



NaturSais  
TU BIENESTAR, TU ESENCIA

CURSO PROFESIONAL DE  
**MADEROTERAPIA**

TÉCNICAS, PROTOCOLOS Y TRATAMIENTOS  
CORPORALES CON HERRAMIENTAS DE MADERA

*Bienestar que transforma*

**EVALUACIÓN DEL ALUMNADO**

MÓDULO 7

**MARKETING Y GESTIÓN  
PROFESIONAL**

TU CAMINO HACIA EL BIENESTAR COMIENZA AQUÍ



**NOMBRE DEL ALUMNO/A:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**INSTRUCTOR/A:** \_\_\_\_\_ **CALIFICACIÓN:** \_\_\_\_\_ / 10

- INSTRUCCIONES GENERALES**
- Lee atentamente cada pregunta antes de responder.
  - Utiliza bolígrafo y letra legible.
  - La evaluación consta de 6 secciones.
  - Puntuación total: 10 puntos.

**DURACIÓN RECOMENDADA**  
60 minutos.  
Incluye tiempo para revisión final.

**1. PREGUNTAS DE OPCIÓN MÚLTIPLE / 3 PUNTOS**

- Marca la opción correcta.
- ¿Cuál es el primer paso para posicionar tu servicio de maderoterapia? (0,6 p.)
    - a) Invertir en publicidad sin definir objetivos
    - b) Definir tu propuesta de valor y público objetivo
    - c) Ofrecer descuentos constantes
    - d) Tener todas las redes sociales activas
  - ¿Qué red social es más visual y efectiva para mostrar resultados de maderoterapia? (0,6 p.)
    - a) LinkedIn
    - b) Instagram
    - c) Twitter
    - d) WhatsApp
  - ¿Qué elemento es clave en la fidelización de clientes? (0,6 p.)
    - a) Ofrecer el precio más bajo
    - b) Brindar una atención personalizada y seguimiento
    - c) Cambiar constantemente de promociones
    - d) Tener muchas herramientas
  - ¿Qué herramienta te ayuda a organizar tu agenda y recordatorios de citas con clientes? (0,6 p.)
    - a) Excel
    - b) Calendar / Google Calendar
    - c) PowerPoint
    - d) Bloc de notas
  - ¿Por qué es importante el marketing de contenidos en tu negocio? (0,6 p.)
    - a) Porque genera confianza y atrae clientes potenciales
    - b) Porque es obligatorio en todas las redes
    - c) Porque reemplaza la atención presencial
    - d) Porque es gratuito siempre

**2. PREGUNTAS DE DESARROLLO CORTO / 2 PUNTOS**

- Responde de forma breve y clara.
- ¿Qué estrategias utilizarías para atraer nuevos clientes a tu centro de maderoterapia? (1 p.)  
\_\_\_\_\_
  - Menciona tres acciones que puedes aplicar para fidelizar a tus clientes. (1 p.)  
\_\_\_\_\_

**3. PREGUNTAS DE VERDADERO / FALSO / 2 PUNTOS**

- Indica si las siguientes afirmaciones son Verdaderas (V) o Falsas (F).
- |  |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|
|  | V                        | F                        |
| 8. Conocer a tu cliente ideal te ayuda a ofrecer un servicio adecuado.       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Un buen servicio al cliente no requiere seguimiento después de la sesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Las reseñas positivas online aumentan la credibilidad de tu negocio.     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. La constancia en redes sociales es clave para posicionar tu marca.       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. Es mejor ofrecer muchos servicios diferentes que especializarse.         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. El networking puede generar colaboraciones y nuevas oportunidades.       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. La imagen visual de tu marca influye en la decisión de compra.           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. El registro financiero no es necesario en un negocio pequeño.            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**4. PREGUNTA PRÁCTICA / REFLEXIVA / 2 PUNTOS**

16. Diseña un plan básico de marketing para tu servicio de maderoterapia. Incluye:
- Público objetivo
  - Mensaje principal de tu marca
  - Canales de promoción
  - Tipo de contenido que compartirías
  - Frecuencia de publicaciones
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**5. CASO PRÁCTICO — EXPERIENCIA CLIENTE / 1 PUNTO**

Lee el siguiente caso y responde.

Una cliente llega por recomendación. Le encantó el tratamiento y quiere volver, pero no sabe con qué frecuencia debe hacerlo. Además, consulta si tienes algún paquete o beneficio por fidelidad.

¿Cómo responderías a esta cliente para asegurar su fidelización y recomendar tu servicio a otras personas?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**6. DESEMPEÑO PRÁCTICO E INTEGRAL / 1 PUNTO**

El instructor evaluará tu desempeño en una demostración práctica.

CRITERIOS A EVALUAR	PUNTOS
Aplicación de conocimientos de marketing y gestión	/ 0,2
Organización y claridad en la presentación	/ 0,2
Creatividad y coherencia en la propuesta	/ 0,2
Comunicación efectiva	/ 0,2
Actitud profesional y seguridad	/ 0,2
<b>TOTAL DE LA SECCIÓN</b>	<b>/ 1</b>

**RESUMEN DE Puntuación**

1. Opción múltiple	/ 3
2. Desarrollo corto	/ 2
3. Verdadero / Falso	/ 2
4. Práctica / Reflexiva	/ 2
5. Caso práctico	/ 1
6. Desempeño práctico e integral	/ 1
<b>TOTAL GENERAL</b> .....	<b>/ 10</b>

**RETROALIMENTACIÓN DEL INSTRUCTOR/A**

Fortalezas destacadas:

\_\_\_\_\_

Aspectos a mejorar:

\_\_\_\_\_

FIRMA DEL INSTRUCTOR/A:

\_\_\_\_\_

**AUTOEVALUACIÓN DEL ALUMNO/A**

Valora tu desempeño en cada área (siendo 1 el valor más bajo y 5 el valor más alto).

	1	2	3	5
Conocimiento de marketing y gestión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicación y atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organización y planificación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uso de herramientas digitales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actitud profesional y ética	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**CRITERIOS DE APROBACIÓN**

Para aprobar el Módulo 7 debes obtener una calificación mínima de 7/10.

¡Cada paso te acerca al éxito!  
Sigue creciendo, transforma vidas.

**RECUERDA**

El éxito de tu negocio de maderoterapia no solo depende de tus técnicas, sino también de cómo conectas, comunicas y cuidas a tus clientes.

Confía en tu esencia, tu esfuerzo y tu propósito.  
Estás aquí para hacer la diferencia.

