



**Universidad de Medicina Oriental Japón-Nicaragua**



**UMO-JN**



**東洋医学**

**MAESTRIA EN MEDICINA TRADICIONAL Y COMPLEMENTARIA**

## **MODULO**

**Comunicaciones y marketing digital**

## **TEMA**

**Plan de Comunicación y publicidad de centro botánico y terapias complementarias Luzmary.**

## **Docente**

**PhD. Rosario Hernández García.**

## **INTEGRANTE**

**Lic. María Eugenia Toruño Laguna**

**Lic. Luis Manuel Carrasco Pastran**

**Managua, Nicaragua, 21 de julio 2024.**

## INDICE

I.	RESUMEN EJECUTIVO .....	3
II.	INTRODUCCIÓN .....	5
III.	JUSTIFICACIÓN.....	8
IV.	OBJETIVOS .....	10
	4.1 Objetivo general.....	10
	4.2 Objetivos específicos .....	10
V.	MISIÓN .....	11
VI.	VISIÓN.....	11
VII.	ANÁLISIS FODA .....	12
VIII.	ANÁLISIS DE TARGET .....	14
IX.	TABLA 2. PLANIFICACIÓN OPERATIVA.....	16
X.	PROPUESTA DE PUBLICIDAD.....	20
XI.	BIBLIOGRAFÍA .....	23
XII.	ANEXOS.....	24

## **I. RESUMEN EJECUTIVO.**

### **Proyecto: Centro botánico y terapias complementarias Luzmary.**

En los últimos años, ha habido un notable aumento en la demanda de terapia naturales y complementarias como una alternativa o complemento a la medicina convencional. Muchas personas buscan métodos menos invasivos y tratamientos holísticos para cuidar su salud, lo que ha creado una oportunidad para centros especializados en estos servicios de terapias.

Este centro va a contribuir en el bienestar integral que incluye cuerpo, mente y espíritu, se está volviendo cada vez más popular. Las personas están interesadas en tratamiento que no solo aborden los síntomas físicos, sino que también promuevan el equilibrio emocional y mental.

Las plantas medicinales y las terapias complementarias tienen una larga historia de uso en diversas culturas, hoy en día, hay un descubrimiento y una valoración renovada de estos conocimientos ancestrales. Crear un centro que rescate y modernice esta practicas puede ofrecer un puente entre la sabiduría antigua y la ciencia moderna.

Existe una gran cantidad de desinformación sobre uso de las plantas medicinales y terapias complementarias. El proyecto va a desempeñar un papel crucial en la educación y empoderamiento del consumidor, proporcionando información precisa y accesible sobre esto temas.

Establecer un centro botánico y terapia complementaria puede contribuir al desarrollo económico local mediante la creación de ejemplo, la colaboración con agricultores y productores locales y la atracción de visitantes interesado en la salud bienestar.

La idea de este proyecto nace en base a una necesidad identificada en la comunidad el Dorado del municipio de Estelí donde los pobladores tienen pocas alternativas saludables para tratar y prevenir sus enfermedades y casi inexistentes centros con terapias complementarias, el centro de salud existente está un poco

lejos de la comunidad, es por eso que el presente proyecto va dirigido a la población en general de esa comunidad para dar respuesta a esa problemática encontrada.

El objetivo es brindar servicios de salud preventiva y curativa con medicina y terapias naturales complementarias en la comunidad el dorado, sector el jocote, Estelí a través del centro botánico Luzmary para ayudar a mejorar la salud del paciente con calidad y calidez humana. Los resultados que se esperan es que los pobladores tengan acceso a la salud a menor costo y una vida más saludable con las mejores prácticas.

La estrategia que se va a utilizar es trabajar con la comunidad desde la prevención atención, dando a conocer los beneficios que tiene tratarse con la medicina natural y terapias alternativas a menor costo y sin riesgos de mucha medicina con químicos que sanan, pero dejan muchos efectos no deseados en la salud.

En nuestra estrategia de marketing y publicidad se hará uso de todas las redes sociales para publicitar la existencia del centro, los servicios que presta y la educación a la población en general, también se hará presencia en ferias locales, se elaborará un block, se elaboraran podcast y la publicidad boca a boca.

El equipo de trabajo estará conformado por x especialistas y x terapeutas, el costo para implementar este proyecto es de C\$118,500. Lo cual contará con el financiamiento de recursos propios de los socios y dueños del proyecto.

Este proyecto viene hacer un impacto social equitativo integral para mejorar la salud de los pacientes tanto niño, joven y persona de la tercera edad de la comunidad el dorado Estelí ya que no se cuenta con un centro de salud cercana y de esta forma podemos ayudar a la comunidad. Las ventajas que ofrecemos es que se va a promover una salud a menor costo y en armonía con la naturaleza libre de químicos.

## II. INTRODUCCIÓN

La medicina tradicional se ha propuesto, desde sus inicios, un abordaje integral a la problemática de la salud al estudiar al hombre como un todo, y en particular al hombre enfermo, reconociendo que el mismo debe ser analizado de conjunto con la enfermedad. De esta manera no solo se interesa por los seres vivos.

Los procederes de la medicina natural y tradicional tienen generalmente en común el objetivo de prevenir y tratar enfermedades. Así, la intención de mantener la salud, su forma de pensar, sus emociones o intereses, lo cual es de importancia diagnóstica y terapéutica para la Medicina Tradicional. Por tal razón, para referirse a ella muchos autores utilizan un término más abarcador: Medicina Bioenergética, en el que incluyen, a partir de técnicas antiguas, un conjunto de métodos no convencionales encaminados a lograr el funcionamiento armónico del organismo humano.

El hombre siempre ha buscado en la flora de su hábitat la manera de curarse de las enfermedades, por lo que el uso de las plantas medicinales se remonta a orígenes de la humanidad. Se han encontrado documentos chinos que datan del año 3700 a.n.e en los cuales se expone que para cada enfermedad existía una planta como remedio natural, por lo que se puede afirmar que la botánica medicinal ha constituido desde siempre el principal arsenal terapéutico de muchos pueblos y civilizaciones antiguas.

A pesar de que durante siglos las diferentes culturas del mundo han hecho uso de los productos herbarios y naturales como parte del acervo de la Medicina Natural y Tradicional, no ha sido sino hasta la actualidad que los científicos y profesionales de las ciencias médicas han aumentado su interés en este campo debido al reconocimiento de los beneficios reales que aportan a la salud<sup>7</sup>. Desde 1976 la Organización Mundial de Salud (OMS), al igual que otras organizaciones prestigiosas que fomentan y financian planes de desarrollo, ha estado promoviendo, como parte de los programas de Atención Primaria de Salud (APS), la utilización de formas apropiadas de los sistemas tradicionales de medicina con el objetivo de

fundamentar, mediante el debido rigor científico, la utilización de las plantas medicinales<sup>8</sup>. En Cuba, la Medicina Natural y Tradicional que llega a la actualidad fue la desarrollada a partir del siglo XV por los españoles, y más tarde por africanos, chinos y yucatecos debido a que nuestros primeros pobladores fueron exterminados masivamente<sup>9</sup>. Un nuevo campo terapéutico se abre paso en el mundo contemporáneo:

La salud es concebida como el resultado de una armonía entre el ser humano y su medio ambiente natural y social. (Ellos conocían enfermedades causadas por el frío, calor, causadas por los dioses y por brujos; enfermedades causadas por el descuido. Utilizaban en sus curaciones; plantas medicinales, sustancias animales (manteca de cusuco, garrobo, cascabel) y usaron como medicina el azufre, el barro, sal, agua, etc. Según la enfermedad que tenía el paciente; sabían operar, sobar y recetaban dietas a los enfermos.

En Nicaragua se han desarrollado grandes esfuerzos por recuperar los conocimientos de nuestros ancestros y de sus prácticas de la medicina natural y retomándolas a través de estudios a lo largo y ancho de nuestro país, con el objetivo de recopilar toda esa información y ponerla en práctica nuevamente. También crearon la ley No. 774 de Medicina Natural, Terapias Complementarias y Productos Naturales, la cual fue aprobada el 5 de octubre de 2011 y publicada en La Gaceta, Diario Oficial el 18 de enero de 2012.

La presente Ley tiene por objeto, institucionalizar, promover, resguardar y regular el ejercicio colectivo o individual en todo el país, de la medicina natural y las terapias complementarias, incluyendo lo relativo a la producción, distribución y comercialización de los productos naturales derivados de la medicina natural.

Contribuir en la Integración la Medicina Natural, Terapias Complementarias y Productos Naturales en el Sistema Nacional de Salud, propiciando el establecimiento de políticas nacionales y programas de aplicación que garanticen este fin.

Contribuir en la eficacia y la calidez de la práctica de la medicina natural, de las terapias complementarias y productos naturales a nivel nacional como alternativa viable y efectiva en beneficio de la salud de la población. Facilitar, promover e incrementar, el acceso de la población a la medicina natural, las terapias complementarias y el uso de los productos naturales en todo el país.

En el centro se va a contribuir el uso racional y sostenible de los recursos naturales utilizados en las prácticas de la medicina natural, terapias complementarias y productos naturales en nuestro país.

En el centro botánico y terapia complementaria va a contribuir la producción, distribución y comercialización de los productos naturales nicaragüenses. Regular el aprovechamiento, la preparación, distribución y comercio de productos naturales derivados de plantas, utilizados en el ejercicio de la medicina natural y terapias complementarias, fomentar y promover la formación de técnicos, profesionales y especialistas de medicina natural, terapias complementarias y productos naturales.

### III. JUSTIFICACIÓN

En los últimos años todos los países se han visto afectados por el cambio climático, desastres naturales y pandemias, pero nunca antes vista la más terrible ocasionada a finales del 2019 como lo fue el covid 19, donde afectó según datos de la OMS. 6.2 millones de muertes ocasionadas en 194 países donde colapsaron casi todos los sistemas de salud. Aunque se hizo hasta lo imposible por evitar muertes fue difícil hacerlo, sumados a eso las secuelas que este dejó en la población se hace importante trabajar en la prevención y atención con recursos disponibles y accesibles como es la medicina y terapias naturales complementarias

Según estimaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), 88% de todos los países hacen uso terapéutico de prácticas como la medicina indígena, la fitoterapia, la acupuntura y otras terapias complementarias. En las Américas, 17 naciones y territorios tienen sus propias leyes, políticas y programas para reconocer, proteger e incluir los conocimientos basados en la tradición y los ancestros en sus sistemas de salud. La medicina tradicional es el primer paso en la búsqueda de atención sanitaria para millones de personas en el mundo.

En los últimos años Nicaragua ha experimentado un crecimiento de hasta el 30% en el consumo de la medicina tradicional y natural. Este aumento refleja el interés creciente de la población en las terapias complementarias y productos naturales como alternativa viable y efectiva para el bienestar de la salud. Entre las terapias complementarias más conocidas están la fitoterapia o sea el uso de plantas medicinales para tratar y prevenir enfermedades, los masajes, la acupuntura, la meditación y respiración, la terapia neural, terapia floral y reflexología podal.

En la actualidad existen solo 315 clínicas de atención con medicina natural a nivel nacional. También es importante destacar que Nicaragua es el único país en América Latina que ha incorporado oficialmente este componente en sus sistemas de salud, la población tiene igual derecho al acceso y uso de la medicina natural, terapias complementarias y productos naturales, como al de las instituciones y



servicios de medicina convencional por lo que brinda una gran oportunidad para esta iniciativa. (OPS-Paho.org)

En los últimos años se ha impulsado el interés en terapia alternativa el uso terapéutico de productos naturales los cuales requieren de estudio para comprobar su efectividad y establecer su toxicidad ,dotando de base científica el uso terapéutico de las plantas medicinales y terapias naturales y alternativas navarro 2000pues debido a diverso factores entre los que menciona que los antibióticos tradicionales producto de microorganismo sus derivados están volviendo ineficaces ya sea por Cowan,1999, Rate 2001

La existencia cepas multirresistente y las secuelas dejadas por el COVID 19 en los diferentes países y comunidades principalmente en las áreas rurales, sumados a estos el abuso y uso incorrecto de los fármacos sintéticos resultado de los efectos secundarios y otro problema de salud. Es por eso que se hace necesario trabajar en las comunidades para un cambio de vida más saludable.

Con este proyecto se pretende atender e impulsar acciones educativas y preventivas para una buena salud, el uso de la medicina y terapia natural complementaria ya que en la comunidad el Dorado del municipio de Estelí, no existe ni un centro especializado, los pacientes tienen que viajar hasta un Centro de Salud en la comunidad vecina lo que implica más gastos en traslados y tiempo. Este Centro botánico Luzmary viene a dar respuesta por que contará con los especialistas y terapeutas necesarios para brindar una atención de calidad y calidez humana. Donde nos interesa el bienestar integral del paciente.

## **IV. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo general**

Brindar servicios de salud preventiva y curativa con medicina y terapias naturales complementarias en la comunidad el Dorado municipio de Estelí a través del centro Luzmary para ayudar a mejorar la salud del paciente con calidad y calidez humana.

### **4.2 Objetivos específicos**

4.2.1 Motivar a la población en general el uso de la medicina natural y su importancia de para la salud preventiva y curativa.

4.2.2 Brindar los servicios de terapia naturales complementarias (Acupuntura, masajes, Moxibustión, reflexología podal) para mejorar el estado de salud del paciente.

4.2.3 Proporcionar un servicio de calidad en la atención del paciente que acuden al centro Luzmary en la comunidad el Dorado municipio de Estelí.

## **V. MISIÓN**

Somos un centro que promueve el bienestar integral de nuestros pacientes a través del uso de la medicina y terapias naturales complementarias con un enfoque comunitario, un ambiente cálido y acogedor donde se sientan seguros, satisfechos con un servicio de calidad.

## **VI. VISIÓN**

Ser el centro botánico de medicina natural y terapia complementaria reconocido a nivel local y nacional como el promotor de la salud y el bienestar, la conexión con la naturaleza donde cada paciente encuentre armonía, equilibrio y vitalidad. Enforzándonos por innovar y colaborar con otras instancias consolidando alianzas estrategias de alcance nacional para la transferencia de conocimientos e investigación.

## VII. ANÁLISIS FODA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p><b>1. Especialización en terapias naturales:</b> Ofrecer terapias alternativas basadas en plantas y métodos naturales puede atraer a un segmento específico del mercado que busca soluciones holísticas.</p> <p><b>2. Personal capacitado:</b> Contar con profesionales bien formados en botánica y terapias complementarias.</p> <p><b>3. Variedad de servicios:</b> Diversidad en terapias y productos, desde consultas hasta venta de hierbas medicinales y productos naturales.</p> <p><b>4. Ubicación estratégica:</b> Situarse en un lugar accesible y conocido por su enfoque en salud y bienestar puede atraer a más clientes.</p> <p><b>5. Red de proveedores:</b> Tener acceso a proveedores confiables de productos botánicos de alta calidad.</p>	<p><b>1.</b>No se cuenta con un modelo de negocio.</p> <p><b>2.</b> No poseemos equipos, ni productos botánicos para realizar las terapias</p> <p><b>3.Regulación estricta:</b> Cumplimiento de las regulaciones gubernamentales y de salud puede ser complejo y costoso.</p> <p><b>4.Costos operativos:</b> Mantenimiento de inventarios de productos botánicos y el costo de contratación de personal especializado.</p> <p><b>5. Escalabilidad:</b> Dificultad para expandir los servicios a nuevas ubicaciones sin perder calidad y control.</p>
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENEZAS
<p><b>1. Crecimiento del mercado de terapias naturales:</b> Aumento de la demanda de tratamientos naturales y complementarios.</p> <p><b>2. Educación y talleres:</b> Ofrecer talleres y cursos sobre el uso de plantas medicinales y terapias complementarias.</p>	<p><b>1. Competencia creciente:</b> Aumento de centros y clínicas que ofrecen terapias similares.</p> <p><b>2. Escépticos y críticas:</b> Percepción negativa o escepticismo sobre la efectividad de las terapias naturales y complementarias.</p>

<p><b>3. Alianzas estratégicas:</b> Colaborar con otros centros de salud, gimnasios y spas.</p> <p><b>4. Marketing digital:</b> Utilizar redes sociales y marketing en línea para atraer a más clientes y educar al público sobre los beneficios de las terapias naturales.</p> <p><b>5. Subvenciones y apoyos:</b> Acceso a programas gubernamentales o subvenciones para fomentar las prácticas de salud natural y sostenible.</p> <p><b>6. Ley 774,</b> medicina natural, terapias complementarias y productos naturales de nicaragua.</p>	<p><b>3. Cambio en regulaciones:</b> Nuevas leyes o normativas que puedan restringir el uso o venta de productos botánicos.</p> <p><b>4. Regulación estricta:</b> Cumplimiento de las regulaciones gubernamentales y de salud puede ser complejo y costoso.</p> <p><b>5. Dependencia de proveedores:</b> Riesgos asociados con la calidad y disponibilidad de productos botánicos de proveedores externos.</p> <p><b>6. Impacto económico:</b> Factores económicos generales que pueden reducir la capacidad de los clientes para gastar en servicios complementarios de salud(desempleo).</p> <p><b>7. Cambios climáticos:</b> Tormentas, huracanes, y otros eventos extremos pueden causar daños físicos a las instalaciones y las plantas.</p>
---	---

## VIII. ANÁLISIS DE TARGET

El objetivo del análisis target es identificar a la audiencia para aumentar la afluencia de clientes al centro botánico y de terapia complementaria. Para realizarlo es importante identificar las características demográficas, psicográficas y conductuales de los clientes.

Tabla 1.

<b>Características target</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Datos demográficos</b>	<p><b>Edad:</b> Principalmente adultos entre 18 y 60 años.</p> <p><b>Género:</b> Hombres como mujeres</p> <p><b>Ingresos:</b> Personas con ingresos medios a altos que pueden permitirse invertir en bienestar y terapias complementarias.</p> <p><b>Educación:</b> Nivel educativo medio a alto, personas informadas sobre salud y bienestar.</p> <p><b>Ubicación geográfica:</b> Residentes de Estelí y áreas circundantes.</p>
<b>Características psicográficas</b>	<p><b>Intereses y actividades:</b> Personas interesadas en la salud natural, bienestar holístico, yoga, meditación y terapias alternativas.</p> <p><b>Valores y creencias:</b> Valoran la salud, el bienestar integral y el cuidado natural. Pueden tener inclinaciones hacia la sostenibilidad y el uso de productos naturales.</p> <p><b>Estilo de vida:</b> Llevan un estilo de vida consciente, buscan equilibrio y bienestar físico y emocional.</p> <p><b>Personalidad:</b> Abiertos a nuevas experiencias, conscientes de su salud, y proactivos en el cuidado personal.</p>
<b>Conductual</b>	<p><b>Beneficios buscados:</b> Mejora de la salud general, alivio de estrés, tratamiento de condiciones crónicas mediante métodos naturales.</p>

	<p><b>Lealtad a la marca:</b> Personas abiertas a probar nuevas marcas pero que valoran la calidad y la eficacia de los productos y servicios.</p> <p><b>Frecuencia de uso:</b> Usuarios regulares de terapias complementarias y productos botánicos.</p>
<p><b>Competencia</b></p>	<p>Conocimiento del sector, Conocimiento de marcas y Descripción de las mismas.</p> <p><b>Competidores Directos: Centros de Terapias Alternativas y Complementarias:</b> Otros centros especializados en ofrecer servicios de terapias alternativas como acupuntura, reiki, masajes terapéuticos, etc.</p> <p><b>Tiendas de Productos Naturales y Botánicos:</b> Establecimientos que venden productos similares, como plantas medicinales, suplementos naturales y aceites esenciales.</p> <p><b>Competidores Indirectos:</b></p> <p><b>Farmacias y Parafarmacias:</b> Ofrecen productos naturales y suplementos, aunque no están especializados en terapias alternativas.</p> <p><b>Centros de Salud Holística:</b> Ofrecen una combinación de tratamientos médicos convencionales y alternativos.</p> <p><b>Gimnasios y Centros de Bienestar:</b> Aunque no ofrecen productos botánicos, sí ofrecen servicios de bienestar y pueden captar parte del mercado objetivo</p>
<p><b>Mercado</b></p>	<p>Exploración de productos similares, punto de venta de productos similares, Posible punto de venta de estos productos.</p>

## IX. TABLA 2. PLANIFICACIÓN OPERATIVA

<b>Estrategia de planificación:</b> Diseñar planificación operativa bien estructurada que aborde todas las etapas del proyecto.								
<b>Actividades</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Indicador</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Recursos</b>	<b>Monto</b>	<b>Fuente</b>	<b>Brecha</b>
<b>Investigación de mercado</b>	Analizar la demanda de terapias complementarias y botánicas en la localidad	Contratar una empresa de investigación de mercado. Realizar encuestas y entrevistas en el lugar donde se establecerá el local.	1 meses	Equipo de investigación	Datos de mercado, análisis estadístico	C\$10,00	Fondo propio	Acceso a datos fiables, conocimientos de análisis de mercado
<b>Estudio de viabilidad</b>	Determinar la viabilidad financiera y operativa del proyecto	Identificar y estudiar los competidores locales. Evaluar sus servicios, precios y estrategias de marketing.	1 meses	Consultor externo	Análisis financiero, estudios técnicos	C\$10,000	Fondo propio	Evaluación precisa de viabilidad
<b>Desarrollo del plan de negocios</b>	Desarrollar un plan de negocios completo con estrategias de marketing y operativas	Definir la misión, visión y valores del centro. Especificar los servicios botánicos y terapias complementarias que se ofrecerán. Desarrollar estrategia de publicidad.	1-2 meses	Dirección, consultor de marketing.	Documentación, análisis financiero.	C\$1,500	Fondo propio	Detalle en previsiones y análisis de riesgos
<b>Cumplimiento con leyes y normativas para apertura</b>	Indagar sobre la normativa vigente tanto gubernamental como las del	Permisos y licencias obtenidos necesarios para el desarrollo de las actividades propuestas.	2 meses	Regente gestor.	Documentación legal. Pagos legislativos.	C\$5,000	Fondo propio	Conocimiento de normativas locales y MINSA.



	MINSA para poder cumplir con las leyes.							
<b>Instalaciones</b>	Evaluar la ubicación en términos de accesibilidad, costo y adecuación.	Negociar términos del contrato de arrendamiento. Adquirir un local que cumpla con las condiciones propias del negocio.	1 meses	Equipo de infraestructura	Espacios físicos, mobiliario	C\$7,000	Fondo propio, préstamos.	Costes de acondicionamiento
<b>Instalación y preparación</b>	Adecuar el local con áreas de relajación, donde el paciente se pueda sentir satisfecho con la atención.	Incluir jardines, salas de terapia, áreas de relajación y oficinas. Mesas de masaje, estanterías, sillas, mostradores, etc. Equipos específicos para terapias (camillas, aceites, toallas, etc.)	1 meses	Equipo de infraestructura	Equipamiento, herramientas	C\$15,000	Fondo propio	Adquisición de equipos necesarios.
<b>Contratación y capacitación del personal</b>	Contratar personal que tenga conocimiento y cumpla con requisito de atención al cliente.	Programar sesiones de formación sobre los productos botánicos y las terapias complementarias. Capacitar en atención al cliente y procedimientos internos del centro.	2 meses	Recursos Humanos	Proceso de selección, cursos de capacitación y seguimiento	C\$25,000	Fondo propio	Calidad en selección y programas de capacitación.

<p><b>Estrategia de marketing y publicidad</b></p>	<p>Contratar a un especialista en diseños para el desarrollo de marca, diseño de logotipo e isotipo</p>	<p>Diseñar el logotipo y material de branding.          Crear una página web y perfiles en redes sociales.          Lanzar campañas publicitarias online.          Organizar eventos de inauguración y talleres gratuitos para atraer a los clientes.</p>	<p>2 meses</p>	<p>Equipo de marketing</p>	<p>Publicidad en redes, folletos</p>	<p>C\$20,000</p>	<p>Fondo propio</p>	<p>Estrategias de marketing efectivas</p>
<p><b>Preparación para apertura</b></p>	<p>Realizar operativo que contemple la apertura del local con sus actividades correspondientes.</p>	<p>Organizar una ceremonia de corte de cinta para marcar la apertura oficial.          Invitar a medios de comunicación locales para cubrir el evento.          Ofrecer descuentos especiales y promociones para los primeros clientes.</p>	<p>1 mes</p>	<p>Dirección, todo el equipo</p>	<p>Coordinación de eventos, promociones</p>	<p>C\$10,000</p>	<p>Fondo propio</p>	<p>Coordinación y logística de apertura</p>

<b>Monitoreo y ajuste inicial</b>	Elaborar protocolo de evaluación de servicios	<b>Control de asistencia y rendimiento del personal:</b> Monitorear la puntualidad y desempeño en la atención al cliente. <b>Revisión de inventario:</b> Asegurarse de que los productos estén bien surtidos y en buen estado. <b>Evaluación de la satisfacción del cliente:</b> retroalimentación a través de encuestas y formularios	6 meses	Dirección, equipo de monitoreo	Herramientas de análisis, reuniones de revisión.	C\$15,000	Fondo propio	Eficiencia en la implementación de ajustes
<b>Total:</b>						<b>C\$118,500</b>		

## X. PROPUESTA DE PUBLICIDAD.

El propósito de la publicidad es aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes al Centro Botánico y Terapia Complementaria Luzmary, destacando los beneficios de las terapias naturales y complementarias, así como la calidad y variedad de los servicios ofrecidos.

**Tabla 3. Planificación de publicidad**

<b>Marketing de Contenidos</b>							
<b>Técnica Publicitaria</b>	<b>Actividades</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsables</b>	<b>Medio de Comunicación Digital</b>	<b>Medio de Comunicación Impreso</b>	<b>Fuente</b>
<b>Blog y Artículos</b>	Publicar artículos en el blog del sitio web sobre los beneficios de las terapias complementarias, el uso de plantas medicinales, y consejos de salud holística.	2 artículos por mes	6 meses	Redactor de contenidos	Blog del sitio web	NA	Fondo propio
<b>Videos Educativos</b>	Crear videos cortos y educativos que expliquen los diferentes tratamientos y sus beneficios, y compartirlos en redes sociales y YouTube.	4 videos por mes	6 meses	Equipo de marketing	YouTube, redes sociales	NA	Fondo propio

<b>Relaciones Públicas</b>							
<b>Prensa y Medios Locales</b>	Enviar comunicados de prensa a medios locales sobre eventos, talleres y promociones especiales. Participar en entrevistas y programas de radio locales sobre salud y bienestar	6 comunicados de prensa	6 meses	Equipo de marketing	NA	Medios locales, radio	Fondo propio
<b>Promociones y Ofertas Especiales</b>							
<b>Descuentos por Primera Visita</b>	Ofrecer un descuento especial para nuevos clientes en su primera consulta o tratamiento	100 descuentos	6 meses	Equipo de marketing	Redes sociales, email	Folletos en el centro	Fondo propio
<b>Programas de Fidelización</b>	Crear programas de fidelización que ofrezcan descuentos y beneficios a los clientes frecuentes.	2 programas	6 meses	Equipo de marketing	Sitio web, redes sociales	NA	Fondo propio
<b>Paquetes de Servicios</b>	Ofrecer paquetes de tratamientos a precios reducidos para fomentar la continuidad de los servicios.	5 paquetes	6 meses	Equipo de marketing	Sitio web, redes sociales	Folletos en el centro	Fondo propio

<b>Marketing experiencial</b>							
<b>Talleres y Seminarios</b>	Organizar talleres y seminarios gratuitos o de bajo costo sobre el uso de plantas medicinales, técnicas de relajación y terapias complementarias.	6 eventos	6 meses	Terapeutas, equipo de marketing	Redes sociales, sitio web	Carteles en el centro	Fondo propio
<b>Días de Puertas Abiertas</b>	Organizar eventos de puertas abiertas donde los potenciales clientes puedan visitar el centro, conocer a los terapeutas.	2 eventos	6 meses	Dirección, equipo de marketing	Redes sociales, sitio web	Carteles en el centro	Fondo propio

## **XI. BIBLIOGRAFÍA**

- Barnes, P. M., Bloom, B., & Nahin, R. L. (2008). Uso de la medicina complementaria y alternativa entre adultos y niños: Estados Unidos, 2007. Informes Nacionales de Estadísticas de Salud, (12), 1-23. <https://www.cdc.gov/nchs/data/nhsr/nhsr012.pdf>.
- Castellón Rodríguez, S. (2006). Libro de Administración para emprendedores (LAPETI 14). León, Nicaragua.
- Formulación y evaluación de proyectos: Proyectos de desarrollo rural, elaboración de proyectos de enseñanza, evaluación de proyectos de educación superior – Nicaragua.
- Gallardo Cervantes. (1998). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. McGraw-Hill. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Kotler, P. (1995). Manual de la mercadotecnia (7ª ed., Tomos 1-6). Northwestern University.
- Mercadé, A. (1998). Claves para crear y dirigir empresas excelentes. Gestión 2000. <https://www.gestion2000.com>.
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag, P. J. M. (2018). Preparación y evaluación de proyectos (6ª ed.). Universidad de Chile.
- Vivas Viachica. (2015). Diseño de proyectos sociales. Nicaragua.

## XII. ANEXOS

### 12.1 Logotipo, isotipo y eslogan



### 12.2 Formato ingreso de centro Botánica y terapias complementarias LUZMARY.

No	Nombre y Apellido	Nº Identificación	Fecha	Lugar de procedencia	Firma
1					
2					
3					
4					
5					
6					



### 12.3 Lista de materiales a utilizar en el centro de terapias.

<b>Nombre del material</b>	<b>Usos</b>
<b>Camillas de masaje</b>	De preferencia ajustables y cómodas para diversas terapias.
<b>Sillas ergonómicas</b>	Para sesiones de terapias en las que el cliente necesite estar sentado.
<b>Toallas y sábanas</b>	Varias para mantener la higiene y comodidad de los clientes.
<b>Aceites esenciales y de masaje</b>	Para aromaterapia y masajes
<b>Velas y difusores</b>	Para crear un ambiente relajante
<b>Incienso</b>	Para purificación y creación de ambientes terapéuticos.
<b>Piedras y cristales</b>	Para terapias energéticas.
<b>Plantas medicinales y hierbas</b>	Para infusiones y tratamientos naturales.
<b>Equipo de acupuntura</b>	Agujas y moxa.
<b>Productos de higiene y limpieza</b>	Desinfectantes, jabón, papel toalla, etc.