

Marketing

Reúne las herramientas de mercadeo de la clínica como cumpleaños, mailing, publicaciones, BI, plugin de agenda y retroalimentación.

- [Introducción a Marketing](#)
- [Cómo configurar la promoción de cumpleaños](#)
- [Cómo enviar una campaña de mailing masivo](#)
- [Cómo crear publicaciones con inteligencia artificial](#)
- [Cómo generar el plugin de agenda para su sitio web](#)
- [Cómo consultar inteligencia de negocios y retroalimentación](#)

Introducción a Marketing

El área de **Marketing** de AppDoctors reúne, en un solo lugar, las herramientas que le ayudan a atraer pacientes nuevos, mantener contacto con los que ya atiende y entender mejor cómo funciona su clínica. No necesita conocimientos técnicos para usarla: cada herramienta está pensada para que el personal de la clínica (secretarias, médicos y administradores) la utilice directamente desde el navegador.

¿Para qué sirve?

Marketing le permite, entre otras cosas:

- Felicitar automáticamente a sus pacientes el día de su cumpleaños con un mensaje o promoción.
- Enviar correos masivos (campañas de mailing) a grupos de pacientes que usted seleccione.
- Crear publicaciones (artículos) para su blog con ayuda de inteligencia artificial.
- Generar un pequeño componente (plugin) para que sus pacientes agenden citas desde su propia página web.
- Revisar indicadores del negocio (inteligencia de negocios) para tomar mejores decisiones.
- Ver las calificaciones y comentarios que sus pacientes dejaron después de sus citas.

“  **Consejo:** piense en Marketing como su "centro de mercadeo". Cada herramienta funciona por separado, así que puede empezar por la que más le interese sin afectar a las demás.

¿Quién lo usa?

Normalmente lo utiliza el personal administrativo o de recepción para configurar promociones y campañas, y los médicos para crear publicaciones. La sección de **Retroalimentación** y la de **Inteligencia de Negocios** suelen ser de mayor interés para los administradores de la clínica.

¿Dónde encontrarlo?

Cada herramienta de Marketing aparece como una opción en el **menú lateral izquierdo** de la plataforma. Al hacer clic en una opción, se abre su pantalla correspondiente, identificada por un encabezado de color en la parte superior:

Pantalla	Encabezado que verá	Para qué sirve
Promoción de Cumpleaños	« Promoción de Cumpleaños »	Configurar el mensaje que se envía a los pacientes en su cumpleaños.
Campaña de Mailing	« Campana de Mailing Masivo »	Crear y pagar envíos de correo a grupos de pacientes.
Publicaciones	« Crea artículos con inteligencia artificial para saluportal.com »	Redactar artículos para su blog con ayuda de IA.
Plugin de Agenda	« Plugin para agendar desde tu sitio web »	Obtener el código para agendar citas desde su sitio web.
Inteligencia de Negocios	« Inteligencia de Negocios »	Consultar métricas y reportes de la clínica.
Retroalimentación	« Retroalimentacion de Pacientes »	Ver calificaciones y comentarios de los pacientes.

“ 📷 *Captura sugerida: menú lateral izquierdo con las opciones de Marketing visibles.*

“ ⚠ **Importante:** es posible que no todas las herramientas estén disponibles en su clínica. La disponibilidad depende del plan contratado y de los permisos de su usuario. Si no ve alguna opción, consulte con el administrador de su clínica.

Cómo está organizado este manual

Las páginas siguientes explican, una por una, las tareas más comunes de Marketing:

1. **Cómo configurar la promoción de cumpleaños.**
2. **Cómo enviar una campaña de mailing masivo.**
3. **Cómo crear publicaciones con inteligencia artificial.**
4. **Cómo generar el plugin de agenda para su sitio web.**
5. **Cómo consultar inteligencia de negocios y retroalimentación.**

Le recomendamos leerlas en el orden que más se ajuste a lo que necesita hacer hoy.

Cómo configurar la promoción de cumpleaños

La pantalla «**Promoción de Cumpleaños**» le permite preparar un mensaje (por ejemplo, un saludo o un descuento especial) que se enviará a sus pacientes el día de su cumpleaños. Configurarla una sola vez le ahorra tener que recordar las fechas y escribir cada saludo a mano.

“  **¿Por qué hacerlo?** Un detalle de cumpleaños es una forma sencilla y económica de fidelizar pacientes y de animarlos a volver a su clínica.

Paso 1 — Abra la pantalla de cumpleaños

1. En el menú lateral izquierdo, abra la opción de **cumpleaños** dentro de Marketing.
2. Verá el encabezado «**Promoción de Cumpleaños**» y un formulario para redactar el mensaje.

Si ya había guardado una promoción antes, el formulario aparecerá con los datos que tenía guardados, listos para editarse.

“  *Captura sugerida: pantalla «Promoción de Cumpleaños» completa, con el formulario y la tabla de cumpleaños.*

Paso 2 — Redacte el mensaje

Complete los campos del formulario:

Campo	Descripción
Título del mensaje o promoción	El título o asunto de su saludo. Por ejemplo: «10% de descuento por tu cumpleaños..».
Cuerpo del mensaje	El texto completo que recibirá el paciente. Cuenta con un editor donde puede dar formato al texto (negritas, listas, tipos de letra, etc.).

“  **Consejo:** escriba un mensaje cálido y breve. Si ofrece una promoción, indique claramente en qué consiste y hasta cuándo es válida.

Paso 3 — Decida si el envío será automático

Debajo del mensaje encontrará la opción «**Envío automático**», representada por un interruptor.

- **Encendido:** el sistema enviará el mensaje por su cuenta a cada paciente el día de su cumpleaños, sin que usted tenga que hacer nada.
- **Apagado:** el mensaje queda guardado, pero no se enviará automáticamente.

“  **Importante:** active el envío automático solo cuando el mensaje esté completamente revisado. Una vez activo, los correos saldrán a los cumpleaños sin requerir su confirmación.

Paso 4 — Envíe una prueba (recomendado)

Antes de guardar y activar la promoción, conviene ver cómo lucirá el correo:

1. Busque el bloque «**Previsualización**».
2. Haga clic en el botón «**Enviar una prueba al correo de la clínica**». Mientras se procesa, el botón mostrará el texto «*Enviando..*».

3. El sistema enviará una copia de prueba al **correo registrado de la clínica**. Verá el mensaje de confirmación: «*Correo de previsualización enviado al correo de la clínica.*».
4. Revise ese correo en la bandeja de entrada de la clínica para confirmar que el texto y el formato se ven bien.

“  El botón de prueba solo está disponible una vez que existe una promoción guardada. Si nunca ha guardado una, primero realice el Paso 5 y luego envíe la prueba.

“  *Captura sugerida: bloque «Previsualización» con el botón de envío de prueba.*

Paso 5 — Guarde la promoción

1. Haga clic en el botón «**Grabar datos**» (azul, al final del formulario). Mientras guarda, mostrará el texto «*Guardando..*».
2. Cuando termine, aparecerá el mensaje de confirmación: «*Datos de promoción guardados correctamente.*».

A partir de ese momento, su promoción queda registrada. Si activó el envío automático, los pacientes empezarán a recibirla en sus cumpleaños.

Cumpleaños de hoy

En la parte inferior de la pantalla, bajo el título «**Cumpleaños de hoy**», hay una tabla con los pacientes que cumplen años el día de hoy. Es útil para hacer una llamada o saludo personal además del correo automático.

La tabla muestra las siguientes columnas:

Columna	Qué contiene
Nombres	Nombre del paciente.
Referido Por	Quién refirió al paciente, si aplica.
Correo electrónico	Correo del paciente.
Edad	Edad que cumple.

Columna	Qué contiene
Teléfono	Teléfono de contacto.
Dirección	Dirección del paciente (visible en pantallas anchas).

Si no hay nadie de cumpleaños hoy, verá el mensaje «No hay cumpleaños hoy.».

“  Captura sugerida: tabla «Cumpleaños de hoy» con uno o varios pacientes listados.

Cómo enviar una campaña de mailing masivo

La pantalla «**Campana de Mailing Masivo**» le permite enviar un mismo correo a un grupo grande de pacientes que usted elija (por ejemplo, para anunciar una promoción o un nuevo servicio). El proceso lo guía paso a paso, le indica cuántos pacientes recibirán el correo, cuánto cuesta el envío y le permite pagar antes de enviarlo.

“  **Importante:** el envío masivo tiene un costo según la cantidad de destinatarios y requiere un pago. Por eso el sistema le pide revisar y confirmar antes de enviar. Esta herramienta puede no estar disponible en todos los planes.

Antes de empezar: precios y límites

En la parte superior de la pantalla, bajo «**Precios por alcance:**», verá las tarifas según cuántos pacientes incluya su campaña:

Hasta esta cantidad de pacientes	Precio del envío
1,000 pacientes	\$10 USD
5,000 pacientes	\$15 USD
10,000 pacientes	\$20 USD
20,000 pacientes	\$25 USD

El **máximo permitido es de 20,000 pacientes por campaña**. El precio se calcula automáticamente cuando usted define su audiencia.

“  *Captura sugerida: bloquee «Precios por alcance:» con las tarifas.*

Paso 1 — Defina su audiencia (Segmentación)

La campaña se crea con un asistente de cuatro pasos. El primero se llama **Segmentacion** y sirve para elegir a quién le enviará el correo. Use los filtros para acotar el grupo de pacientes; puede dejar en blanco los que no necesite.

Filtro	Qué hace
Aseguradora	Limita a pacientes de una aseguradora. Deje « <i>Todas las aseguradoras</i> » para no filtrar.
Medico tratante	Limita a pacientes de un médico específico. Deje « <i>Todos los medicos</i> » para incluirlos a todos.
Genero	Filtra por <i>Masculino</i> o <i>Femenino</i> . Deje « <i>Todos</i> » para no filtrar.
Solo pacientes cronicos	Marque esta casilla para incluir únicamente a pacientes crónicos.
Ano nacimiento desde / Ano nacimiento hasta	Limita por rango de año de nacimiento (útil para segmentar por edad).
Ultima visita desde / Ultima visita hasta	Limita según la fecha de la última visita del paciente.

A medida que ajusta los filtros, el recuadro inferior muestra **cuántos pacientes coinciden** y el **precio** correspondiente. Si el resultado no es válido (por ejemplo, supera el máximo), verá un mensaje en rojo explicando el motivo; si no hay coincidencias, verá «*No hay pacientes que coincidan con los filtros seleccionados*».

“ ☐ **Consejo:** entre más específica sea su audiencia, más relevante será el mensaje para quien lo recibe y, normalmente, mejores resultados obtendrá.

Cuando el conteo sea válido y mayor que cero, haga clic en «**Siguiente**».

“ ☐ *Captura sugerida: paso «Segmentacion» con filtros aplicados y el recuadro de conteo de pacientes.*

Paso 2 — Cree el mensaje

En el paso **Mensaje** redacta el correo que recibirán los pacientes:

1. Escriba el «**Asunto del correo**» (*obligatorio*). Es la línea que el paciente verá primero.
2. (Opcional) Elija una **plantilla** de las tarjetas que aparecen bajo «*Selecciona una plantilla (opcional)*». La plantilla seleccionada se resalta; si desea quitarla, use el botón «**Limpiar plantilla**».
3. Escriba el «**Contenido del mensaje**» (*obligatorio*) en el editor. Aquí puede dar formato al texto.

Enviar un correo de prueba

Antes de continuar, le recomendamos enviarse una prueba:

- Haga clic en «**Enviar correo de prueba**». El correo de prueba se enviará al **email registrado de la clínica** (verá la nota: «*El correo de prueba se enviara al email registrado de la clinica.*»).
- Revise ese correo para confirmar que el asunto y el contenido se ven correctamente.

Cuando el mensaje esté listo, haga clic en «**Siguiente**». Si necesita volver atrás, use «**Anterior**».

“  Captura sugerida: paso «Mensaje» con el asunto, las plantillas y el editor de contenido.

Paso 3 — Ingrese los datos de facturación

En el paso **Facturacion** verá a la izquierda un «**Resumen de la campana**» (asunto, número de destinatarios y precio) y a la derecha los datos para emitir la factura. Complete los campos obligatorios:

Campo	Descripción
Correo para factura (<i>obligatorio</i>)	Correo donde desea recibir la factura.
Nombre o razon social (<i>obligatorio</i>)	Nombre completo o nombre de la empresa.

Campo	Descripción
NIT (obligatorio)	Número de identificación tributaria (o CF si no aplica).

Cuando los datos estén completos, haga clic en «**Siguiente**».

“  Captura sugerida: paso «Facturación» con el resumen de la campaña y el formulario de datos.

Paso 4 — Confirme y pague

El último paso, **Pago**, muestra un resumen final con los detalles de la campaña, los datos de facturación y el **precio total en USD**.

1. Revise que todo sea correcto. Recuerde: «*Al completar el pago, los correos serán enviados automáticamente.*».
2. Haga clic en «**Pagar y Enviar Campaña**».
3. Será dirigido al sistema de pago para completar la transacción. Una vez confirmado el pago, los correos comienzan a enviarse de forma automática.

“  **Importante:** si cancela el pago, la campaña no se envía y verá el aviso «*El pago fue cancelado.*». Puede retomarla cuando lo desee.

“  Captura sugerida: paso «Pago» con el resumen final y el botón «Pagar y Enviar Campaña».

Cómo revisar el historial de campañas

En la esquina superior derecha de la pantalla hay un botón que alterna entre crear una campaña nueva y ver lo enviado:

1. Haga clic en «**Ver Historial**».
2. Aparecerá la sección «**Historial de Campanas**» con una tabla de las campañas anteriores. Si no hay ninguna, verá «*No hay campanas previas*».

La tabla incluye estas columnas:

Columna	Qué muestra
Fecha	Fecha y hora en que se creó la campaña.
Asunto	Asunto del correo enviado.
Destinatarios	Cantidad de pacientes incluidos.
Precio	Costo de la campaña en USD.
Estado	Situación actual de la campaña (ver tabla siguiente).
Enviados	Cuántos correos se enviaron del total; si hubo fallos, los indica en rojo.

Los estados posibles son:

Estado	Significado
Pendiente de pago	La campaña se creó pero aún no se ha pagado.
Pagado	El pago se realizó; la campaña está lista para enviarse.
Enviando	Los correos se están enviando en este momento.
Enviado	Todos los correos ya salieron.
Fallido	Ocurrió un problema durante el envío.

Para volver a crear una campaña, haga clic nuevamente en el botón, que ahora dirá «**Nueva Campana**».

“  Captura sugerida: sección «Historial de Campanas» con la tabla de campañas y la columna de estado.

Cómo crear publicaciones con inteligencia artificial

La pantalla de publicaciones le permite redactar artículos para su blog con ayuda de la inteligencia artificial (IA). Usted aporta el título y una breve introducción, y el sistema le propone un borrador del contenido que luego puede editar y publicar. El encabezado de esta pantalla es «**Crea artículos con inteligencia artificial para saluportal.com**».

“□ □ **¿Por qué publicar artículos?** Los artículos sobre salud posicionan a su clínica como un referente, generan confianza y ayudan a que nuevos pacientes encuentren su sitio web en los buscadores.

Paso 1 — Escriba el título del artículo

1. En el campo «**Título del artículo**», escriba un título corto y atractivo.
2. Como referencia, el sistema sugiere un ejemplo: «*Migraña: más que un simple dolor de cabeza*».

“□ □ Un buen título es específico y despierta curiosidad. Evite títulos demasiado largos o técnicos.

Paso 2 — Escriba la introducción

En el campo «**Introducción al artículo**» explique brevemente de qué tratará el artículo. Tenga en cuenta:

- Dispone de un **máximo de 300 caracteres**. Un contador a la derecha le indica cuántos lleva (por ejemplo, «120/300»).
- El sistema puede ayudarle a armar la introducción a partir del título: incluye automáticamente su nombre y especialidad para darle un inicio profesional.

La introducción es importante porque es el punto de partida que la IA usará para generar el resto del contenido.

“📄 *Captura sugerida: campos «Título del artículo» e «Introducción al artículo» con el contador de caracteres.*

Paso 3 — Genere el contenido con IA

1. Haga clic en el botón **«Generar contenido con IA a partir de la introducción»**.
2. Mientras trabaja, verá el aviso *«Generando el contenido...»*. Espere unos segundos.
3. Cuando termine, el texto propuesto aparecerá en el campo **«Contenido del artículo»**, donde podrá editarlo libremente.

“⚠ **Importante:** la plataforma le recuerda que *«Tu suscripción incluye 5 artículos generados con IA al mes. Si necesitas más puedes adquirir un paquete IA en la tienda.»*. Tenga presente este límite al planificar sus publicaciones.

“⚠ **Revise siempre el contenido generado.** El propio sistema advierte: *«Es muy importante que leas el contenido generado y lo edites utilizando tu experiencia y conocimientos médicos dado que la información generada puede incluir errores o no ser del todo correcta. Por favor utiliza el contenido generado únicamente como punto de partida para tu artículo.»*. Usted es responsable de la exactitud médica del artículo.

“📄 *Captura sugerida: botón «Generar contenido con IA...» y el editor «Contenido del artículo» con texto generado.*

Paso 4 — Edite y dé formato al artículo

En el editor de «**Contenido del artículo**» puede ajustar el texto a su gusto. La barra de herramientas le permite, entre otras cosas:

- Deshacer y rehacer cambios.
- Aplicar **negrita**, *cursiva*, subrayado y tachado.
- Usar subíndices y superíndices.
- Alinear el texto (izquierda, centro, derecha o justificado).
- Cambiar el tamaño del texto («**Tamaño de texto**»).
- Crear listas con viñetas o numeradas, y aumentar o disminuir la sangría.
- Insertar y quitar enlaces.

“  **Consejo:** divida el artículo en párrafos cortos y use subtítulos. Un texto bien estructurado es más fácil de leer para sus pacientes.

Paso 5 — Agregue una imagen

En la sección «**Imagen del artículo**»:

1. Use el botón «**Selecione...**» para elegir una imagen desde su computadora.
2. Confirme la carga con «**Subir foto**». Si desea descartar la selección, use «**Anular la selección**».

La plataforma recomienda lo siguiente sobre la imagen: «*Utiliza imágenes de buena calidad de al menos 400 pixeles de tamaño en su dimensión más corta, verifica que la imagen sea de tu autoría, que cuentes con los derechos de utilizarla o sea de uso libre.*».

“  **Importante:** la imagen es obligatoria para poder publicar. Use solo imágenes sobre las que tenga derechos.

 *Captura sugerida: sección «Imagen del artículo» con el control para subir la foto.*

Paso 6 — Publique el artículo

1. Cuando el título, la introducción, el contenido y la imagen estén listos, haga clic en el botón **«Publicar»**. (Permanece deshabilitado hasta que todos los datos obligatorios estén completos.)
2. Si todo sale bien, verá el mensaje de confirmación *«Artículo publicado con éxito»* y la pantalla mostrará la tarjeta **«Artículo publicado»**.

En esa tarjeta se le explica qué sucede a continuación: *«Tu artículo ha sido publicado, contamos con un robot automatizado que creará una versión optimizada para búsqueda en navegadores web (SEO) que creará un sitio en HTML a partir de tu publicación, este proceso puede tardar hasta 24 horas, una vez que el sitio esté listo te enviaremos un correo electrónico con el enlace para que puedas compartirlo en tus redes sociales.»*.

“  En resumen: tras publicar, espere el correo con el enlace (hasta 24 horas) y luego compártalo en sus redes sociales.

“  *Captura sugerida: tarjeta «Artículo publicado» con el mensaje de confirmación.*

“  Si ocurre un problema al publicar, verá el aviso *«Error al publicar el artículo»*. Vuelva a intentarlo y, si persiste, contacte al soporte.

Cómo generar el plugin de agenda para su sitio web

La pantalla «**Plugin para agendar desde tu sitio web**» le permite obtener un pequeño código que, al colocarlo en su página web, muestra un calendario para que sus pacientes agenden citas directamente desde ahí. Es una forma de captar citas las 24 horas, sin que su personal tenga que intervenir.

“  **¿Qué es un "plugin"?** Es un componente que se incrusta en su sitio web. En este caso, muestra el calendario de agenda de AppDoctors dentro de su propia página, con los colores que usted elija.

“ **i Nota:** para colocar el código en su página web normalmente necesitará a quien administre su sitio (por ejemplo, su diseñador o agencia web). Esta guía cubre cómo **generar** el código en AppDoctors; el pegado en la web lo realiza quien gestione su sitio.

Paso 1 — (Opcional) Personalice los colores

En la parte superior, bajo «**Personalización de colores**», puede ajustar la apariencia del calendario para que combine con su sitio web:

Opción	Qué controla
Color primario	Color principal de botones y elementos destacados.
Color secundario	Color de apoyo para otros elementos del calendario.

Como indica la propia pantalla: «*Estos colores se aplicarán a botones, badges y elementos interactivos del widget de agenda.*».

☐ **Consejo:** use los mismos colores de su marca para que el calendario se vea integrado y profesional. Si no cambia nada, se usarán los colores por defecto.

“☐ *Captura sugerida: sección «Personalización de colores» con los selectores de color primario y secundario.*

Paso 2 — Elija el tipo de calendario

Hay dos tarjetas, según dónde quiera colocar el calendario:

Opción A — Clínica

La tarjeta «**Clínica**» genera un calendario que permite agendar con **cualquier médico de la clínica**.

- Está pensado para la **página principal** de su sitio web.
- Tiene un diseño horizontal y, como advierte la pantalla, *«requiere un espacio de al menos 800 píxeles de ancho, si tu sitio es responsive cambia el atributo width por 100%»*.
- Para obtener el código, haga clic en «**Generar**».

Opción B — Médico

La tarjeta «**Médico**» genera un calendario para **un médico en particular**.

- Está pensado para la **página de perfil de un médico** dentro de su sitio.
- Antes de generarlo, en «**Elige un médico**» seleccione al profesional deseado de la lista (*«Seleccione un médico..»*).
- El botón «**Generar**» de esta tarjeta permanece deshabilitado hasta que elija un médico.
- Una vez seleccionado, haga clic en «**Generar**».

“☐ *Captura sugerida: las dos tarjetas «Clínica» y «Médico» con sus botones «Generar».*

Paso 3 — Copie el código generado

Después de hacer clic en «**Generar**», aparece un recuadro destacado con el título «**Copia este código y pégalo en el código HTML de tu sitio web**» y, debajo, el código correspondiente al tipo que eligió.

1. Seleccione todo el código que se muestra.
2. Cópielo (puede usar clic derecho y *Copiar*, o las teclas de copiar de su computadora).
3. Entrégueselo a quien administra su sitio web para que lo pegue en la página indicada (la principal, si eligió *Clínica*; la del perfil del médico, si eligió *Médico*).

“ El código ya incluye los colores que personalizó y, en el caso de *Médico*, el médico que seleccionó. Si cambia los colores o el médico, vuelva a hacer clic en «**Generar**» para obtener el código actualizado.

“ Captura sugerida: recuadro «Copia este código y pégalo en el código HTML de tu sitio web» con el código visible.

Recomendaciones finales

- Después de instalar el código, **pruebe el calendario** desde su sitio web para confirmar que aparece bien y que permite agendar.
- Si su sitio es *responsive* (se adapta a celulares), recuerde la indicación de cambiar el ancho a 100% para el calendario de tipo *Clínica*.
- Las citas que sus pacientes agenden desde el sitio web llegarán directamente a su agenda en AppDoctors.

Cómo consultar inteligencia de negocios y retroalimentación

Marketing incluye dos herramientas para entender mejor su clínica desde los datos: **Inteligencia de Negocios**, que genera reportes y gráficas sobre el funcionamiento del negocio, y **Retroalimentación de Pacientes**, que reúne las calificaciones y comentarios que dejan sus pacientes. Esta guía explica ambas.

Parte 1 — Inteligencia de Negocios

La pantalla **«Inteligencia de Negocios»** le permite generar métricas sobre el funcionamiento de su clínica para apoyar la toma de decisiones. Como indica la propia pantalla: *«El módulo de inteligencia de negocios de AppDoctors te permite generar métricas acerca del funcionamiento de tu clínica para apoyar en la toma de decisiones mercadológicas. Selecciona una métrica para generar el reporte.»*.

Paso 1 — Seleccione una métrica

A la izquierda hay una lista de métricas disponibles. Haga clic en la que le interese y el reporte se generará a la derecha. Las métricas disponibles son:

Métrica	Qué muestra
Ranking de referidores	Quiénes refieren más pacientes y los ingresos asociados.
Ranking de diagnósticos	Los diagnósticos más frecuentes (incluye gráfica de los 10 principales).
Pacientes por rentabilidad	Pacientes ordenados por ingresos y ganancia.
Facturables por rentabilidad	Servicios facturables ordenados por ingresos y ganancia.
Productos por margen acumulado	Productos con mayor margen (incluye gráfica del top 10).
Ranking de ocupación por día	Citas por día de la semana (clínica y hospital).

Métrica	Qué muestra
Ranking de rentabilidad por día	Ingresos y ganancia por día de la semana.
Ranking de ocupación por horario	Citas por franja horaria.
Ranking de rentabilidad por horario	Ingresos y ganancia por franja horaria.
Pacientes nuevos por mes	Evolución mensual de pacientes nuevos.
Medicamentos por diagnóstico	Medicamentos recetados agrupados por diagnóstico.
Citas canceladas por mes	Cancelaciones mes a mes (clínica y hospital).
Citas no atendidas por mes	Citas no atendidas mes a mes (clínica y hospital).

“  Captura sugerida: pantalla «Inteligencia de Negocios» con la lista de métricas a la izquierda y un reporte a la derecha.

Paso 2 — Ajuste el período

Según la métrica que elija, aparecerá uno de estos dos filtros:

- **Por rango de fechas:** use los campos «**Desde:**» y «**Hasta:**». La pantalla aclara: «Ambas fechas son inclusivas. Por ejemplo, para ver las citas de hoy, seleccione la fecha de hoy tanto en "Desde" como en "Hasta".».
- **Por año:** use el campo «**Año:**» para elegir el año que desea consultar.

El reporte se actualiza automáticamente cuando cambia las fechas o el año.

“  Mientras el reporte se prepara, verá un indicador de carga. Si no hay información para el período elegido, aparecerá el mensaje «No hay datos disponibles» con la nota «No se encontraron registros para el período seleccionado.».

Paso 3 — Lea el reporte y expórtelo

- Según la métrica, verá una **tabla**, una **gráfica** o ambas. Las tablas se pueden **ordenar** haciendo clic en los encabezados de columna y, cuando son largas, se dividen en páginas (puede elegir mostrar 10, 25, 50 o 100 filas).
- La mayoría de las tablas permiten **exportar la información a Excel** para analizarla o compartirla.

📌 **Consejo:** combine varias métricas para tener una visión completa. Por ejemplo, cruce *Ranking de ocupación por horario* con *Ranking de rentabilidad por horario* para identificar las horas más convenientes de su clínica.

💡 📌 *Captura sugerida: un reporte con gráfica y tabla, por ejemplo «Ranking de diagnósticos».*

Parte 2 — Retroalimentación de Pacientes

La pantalla **«Retroalimentación de Pacientes»** reúne las calificaciones y comentarios que sus pacientes dejaron después de sus citas. Su subtítulo lo resume: *«Visualiza las calificaciones y comentarios de tus pacientes»*. Es una herramienta valiosa para conocer la satisfacción de sus pacientes y detectar oportunidades de mejora.

Los indicadores principales

En la parte superior verá tres tarjetas resumen:

Tarjeta	Qué muestra
Calificacion Promedio	El promedio general de estrellas (de 1 a 5), representado también con estrellas.
Total de Calificaciones	Cuántas calificaciones ha recibido en total.
Distribucion	El porcentaje de calificaciones que recibió en cada nivel, de 5 a 1 estrella.

💡 📌 *Captura sugerida: las tres tarjetas de indicadores (promedio, total y distribución).*

La tabla de calificaciones

Debajo de los indicadores hay una tabla con cada calificación individual. Sus columnas son:

Columna	Qué contiene
Paciente	Nombre del paciente que calificó.
Doctor	Médico que atendió la cita (visible en pantallas medianas y anchas).
Calificacion	La nota en estrellas (de 1 a 5).
Comentario	El comentario del paciente. Si no dejó ninguno, aparece «Sin comentario».
Fecha de Calificacion	Cuándo se registró la calificación.
Fecha de Cita	Fecha de la cita calificada.
Acciones	Botón «Ver» para abrir el detalle del paciente y su cita.

La tabla se puede ordenar por columnas y filtrar (por ejemplo, por el contenido del comentario). Si todavía no hay calificaciones, verá el mensaje «No hay calificaciones registradas.».

Cómo ver el detalle de una calificación

1. Ubique la fila de la calificación que desea revisar.
2. En la columna «**Acciones**», haga clic en el botón «**Ver**».
3. El sistema lo llevará a la ficha del paciente, donde podrá consultar el detalle de la cita relacionada.

“📌 **Consejo:** revise periódicamente los comentarios con calificación baja. Atender a tiempo una mala experiencia puede recuperar a un paciente y mejorar la reputación de su clínica.

“📌 *Captura sugerida: tabla de calificaciones con las estrellas y el botón «Ver» en la columna de acciones.*