

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



ESPECIALIDAD EN ACUPUNTURA

Curso: Promoción de los Servicios de Salud y Marketing Digital

**Plan de Comunicación y Publicidad de la Empresa Consultorio Medicina
General y Terapias Complementarias IKIGAI**

Autora: Dra. Marcia Gutiérrez Chávez

Docente: Master Rosario Hernández García

PhD en educación

Managua, Nicaragua 8 de marzo del 2024

CONSULTORIO DE MEDICINA

- Distingo de la Empresa.

GENERAL Y TERAPIAS

La población identifica el Consultorio como Alternativa IKIGAI innovador con prestigio profesional llevando resultados satisfactorios con la implementación de la Medicina General y la Medicina Complementaria en su alcance de salud y bienestar.



I. RESUMEN DEL PROYECTO

En la sociedad actual se evidencia que las terapias alternativas se están desarrollando a la par de la medicina científica de una manera complementarias ante esta necesidad creciente del stress y afectaciones de la salud en general se considera una excelente oportunidad la apertura del consultorio de medicina general y terapias alternativas IKIGAI.

La atención estará enfocada a la medicina general y la Medicina Oriental en la técnica de acupuntura ambas especialidades se complementan en el manejo de la salud integrativa de las de los adultos que visitarán (adultos jóvenes adultos mayores).

Para la mejoría de su salud y bienestar general a la población que nos visitará en el consultorio se pretende desarrollar una atención médica integral y alternativa que englobe y recopile todos los requerimientos y necesidades de las personas que acudan y así eh planear la terapia que les brindará un excelente éxito en obtención de su salud.

Palabras claves: Terapias Complementarias; Acupuntura; Terapéutica; Comunicación; Publicidad

II. INTRODUCCION.

El consultorio de medicina general y terapias alternativas ikigai es una microempresa de salud que brinda a la población de todas las edades en base a sus necesidades del bienestar físico y emocional y mental está organizada en brindar la atención individual con calidez y eficiencia creando el historial clínico llegando al diagnóstico de su padecimiento para elaborar el plan de tratamiento a recibir tomándose en cuenta las terapias alternativas.

III. JUSTIFICACION.

Actualmente en la Medicina Tradicional China se va considerando como una alternativa a la medicina convencional existen muchas formas de medicina alternativa y complementaria estas incluyen acupuntura quiropráctica masajes hipnosis bio retroalimentación meditación yoga y taichí para la organización mundial de la salud OMS la medicina tradicional es el conjunto de prácticas métodos, conocimientos y creencias en materia de salud que implican el uso con fines médicos de plantas parte de animales o minerales terapias espirituales y técnica o ejercicios manuales aplicados van a tratar diagnosticar y prevenir enfermedades o preservar la salud es una definición tan amplia dónde caben numerosos procedimientos pero la OMS ha concedido atención particular al acupuntura y la fitoterapia y la homeopatía.

IV. OBJETIVOS.

Objetivos del proyecto a posicionar los servicios que ofrece el consultorio médico de medicina de terapia y alternativas ikigai determinar la viabilidad tanto económica como práctica de la creación de una empresa que preste un servicio alternativo a la medicina convencional por ende se hace un estudio amplio y suficiente que cubran las necesidades específicas para la creación y puesta en marcha de un local centrado en medicina tradicional China con especial énfasis en técnicas de acupuntura ser una opción considerada por las personas que desean mejorar su salud y reintegración laboral pronta utilizando las técnicas de acupuntura auriculoterapia, Electroacupuntura farmacoterapia y Moxibustión tener un crecimiento progresivo con buena sostenibilidad y responsabilidad social.

V. MISIÓN

Somos un consultorio que brinda atención médica general y la alternativa contribuyendo a la salud integral de las personas para su bienestar físico mental y emocional

VI. VISIÓN

Somos un Consultorio Medico que brinda Atención Integral a jóvenes, adultos y adultos Mayores

VII. FODA

- **FORTALEZA:** Conocimiento y experiencia, profesional en Medicina Convencional y Medicina Alternativa Complementaria.
Consultorio Accesible Nuevo en la Medicina Alternativa en el Sector del Barrio la Primavera.
- **OPORTUNIDADES:** Ofrecer terapias complementarias con la acupuntura. Auriculoterapia, Moxibustión y Farmacopuntura/
- **DEBILIDADES:** Fragilidad Económica de la población por la migración. Inversión Reducida en la estructura.
- **AMENAZAS:** Surgimientos de una competencia con mas recursos económicos y mas calidad en el ejercicio de la Medicina Alternativas



VIII. ANALISIS TARGET

IX. PLAN DE ACCIÓN CON EL PRESUPUESTO

Transformar la, experiencia personal del cliente satisfecho en unidades de comunicación audiovisual, fáciles de utilizar para divulgación de los medios sociales.

Objetivo 1.							
Actividades	Indicador	Periodo	Responsable/ participantes	Recursos	Monto	Fuente	Brecha
Crear un video en referencia al testimonio de cliente satisfecho	Numero de vistas	1 mes	Marcia Gutiérrez	Laptop Smartphone	1,500 córdobas	propio	
Objetivo 2							
Redes sociales							
Crear una página de Facebook, Instagram. Y WhatsApp con información de los servicios del consultorio	Numero de vistas y comentarios	1 semana	Marcia Gutiérrez	Smartphone Laptop	5.000 córdobas	Fondos Propio	

X. PROPUESTA DE PUBLICIDAD.

Transformar la experiencia personal del cliente satisfecho en unidades

Objetivo 1.	Video de Referencia						
	Técnica publicitaria	cantidad	periodo	responsable	Medio de comunicación digital	Medio de comunicación impreso	Fuente
	Creación de video	12	1 año	Marcia Gutiérrez	si	si	propia
Objetivo 2	Implementar Uso de redes sociales						
	Uso de las plataformas de las redes sociales: Facebook, Instagram y WhatsApp	Una por cada plataforma	1 año	Marcia Gutiérrez	si	si	propia

XI. BIBLIOGRAFIA

Asana. (2 de febrero de 2024). Guía del elevator pitch perfecto con ejemplos prácticos y plantilla.

<https://asana.com/es/resources/elevator-pitch-examples>.

Cabrol, M. y Pombo, C. (2021). Posibles transformaciones en salud, educación y trabajo a través de la digitalización en la salida de la pandemia en américa latina y el caribe.

Scribd. (s.f). Guía para principiantes sobre el Marketing en Facebook e Instagram. Scribd.

<https://es.scribd.com/document/784923697/Guia-Para-Principiantes-Sobre-El-Marketing-en-Facebook-e-Instagram>.

Gregorio, R. (2009). Marketing Médico: criando valor para o paciente.

UMO-JN. (2024). Dossier Curso Marketing y Publicidad. Universidad de Medicina Oriental Japón Nicaragua.