

PLAN ESTRATÉGICO

Medita México
2020 - 2026



MEDITA MÉXICO A.C.
BY SYNCRO



MEDITA MÉXICO A.C.
BY SYNCRO

¿QUIÉNES SOMOS?

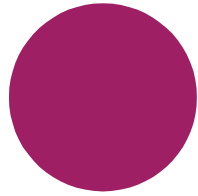
Somos una organización inclusiva, sin fines de lucro que ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas a través de la meditación moderna y técnicas de balance. Guiamos a los individuos en el proceso del despertar de la consciencia.

¿QUÉ HACEMOS?

Creamos programas con técnicas de balance modernas para alcanzar diferentes sectores de la población generando bienestar.

Logrando un balance y por ende una optima utilización de las capacidades mentales, emocionales, espirituales y físicas.





MISIÓN

Conectar con el amor para despertar la consciencia y apoyar la evolución del planeta



VISIÓN

Ser la organización líder en la transformación del potencial interno de los individuos, a través de programas y tecnologías especializadas, que impulsen el desarrollo de la consciencia

PORTAFOLIO DE SOLUCIONES

¿Cuáles son los pilares que nos sostienen actualmente?

PROGRAMA PARA ESCUELAS, EMPRESAS Y HOSPITALES

- Lifefulness Kids y Teens Lifefulness Health
- WAW – Plataforma Digital para empresas .
- APP para soportar estos programas

ESTOS PROGRAMAS CONTIENEN COACHING Y MEDITACIÓN

- The Work
- Recognitions Program, Core dynamics
- Synchronicity HTM , Alpha , Theta
- Meditaciones guiadas con facilitadores y en redes sociales
- Métodos de cuestionamiento para romper limitaciones
- Videos

LA DIFUSIÓN DE NUESTROS PROGRAMAS DIGITALES

- Redes sociales
- Videos y audios con meditaciones guiadas
- Sesiones presenciales, por plataformas de multi comunicación digital
- Radio



INCUBACIÓN

Lifefulness Parents
Nuevo audios musicales
Video curso de meditación
Centros holísticos
Nuevo programa Fred K
Lifefulness Community
Lifeullness Environment
Programa de formación y
capacitación (interno y
externo)
Amigos MM
Bazares virtuales
Inner Engineering (Coaching)
Libro

Meditación

Donaciones
Instrumentos musicales
En radio
Nuevas figuras

Alimentación

Mindful eating programas en
línea

Ejercicio

BodySound Chair
Anahata Yoga
Entrenadores en línea

Sueño y/o descanso

Elf Emmit
The Tree of Life, Fox News
Trenex
Virtual Reality
Om Turnere

DESARROLLO

APP
Programa de voluntariados
Inner Engineering (Coaching)
Conscious Business (Coaching)
Lifefulness Works

Meditación

En línea , grabadas o en vivo,
En empresas, escuelas

Alimentación

Balancear las 3
dimensiones
Corrientes modernas
Investigación
Superfoods –vinculación
con Orgánica y saludable

Ejercicio

Floating Technology
Five Rhythms

CRECIMIENTO

Programas escuelas y
hospitales

Lifunes kids

Programa de web ..
Conscientes



MEDITA MÉXICO A.C.
BY SYNCRO

FODA

F

- Técnicas innovadoras que funcionan a nivel físico, mental y emocional.
- Redes sociales efectivas para comunicar sin uso de grandes recursos
- Sistema holístico con bases científicas, programas estructurados de fácil implementation
- Mejor tecnología de meditación
- Marca reconocida después de 10 años.
- Programas que funcionan y gustan (reconocidos), generalmente repiten
- Un fundador comprometido con seguir las enseñanzas de modelo de la vida holística
- Buena negociación con Fundación Synchronicity USA
- Buena cerradora de clientes
- Buenos contactos en el mundo holístico
- Ser la responsabilidad social del grupo
- No tener competencia directa
- Equipo comprometido, apasionado, convencido
- Tenemos donador que nos proporciona ciertos servicios
- Ventas de mandalas en línea

O

- Mercado wellness está tomando fuerza
- El gobierno y los particulares están tomando conciencia de la importancia de la salud mental desde edad temprana
- NOM 35
- Mercado amplio (gran número de usuarios potenciales)
- Incremento en bullying, suicidios, enfermedades mentales, violencia intrafamiliar, etc que pueden ser prevenidos
- Posibilidad de internacionalizarnos en 2020-2026
- Crecimiento del mundo digital
- Popularidad de las vías remotas/digitales, uso de redes sociales
- Aumento de personas capacitadas en meditación con interés por voluntariarse
- Deducción de impuestos
- Situación del covid y de trabajo en línea da oportunidades nuevas
- Aprovechar el nombre “Medita México”
- Nuevo equipo renovado: tener actividades puntuales y dar seguimiento al plan estratégico
- Automatización de procesos (manuales para hacer programas nuevos, tener usuarios para los voluntarios, etc)
- Uso de estudios científicos de otros
- Desarrollar testimoniales y nuestro soporte científico
- Mercado en Desarrollo con competidores poco profesionales
- Generar nuestra propia tecnología de ingeniería reversible o contratar un ing en sonido

FODA

D

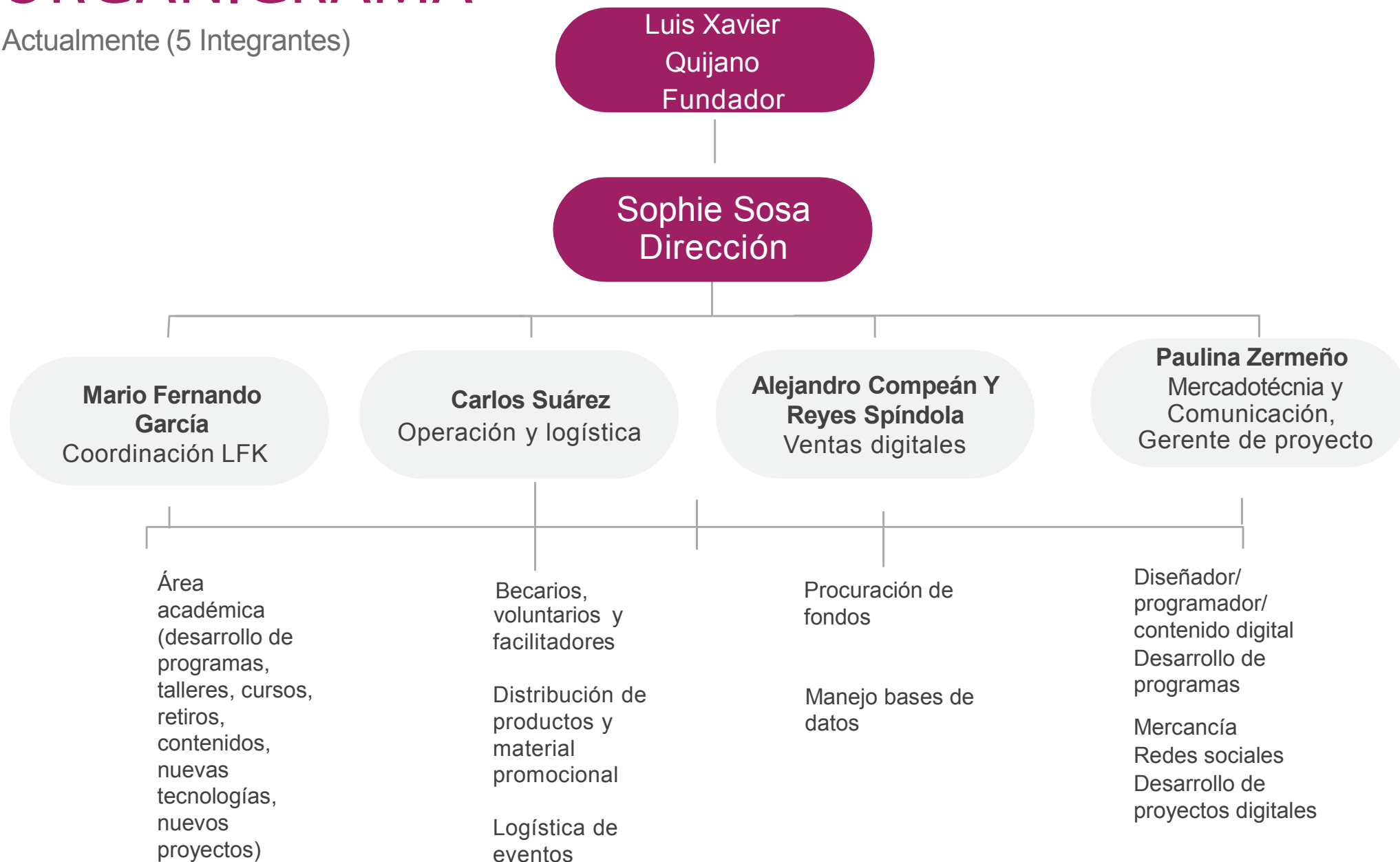
- Falta de estrategia de recaudación de fondos para tener donadores constantes y comprometidos
- Falta de recursos económicos y humanos
- Falta de un plan estratégico y seguimiento puntal
- Donante que nos apoya con ciertos servicios, no puede cubrir todas nuestras necesidades
- Los recursos no son suficientes para cubrir necesidades procesos, apoyos administrativos y RH
- Posiciones de alta rotación, falta de retención
- No existe capacidad para desarrollar ciertos programas
- Estamos en etapa de desarrollo y crecimiento
- Programa de voluntarios sin plan de carrera, no hay seguimiento, continuidad, retención, motivación. Falta adecuar el voluntariado al plan en línea
- Falta de un patronato fuerte
- No tenemos soporte científico propios

A

- Mercado asociado con el esoterismo y culto
- Dependemos de las personas
- No habrá nueva tecnología en el corto plazo
- Perder al gran donador Dragon
- Dejar pasar la oportunidad del Covid
- Deducción de impuestos
- Gente que trata de copiar el modelo
- Inestabilidad en economía mexicana
- Si entramos a programas de gobierno: el panorama político (recorte presupuestos, etc)
- Pandemia

ORGANIGRAMA

Actualmente (5 Integrantes)



OPERACIONES

Actualmente operamos con \$2,044.882 anuales

¿QUÉ DEBEMOS INCLUIR EN LA OPERACIÓN 2020-2026?

Producción (conferencias, programas, retiros, meditaciones, videos , audios y todo lo que podamos tener en línea)

Publicidad y medios

Capacitaciones y vies, captar retiros , como tener más sinergia con Synchro tecnología para capitalizar el billete.

MERCADO

¿Quién es nuestro mercado?

- Escuelas y universidades (directores, docentes, alumnos, asociaciones de padres de familia y padres de familia)
- Padres de familia independientes
- Personas en general interesados en la meditación
- Empresas (directores, RH, formadores de cultura organizacional, colaboradores)
- Otras ONG y Fundaciones
- Hospitales y centros de salud y wellness

TARGET *FIRST END*

- Donatarios y personas de poder adquisitivo, comprometidos e identificados con la causa
- Beneficiarios y directores de escuelas y hospitales de todos los niveles
- Empresarios preocupados por sus empleados
- Directores y coordinadores de RH
- Gobierno y sector educativo

TARGET *FINAL END*

- Alumnos de todos los grados escolares y universitarios, posgrados y diplomados
- Padres de familia y maestros
- Empresarios, clientes y colaboradores
- Personas en tratamiento médico y sus familiares
- Personal médico
- Comunidades vulnerables



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1

FORTALECER NUESTROS CANALES

Fortalecer los canales
presenciales y digitales

2

EXPLOTAR EL MERCADO

Plan de mercadeo y
comercialización de
nuestros productos que
nos permita generar
recursos.

3

OBTENCIÓN DE FONDOS

Fortalecer la
capacidad de
recaudar fondos.

4

FORMACIÓN Y GENERACIÓN DE CONTENIDO

Desarrollar
entrenadores y
contenido de
alta calidad.

5

INNOVACIÓN Y ACTUALIZACIÓN

Diseño y
generación de
contenidos de toda
índole en tiempos
oportunos.



¿CÓMO LE VAMOS A HACER?

a) POSICIONARNOS

1. Campañas de comunicación:

- a) Ser claros y accesibles con nuestra información (página web), que la gente sepa qué hacemos, a qué nos dedicamos?
 - b) Utilizar a líderes en el mercado de tecnología avanzada
 - c) Crear nuestros propios voceros y influenciadores
 - d) Alianza con talentos (Cemefi y gente que nos ayude a obtener recursos internacionales, etc)
 - e) Crear una campaña efectiva en la radio
 - f) Buscar colaboradores de alto impacto que nos ayuden a darnos a conocer, medios impresos, radio , televisión , medios digitales.
 - g) Crear Mensajes inspiradores y conmovedores que enganchen
- ### 2. Ofrecer productos/ catálogo con tecnología, replicables a costos bajos, todo digital
- ### 3. Utilizar LFK como ejemplo de lo qué podemos hacer, consolidándolo y aumentando su rango de acción



¿CÓMO LE VAMOS A HACER?

b) SOBRE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Liderazgo en la organización y en los equipos
2. Liderazgo en el mercado new fashion: tecnología
3. Lograr autosuficiencia financiera con una campaña de recaudadores consolidando donadores de alto impacto y comprometidos. Esto para poder cumplir con nuestra misión y/o visión. Impulsar y desarrollar el programa de donaciones.
Formar contenidos digitales y voluntarios facilitadores que los puedan aplicar
Formar patronato y Consejeros honorarios
3. Excelencia y renovación constante
4. Lugar donde vamos a necesitar un espacio para tener lo óptimo.



¿CÓMO LOGRAR LA AUTOSUFICIENCIA?

Punto importante:

¿Cómo lograr la AUTOSUFICIENCIA?

- Tener mas Donativos
- Crear alianzas
- Proyectos grupales
- Desarrollar a los facilitadores de primer nivel para atacar empresas
- APP
- Desarrollar sonidos nuevos usando la tecnología de Synchronicity
- Desarrollar nueva tecnología para superar la de Synchronicity

FUNDRAISING

RETIROS / programas

- Lifefullness Camps
- Moms Retreat
- Meditation Retreats
- Hacer alianzas en los campamentos de los niños y padres
- Ser parte de los programas integración en las empresas

01

PRODUCTOS

- APP
- Contenidos en audios y videos

02

SPEAKERS

- Fred Kofman
- Kia Scherr
- Nuevos en catalogo (mayor visibilidad)

03

APPS

04

GALA

- Hacer noches de GALA con Subastas
- Cena con costo (utilizar alianzas con Paola Garduño y Eduardo Palazuelos)
- Encuentro de meditación virtual (fecha diciembre)

05

VOLUNTARIADO

- CBC
- Coactive Coaching
- Om Yoga

06

CONCURSOS Y RECURSOS DEL GOBIERNO

- Buscar a otras fundaciones para que nos donen
- Buscar acceder a fondos internacionales

07

FONDOS EUA

- Realizar una campaña para damos a conocer en USA

08

MEDITACIÓN

- Presenciales en ciudades., asociados con algún medio de comunicación
- Pasar a formatos digitales

09

NETWORKING

- Conference calls
- Blogs
- Wisdom 2.0
- Otras ONG
- Sector publico
- Directores de empresas
- Presidencia de la Republica

10

ESTRATEGIA 1: “CALIDAD Y CANTIDAD DE CONTENIDO EN REDES”

Aumentar la calidad de contenido en redes sociales.

a) Instagram, Twitter y Facebook: calendario de contenido interactivo, con información valiosa y útil para la audiencia

Dirigir la comunicación y el mensaje alineado a la misión de Medita México, es decir, comunicar:

- Beneficios de la meditación
- Herramientas de meditación
- Programas de Lifefulness y WAW
- Testimoniales
- Gratitud a las escuelas y empresas patrocinadoras/donadoras
- Inspiración para elevar la conciencia (frases, tips, datos curiosos)

Extender la invitación a:

- Contratar nuestros servicios y llevar los programas a sus escuelas, empresas y comunidades, siendo parte de su responsabilidad social.
- No dejar de meditar
- Donar, patrocinar escuelas, comunidades, eventos,
- Volverse recaudador , voluntario , vocero , influenciador, imagen

b) YouTube: se requiere una estrategia construida y clara , Compartir con frecuencia meditaciones, cuentos, videos testimoniales, videos de eventos, etc.

CALENDARIO DE CONTENIDO

	Temática	Tipo	Horario
Lunes	Sobre MM, videos evidencia	IGTV + STORY	7:00am
Martes	Frase + Meditación YT	Post + IGTV	7:00am
Miércoles	Meditatips + Aire libre	Post + Story	7:00am
Jueves	Meditación YT	Post + Story	7:00am
Viernes	Gurus/Meditadores famosos	Story + Post	7:00am
Sábado	Post Visual	Post	7:00am
Domingo	Quizz/Challenge	Sotry	7:00am

Ejemplo:

	13 L	14 Ma	15 Mi	16 J	17 V	18 S	19 D
Temática	Lunchbreak	Frase	Meditatips & Aire libre	Meditación YT	Gurús famosos	Post Visual	Quizz/Challenge
Vista				<p>Día 6 Meditación Alexandra</p>			

ESTRATEGIA 2: “CAMPAÑA CON INFLUENCERS”

Crear y ejecutar un campaña de intercambio con 9 influencers de gama alta y baja, con perfil y perfil de seguidores similares al de Medita México. Los influencers deberán abarcar segmentos diferentes (millennials, padres de familia, yoguis, etc.) para enriquecer los resultados y atacar todos los targets posibles.

Influencers de *alta* gama:

1. Regina Marco (92k seguidores)
2. Sofía Alva (36k seguidores)
3. Carla Medina (189k seguidores)
4. Kalinda Kano (142k seguidores)

Dinámica:

Enviar Kit al influencer, esperando que como intercambio nos mencione en sus redes sociales. En el Kit viene impreso un mensaje y Código QR con el cual podrán descargar 2 High Tech Meditations.

"Te invitamos a probar los audios de HTM, comprobar sus beneficios y compartirlos con tu comunidad con el objetivo de crear awareness sobre @syncro_mx y su misión con @medita_mexico"

Influencers de *baja* gama:

1. Danny Cataño (23k seguidores)
2. Daniel Ferraez (12k seguidores)
3. Durga Stef (24k seguidores)
4. Mar del Cerro (36k seguidores)
5. Julio Diez Testa (11k seguidores)

Dinámica:

Contactar al influencer con la propuesta de patrocinar una clase de yoga o meditación con audio HTM que se quede guardada en IGTV y mencionando las redes sociales de Medita México de forma gratuita en apoyo a la fundación Medita México. Se le enviará un kit como agradecimiento y que le ayudará a dar la clase. En el Kit viene impreso un mensaje y Código QR con el cual podrán descargar 2 HTM

"Te invitamos a probar los audios de HTM, comprobar sus beneficios y compartirlos con tu comunidad con el objetivo de crear awareness sobre @syncro_mx y su misión con @medita_mexico"

Kit:

- Presentación de Medita México
- Productos de Orgánica y Saludable: Golden Milk, Golden Milk latte y Obleas.
- Inciensos, velas, jabones, libros de mandalas del inventario brandeado de Medita México
- Código QR o wetransfer con un par de audios de HTM

ESTRATEGIA 3: “ACTUALIZACIÓN DE BASE DE DATOS”

- Revisar base de datos de empresa, escuelas, hospitales, seguidores y clientes que ya han ido a programas, contacto de empresas con quién colaborar, medios, etc. (ejemplo: programas de radio, revistas...)
- Expandir la base de datos. Buscar los contactos de las empresas utilizando LinkedIn, navegador y redes sociales
- Programas de Radio (concursos) para incentivar que entren a la pagina
- Giveaways en redes sociales

ESTRATEGIA 4: “MEDITACIÓN EN VERANO”

Contactar nuestra base de datos de escuelas y...

- a. Si se trata de una escuela que ya ha contratado nuestros programas:
Oferta: Seguir dándole a su comunidad escolar sesiones de meditación a distancia (pre gravadas) para que no dejen de meditar incluso en vacaciones. Si es necesario, negociar 1 sesión gratis, para que puedan probar los maestros y padres de familia la dinámica extraescolar.
Next steps: ofrecer programas de Lifefullness para el siguiente año escolar y pedir donaciones.
- a. Si se trata de una escuela que nunca ha contratado nuestros programas:
Presentarnos: Material- presentación de Medita México PDF
Oferta: Regalarles 1 sesión para que su comunidad disfrute y se introduzca a las meditaciones de MM y nos conozca y se enganche para contratar sesiones de meditación para el resto del verano.
Next steps: ofrecer programas de Lifefullness para el siguiente año escolar



ESTRATEGIA 5: “MEDITACIÓN DE GANCHO”

1. Presentarnos con las empresas que nunca hemos contactado con un breve mailing, adjuntando Presentación de MM y Presentación de WAW
2. En el mismo primer mail, ofrecer regalarles 1 sesión de meditación para que sus colaboradores prueben, disfruten, se introduzca a las meditaciones de MM y se enganchen para contratar el programa WAW.
3. Enviar propuesta y dar seguimiento por medio de llamadas y programando citas.

ESTRATEGIA 6: “SPEAKERS”

1. Subir a nuestras redes y página web el catálogo de speakers, etiquetando las cuentas de los speakers.
2. Hacer invitación a través de redes sociales, a llevar estos speakers a empresas y escuelas para informar y beneficiar a su comunidad y colaboradores.
3. Contactar nuestra base de datos de escuelas privadas y empresas para ofrecerles las pláticas de nuestros speakers y dar seguimiento a su solicitud. Compartirles el catálogo completo de nuestros speakers. En caso de ser una empresa con la que nunca se haya colaborado, primero presentarnos y mandar presentación de MM PDF y dar seguimiento



ESTRATEGIA 7:

“CO-BRANDING”

Dado a que las activaciones serán complicadas por temas de contingencia, la colaboración con otras marcas deberá ser digital y enfocada a redes sociales.



Sendero: Lanzar meditación online junto con Sendero 50-50% de las ganancias, uniendo comunidades, utilizando recursos mutuos para impartir una sesión de meditación a través de zoom la cantidad de veces posibles. senderomx.com/ sendero.stc.mx@gmail.com @sender.stc



Hotbook: Meter productos de Syncro Foods, libros de mandalas, churritos con causa, retiros, talleres, etc. al Hotbook Bazar. Buscar que publiquen artículos sobre MM en su revista y plataformas.



Contactar a Wanderlust, Bienfest, etc para conocer su calendario de eventos y a partir de eso crear propuestas.

ESTRATEGIA 8:

“LIBRO DE MANDALAS”

Promocionar los libros de mandalas de Medita México a través de redes sociales con:

- Intercambio con influencers (Kalinda Kano, Regina Marco, Melissa de Heane porque son mamás influecers de gama atla con perfiles altruistas)
- Sacar una 2 edición junto con Distroller para recaudar fondos en un target de nivel socioeconómico más alto
- Giveaways
- Posts y contenidos interactivos en redes sociales, por ejemplo:
- Mercaditos digitales y comunidades de Facebook (Lady multitask)

ESTRATEGIA 9: “CHURRITOS CON CAUSA”

1. Crear etiqueta de Medita México con mensaje “Con este producto estás ayudando a que muchas escuelas, hospitales y comunidades tengan acceso a...”
2. Agregársela a los churritos de Syncro Foods
3. Vender churritos con causa a través:
 - Plataformas
 - Mercaditos digitales (Hotbook Bazar)
 - De ser posible y una vez, las escuelas regresen a clases presenciales con normalidad, llevar los churritos a las cafeterías escolares o hacer una convocatoria/concurso entre salones para que vendan churritos con causa, aquel que recaude más se llevará algún premio.



ESTRATEGIA 10: “APALANCAMIENTO CON EMPRESAS HERMANAS”



Aire libre:

Solicitar constante mención y promoción de las meditaciones que transmiten de Medita México en sus redes sociales.



Orgánica y Saludable:

Utilizar recursos para colaborar de tal forma en que sume y beneficie a ambos, por ejemplo: incluir productos en los intercambios con influencers, vender sus churritos con un sello de Medita México y a un precio ligeramente mayor para obtener fondos.



SUNWARRIOR®

Sunwarrior:

Hacer una meditación live de empoderamiento entre Medita México y Sunwarrior con el objetivo de tener mayor exposición y awareness en otros segmentos y comunidades.

ESTRATEGIA 11: “AGRADECIMIENTO”

- Crear video de agradecimiento a las escuelas por habernos permitido trabajar con ellos en el ciclo escolar correspondiente
- Crear contenidos de redes sociales en los cuales se les agradezca a las escuelas por habernos permitido trabajar con ellos en el ciclo escolar correspondiente
- AIRE LIBRE transmitirá clips al final de las meditaciones con agradecimientos y testimonios de escuelas, empresas, etc.

PRESUPUESTO ESTRATEGIAS

Estrategia	Nombre	Costos			Comentarios	
			Costo Unitario	Costo por estrategia		
1	Calidad y cantidad de contenido en redes sociales	Manejo de redes	\$ -	\$ -		
		Uso de redes	\$ -	\$ 30.00		
		Creacion de diseños	\$ -	\$ 40.00		
		Calendarización	\$ -	\$ 45.00		
					\$ 115.00	
2	Campaña con Influencers	9 Caja de incienzo brandeado	\$ 30.00	\$ 270.00	Inventario de MM	
		4 Tabla de incienzos brandeado	\$ 10.00	\$ 40.00	Inventario de MM	
		18 Jabón brandeado	\$ 5.00	\$ 90.00	Inventario de MM	
		2 Libro de Mandalas Medita México	\$ 28.31	\$ 56.62	Inventario de MM	
		5 Taza brandeado	\$ 20.00	\$ 100.00	Inventario de MM	
		12 Vela Love & Light brandeado	\$ 279.30	\$ 3,351.60		
		9 Golden Milk Orgánica y Saludable	\$ 125.00	\$ 1,125.00	Inventario de Organica y Saludable	
		9 Golden Milk Latte Orgánica y Saludable	\$ 230.00	\$ 2,070.00	Inventario de Organica y Saludable	
		18 Obleas Oránica y Saludable	\$ 30.10	\$ 541.71	Inventario de Organica y Saludable	
		1 Envío a Valle de Bravo	\$ 200.00	\$ 200.00	Cotización con FedEx	
		1 Envío a Playa del Carmen	\$ 300.00	\$ 300.00	Cotización con FedEx	
		7 Envíos a CDMX	\$ -	\$ -	Uso de choferes internos	
					\$ 8,144.93	
3	Actualización base de datos		\$ -	Labor de todos en MM		
4	Meditación en verano		\$ -	Ya tenemos varias meditaciones grabadas		
5	Meditación de gancho		\$ -	Ya tenemos varias meditaciones grabadas		
6	Speakers	Difusión	\$ -			
		Ganancia del Speaker	40% de los ingresos	Variable	Varía dependiendo del Speaker	
7	Co-branding			Variable	Varía dependiendo del evento	
8	Libro de mandalas	Costo del libro				
		Distribución	\$80 de envío			
9	Churritos con causa	Costo del producto				
		Diseño de estampa	\$ -			
		Distribución	\$80 de envío			
10	Apalancamiento con empresas hermanas		\$ -			
11	Agradecimiento	Creación del video	\$ -			
		Difusión	\$ -			
			\$ -			
12	Talleres	Facebook Ads	\$ 200.00			
		Ganancia del Tallerista	40% de las ganancias			
		Zoom	\$ -			
		Materiales	\$ -			
				Variable		

PLAN ESTRATÉGICO

Medita México
2020 - 2026



MEDITA MÉXICO A.C.
BY SYNCRO