

**UNIVERSIDAD DE MEDICINA ORIENTAL JAPÓN NICARAGUA
(UMO-JN)**



ESPECIALIDAD EN ACUPUNTURA

***Plan de Comunicación y Publicidad de la Escuela de Crecimiento
Vidsana***

Autor: Lic. Daniela Milagros Peñaloza Ramírez

Docente: MSc. Rosario Hernández García

Managua, Nicaragua, marzo 2023



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua





I. RESUMEN DEL PROYECTO

La Escuela de Crecimiento VIDSANA es una empresa constituida por 2 socios, con personalidad jurídica, localizada en la ciudad de Managua-Nicaragua, por un grupo de profesionales especializados en medicina alternativa, que ofrece todos los mecanismos brindados por la medicina oriental, para tratar situaciones de estrés y ansiedad diarias que afectan el cuerpo, mente y espíritu de las personas.

A través de este tipo de medicina natural y de otros recursos como actividades recreativas o retiros espirituales, se pretende que la persona pase por un proceso de desintoxicación emocional, cambio y renovación de cuerpo, mente y espíritu.

La Escuela de Crecimiento VIDSANA se destaca en el mercado por su política de fidelización del cliente que viene dado por los resultados positivos en sus esquemas de tratamiento personalizados. La calidad de atención personalizada y revisión continua de la salud de sus pacientes, es una cualidad que las personas toman en cuenta porque se sienten identificadas con este tipo de acciones.

Palabras claves: Terapias Complementarias; Ansiedad; Terapéutica; Pacientes; Comunicación; Publicidad.



II. INTRODUCCIÓN

La Escuela de Crecimiento VIDSANA es un centro de diagnóstico integral especializado en la atención a personas que están pasando por situaciones de estrés o tensionamiento en sus vidas.

Este proyecto surge ante la necesidad de las personas de tener un lugar donde puedan sentirse cómodos y relajados, donde vivan una experiencia de reconocimiento de sus emociones, desintoxicación de emociones negativas, renovación y curación.

Éste centro se basa en la incorporación de métodos de tratamiento naturales que permitan brindar a sus pacientes alternativas orientales y naturales para renovar su cuerpo, mente y espíritu.

Se distingue de la competencia ya que ofrece a los pacientes calidad en el servicio, desarrollando un plan de tratamiento individual con revisión continua del avance de la salud de las personas que se encuentran recibiendo sesiones terapéuticas.

La Escuela de Crecimiento VIDSANA va dirigida especialmente a personas que trabajan, estudiantes, amas de casa y empresas del sector privado, ofreciendo paquetes promocionales a sus pacientes y planes de financiamiento para las empresas.

En el desarrollo de cada capítulo, podrá encontrar información de interés acerca de la naturaleza de la empresa, prestación de servicios, planes de mercadeo organización y finanzas de sus operaciones.



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

III. EL NOMBRE DE LA EMPRESA

Escuela de crecimiento VIDSANA.

Slogan: Bienestar al alcance natural.

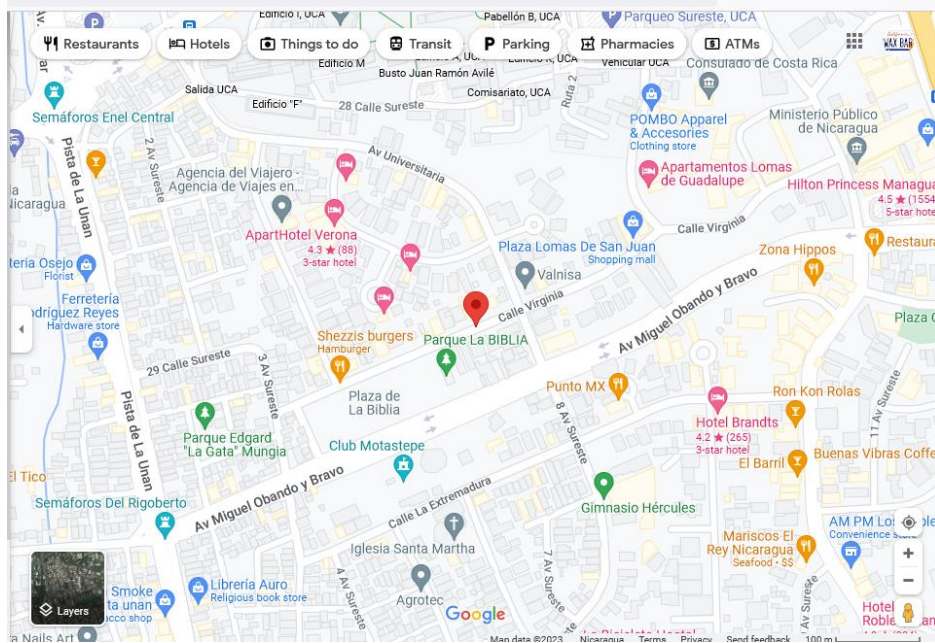




UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

IV. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Reparto San Juan, Costado Norte del Parque la Biblia, Calle Virginia, Nro 521.
Managua – Nicaragua.



- Para las actividades al aire libre, se programará en sitios diferentes, **fuera** de la ciudad de Managua.



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

V. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

La escuela de crecimiento VIDSANA, le va a permitir a las personas encontrar en un mismo lugar, diferentes formas de apoyo para experimentar: el reconocimiento de sus emociones, pasar por un proceso de desintoxicación emocional, cambio y renovación de cuerpo, mente y espíritu.

VI. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

En la escuela de crecimiento VIDSANA, se ofrece una valoración inicial realizada por el médico de medicina oriental, para después iniciar un plan de tratamiento que aborda los siguientes servicios:

1. Sesiones de acupuntura,
2. Sesiones de auriculoterapia,

3. Sesiones de electro acupuntura,
4. Sesiones de digito puntura,
5. Sesiones de masajes relajantes,
6. Sesiones de masajes relajantes con ventosas,
7. Sesiones de masajes descontracturantes,
8. Sesiones de masajes terapéuticos Shiatsu,
9. Sesiones de reflexología podal.



VII. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Objetivos generales.

1. Prestar un servicio integral de medicina alternativa a personas naturales y empresas de diferentes rubros en zonas aledañas a la ubicación de la institución que están pasando por procesos de estrés y ansiedad.
2. Brindar un plan de tratamiento personalizado y continuo, con el propósito de que el paciente logre su pronta recuperación y/o sea consciente de canalizar sus emociones y manejar el estrés de una manera positiva.
3. Servir de apoyo a las personas a conseguir un balance en sus vidas, a través del uso de la medicina alternativa y de diferentes elementos naturales que son útiles para tener una vida sana y equilibrada.

Objetivos específicos.

1. Ofrecer una atención personalizada e integral a cada persona desde el momento que contacta a la institución, hasta el momento que se da por concluido el tratamiento.
2. Que las personas que reciben un plan o esquema de tratamiento personalizado, consigan un resultado positivo en sus vidas en un período prudencial.
3. Una vez concluido el plan de tratamiento, contactar al paciente una o dos veces al mes, con el fin de saber el estado en que se encuentra y si ha seguido las recomendaciones de los especialistas para que pueda tener una mejor calidad de vida.



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

VIII. VENTAJAS COMPETITIVAS

La escuela de crecimiento VIDSANA está ubicado en una zona estratégica y comercial donde las personas podrán llegar sin ningún tipo de inconveniente.

Además de ello, el servicio que se ofrece es altamente calificado y personalizado, con esto no se pretende, trabajar por cantidad, sino por calidad en los resultados.

Dar la posibilidad a empresas y personas, de encontrar en un mismo lugar, personal capacitado para diagnosticar a la persona y a su vez, ofrecer un plan de tratamiento natural que no impactará a su organismo con algún tipo de fármaco.

En el caso particular de las empresas, la Escuela de Crecimiento VIDSANA, brinda la oportunidad de desplazarse un comisionado de masajistas y especialistas hasta los centros de trabajo, para atender a los trabajadores mientras se encuentran en su sitio de trabajo. Por ejemplo, si el lugar de trabajo es una empresa comercial, dar sesiones de masajes de 15 minutos.

Permitir a estudiantes, madres, trabajadores y empresarios, un lugar donde puedan relajarse y luego continuar con sus actividades.

IX. DISTINGOS COMPETITIVOS

La Escuela de Crecimiento VIDSANA, pretende ser reconocida por la población en base al resultado de sus esquemas de tratamiento naturales, a través de la medicina oriental y otros recursos relacionados con actividades al aire libre, tales como actividades de recreación en grupo o fines de semana con retiros espirituales.

La constancia y el apoyo que se le da al paciente es un elemento indispensable para ser reconocidos y valorados en el mercado.

Lo más importante, es que, una vez culminado el tratamiento, se invitó a la persona a conservar y mantener una vida saludable, siguiendo las



UMD Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

recomendaciones realizadas por los especialistas, con un monitoreo mensual contactando al paciente y preguntarle ¿cómo se ha sentido?

Hacer conciencia a los pacientes de lo importante que es manejar las situaciones de estrés y ansiedad y que sentirse tensionados constantemente no forma parte de una vida tranquila, sino por el contrario, buscar herramientas para ayudar a liberar el estrés o la ansiedad, hará que su vida esté más equilibrada.

X. MISIÓN DE LA EMPRESA

Brindar servicios terapéuticos especializados y personalizados a través de la medicina alternativa natural, con el fin de que las personas que son atendidos en la Escuela de Crecimiento VIDSANA, pasen por un proceso de desintoxicación emocional y mejora de su cuerpo y mente.

Ofrecer a los profesionales que pertenecen a la institución, un ambiente laboral, cómodo y proactivo, incentivando una continua capacitación y desarrollo de sus habilidades, así como su compromiso de servicio y atención con los pacientes.

XI. VISIÓN DE LA EMPRESA

Ser una institución reconocida a nivel nacional por la particularidad de sus servicios y por ser gestora de resultados eficaces en la salud de sus pacientes; líder en la prevención y tratamiento a través de la medicina alternativa natural.



XII. FODA

(F) Fortalezas	(D) Debilidades
Esquemas de tratamiento personalizadas.	Falta de experiencia en el mercado.
Revisión continua de la evolución de la salud de los pacientes.	
Actividades recreativas complementarias al aire libre como clases de yoga, clases de baile, ejercicios de respiración y otros.	
Alta fidelización de los clientes.	
(O) Oportunidades	(A) Amenazas
Aparición de nuevos clientes.	La competencia.
Mejoramiento de la calidad de los servicios.	Cambios en la conducta del consumidor.
Expansión a nivel nacional.	

XIII. ANÁLISIS DE TARGET

Segmento del mercado: La escuela de crecimiento VIDSANA, ofrece sus servicios a personas de distinto sexo (hombres y mujeres) en edades comprendidas a partir de los 20 años de edad.

Características del segmento del mercado: Trabajadores activos de empresas comerciales y personas que estén pasando por situaciones en su vida de tensión, estrés o ansiedad.



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

Clientes potenciales.

- Estudiantes universitarios.
- Trabajadores de empresas comerciales.
- Empresas privadas del sector comercial.
- Público en general con edades comprendidas a partir de los 20 años.

XIV. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

La localización de la empresa estará en una zona competitiva, ya que se encontrará ubicada en una zona comercial (a 2 cuadras del Hotel Seminole - Managua) con un radio de competencia a partir de 5 km.

Es por ello, que, en base a investigaciones previas, como, horario de atención, servicios que ofrecen al consumidor, lista de precios, atención al cliente, orden y limpieza de sus instalaciones, planes de tratamiento, se considera que cuentan con ventajas y desventajas significativas que son importantes tomar en consideración para la entrada al mercado de la Escuela de Crecimiento VIDSANA y su posicionamiento en el rubro.

XV. DISTINGO FRENTE A LA COMPETENCIA

Lo que distingue a la empresa Escuela de Crecimiento VIDSANA y que otros centros de terapia no tienen o son escasos, son los siguientes recursos:

1. Atención médica realizada por un Médico de Medicina Oriental y a su vez un esquema de tratamiento personalizado, realizado dentro de las mismas instalaciones.
2. Plan de tratamiento individual y con monitoreo constante por parte del equipo de trabajo, para que se vean resultados positivos en el tiempo establecido.
3. Paquetes promocionales para trabajadores del sector comercial (oficinistas, banqueros,



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

secretarias y otros).

4. Planes de financiamiento para las empresas privadas, donde se tenga la posibilidad de atender a las personas dentro de las mismas instalaciones de trabajo (por ejemplo, ir un comisionado de masajistas a un call center con sesiones de 15 minutos de masaje relajante en cabeza, hombros, brazos y manos).
5. Plan de actividades recreativas continuas en lugares fuera de Managua (fines de semana quincenal) para despejar cuerpo y mente (retiros espirituales)
6. Comunicación constante con el paciente a través de llamadas o mensajes de texto, para conocer el estado de su salud y su evolución.

XVI. INVESTIGACIÓN DE LA OPINIÓN DE NUESTRO PÚBLICO META

El equipo de socios que conforma la Escuela de crecimiento VIDSANA, consideró oportuno realizar un estudio sobre el público meta al cual se quiere dirigir.

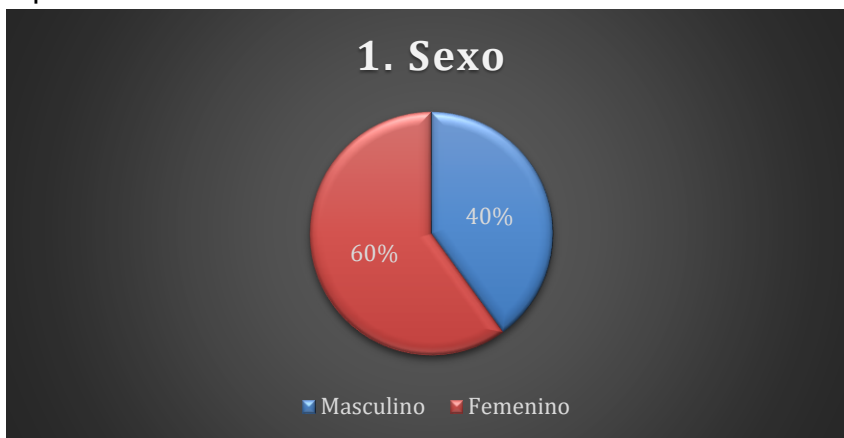
Cabe destacar que el público meta de ésta empresa, son personas que están pasando por procesos de tensión, estrés en sus vidas o ansiedad, ofreciendo posibilidades tanto a personas naturales como a empresas de brindar un servicio de calidad.

Para ello, se realizó una encuesta a 20 personas que se encuentran trabajando y/o viviendo en zonas cercanas a la ubicación de la empresa, arrojando los siguientes resultados:

1. Sexo:

Masculino: 8 personas.

Femenino: 12 personas.

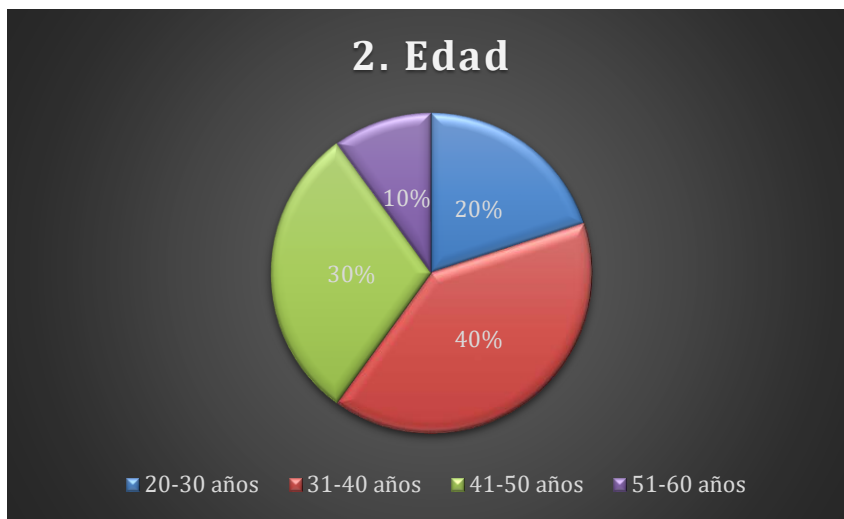




UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

2. Edad:

20-30 años (4), 31 – 40 años (8), 41-50 años (6), 51-60 años (2)



3. Actualmente, ¿Vive en Managua?

Si: 14 personas.

No: 6 personas.





UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

4. Ocupación o profesión:

Trabajador: 14 personas.

Estudiante: 3 personas.

Ama de casa: 2 personas.

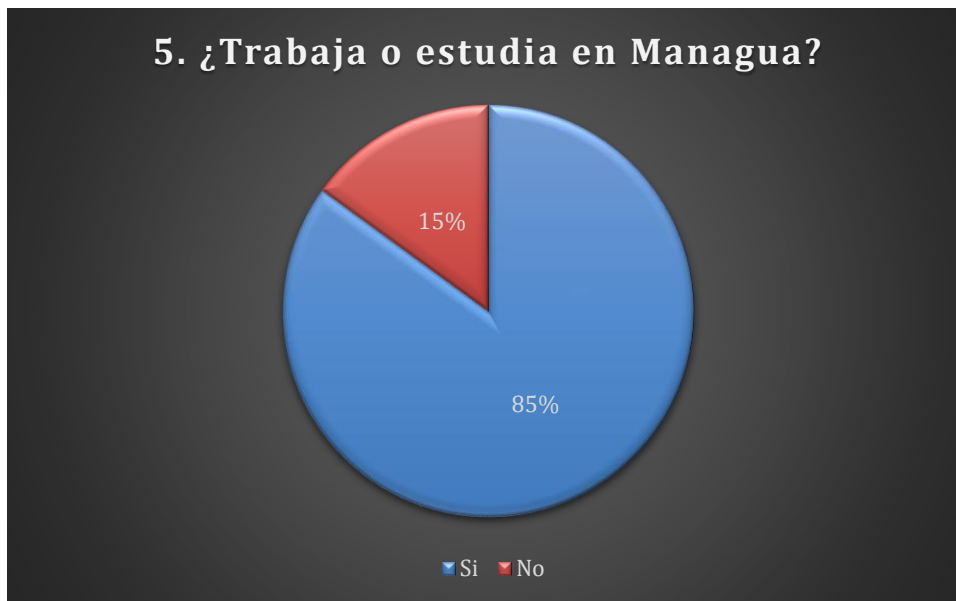
Otros: 1 persona.



5. ¿Trabaja o estudia en Managua?

Si: 17 personas.

No: 3 personas.





UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

6. ¿Pasa por situaciones de estrés o ansiedad con frecuencia?

Si: 18 personas.

No: 2 personas.



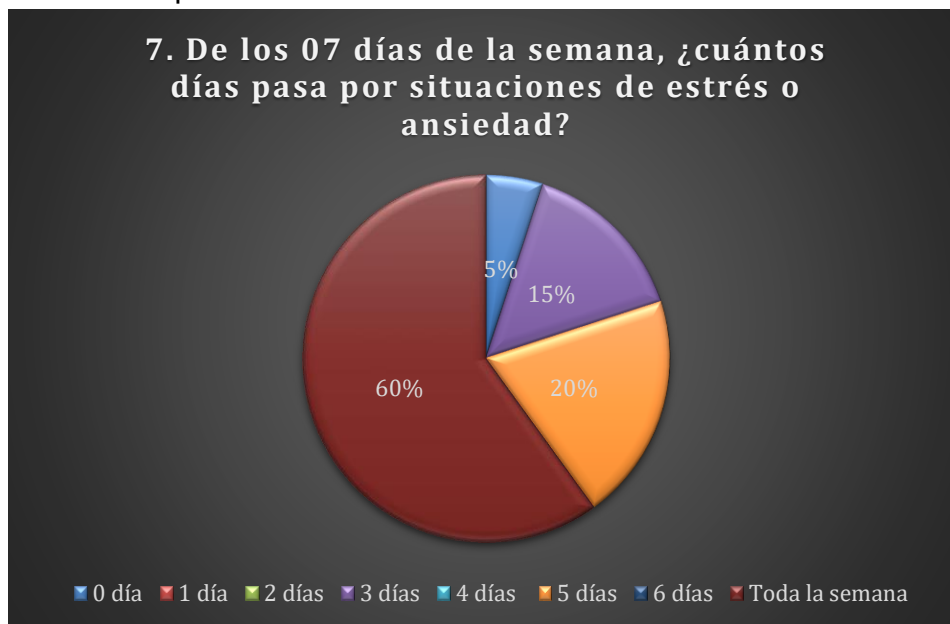
7. De los siete días de la semana, ¿Cuántos días para por situaciones de estrés o ansiedad?

0 días: 1 persona.

3 días: 3 personas.

5 días: 4 personas.

Toda la semana: 12 personas.



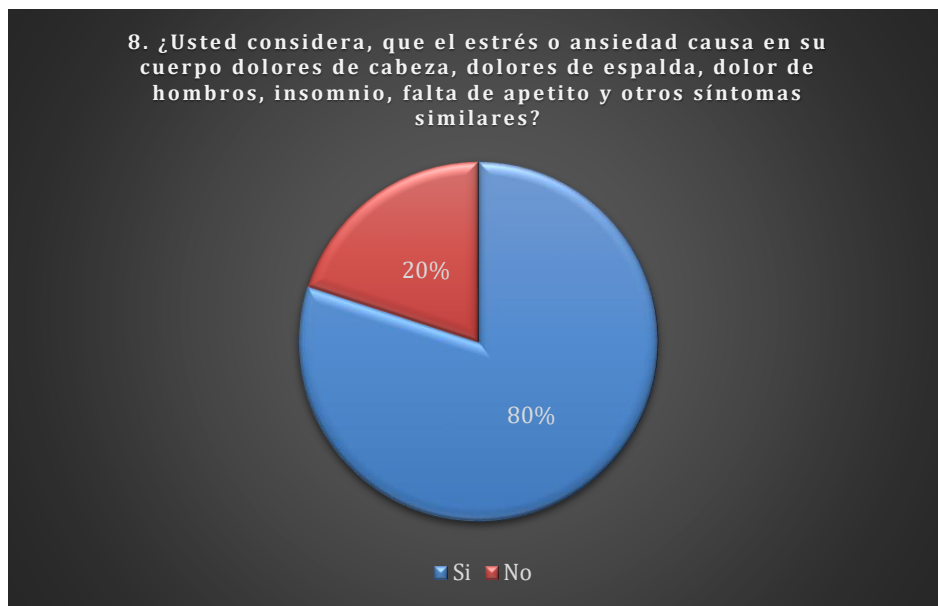


UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

8. ¿Usted considera, que el estrés o ansiedad causa en su cuerpo dolores de cabeza, dolores de espalda, dolor de hombros, insomnio, falta de apetito y otros síntomas similares?

Si: 16 personas.

No: 4 personas.



9. Los dolores o tensiones que se manifiestan en su cuerpo:

¿Permanecen y se agudizan?: 16 personas

¿Desaparecen en un lapso no mayor a 1 día?: 4 personas.



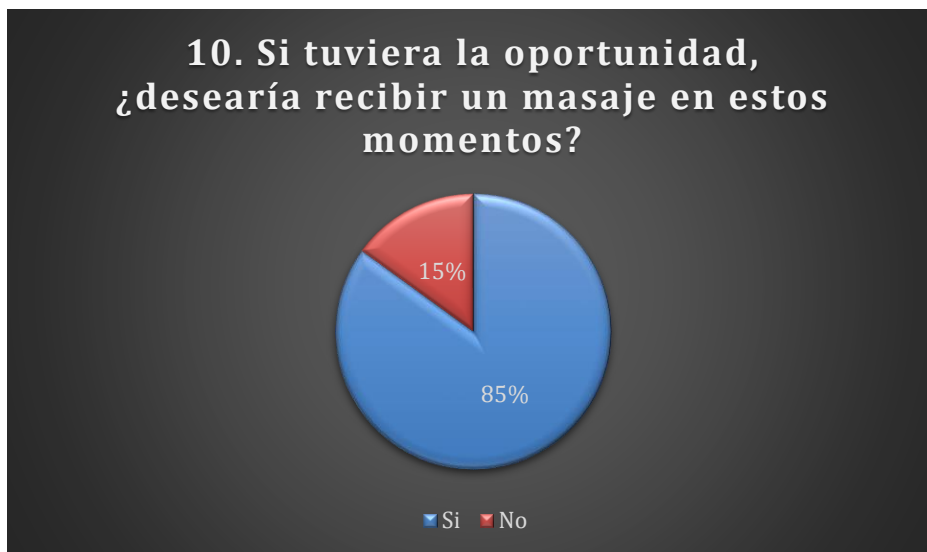


UMD Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

10. Si tuviera la oportunidad, ¿desearía recibir un masaje en éstos momentos?

Si: 17 personas.

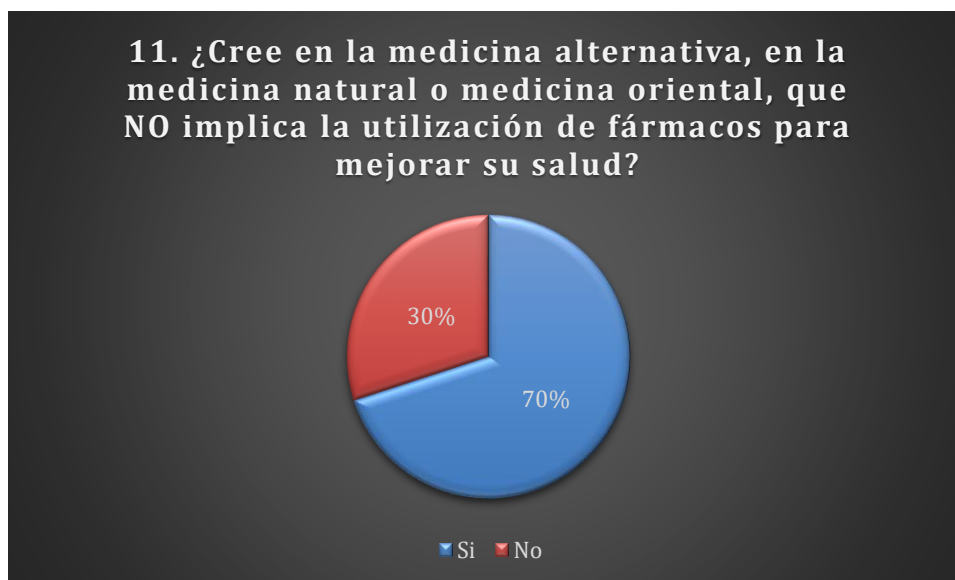
No: 3 personas.



11. ¿Cree en la medicina alternativa, en la medicina natural o medicina oriental, que NO implica la utilización de fármacos para mejorar su salud?

Si: 14 personas.

No: 6 personas.



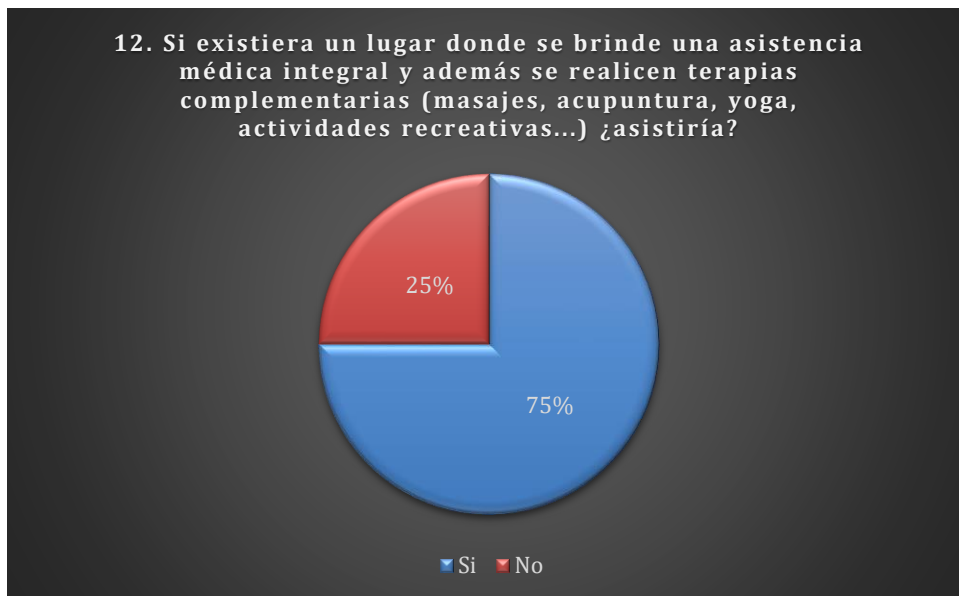


UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

12. Si existiera un lugar donde se brinde una asistencia médica integral y además se realicen terapias complementarias (masajes, acupuntura, yoga, actividades recreativas al aire libre, retiros espirituales, ¿asistiría?

Si: 15 personas.

No: 5 personas.



13. ¿Seguiría un plan de tratamiento natural indicado por los especialistas?

Si: 15 personas.

No: 5 personas.



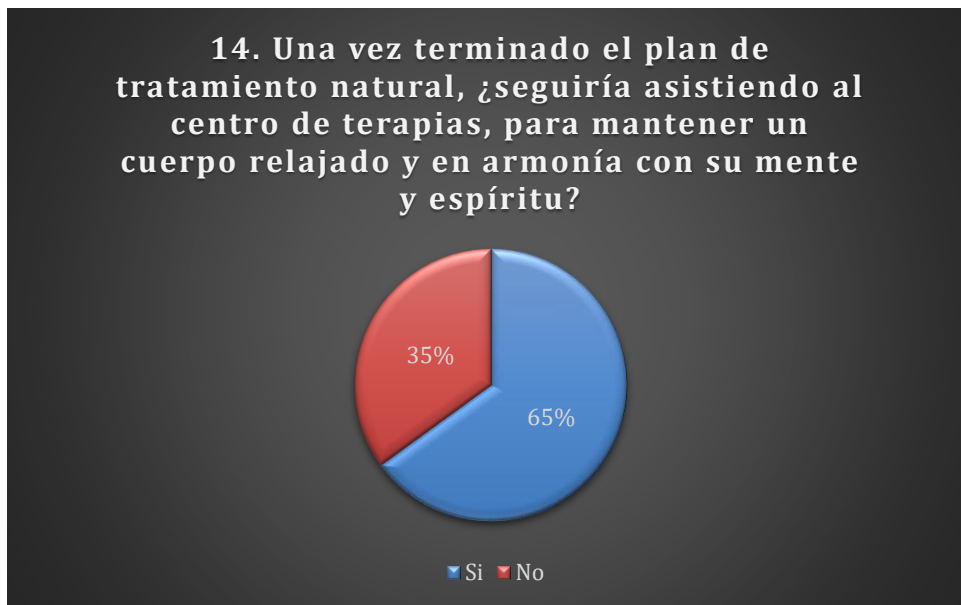


UMD Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

14. Una vez terminado el plan de tratamiento natural, ¿seguiría asistiendo al centro de terapias, para mantener un cuerpo relajado y en armonía con su mente y espíritu?

Si: 13 personas.

No: 7 personas.



Con éstos resultados, se puede decir, que gran parte de la población, es consciente de las situaciones de estrés que frecuentemente se generan en sus vidas. Lo que es importante resaltar, es que una cantidad considerable de personas, están dispuestas a recibir ayuda a través de la medicina oriental y de terapias alternativas sin necesidad de la utilización de fármacos.



XVII. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

La Escuela de Crecimiento VIDSANA es un centro integral de atención medicina especializada en pacientes son situaciones de estrés o ansiedad, donde se realizan diferentes tipos de tratamientos alternativos naturales y orientales que son el recurso más destacado para la mejora de sus pacientes. Por lo tanto, ésta empresa, es una empresa que presta un servicio, ya que ofrece a sus pacientes, el conocimiento y el tiempo de atención a través de sesiones terapéuticas.

En tal sentido, el sistema de distribución del producto, será el reconocimiento que se dará a la empresa a través de los canales de información-comunicación establecidos por la empresa:

1. Página web,
2. Publicidad pagada en redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok),
3. Reparto de volante a personas en la calle y lugares cercanos a las instalaciones de la empresa.
4. Referencia de los pacientes que ya están recibiendo atención médica y terapéutica.

Costeo del producto

El costo del producto o en este caso del servicio, viene siendo la suma de los todos los recursos que la empresa va a emplear en un tiempo determinado para ofrecer el servicio de consulta y terapias.

Los costos directos: aceites esenciales, agujas de acupuntura, candelas, alcohol, el sueldo de los médicos, masajistas y terapeutas.

Los costos indirectos vienen representados por los gastos: servicios públicos (agua, luz, teléfono internet), artículos de aseo y limpieza, publicidad, sueldo de la recepcionista y el personal de mantenimiento, gastos de papelería, entre otros que no participan directamente en el proceso productivo (servicio).



UMH Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

Resumen de plan de ventas

Para el inicio de operaciones de la empresa, se va a poner en marcha el siguiente plan ***de ventas durante el primer trimestre:***

1. Ofrecer la primera consulta médica gratis, con un descuento del 25% en las terapias complementarias.
2. Contactar a empresas comerciales del sector privado y ofrecer paquetes promocionales para sus trabajadores.
3. Fidelizar al cliente con la empresa, a través de la comunicación continua y constante y la revisión de su evolución en la salud.

Los planes de ventas no son estáticos, puede ser ajustados, de acuerdo a los resultados obtenidos en meses anteriores.

Acciones para introducción al mercado

Un mes antes de la apertura de la empresa, se debe introducir al mercado una red de contacto e información.

La creación de la página web y las redes sociales son una excelente herramienta que está al alcance de casi todos; lo que se busca, es crear interés en las personas y mostrar que más que ofrecer un servicio, se va a cubrir una necesidad, ¿Qué necesidad se desea cubrir?, que la persona que está estresada y tensionada, tenga un lugar donde puedan relajarse y renovar su cuerpo y mente.

Despertar el interés en las personas, es el primer efecto que se debe causar en los clientes potenciales.

Otro recurso, es repartir volantes y folletos en zonas cercanas a la ubicación de la empresa y finalmente el “boca a boca”, es decir, comunicar a conocidos, amigos y familiares sobre la apertura de éste centro.



UMD Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

XVIII. PLAN DE ACCIÓN CON PRESUPUESTO

FINANZAS.

El área contable de la empresa

El área contable de la empresa cumple una función muy importante, ya que es la encargada de llevar el registro de las operaciones económicas realizadas día a día, y también de efectuar los análisis periódicos de los resultados obtenidos y la entrega a la gerencia sobre el desarrollo de la empresa o alertas sobre posibles riesgos.

Para que el registro de estas operaciones sea clara y precisa, es necesario que desde el momento que ocurra una transacción de índole monetaria en la empresa: venta de servicios (entrada de dinero), pago de servicios (salida de dinero), la persona involucrada en la transacción lleve un registro mediante recibos diarios y enumerados de dichos movimientos.

El personal de recepción debe ser la persona encargada para realizar este tipo de gestión, por lo que continuamente se estará revisando minuciosamente su labor y se realizarán arqueos de caja diarios sorpresivos para verificar que todo está marchando bien.

Ninguna entrada o salida de dinero se debe omitir, ya que eso implicaría una diferencia en las cuentas.

Costos y gastos

Los costos vienen representados por los recursos que son utilizados directamente en el proceso productivo:

- Sueldo de personal médico, masajistas, acupunturistas,
- Compra de suministros utilizados en el servicio: agujas para acupuntura, alcohol, algodón, puros de moxa.



UMD Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

Los gastos no intervienen directamente en el proceso productivos, pero son necesarios para poder prestar el servicio:

- Sueldo de recepcionista y personal de limpieza
- Servicios públicos
- Pago de impuestos municipales
- Publicidad pagada
- Mantenimiento del local
- Mantenimiento de equipos
- Gastos de depreciación
- Intereses bancarios
- Otros

Inversión inicial

La inversión inicial de los socios será de 3600 dólares, distribuidos de la siguiente manera:

Capital total	\$3,600.00
Socio 1 (60%)	\$2,160.00
Socio 2 (40%)	\$1,440.00

Este capital estará representado por los activos fijos de la empresa y la compra de insumos para prestar el servicio.

-Activos fijos: mesas, sillas, camillas, computadoras, escritorios, teléfonos, muebles, televisores.

-Insumos utilizados en el servicio: agujas para acupuntura, alcohol, algodón, puros de moxa, ventosas.



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

Financiamiento de la empresa

Los socios mediante junta directiva, han decidido que, durante el primer año de operaciones, el financiamiento será interno, es decir, con los aportes de capital que ellos realicen.

Sin embargo, una vez analizado los estados financieros durante el primer año de operaciones y si la empresa tuvo un comportamiento creciente en las utilidades del ejercicio, se podrá solicitar financiamiento interno (a través de los bancos) para realizar una expansión de la empresa.

Ventas, gastos y punto de equilibrio proyectado

De acuerdo a los estudios realizados de mercado, se espera que las ventas tengan un comportamiento creciente sostenido; los gastos de comportaran de manera proporcional en relación con las ventas.

Estados financieros proyectados

En los Estados Financieros que se muestran a continuación, describen las operaciones de índole monetario que se estiman realizar en la empresa durante el primer año de operaciones para lograr el cumplimiento de los objetivos.

Estos montos son proyectados en base a previas investigaciones previas que se hicieron en el mercado. No se garantiza que se cumpla a cabalidad los montos indicados, pero si es posible un acercamiento considerable a dichas cifras.



Escuela de Crecimiento Vidsana

Estado de Situación Financiera

Ejercicio Fiscal comprendido desde el 01/01/2023

hasta el 31/12/2023

Expresado en dólares

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE	
Efectivo	12,175.00
Cuentas por cobrar	480.00
Inventario de suministros médicos	2,900.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	15,555.00
ACTIVO NO CORRIENTE	
Propiedad / Equipo	4,584.00
(Menos depreciación acumulada)	-359.00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	4,225.00

TOTAL ACTIVOS 19,780.00

PASIVOS Y PATRIMONIO NETO

PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por pagar	325.00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	325.00
PATRIMONIO	
Capital Social suscrito y pagado	3,600.00
Utilidad del ejercicio	15,855.00
TOTAL DEL PATRIMONIO	19,455.00

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO 19,780.00



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

Escuela de Crecimiento Vidsana

Estados de Resultados

Ejercicio Fiscal comprendido desde el 01/01/2023 hasta el
31/12/2023

Expresado en dólares

INGRESOS POR SERVICIOS	
Ingresos por consulta médica	15,613.50
Ingresos por sesiones terapéuticas	46,840.50
TO TAL INGRESOS POR SERVICIOS	62,454.00
MENOS: COSTO DE VENTAS:	
MANO DE OBRA DIRECTA:	
Sueldo de personal médico	7,500.00
Sueldo de terapeutas y masajistas	13,600.00
TO TAL MANO DE OBRA DIRECTA	21,100.00
MAS INSUMOS MEDICOS	
Insumos y suministros médicos	13,740.00
MENOS Inventario final de suministros médicos	-2,900.00
TO TAL INSUMOS MEDICOS	10,840.00
TO TAL COSTO DE VENTAS	31,940.00
UTILIDAD BRUTA	30,514.00
MENOS: GASTOS OPERACIONALES	
GASTOS DE VENTAS:	
Gastos de publicidad	2,750.00
TO TAL GASTOS DE VENTAS	2,750.00
GASTOS DE ADMINISTRACION:	
Sueldo del recepcionista	3,600.00
Sueldo del personal de mantenimiento	3,050.00
Pago de impuestos municipales	1,175.00
Servicios publicos	2,250.00
Mantenimiento de las instalaciones	925.00
Depreciacion de los activos	359.00
Papeleria y utiles de oficina	550.00
TO TAL GASTOS DE ADMINISTRACION	11,909.00
TO TAL GASTOS OPERACIONALES	14,659.00
TO TAL UTILIDAD DEL EJERCICIO	15,855.00



UMD Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

Evaluación financiera

Los socios han acordado que, durante el primer año de operaciones, se realizarán reuniones quincenales durante el primer trimestre, para evaluar el comportamiento de la empresa en sus ingresos y gastos y determinar si es necesario realizar algún ajuste en el plan de ventas. Una vez que pase el primer trimestre se realizarán reuniones mensuales.

Las reuniones frecuentes por parte de la junta directiva son muy importantes durante los primeros años de funcionamiento de la empresa, ya que la empresa estará pasando por un proceso de reconocimiento del mercado y de captación de clientes.

XIX. PROPUESTA DE PUBLICIDAD

En tal sentido, el sistema de distribución del producto, será el reconocimiento que se dará a la empresa a través de los canales de información-comunicación establecidos por la empresa:

1. Página web,
2. Publicidad pagada en redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok),
3. Reparto de volante a personas en la calle y lugares cercanos a las instalaciones de la empresa.
4. Referencia de los pacientes que ya están recibiendo atención médica y terapéutica.
5. Utilización de WhatsApp Business.



Formato de planificación de la publicidad								
Nro.	Técnica publicitaria	Cantidad	Período	Responsable	Medio de comunicación digital	Medio de comunicación impreso	Fuente	Costo Mensual
1.	Página Web en Wix	1	2 meses antes de la apertura	Daniela Peñaloza	Si	No	Financiamiento interno	Tiempo – 24 horas mensual
2.	Creación de redes sociales: Facebook, Instagram, Tiktok	3	2 meses antes de la apertura	Daniela Peñaloza	Si	No	Financiamiento interno	Tiempo – 24 horas mensual
3.	Creación de WhatsApp Business	1	2 meses antes de la apertura	Daniela Peñaloza	Si	No	Financiamiento interno	C\$500 mensual
4.	Facebook Live, Tiktok Live	2	2 veces a la semana	Daniela Peñaloza	Si	No	Financiamiento interno	Tiempo – 4 horas mensual
5.	Fidelización del cliente vía telefónica	1	1 vez a la semana	Daniela Peñaloza	Si	No	Financiamiento interno	-
6.	Volantes	200	1 vez cada 2 meses	Daniela Peñaloza	No	Si	Financiamiento interno	C\$2500 bimensual



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

7.	Publicidad en redes sociales – Administrador de anuncios de Facebook	1	3 veces a la semana	Daniela Peñaloza	Si	No	Financiamiento interno	C\$3700 mensual
8.	Rótulo de la marca	1	1 solo	Daniela Peñaloza	No	Si	Financiamiento interno	C\$2220
9.	Entrevistas en canales de TV – radio	-	1 vez cada 15 días	Daniela Peñaloza	Si	No	Financiamiento interno	2 horas mensual



XX. ANEXOS

Lista de riesgos y oportunidades para entrar al mercado.

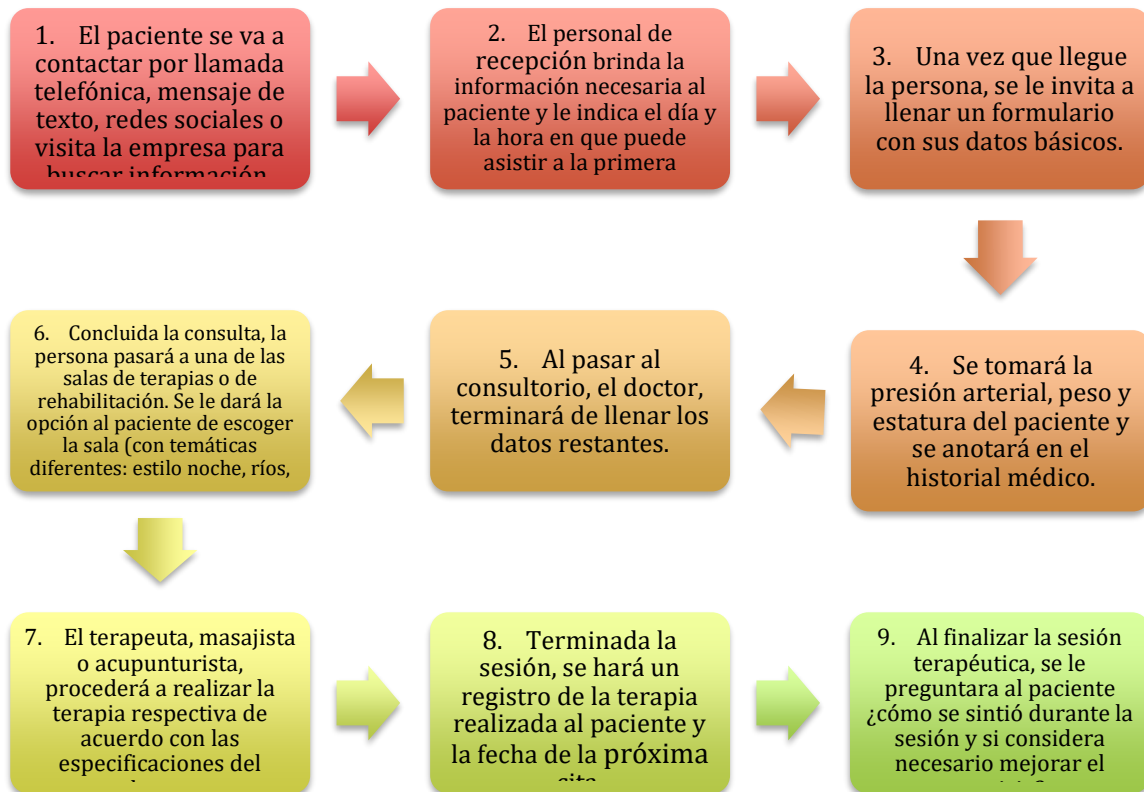
Lista de riesgos y oportunidades para entrar al mercado	
Riesgos	Oportunidades
Conseguir clientes y fidelizarlos con la empresa.	Reconocimiento de la marca en el público meta.
Competencia en los precios de los servicios.	Expansión a nivel nacional.
Cumplir con el plan de ventas. Si no funciona, buscar una estrategia rápida para no perder tiempo.	Crecer como profesionales, educándonos constantemente y trabajando en equipo para el logro de las metas.



METOLOGIA DE CANVAS				
6. SOCIOS CLAVES	7. ACTIVIDADES CLAVES	2. PROPUESTA DE VALOR	4. RELACION CON EL CLIENTE	1. SEGMENTO DE MERCADO
*PSICOLOGOS *MAESTROS DE YOGA *PUBLICISTAS	*CREAR CONTENIDO DE VALOR EN LAS REDES SOCIALES PARA PROMOCIONAR LOS SERVICIOS *COMUNICACIÓN CONSTANTE CON LOS PACIENTES PARA VER SU EVOLUCION.	SER EL PRIMER CENTRO DE CAPACITACION QUE BRINDE UNA ATENCION CALIFICADA Y PERSONALIZADA A LAS PERSONAS QUE ASISTEN, OFRECIENDOLES UN PLAN DE TRATAMIENTO DESDE EL PUNTO DE VISTA CLINICO Y ALTERNATIVO QUE PERMITA A LAS PERSONAS PASAR POR UN PROCESO DE DESINTOXICACION, CAMBIO Y RENOVACION, CON LA INTENCION QUE GOZEN DE UNA BUENA CALIDAD DE VIDA Y DE LOGRAR UN BIENESTAR FISICO, MENTAL Y ESPIRITUAL.	*MANTENER UNA COMUNICACIÓN CONSTANTE CON EL PACIENTE PARA QUE PUEDA LLEVAR A CABO EL PLAN DE TRATAMIENTO Y LOGRAR LOS EFECTOS *SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE DE CALIDAD Y SUGERENCIAS DE LOS CUENTES. *SERVICIO PRE Y POST-SERVICIO.	HOMBRES Y MUJERES DE 20 AÑOS A 60 AÑOS, QUE SEAN TRABAJADORES, ESTUDIANTES AMAS DE CASA O EMPRESARIOS Y QUE SE ENCUENTREN EN UN RADIO NO MAYOR DE 15 KM.
	8. RECURSOS CLAVES RECURSO HUMANO: RECEPTIONISTA, PERSONAL DE MANTENIMIENTO, MASAJISTA, ACUPUNTURISTA, INSTRUCTORA DE BAILE, PUBLICISTA. RECURSO FISICO: CONSULTORIOS, CAMILLAS, SABANAS, ACEITES, AGUJAS, ALCOHOL, CANDELAS, INCIENSOS ETC. EFECTIVO DISPONIBLE PARA COMPRAR MATERIAL COMPLEMENTARIO			
9. ESTRUCTURA DE COSTOS			3. CANALES:	
*COSTOS DE PRODUCCION: ACEITES, AGUJAS DE ACUPUNTURA, CANDELAS, ESENCIAS, ALCOHOL *SALARIO DE LOS TRABAJADORES *SERVICIOS PUBLICOS *IMPUESTOS *MANTENIMIENTO DEL LOCAL *PAGINA WEB *GASTOS DE PAPELERIA. *DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS			EL PRIMER CONTACTO CON LOS CUENTES SERA A TRAVES DE LA CREACION DE UNA PAGINA WEB Y DE LAS REDES SOCIALES (PUBLICIDAD PAGADA, REPARTIR FOLLETOS EN LA CALLE, EL "BOCA A BOCA")	
			5. FUENTES DE INGRESO:	
			*LA FIJACION DEL PRECIO SE DETERMINARA POR LOS COSTOS COSTO DE LOS INSUMOS Y FACILIDAD PARA ENCONTRARLOS. EN BASE A LOS COSTOS Y GASTOS TOTALES, SE DETERMINARA UN PORCENTAJE DE VENTAS EN BASE AL COSTO; *ADEMAS SE CONSIDERARÁN PROMOCIONES PARA LOS DIAS FESTIVOS O LAS FECHAS ESPECIALES.	



Proceso de producción y desarrollo del producto





Organigrama de la empresa a mediano plazo

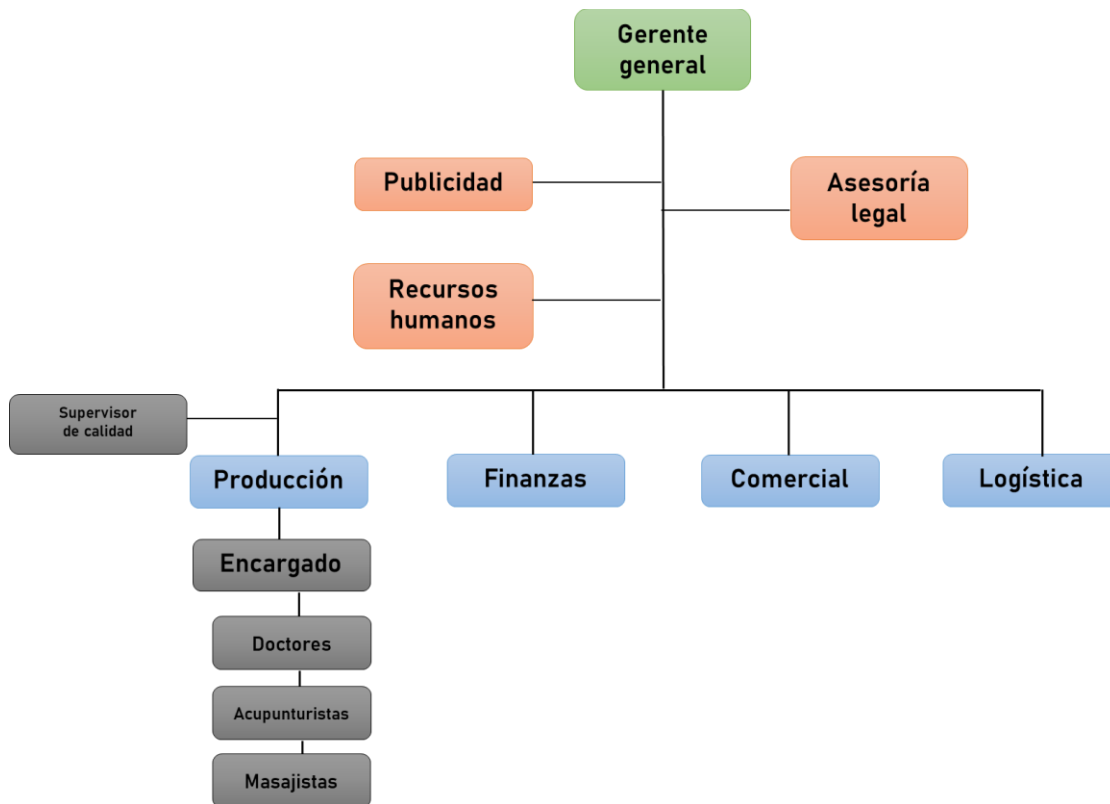


Tabla de inversiones iniciales

Capital Social	\$3,600.00
Socio 1 (60%) - INVERSION INICAL	\$2,160.00
Socio 2 (40%) - INVERSION INICAL	\$1,440.00



Pronóstico de ventas en un año.

Ventas estimadas en el primer año de operaciones				
Mes	Incremento porcentual	Cantidad de consultas y terapias	Costo unitario estimado por consulta y sesión	Equivalente en moneda (\$)
Enero	Base	120	35 \$	\$4,200.00
Febrero	5%	126	35 \$	\$4,410.00
Marzo	7%	128	35 \$	\$4,494.00
Abril	15%	138	35 \$	\$4,830.00
Mayo	15%	138	35 \$	\$4,830.00
Junio	18%	142	35 \$	\$4,956.00
Julio	22%	146	35 \$	\$5,124.00
Agosto	30%	156	35 \$	\$5,460.00
Septiembre	35%	162	35 \$	\$5,670.00
Octubre	42%	170	35 \$	\$5,964.00
Noviembre	45%	174	35 \$	\$6,090.00
Diciembre	53%	184	35 \$	\$6,426.00

Distribución de la planta de la empresa.

La empresa está distribuida de la siguiente manera:

- 1 área de recepción con sala de espera
- 1 área de registro de datos y chequeo de signos vitales
- 1 consultorio
- 1 baño para damas
- 1 baño para caballeros
- 1 comedor y/o área de descanso para los trabajadores
- 1 jardín
- 3 habitaciones para realizar las terapias



UMO Especialidad de Acupuntura Managua-Nicaragua

