANTES A MEJORAR:

- Homologar procesos de servicio en la atención al cliente.
- Capacitación con información sobre servicios.
- Uso del logo en materiales usados y en folletos informativos.
- Limpieza de las instalaciones desde temprano.
- Cuidar balance entre un ambiente cálido y jovial, con la profesionalización.
- Seguimiento y confirmación de sesiones.
- Digitalización en la captura de la información de cada paciente.

6. Bibliografía

- Martínez, F. (2021, 17 julio). ¿Conoces sobre la historia de la fisioterapia y rehabilitación física? Sooth - Fisioterapia Especializada Polanco, CDMX. <https://www.sooth.mx/blog/historia-de-la-fisioterapia-y-rehabilitacion-fisica-e4yrg>
- ¿En qué consiste la rehabilitación física? (2019, 31 octubre). Mundo ULC. <https://universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/rehabilitacion-fisica/>
- Team, P. (2022, 28 febrero). 2o EVENT: Fisioterapia digital, ¿moda o tendencia? •. TRAK. <https://www.trakphysio.com/es/fisioterapia-digital-moda-o-tendencia/>

- 5 Biggest Physical Therapy Trends in 2022 - Exer Blog. (s. f.). <https://www.exer.ai/posts/biggest-physical-therapy-trends-in-2022>
- Estudiar Fisioterapia, la carrera del futuro en sector salud | Universidad del Desarrollo Profesional. (s. f.). <https://unidep.mx/estudiar-fisioterapia-la-carrera-del-futuro-en-sector-salud>
- Aparatología estética tendencia para 2023. (2022, 20 diciembre). My Núcleo. <https://mynucleo.com/aparatologia-estetica-tendencia-para-2023/>
- Economista, E. (2022, agosto 28). Fisioterapia, carrera con gran potencial. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Fisioterapia-carrera-con-gran-potencial-20130529-0194.html>
- La fisioterapia, uno de los pilares de la rehabilitación en el IMSS. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 31 de enero de 2023, de <http://www.imss.gob.mx/prensa/archivo/202009/620>
- Estudiar Fisioterapia, la carrera del futuro en sector salud | Universidad del Desarrollo Profesional. (s. f.). <https://unidep.mx/estudiar-fisioterapia-la-carrera-del-futuro-en-sector-salud>
- La fisioterapia, uno de los pilares de la rehabilitación en el IMSS. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 31 de enero de 2023, de <http://www.imss.gob.mx/prensa/archivo/202009/620>
- Economista, E. (2022, agosto 28). Fisioterapia, carrera con gran potencial. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Fisioterapia-carrera-con-gran-potencial-20130529-0194.html>
- 5 Biggest Physical Therapy Trends in 2022 - Exer Blog. (s. f.). <https://www.exer.ai/posts/biggest-physical-therapy-trends-in-2022>

7. Anexos

Fotos para contenido digital:

https://drive.google.com/drive/folders/1G1M2EkR84wFsUoWAKqtPhIU5j4wvUEf?usp=share_link

Mystery shopper individuales:

[https://drive.google.com/drive/folders/1VCOJousJGtBnO6wICjuFLhRUB9Jyk58P?
usp=share_link](https://drive.google.com/drive/folders/1VCOJousJGtBnO6wICjuFLhRUB9Jyk58P?usp=share_link)

Contenido Tik Tok:

[https://drive.google.com/drive/folders/1iJ3Ftum_M-
RRxIJHCY15m0VGx7hlwBbi?usp=share_link](https://drive.google.com/drive/folders/1iJ3Ftum_M-RRxIJHCY15m0VGx7hlwBbi?usp=share_link)

Benchmarking:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Eop3HgNrsjH4cBTnFz3pVmUNgM96ax7
f/edit?usp=share_link&ouid=100094788450874398457&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Eop3HgNrsjH4cBTnFz3pVmUNgM96ax7f/edit?usp=share_link&ouid=100094788450874398457&rtpof=true&sd=true)

Calendario de contenidos:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1J5vaJQO8WTtghLfVEtjO255UmM5WDE
55/edit?usp=share_link&ouid=100094788450874398457&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1J5vaJQO8WTtghLfVEtjO255UmM5WDE55/edit?usp=share_link&ouid=100094788450874398457&rtpof=true&sd=true)