

Playbook 50K

19 ejercicios
prácticos para
ganar tus primeros

50.000€

*Guía completa para
fisioterapeutas que quieren
construir un negocio
rentable y sostenible*

Playbook 50K

19 ejercicios prácticos para ganar **tus primeros 50.000 € rentables con tu clínica de fisioterapia**

Metodología FISIOREFERENTES

En fisioreferentes creemos que la fisioterapia merece mejores negocios, mejores profesionales y mejores vidas.

No somos una simple formación ni una academia más: somos una comunidad de dueños de clínicas de fisioterapia que comparten un propósito común:

- Construir clínicas rentables
- Tener tiempo, energía y paz mental
- Aportar verdadero valor a sus pacientes
- Y dignificar la profesión desde dentro

En Fisioreferentes trabajamos con metodología, experiencia real de negocio y ética profesional. Aquí no vas a encontrar humo, gurús de Instagram ni promesas rápidas. Aquí vas a encontrar criterio, claridad, acompañamiento y herramientas reales **para transformar tu clínica en un buen negocio... sin perder tu esencia como fisioterapeuta.**



Qué es este Playbook?

Este Playbook es la continuación natural del contenido que ya has visto.

Es la guía práctica que te ayudará a llevar a tierra todo lo aprendido en la serie:

"Cómo pasar de 0 → 50.000€ con tu clínica de fisioterapia"

Si los vídeos te han dado visión, claridad y dirección...

este Playbook te da:

estructura

preguntas clave

hojas de trabajo

reflexiones guiadas

decisiones estratégicas reales

No es un documento para leer.

Es un documento para pensar, decidir y construir.

⚠ Este Playbook está diseñado para trabajar después de haber visto los 5 vídeos completos o haber asistido a uno de nuestros webinars.

Cada ejercicio y cada sección se apoya directamente en ellos.

Si no los has visto, o los has visto "de fondo", te faltarán piezas esenciales.

Antes de llenar nada,

- mira los 5 vídeos o vuelve a revisar la masterclass
- toma notas
- y luego vuelve a este Playbook.

Te prometo que la experiencia será totalmente distinta.

Cómo debes trabajar este Playbook

Este documento no se resuelve con prisas ni entre pacientes.

Te pedimos algo que casi nadie se concede: **tiempo para pensar tu negocio con calma.**

Te recomendamos:



Buscar una hora tranquila

Sin distracciones



Con papel, boli... y prepárate para decirte verdad

Sin autoengaños ni respuestas bonitas

Este Playbook te va a ayudar a:

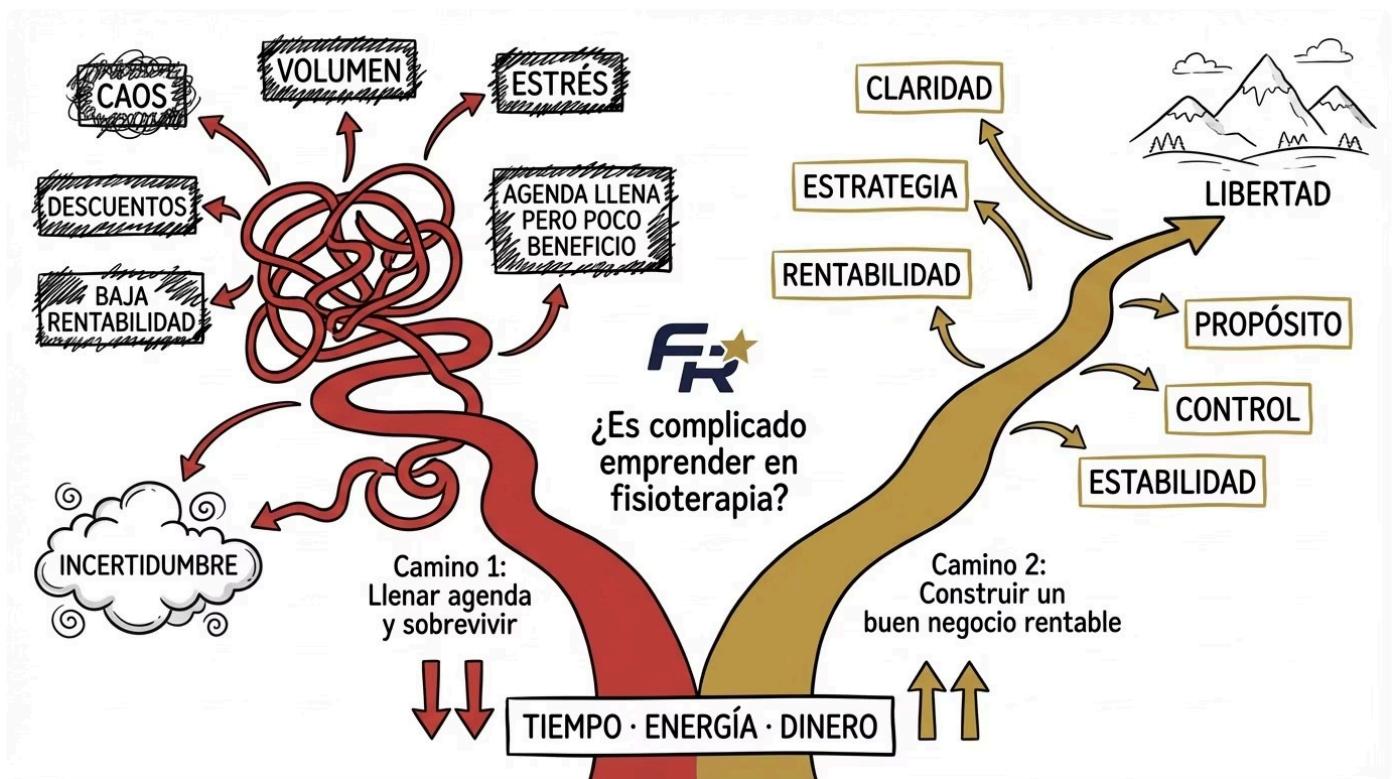
1. definir objetivos reales
2. entender a quién quieres servir
3. diseñar valor de verdad
4. construir un negocio rentable
5. dejar de improvisar tu clínica
6. y empezar a dirigirla con un propósito claro

Pero solo funcionará si lo trabajas con sinceridad, profundidad y compromiso.



Poner rumbo: tus primeros 50K con cabeza

Basado en el Vídeo 1 (Alex)



1.1. Idea clave

No se trata solo de "llegar a 50.000 €".

Se trata de cómo llegas: con un negocio que:

- Sea rentable,
- Sea sostenible,
- Y te acerque a una buena vida, no a una cárcel.

Para eso, el primer paso es dejar de ir "a lo loco" y poner rumbo:

definir para qué, por qué, qué y cómo.

1.2. Ejercicio 1 – Tu PARA QUÉ (sin autoengaños)

No vale "para ayudar a la gente" y ya. Bájalo a tierra.

Escribe sin filtros:

¿Qué es para ti "una buena vida"?

- ¿Dónde vives?
- ¿Con quién pasas el tiempo?
- ¿Cómo es tu día a día (horarios, energía, libertad)?

¿Qué papel juega el dinero en esa buena vida?

- ¿Qué cosas concretas te permitiría?
- ¿Qué preocupaciones te quitaría?

Completa esta frase con brutal honestidad:

"Estoy montando mi clínica de fisioterapia para poder...

1.3. Ejercicio 2 – Tu POR QUÉ (fisioterapia y emprendimiento)

Responde de forma racional, no "quedando bien":

01

¿Por qué a través de la fisioterapia y no de otro sector?

- ¿Qué te engancha de esta profesión?

- ¿Qué parte de tu talento se expresa mejor aquí?

02

¿Por qué a través del emprendimiento y no como asalariado?

- ¿Qué libertad buscas?

- ¿Qué responsabilidad estás dispuesto a asumir?

Después de responder, escribe una frase resumen:

"Mi vehículo es la fisioterapia y el emprendimiento porque..."

1.4. Ejercicio 3 – El QUÉ: traducir tu visión a números (KPIs)

Objetivo del playbook: 50.000 € de facturación anual con buen negocio.

Completa esta tabla orientativa (ajusta los números a tu realidad):

Concepto	Valor objetivo
Facturación anual objetivo	50.000 €
Precio medio por sesión	_____ €
Nº sesiones/año necesarias	_____
Nº pacientes/año necesarios	_____
Facturación media por paciente	_____ €

Puedes hacer este cálculo con varios escenarios:

- precio medio 40 €, 50 €, 60 €...
- más o menos recurrencia por paciente.

1.5. Ejercicio 4 – El CÓMO: tu plan base hacia 50K

Define un plan sencillo, no perfecto.

01

¿Cuántos días/semana vas a trabajar en clínica?

02

¿Cuántas horas al día?

03

¿Cuántas sesiones máximas quieres asumir sin reventarte?

04

¿Cuánto tiempo quieres reservar a:

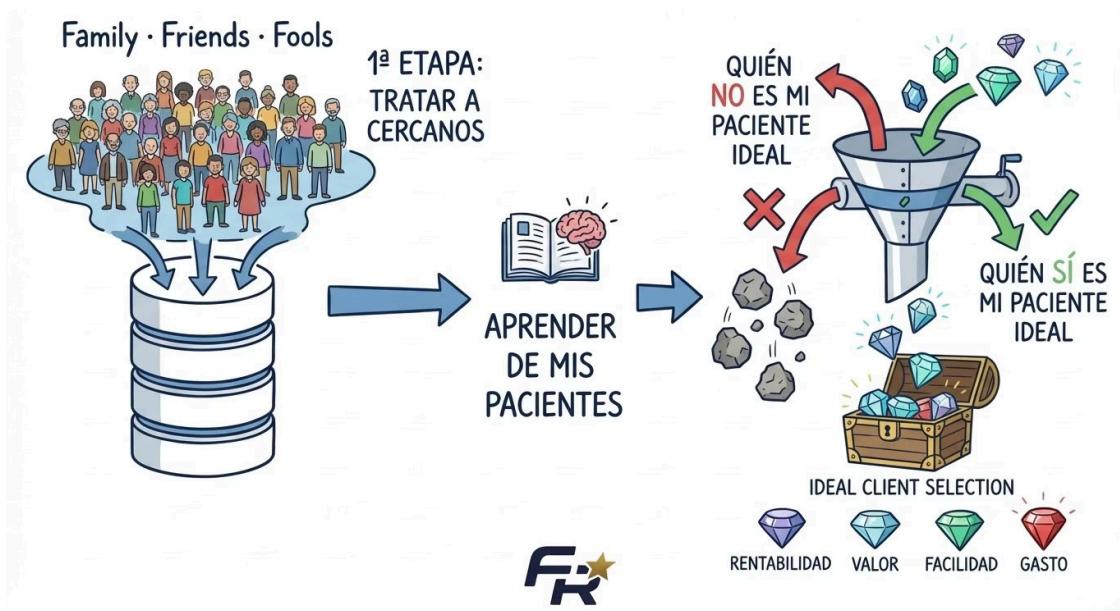
- Gestión de negocio →
- Marketing / contenido →
- Formación / mejora →

Escribe tu plan de trabajo base para los próximos 6-12 meses:

BLOQUE 2

Family, Friends & Fools: tus primeros pacientes (y tu cliente ideal)

Basado en el Vídeo 2 (Alex)



2.1. Idea clave

El error típico: "Quiero llegar a 50K → tengo que captar a lo loco → ofertas, descuentos, volumen...".

Eso te lleva a:

- Llenar agenda a cualquier precio.
- Bajar márgenes.
- Ganar muy poco por cada paciente.
- Acabar exhausto y sin control.

La alternativa: empezar pequeño, con cabeza, con Family, Friends & Fools y usarlos como laboratorio para:

- Aprender,
- Diferenciar,
- Y elegir quién NO es tu cliente.

2.2. Ejercicio 5 – Tu base inicial: Family, Friends & Fools

Haz una lista realista de personas que podrían ser tus primeros pacientes:

- Familiares
- Amigos
- Amigos de amigos
- Gente de tu gimnasio, box, club, etc.

Nombre / Grupo	Relación	Problema habitual	¿Ya es paciente? (S/N)	¿Te gustaría tratar más gente "como esta"? (S/N)

Objetivo: llenar varias filas. Da igual si es aproximado.

2.3. Ejercicio 6 – Detectar a quién ADORAS tratar

Este ejercicio es clave. Aquí decides con quién quieras construir tu clínica, quién te da energía, quién te da rentabilidad y quién te permite ofrecer tu mejor trabajo.

Vamos a hacerlo en dos fases muy claras:

Primer: Filtra a los que ADORAS

No entra aquí nadie "que no te encaje".

Coge tu base de datos:

- Family
- Friends
- Fools
- Pacientes históricos
- Primeros pacientes reales de clínica

Y hazte una pregunta muy honesta para cada uno:

"¿Disfruto tratando a esta persona? ¿Me llena trabajar con este perfil? ¿Me siento orgulloso de ayudarle?"

Si la respuesta NO es un SÍ rotundo, fuera.

Aquí solo entran los que ADORAS TRATAR.

El resultado de esta fase debe ser una lista limpia, sin ruido, sin compromisos, sin "bueno va..."

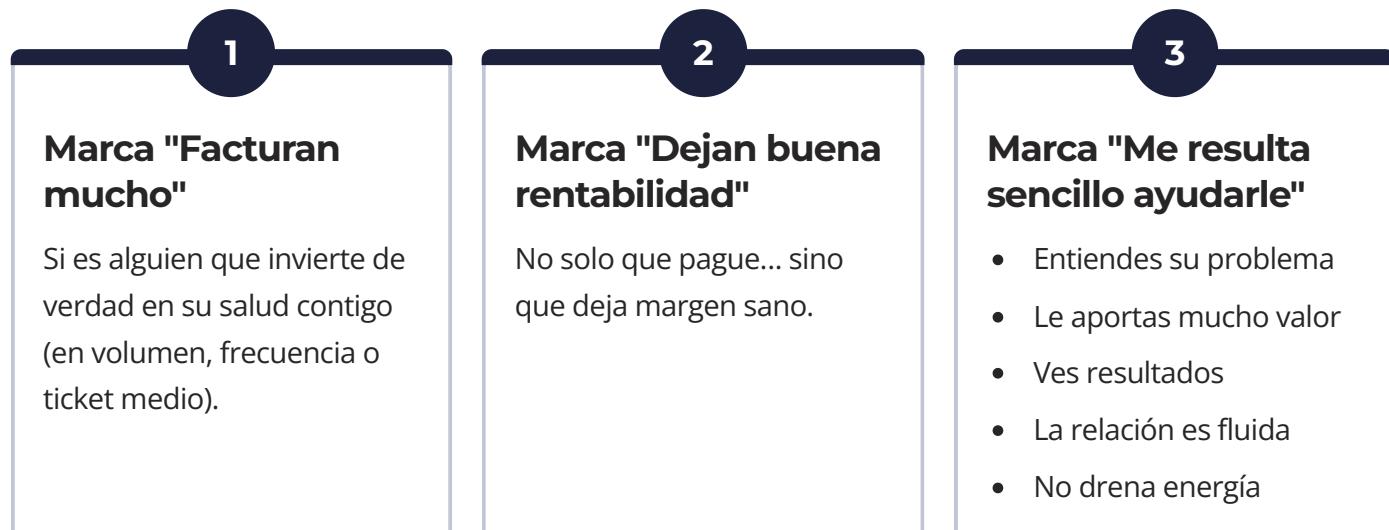
Solo entran los pacientes que te gustaría multiplicar.

Segundo: Llena la Tabla de Selección

Con esos pacientes que ya has filtrado, crea una tabla con tres columnas:

Paciente	Factura mucho conmigo	Me deja mucha rentabilidad	Me resulta sencillo ayudarle (cumplio promesa con claridad)
Juan Carlos	✓		✓
Maria G	✓	✓	
Pedro M	✓	✓	✓

Y ahora trabaja con honestidad absoluta:





✓ **Regla de Oro**

Un paciente será considerado **Candidato a Cliente Ideal** si cumple:

Al menos 2 de las 3 columnas

(y recuerda: todos ya cumplen la condición previa → TE ENCANTA TRATARLOS)

Ejemplos:

- Facturan mucho + rentabilidad alta → dentro
- Rentabilidad alta + fácil ayudar → dentro
- Factura mucho + fácil ayudar aunque el margen no sea el mejor → dentro (porque es escalable y mejorable)

Resultado del Ejercicio

Cuando termines tendrás:



Una lista clara de pacientes que quieres multiplicar



Un patrón evidente de qué tipo de persona / caso / perfil te funciona



El germen real de tu Avatar Ideal



Menos ruido mental, más foco, más claridad estratégica

Ese grupo NO es casualidad.

Ahí está tu negocio.

Ahí está tu rentabilidad.

Ahí está tu paz mental.

Reflexión final del ejercicio

Termina respondiendo en una frase:

"Si pudiera llenar mi clínica solo de un tipo de paciente... sería este perfil:

"

2.4. Ejercicio 7 – Tu cliente ideal (versión 1.0)

Completa este guion:

	Edad Mi cliente ideal suele tener entre _____ y _____ años.
	Perfil Suele ser (profesión / estilo de vida): _____
	Problema visible Su problema visible es: _____
	Problema implícito Pero en realidad le preocupa (problema implícito): _____
	Motivación Invierte en salud (tiempo y dinero) porque: _____
	Valor percibido Lo que más valora de mí / mi clínica es: _____

Esto NO es definitivo. Es tu foto 1.0, que irás afinando.

2.5. Ejercicio 8 – Lista negra: a quién vas a decir NO

Para proteger tu tiempo, tu energía y tu margen, define a quién no quieres.

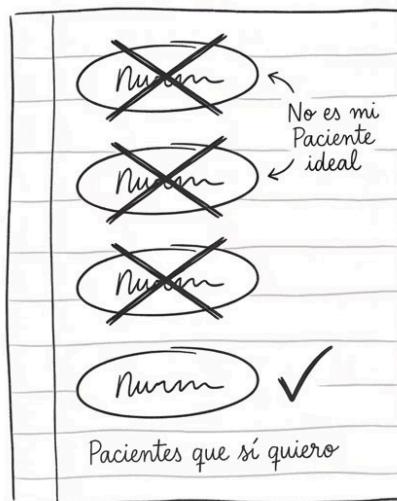
Completa:

"NO quiero construir mi clínica sobre este tipo de paciente..."

Que _____	Que _____	Que _____
—	—	—
Que _____	Que _____	Que _____
—	—	—

Esto te va a ayudar a no caer en el volumen por volumen.

LISTA NEGRA (para proteger mi energía)



Diseñar tu propuesta de valor: recurrencia y seguridad

Basado en el Vídeo 3 (Alex)



3.1. Idea clave

El paciente no viene solo "por el dolor".

Viene a buscar seguridad: alguien en quien confiar, un plan claro y seguimiento.

Por eso:

- El valor es una percepción.
- El precio también es una percepción.

Tu trabajo es que la diferencia entre lo que paga y lo que recibe

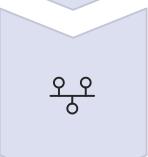
sea tan grande que piense: "Me llevo muchísimo más de lo que he pagado".

Y eso se construye con recurrencia responsable, no con "meter sesiones por meter".

3.2. Ejercicio 9 – La ecuación del valor en tu clínica

Rellena este esquema con tus palabras:

El paciente percibe valor cuando:

	Entiende que su problema es: _____
	Tiene claro el objetivo final: _____
	Ve que hay un plan paso a paso: _____
	Siente que le acompañas durante X semanas/meses: _____
	Nota que te preocupas por su vida, no sólo por su lesión: _____

3.3. Ejercicio 10 – Diseña tu PROGRAMA RECURRENTE mínimo viable

Piensa en tu cliente ideal y diseña un programa que:

- Dure un tiempo razonable (ej: 6-12 semanas).
- No sea sólo "sesiones sueltas", sino un proceso.

Tabla:

Elemento del programa	Detalle
Nombre del programa	
Duración total	
Nº de sesiones presenciales	
Tipo de seguimiento (online, tel, app...)	
Material extra (ejercicios, PDFs, vídeos)	
Objetivo claro para el paciente	
Resultado mínimo esperable	

3.4. Ejercicio 11 – Precio y valor: ¿encaja tu propuesta?

Responde:

¿Qué precio te gustaría cobrar por este programa completo?

Precio programa: ____ €

Sincérate: si tú fueras el paciente, ¿lo verías barato, justo o caro para lo que incluye?

¿Qué 3 cosas podrías añadir para multiplicar el valor percibido sin disparar tus costes?

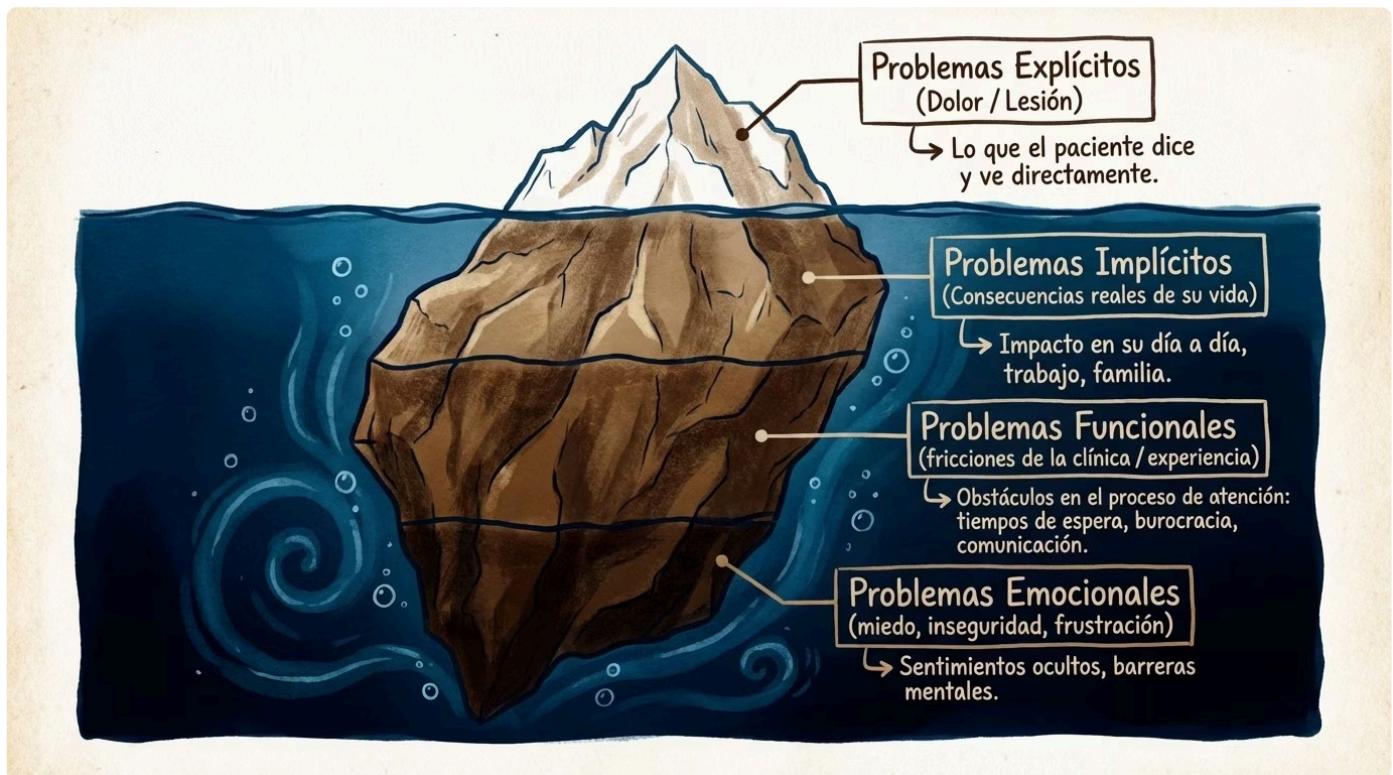
- Extra 1:

- Extra 2:

- Extra 3:

Mejora constante: el Iceberg de problemas

Basado en el Vídeo 4 (Alex)



4.1. Idea clave

El tendón de Aquiles no es solo un tendón.

Debajo del síntoma hay un iceberg de problemas:

- **Explícitos** (lo que dice el paciente).
- **Implícitos** (lo que realmente está en juego en su vida).
- **Funcionales** (fricciones del servicio/clínica).
- **Emocionales** (cómo se siente en cada paso del proceso).

Si solo atacas la puntita del iceberg, terminas invirtiendo en máquinas, aparatos y cosas que no tocan el corazón del problema.

4.2. Ejercicio 12 – Tu iceberg de problemas (caso real)

Elige un tipo de paciente típico en tu clínica (ej: corredor, opositor, madre reciente...).

Nivel	Descripción en tu caso
EXPLÍCITO	¿Qué dice? "Vengo por..."
IMPLÍCITO	¿Qué hay detrás? (pruebas, viajes, trabajo, autoestima)
FUNCIONAL	¿Qué problemas le genera tu forma de trabajar o la del sector?
EMOCIONAL	¿Qué siente en cada fase del proceso?

Hazlo, como mínimo, para 2-3 tipos de pacientes.

4.3. Ejercicio 13 – Tres mejoras de propuesta desde el iceberg

A partir de los problemas detectados, responde:

¿Qué podrías cambiar en tu servicio para reducir los problemas FUNCIONALES?

(esperas, cambios de fisio, horarios, aparcamiento, comunicación...)

- Mejora 1: _____
- Mejora 2: _____
- Mejora 3: _____

¿Qué podrías introducir para mejorar la EXPERIENCIA EMOCIONAL?

- Detalle o ritual de bienvenida: _____
- Detalle en el seguimiento: _____
- Detalle al alta o cierre de proceso: _____

4.4. Ejercicio 14 – Sistema de mejora continua

Define un sistema sencillo para no dejar de mejorar:

Cada mes revisaré:

- 3 comentarios de pacientes (qué repiten, qué no les gusta).
- 1 punto del proceso que puedo mejorar.

Cada trimestre introduciré:

- 1 mejora funcional (operativa).
- 1 mejora emocional (experiencia).

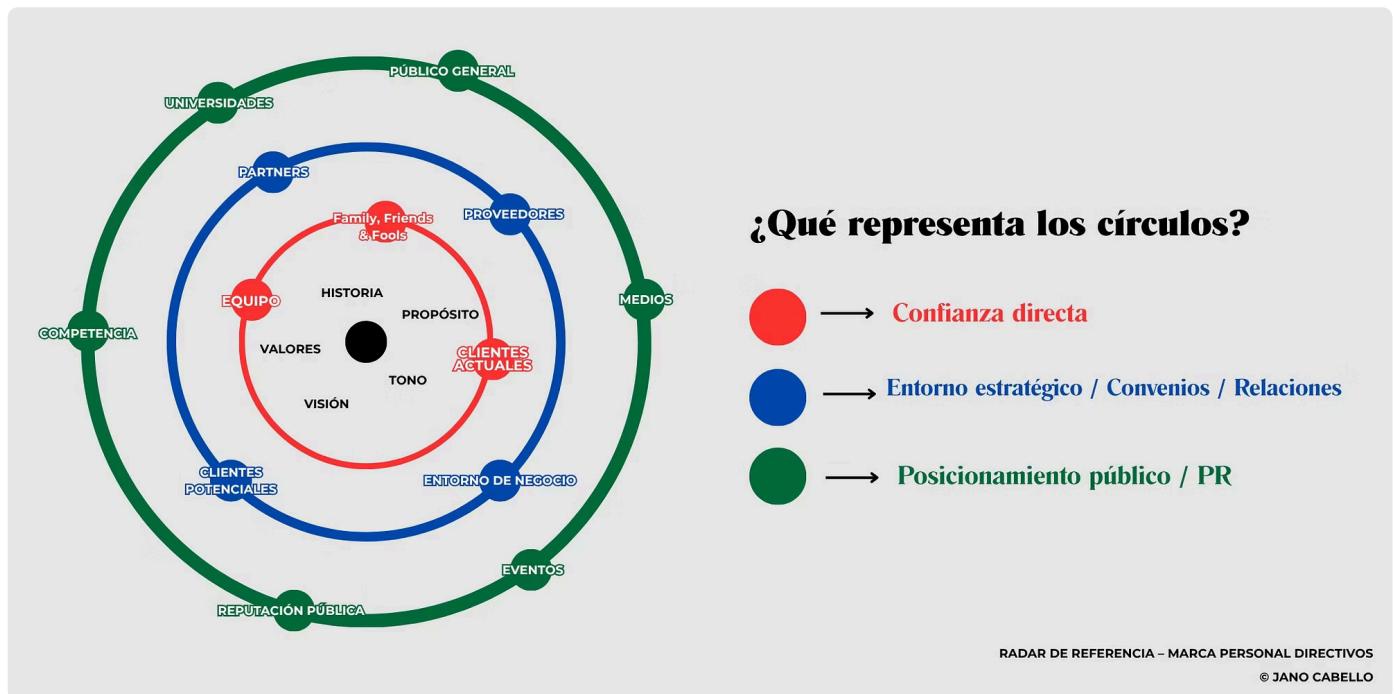
Escribe aquí tu compromiso:

"Mi clínica va a mejorar cada mes en algo concreto.

A final de año habré aplicado al menos _____ mejoras claras."

Escalar con autoridad y viralidad: Matriz MERCI

Basado en el Vídeo 5 (Jano)



5.1. Idea clave

La viralidad sin autoridad es humo.

La idea es otra: primero autoridad, luego viralidad estable.

Para trabajar esa viralidad inteligente usamos la **Matriz MERCI**:



5.2. M de MARCA – Inputs positivos

Ejercicio 15 – Auditoría rápida de marca

Responde con total sinceridad para evaluar la percepción de tu marca en cada etapa de la experiencia del paciente:

01

¿Qué piensa un paciente cuando entra por la puerta?

(Ambiente, acogida, primera impresión, organización, limpieza...)

02

¿Qué piensa un paciente cuando se sienta en la camilla?

(Confianza, profesionalidad, atención, comunicación, comodidad...)

03

¿Qué piensa un paciente cuando sale de la última sesión?

(Resultados, satisfacción, valoración del servicio, recomendación...)

Identificar estos puntos te permitirá entender dónde estás generando valor y dónde puedes mejorar.

Ahora, haz dos listas:

Inputs positivos que ya generas

(Ejemplos: buena comunicación, ambiente agradable, eficacia del tratamiento, facilidad de aparcamiento, trato personalizado)

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Inputs negativos o neutros que quieres reducir

(Ejemplos: tiempos de espera, procesos poco claros, falta de seguimiento, ruido ambiental, instalaciones anticuadas)

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

El objetivo de este ejercicio es claro: **generar más inputs positivos y reducir los negativos/neutros**. La percepción de tu marca es la suma de todas estas pequeñas interacciones.

5.3. E de ENTORNO – Ser referente en tu comunidad

Para construir una clínica de fisioterapia referente, es fundamental tejer una red de relaciones sólidas en tu comunidad. Establecer conexiones estratégicas no solo amplía tu visibilidad, sino que también crea un ecosistema de apoyo que beneficia a tus pacientes y a tu negocio. Piensa en agentes clave que comparten tu público objetivo o que puedan enriquecer la experiencia que ofreces.

Ejercicio 16 – Mapa de entorno

Identifica a los agentes clave de tu entorno con los que podrías establecer sinergias mutuamente beneficiosas. Rellena las columnas "Nombre / lugar" y "Primer paso que podrías dar" con ejemplos concretos para tu clínica.

Centros deportivos	
Empresas cercanas	
Médicos / traumatólogos	
Otros profesionales	

Una vez identificados estos posibles colaboradores, es crucial dar los primeros pasos concretos para iniciar y nutrir estas relaciones.

Marca 3 acciones para los próximos 30 días:

1. Acción 1: _____
 2. Acción 2: _____
 3. Acción 3: _____
-

5.5. C de CONTENIDO – Manejar el discurso

Tu contenido es la voz de tu marca y una herramienta poderosa para construir autoridad y atraer a tu cliente ideal. No se trata de publicar por publicar, sino de hacerlo con intención y estrategia, basándote en lo que ya conoces de quienes más quieras ayudar. Un contenido bien planificado y ejecutado te posiciona como experto y genera confianza, elementos clave para la viralidad.

Ejercicio 18 – Tres pilares de tu contenido

Con la información que ya tienes sobre tu cliente ideal, define los tres grandes temas principales sobre los que girará tu estrategia de contenido. Estos pilares deben resonar con sus necesidades, preocupaciones y aspiraciones, demostrando que comprendes sus desafíos y sabes cómo ayudarles.

Tema 1: Educación y Conocimiento

Comparte tu expertise para resolver dudas, desmentir mitos y explicar procesos complejos de fisioterapia de forma sencilla.

Ejemplo:

"_____"

Tema 2: Casos y Transformaciones

Muestra la transformación y el impacto real de tu trabajo a través de testimonios, historias de éxito y ejemplos prácticos. Genera empatía y esperanza.

Ejemplo:

"_____"

Tema 3: Mentalidad y Prevención

Ofrece valor más allá del tratamiento directo, fomentando hábitos saludables, bienestar general y herramientas para la prevención de lesiones.

Ejemplo:

"_____"

Ahora que tienes tus pilares definidos, piensa en la operatividad de tu estrategia de contenido:

- ¿Qué formato te es más fácil sostener? (Reels, carruseles, emails, charlas, talleres...)
- ¿Cuántas piezas realistas puedes crear a la semana? __

Compromiso mínimo sostenible:

"Durante los próximos 3 meses voy a publicar **2 piezas de contenido/semana** centradas sólo en mi cliente ideal y sus problemas más frecuentes."

5.6. I de INFORMACIÓN – Ser la referencia

Ser la referencia implica que la información sobre tu clínica no solo sea accesible, sino que también sea coherente, atractiva y refleje tu propuesta de valor en cada punto de contacto. Realiza un inventario de tus canales de comunicación actuales y evalúa cómo se percibe tu mensaje en cada uno.

Ejercicio 19 – Puntos de información de tu clínica

Haz un inventario crítico de dónde y cómo comunicas tu mensaje. La claridad y coherencia en la información son clave para que tu marca resuene como la opción número uno.

01

Tu Página Web

¿Explica claramente quién eres, qué haces, y lo más importante, **para quién** trabajas? ¿Responde a las preguntas más frecuentes de tu cliente ideal?

02

Cartelería en Clínica

¿Habla solo de precios y servicios genéricos o comunica el valor de tus programas, los resultados que ofreces y la experiencia diferencial?

03

Email y WhatsApp

¿Utilizas estos canales para enviar comunicaciones de valor, consejos útiles o promociones personalizadas de forma periódica?

04

Documentos Internos

¿Tiene todo tu equipo claro cuál es el mensaje principal de la clínica, los valores que se transmiten y cómo comunicarlos a los pacientes?

Basándote en tu inventario, elige las **3 piezas de información clave** que vas a mejorar o crear para potenciar tu autoridad y claridad.

1. _____
2. _____
3. _____

Y ahora, ¿qué?

Si has llegado hasta aquí y has llenado el playbook con honestidad, **enhorabuena**. Has dado pasos fundamentales para transformar tu práctica de fisioterapia.

Un plan claro

Ya no estás improvisando: tienes un plan estructurado y realista hacia los 50K, con objetivos definidos.

Propuesta recurrente sólida

Has diseñado una propuesta de valor recurrente que no solo aporta seguridad financiera, sino que también maximiza el impacto y el valor para tus pacientes.

Hoja de ruta para la viralidad

Tienes una estrategia clara para convertir tu autoridad profesional en una viralidad estable, asegurando que tu mensaje llegue a quienes más te necesitan.

Cliente ideal definido

Sabes quién es tu cliente ideal, comprendes sus necesidades profundas y, crucialmente, sabes a quién decir NO para enfocarte mejor.

Mejora continua

Conoces las herramientas para evaluar y optimizar tu clínica mes a mes, garantizando un crecimiento sostenible y adaptativo.

A partir de aquí, empiezan otros retos que te permitirán escalar tu éxito y profundizar en tu impacto:



Crecer más allá de los 50K, expandiendo tu influencia y tus ingresos.



Manejar varios perfiles de paciente, diversificando y adaptando tus servicios.



Crear ofertas diferenciales que te distingan aún más en el mercado.



Delegar eficazmente, liderar un equipo motivado y ganar tiempo y libertad personal.

Para acompañarte en esta próxima etapa, Fisioreferentes pone a tu disposición recursos especializados:

- El **Máster de Fisio a Empresario**, una formación integral para el fisioterapeuta emprendedor.
- La **comunidad FR PRO**, un espacio de apoyo y colaboración con colegas que comparten tus aspiraciones.
- Y todo el ecosistema de formaciones y herramientas diseñadas por Fisioreferentes para tu crecimiento continuo.

Lo importante: no estás solo: Lo que sientes ahora, esa mezcla de emoción y desafío, lo han sentido muchos antes que tú. Y están al otro lado, empujando contigo para alcanzar nuevas metas.

¿Quieres seguir creciendo y unirte a una comunidad? Ponte en contacto con nuestro equipo pinchando aquí.