

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



ESPECIALIDAD EN ACUPUNTURA

**Plan de comunicación y publicidad Consultorio de
acupuntura ORIENTALMED**

Autor: María Eugenia Uriarte Sánchez

Mediadora Pedagógica:

PhD. Rosario Hernández García

Managua, marzo 2024.

Tabla de contenido

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. JUSTIFICACIÓN.....	2
III. OBJETIVOS.....	3
GENERAL.....	3
IV. MISIÓN.....	4
V. VISIÓN.....	4
VI. ANÁLISIS FODA	5
VII. PRODUCTO.....	6
VIII. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	7
IX. ASPECTO PSICOLÓGICO.....	9
X. ASPECTO DEMOGRÁFICO.....	9
XI. PRECIO.....	9
XII. UBICACIÓN.....	11
XIII. PROMOCIÓN.....	11
XIV. Estrategia de posicionamiento.....	12
XV. BIBLIOGRAFIA	16

I. INTRODUCCIÓN

El consultorio de acupuntura ORIENTALMED nace con el propósito de brindar un servicio dirigida al sector salud con un alto grado de profesionalismo y con carácter humano, enfocado en el bienestar emocional y corporal del paciente, el cual, cuenta con profesionales capacitados y actualizados continuamente en procedimientos de acupuntura, medicina convencional y natural.

La globalización juega un papel importante en el proceso económico, tecnológico, social y cultural, consistente en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países por el que se tiende a unificar sus mercados, sociedades y culturas.

Partimos del concepto de publicidad, la cual, es un conjunto de estrategias de comunicación diseñadas para compartir una solución comercial con un público de posibles consumidores. A través de recursos visuales, sonoros o textuales, la publicidad busca atraer y captar la atención de las audiencias y convencerlas de adquirir un producto o servicio.

Realizamos la estrategia de mercado más idóneas para el posicionamiento de la marca ORIENTALMED y la captación de clientes potenciales, utilizando los diferentes medios de comunicación desde las tradicionales como el medio impreso, la radio y la televisión como las modernas internet, WhatsApp Bisnes, Facebook, Instagram, entre otros.

Integramos los estudios demográficos necesario para encontrar la campaña acertada y escoger los recursos publicitarios y costos económicos idóneas para captar el universo de clientes potenciales.

II. JUSTIFICACIÓN

Nos encontramos con una falta de conocimiento de los procedimientos de la medicina alternativa china y de los beneficios tanto físicos como psicológicos que proporcionan, este proyecto publicitario ayudará a educar al público y a la misma vez captar a ese paciente con necesidad de un profesional en el tema de medicina alternativa, volviéndose el proyecto ORIENTALMED autosostenible.

III. OBJETIVOS

GENERAL

Posicionarse en el mercado como una clinica de servicios de medicina alternativa con calidad y profesionalismo, donde nuestros clientes de todos los segmentos de la población puedan encontrar el tratamiento y medicamento de origen natural que necesita, con una atención personalizada y humana.

IV. MISIÓN

Mejorar el estilo de vida de las personas mediante procedimientos sistemáticos no invasivos y totalmente de origen natural. abarcando todos los segmentos de edad de la población, y ofreciendo tratamientos específicos de su edad.

V. VISIÓN

Seremos una clínica de medicina alternativa natural reconocida por el sentir y servicio humano con calidad y profesionalismo brindado a todos los segmentos de la población y buscan soluciones alternativas a sus dolencias, malestares físicos y emocionales.

VI. ANÁLISIS FODA

Fortalezas.

- A. Posibilidad de crear un consultorio de acupuntura con todos los requisitos de ley.
- B. Ubicación geográfica con gran potencial, con buen acceso, calles asfaltadas, servicios básicos, bancos, universidad, paradas de buses hacia otros municipios.
- C. Bajo costo de operación inicial, establecimiento propio.
- D. Profesionales con conocimiento de procedimientos de medicina alternativa y salud integral.

Oportunidades.

- A. Diversificación en servicios de adicionales a ofrecer.
- B. Ofrecer medicamentos de origen natural utilizados en los procedimientos de acupuntura.
- C. Colaboración con otros profesionales de la salud.
- D. Utilizar las diferentes plataformas sociales para posicionarse en el mercado.

Debilidades.

- A. El poco conocimiento acerca de los tratamientos de acupuntura.
- B. La falta poder adquisitivo de las personas en la mayoría de los segmentos de la población, para adquirir el tratamiento alternativo.
- C. Los centros de acupuntura son regulados por el estado y puede haber una cantidad de los documentos legales para adquirir las licencias necesarias para operar de manera adecuada.

Amenazas.

- A. Competencia desleal, que no tengan los documentos ni licencias de operaciones.
- B. El desempleo en aumento, disminuye el número de clientes potenciales.
- C. La creciente inflación aumenta los costos operativos y por ende los precios.

VII. PRODUCTO

¿Qué es la acupuntura?

La acupuntura consiste en la inserción de agujas muy finas en la piel en puntos estratégicos del cuerpo.

La Medicina China Tradicional explica la acupuntura como una técnica para equilibrar el flujo de energía o fuerza vital, conocida como «chi» o «qi», que se cree que fluye a través de canales (meridianos) en el cuerpo. Al insertar agujas en puntos específicos en estos meridianos, los acupunturistas consideran que el flujo de energía se reequilibra.

La acupuntura se ha utilizado para tratar los siguientes síntomas:

Dolor, Náuseas y vómitos, Fatiga, Boca seca, Estreñimiento, Daño nervioso (neuropatía periférica), Problemas musculoesqueléticos, Problemas para dormir, Ansiedad.

La moxibustión utiliza el calor y las propiedades curativas de la artemisa con el objetivo de reequilibrar el estado de salud en general y mejorar trastornos como la artrosis, problemas musculares de carácter crónico o la debilidad y falta de energía. También está indicado en el tratamiento de procesos degenerativos, circulatorios, infartos, etc.

La auriculopuntura, también encuadrada en la medicina tradicional asiática, tiene su aplicación principal en el tratamiento de adicciones y dolores a través de la estimulación de los puntos de acupuntura existentes en la oreja.

Se emplea en cefaleas, neuralgias, tabaquismo, afecciones mentales de tipo neurológico, rinitis alérgica entre muchas otras dolencias.

La digitopuntura consiste en presionar con la punta de los pulgares en los mismos puntos que trata la acupuntura y está indicada para regular el funcionamiento adecuado de los órganos, relajar el sistema nervioso y mejorar el estado de ánimo del paciente.

Adolescentes y jóvenes

La acupuntura para adolescentes tiene diferentes beneficios. Primero, puede apoyar el crecimiento fisiológico del adolescente y ayudar a tratar diferentes síntomas específicos de esta etapa como pueden ser: aparición de acné cambios del estado anímico.

Adultos mayores

La acupuntura ha demostrado ser alternativa terapéutica para tratar diversas dolencias relacionadas con el envejecimiento. La mayoría de los pacientes de 70 a 90 años que recibimos vienen por problemas de artrosis, dolor lumbar, poco apetito, Parkinson o alzhéimer, entre otras enfermedades.

VIII. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro servicio está dirigido a hombre y mujeres, adolescentes, jóvenes, adultos y tercera edad con padecimientos crónicos y pacientes eventuales no diagnosticados como crónicos.

Las edades oscilan entre los 12 años hasta un promedio de 85 años.

Segmento económico de la población clase media baja, clase media alta.

Que segmento de la población no podremos ofrecer nuestro servicio.

Embarazadas:

No se puede aplicar en las mujeres embarazadas ningún tipo de acupuntura, esto debido a que existen algunos puntos que podrían dañar o acelerar el proceso de nacimiento del bebe.

Personas con marcapasos:

En la acupuntura, como ya lo hemos mencionado anteriormente, se utilizan pequeños toques eléctricos con los cuales se estimulan los puntos. Estos toques eléctricos pueden alterar el funcionamiento normal del marcapaso.

Trastornos hemorrágicos:

Las personas que padecen de algún trastorno como este puede ser bastante perjudicial el hecho de realizarse una sesión de acupuntura tradicional. Esto debido a que estos trastornos hacen que la sangre no coagule, es decir que no cierren las heridas. Por otro lado, se podría aplicar acupuntura láser, ya que este tipo tiene una intervención superficial con los mismos resultados.

IX. ASPECTO PSICOLÓGICO

Las personas buscan método de curación, sea esta la convencional o alternativa, una vez diagnosticadas desean sentir que su cuerpo este saludable, por ser uno de los productos primario que el ser humano necesita, podemos decir que nuestros servicios será una excelente opción para la población.

X. ASPECTO DEMOGRÁFICO

A través de los tiempos las generaciones han heredados algunas recetas de los famosos remedios caseros, los que se pasaban de padres a hijos, de manera que nuestras culturas conocen los beneficios de las plantas, pero al estar en contactos con profesionales en el tema de medicina natural, aprenderían los límites de uso de ellas y particularidades especificas únicas de cada paciente al ser aplicadas. Por ende, no habría complicación en ofrecer un servicio del sector salud en la comunidad.

XI. PRECIO

La cantidad de estrategias que se pueden encontrar en la bibliografía, seguida de múltiples metodologías, están acorde con la complejidad de la fijación del precio. No se puede afirmar cuál estrategia y que método o combinación de estos es el mejor para fijar el precio de un servicio, pero si es necesario evaluar y decantarse por alguna de ellas; dentro de las estrategias se distinguen principalmente 3 tipos:

Fijación de precios basada en los costes. Es la estrategia más cómoda de aplicar; esto es, porque se centra en los datos de coste que tiene la empresa, incrementado por un margen o porcentaje. Este sistema ignora los precios de los competidores, la demanda actual y el valor que los consumidores asignan al producto, además del valor percibido.

Fijación de precios basada en el valor percibido. Ofrecen al consumidor el valor más grande posible. Por valor se entiende, la proporción entre los beneficios que el

consumidor obtiene de un producto y el sacrificio que le representa adquirirlo. El máximo que está dispuesto a pagar el consumidor marca el límite de precio.

Fijación de precios basada en la competencia. A partir de una investigación sobre la competencia, se asigna un precio al producto o servicio tomando como referencia los precios establecidos por las empresas competidoras.

La opción apta para fijar el precio basada en los costes, según lo descrito, esta estrategia añade un sobreprecio al coste del producto o servicio. Para determinar el precio mediante esta estrategia, se deben tener perfectamente identificados los costes fijos (alquiler, servicios, salarios, etc.) y los costes variables (materias primas, consumibles, etc.) que se esperan tener para la demanda prevista. Una vez identificados los costes variables y los costes fijos, se obtiene el coste total de operación. Estableciendo el precio de 300 córdobas cada sesión de acupuntura.

XII. UBICACIÓN

Ubicados en San Marcos, departamento de Carazo, frente a gasolinera UNO, seras atendido con mucha empatía, en un ambiente acogedor y relajante, nos caterizamos por un servicio integral y personalizado, ayudamos a mejorar tu cuerpo y mente.

Presupuestos

Facebook	50.00
Instagram	70.00
WhatsApp	50.00
YouTube	150.00
Impresos	150.00
Total	470.00

XIII. PROMOCIÓN.

Actualmente, el éxito de cualquier empresa o producto está íntimamente relacionado con las estrategias promocionales que usen para impulsarse; independientemente de que se trate de un producto o un servicio, la forma como se dan a conocer es vital para el éxito o fracaso, y en el caso del nuevo centro de acupuntura, no será la excepción.

XIV. Estrategia de posicionamiento.

Relaciones públicas: haremos presencia en diferentes eventos deportivos, políticos, religiosos, zonas francas, con el objetivo de crear lazos de simbiosis para que podamos ofrecer nuestros servicios con la intención de mejorar la calidad de vida y el desempeño de sus colaboradores.

Medios impresos: volantes, tarjetas de presentación, con la información necesaria del consultorio:

- Nombre de la empresa, Servicios que ofrece, dirección y contacto.

Tipo de anuncio: Imagen

Descripción del anuncio: Una imagen personalizada de nuestro equipo de diseño, con una foto y El equipo de redacción producirá el texto complementario.

Cronología: 15 de marzo – 31 de marzo

Presupuesto: 150.000 USD

Plataformas digitales

Facebook

- Posicionamiento de marca. Fácil trasladar la imagen de la empresa al público y mejorar la percepción que tienen estos sobre el sector.
- Posibilidad de segmentar el mercado. Esto ayuda a conseguir una publicidad más efectiva y dirigida al nicho de mercado sobre el que se desea incurrir.
- Excelente canal de comunicación en ambos sentidos. Permite presentar la empresa al cliente, facilitando un alcance elevado lo seguramente traiga consigo nuevos clientes al centro y también permite una comunicación cliente-empresa directa, lo que actualmente está muy bien valorado por el consumidor.
- Control estadístico y seguimiento de la publicidad realizada, lo que permite determinar la eficiencia y eficacia de la estrategia publicitaria.

Tipo de anuncio: Imagen

Descripción del anuncio: Una imagen personalizada de nuestro equipo de diseño, con una foto de la interfaz de nuestra página. El equipo de redacción producirá el texto complementario del anuncio y habrá un enlace a la aplicación correspondiente

Cronología: 15 de marzo – 31 de marzo

Presupuesto: 50.00 USD

• Instagram

Al igual que Facebook, ayuda al posicionamiento de la marca, con unas características y ventajas similares. Incluso, la publicidad del consultorio de acupuntura haga en una de las plataformas, se puede ver directamente reflejada en la otra si así está configurado por el usuario.

Tipo de anuncio: Imagen

Descripción del anuncio: Una imagen personalizada de nuestro equipo de diseño, con una foto de la interfaz de nuestra página. El equipo de redacción producirá el texto complementario del anuncio y habrá un enlace a la aplicación correspondiente

Cronología: 15 de marzo – 31 de marzo

Presupuesto: 70.00 USD

• WhatsApp Bussines

Es una aplicación de descarga gratuita disponible en Android y iPhone. Fue desarrollada especialmente para pequeñas y medianas empresas. WhatsApp Business facilita las interacciones con los clientes, ya que ofrece herramientas para automatizar, organizar y responder rápidamente a los mensajes.

Tipo de anuncio: Imagen catalogo

Descripción del anuncio: Una imagen personalizada de nuestro equipo de diseño, con una foto de la interfaz de nuestra página. El equipo de redacción producirá el texto complementario del anuncio y habrá un enlace a la aplicación correspondiente

Cronología: 15 de marzo – 31 de marzo

Presupuesto: 50.00 USD

• YouTube

Se trata de la segunda red social con más usuarios a nivel mundial la cual permite a sus usuarios subir videos para que otros puedan consumirlo en cualquier momento y de manera online, así como hacer presentaciones en directo, como las charlas formativas que se detallarán más adelante; de igual forma, se podrá usar para compartir a la experiencia de otros usuarios e incluso como canal de formación sobre un estilo de vida saludable basado en la MTC.

- **Tipo de anuncio: Video**

- Descripción del anuncio: Un anuncio de 15 segundos previo a un video. El video del anuncio será un análisis animado de nuestra oferta de servicio con un enlace a la aplicación correspondiente de contacto

- **Cronología: 15 de marzo – 31 de marzo 2024**

- **Presupuesto: 150.00 USD**

Charlas formativas

Analizando el estudio de mercado, especialmente la pregunta de libre opinión se concluye que enseñar e informar al cliente potencial de lo que se hace y de cómo se hace, así como de los beneficios que tiene la MTC y la acupuntura, ayuda a mejorar la percepción actual sobre estas metodologías de tratamiento.

En la actualidad, el principal problema no es la efectividad de dichas terapias, las cuales cuentan cientos de años de uso que las avalan, sino la desinformación, o a la mala información que se distribuye a los posibles usuarios.

Se decide entonces, crear eventos, charlas o conferencias, que permitan exponer a los interesados, a través de un experto en la materia, lo que pueden esperar al recibir un tratamiento mediante métodos chinos y/o acupuntura.

Descuentos

Muchas personas que se someten a tratamientos alternativos o que tienen intención de hacerlo suelen acceder a estos servicios a través de recomendaciones o puntuaciones y valoraciones en los buscadores de internet. Es lógico, que las valoraciones y las recomendaciones a los clientes potenciales no se produzcan hasta que se obtenga una cartera de clientes suficientemente amplia que ayude al nuevo consultorio de acupuntura a promover sus servicios.

No hay ningún medio publicitario que permita realizar la acciones de recomendar de primera mano un servicio y es por eso, que se debe buscar la forma de captar a los primeros clientes con ofertas interesantes, las cuales son fáciles de hacer llegar a los usuarios a través de canales habituales, que es con los que se pretende trabajar.

Los descuentos, usados de manera estratégica y en los momentos idóneos, pueden ser una herramienta de gran ayuda en los primeros meses de funcionamiento y acupuntura hasta que, con un trabajo de calidad, se consiga una divulgación boca-oreja efectiva y beneficiosa para la empresa.

xv. BIBLIOGRAFIA

Durango, A. (2014). Mercadotecnia en los medios sociales. [s.n.].

Kotler, P., Merino Sanz, M. J., Pintado Blanco, T., Cañizal, A., Juan, J. M., & Armstrong, G. (2011). Introducción al marketing. (3a. ed.). Prentice Educación.

PencilSpeech. (enero 25, 2019). Costos de publicidad en Internet (2023): PencilSpeech.Google y redes sociales. <https://pencilspeech.com/publicidad-en-internet/>.