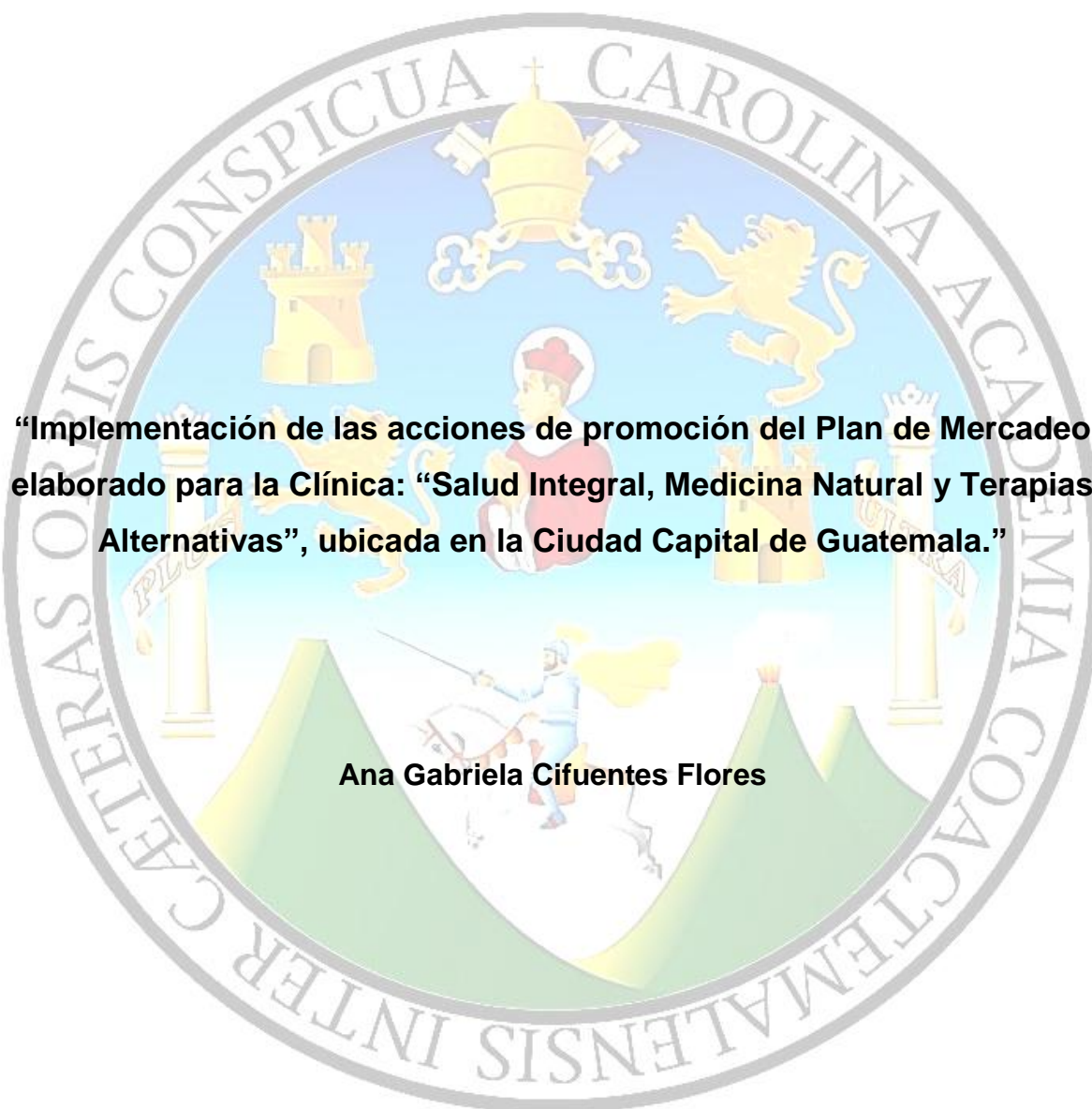


**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA**



“Implementación de las acciones de promoción del Plan de Mercadeo elaborado para la Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas”, ubicada en la Ciudad Capital de Guatemala.”

Ana Gabriela Cifuentes Flores

Maestría en Administración Industrial y de Empresas de Servicios

Guatemala, julio de 2017

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA



Para optar al grado de Maestra en Artes
Maestría en Administración Industrial y de Empresas de Servicios

Guatemala, julio de 2017

JUNTA DIRECTIVA

FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA

Dr. Rubén Dariel Velásquez Miranda	DECANO
MA. Elsa Julieta Salazar de Ariza	SECRETARIA
MSc. Miriam Carolina Guzmán Quilo	VOCAL I
Dr. Juan Francisco Pérez Sabino	VOCAL II
Lic. Carlos Manuel Maldonado Aguilera	VOCAL III
BR. Michael Javier Mó Leal	VOCAL IV
BR. Blanqui Eunice Flores De León	VOCAL V

CONSEJO ACADÉMICO

ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

Rubén Dariel Velásquez Miranda, Ph.D.

María Ernestina Ardón Quezada, MSc.

Jorge Mario Gómez Castillo, MSc.

Clara Aurora García González, MA.

José Estuardo López Coronado, MA.

DEDICATORIA

Acto que dedico a:

DIOS

Porque me ha permitido sentir su Amor incondicional en mi vida cada día.

Mis padres, Diego y Ana María,

Que con su esfuerzo y cariño me prepararon para enfrentar mi camino abriendo mis alas
para realizarme en esta vida.

Victoria Ponce

Por su apoyo incondicional y motivarme a cumplir esta meta.

Mis hermanas Karen y Andrea, Sobrinos Fernanda y Cristian,

Por estar presentes en este proceso importante de mi vida

AGRADECIMIENTOS

A DIOS	Por su infinita misericordia, sabiduría y su Amor Incondicional
A MIS PADRES	Diego Cifuentes, Ana María de Cifuentes, Por su amor, enseñanza y apoyo.
A VICTORIA PONCE	Por su apoyo incondicional e incentivo para seguir adelante.
A MIS HERMANAS Y SOBRINOS	Por su cariño y apoyo.
A LA CLÍNICA SALUD INTEGRAL	Por abrirme sus puertas para realizar el presente trabajo.
A MIS COMPAÑEROS DE TRABAJO	Por su apoyo y cariño
A MIS AMIGOS	Por estar al pendiente y brindarme su amistad.
A LA USAC	Por ser mi casa de estudios que me abre camino al aprendizaje.
A MIS CATEDRATICOS	Por su enseñanza, conocimiento compartido en este caminar.

RESUMEN

La Clínica Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas, está dedicada a la prevención y a la recuperación de la salud física, emocional, mental y espiritual; por ello es importante prestar un servicio de calidad y mejoramiento continuo, para brindar a los pacientes una atención satisfactoria, que permita la fidelidad y crecimiento de la cartera de clientes, que dé además, como resultado un aumento en las utilidades.

El objetivo principal del presente trabajo fue elaborar un plan de mercadeo para la Clínica Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas.

En la actualidad, la Clínica de Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas brinda sus servicios en el área de la zona 11 de la ciudad capital de Guatemala, cuenta con una pequeña cartera de clientes usuarios de los diferentes servicios. Se desea la ampliación de la Clínica, captar más clientes y lograr que deje de ser una pequeña empresa, con la visión de instalar sucursales y ampliar la gama de servicios.

El proceso de elaboración del plan de mercadeo se inició con el diagnóstico de la clínica y, paralelamente, se fueron implementando acciones de promoción, como la renovación de la página Web, entre otras.

La herramienta utilizada para conocer la opinión de los pacientes actuales fue la encuesta, la cual incluyó preguntas de opción múltiple; esta actividad se llevó a cabo en un periodo de tiempo de cuatro semanas. El diagnóstico situacional evidenció la necesidad de utilizar un eslogan mediante el cual los clientes identifiquen a la clínica y se transmita por diferentes medios de mercadeo. La construcción del marco estratégico permitió conocer la política de la empresa que busca crecer y ser reconocida como una de las mejores en su rama. La Misión y Visión indican el propósito de la empresa para lograr la identificación y convivencia con el personal y los pacientes.

La implementación del Plan de Mercadeo en su totalidad, permitirá identificar estrategias que coadyuven a su mejoramiento continuo para aumentar sus utilidades y su cartera de clientes.

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	MARCO TEÓRICO.....	2
	A. Antecedentes.....	2
	1. Clínica de Medicina Natural y Alternativa “Salud Integral”.....	2
	2. La Salud.....	2
	3. La química medicinal	4
	4. La medicina natural	5
	5. Las terapias alternativas	6
	5.1 Acupuntura.....	8
	5.2 ThetaHealing®.....	13
	5.3 Constelaciones Familiares	17
	5.4 Flores de Bach	19
	5.5 PNL.....	24
	5.6 Quiropráctico.....	27
	5.7 Mesoterapia	29
	6. Mercadeo.....	31
	6.1 Las 4P’s del mercadeo.....	32
	6.1.1 Producto.....	32
	6.1.2 Precio.....	33
	6.1.3 Plaza.....	33
	6.1.4 Promoción.....	34
	6.2 Las 4C’s del mercadeo.....	34
	6.2.1 Cliente o Consumidor.....	35
	6.2.2 Costo.....	36
	6.2.3 Convivencia.....	36
	6.2.4 Comunicación.....	36
	7. Plan de Mercadeo.....	37
	8. FODA.....	37
	9. Investigación de Mercado.....	38
III.	JUSTIFICACIÓN	39
IV.	OBJETIVO.....	40
V.	METODOLOGÍA.....	41

VI.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	42
VII.	CONCLUSIONES.....	48
VIII.	RECOMENDACIONES.....	49
IX.	BIBLIOGRAFÍA.....	50
X.	ANEXOS.....	54
	Anexo 1 Plan de Mercadeo.....	54
	Anexo 2 Acciones y la evaluación del Plan de Mercadeo.....	54
	Anexo 3 Encuesta, tablas y gráficas.....	54
	Anexo 4 Trifoliar	54

Índice de Figuras

No.1	Salud de la persona.....	3
No.2	Química medicinal.....	4
No.3	Medicina natural.....	5
No.4	Terapias alternativas.....	7
No.5	Acupuntura.....	8
No.6	Colocación de agujas.....	9
No.7	Como actúa la acupuntura.....	11
No.8	Las agujas de acupuntura.....	12
No.9	Terapia de ThetaHealing.....	14
No.10	Fundadora de ThetaHealing.....	16
No.11	Constelaciones familiares.....	18
No.12	Dr. Edward Bach.....	20
No.13	Flores de Bach y su uso.....	22
No.14	Flores de Bach.....	24
No.15	Fundador PNL, John Grinder.....	25
No.16	Proceso PNL.....	26
No.17	Quiropráctico.....	28
No.18	Mesoterapia del dolor.....	30
No.19	4 P's del mercadeo.....	32
No.20	4 C's del mercadeo.....	35

Índice de Diagrama

No.1	Ciclo de vida de un producto.....	33
------	-----------------------------------	----

Anexo3

Tablas

- No.1 Personas que acuden a la clínica Salud Integral por género
- No.2 Personas que acuden a la clínica Salud Integral por rango de edades
- No.3 ¿Cómo se enteró de nuestros servicios?
- No.4 ¿Cómo califica la atención al hacer su cita?
- No.5 ¿Cómo califica los resultados de nuestros servicios?
- No.6 ¿Cómo evalúa el profesionalismo de nuestro terapeuta?
- No.7 ¿Cómo califica las instalaciones de esta clínica?
- No.8 ¿Usted nos recomendaría con sus familiares y amigos?

Gráficas

- No.1 Personas que acuden a la clínica Salud Integral por género
- No.2 Personas que acuden a la clínica Salud Integral por rango de edades
- No.3 ¿Cómo se enteró de nuestros servicios?
- No.4 ¿Cómo califica la atención al hacer su cita?
- No.5 ¿Cómo califica los resultados de nuestros servicios?
- No.6 ¿Cómo evalúa el profesionalismo de nuestro terapeuta?
- No.7 ¿Cómo califica las instalaciones de esta clínica?
- No.8 ¿Usted nos recomendaría con sus familiares y amigos?

I. INTRODUCCIÓN

Se elaboró el plan de mercadeo para la Clínica Salud Integral, Medicina Natural y Alternativa, la cual ofrece servicios para el bienestar de las personas. La salud, según la Organización Mundial de la Salud, OMS, se define como: "El estado de completo bienestar físico, psíquico y social de un individuo y no solo la ausencia de enfermedad".

Por otro lado, la medicina tradicional se utiliza desde hace miles de años, y sus practicantes han contribuido enormemente a la salud humana, en particular como proveedores de atención primaria de salud a nivel de la comunidad. La medicina tradicional ha mantenido su popularidad en todo el mundo, a partir del decenio de 1990 se ha constatado un resurgimiento de su utilización.

La característica principal de la Clínica de Salud Integral, Medicina Natural y Alternativa, es la realización de terapias naturales y alternativas como la acupuntura, quiropráctica, mesoterapia del dolor, masajes terapéuticos dirigidos al tratamiento del dolor; así como terapias emocionales ligadas a molestias físicas como el uso de Flores de Bach; técnicas alternativas como Programación Neuro Lingüística, método de ThetaHealing® y Constelaciones Familiares, las cuales en el país se está iniciando su uso como una mejor alternativa en la búsqueda de la salud integral, que incluye la parte física y emocional de las personas.

La metodología utilizada fue descriptiva, se realizaron encuestas de preguntas directas a los pacientes, por un periodo de 4 semanas para conocer su opinión sobre la calidad del servicio que brinda la clínica. Los resultados fueron analizados por medio de un método estadístico descriptivo.

La elaboración del plan de mercadeo permitió conocer algunas características de la clínica que deben ser mejoradas, para que sobresalga ante la competencia y sea una opción para los pacientes que requieran de los diferentes servicios que ofrece; con una administración adecuada, buen servicio e implementación del plan.

II. MARCO TEÓRICO

A. ANTECEDENTES

1. Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas”

¿Quiénes son? La Clínica “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas”, es una clínica especializada en Medicina Alternativa e Integral, que considera que el concepto de Salud, incluye: cuerpo, emociones, pensamientos y espiritualidad; por lo que en ella se utilizan diversas terapias para aplicar la más conveniente en cada momento y a cada paciente. (www.saludintegralgt.com)

La Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas” nace en mayo del año 2012, con el deseo de dar a conocer formas diferentes de alcanzar la salud integral, al retomar aquellos conceptos que desde hace años se han utilizado, sobre todo en las generaciones de los abuelos.

Actualmente, la Clínica está ubicada en una zona accesible y comercial de la zona 11; cuenta con más de 10 diferentes terapias, brinda información a los pacientes por medio de trífolios elaborados por personal especializado y capacitado (Ver Anexo 1).

Otro servicio que ofrece la clínica está dirigido a empresas interesadas en brindar beneficios a sus empleados a través de jornadas médicas, con diversas terapias que ellos solicitan; este servicio se presta en las instalaciones de la empresa contratante.

2. La Salud

La Salud es el estado en que un ser u organismo vivo no tiene lesión ni padece alguna enfermedad y ejerce con normalidad todas sus funciones como se muestra en la Figura No. 1. Según la OMS, "la salud es el estado de completo bienestar físico, psíquico y social de un individuo y no sólo la ausencia de enfermedad".

También se define como: "La salud es el grado en que una persona puede llevar a cabo sus aspiraciones, satisfacer sus necesidades y relacionar adecuadamente con su ambiente". (Organización Mundial de la Salud, OMS).

Figura No. 1. Salud de las personas



Fuente: Recuperado de www.imagenes de salud.com

A partir de la década de los cincuenta, la OMS revisó la primera definición y finalmente la reemplazó por la segunda, en la que la noción de bienestar humano trasciende lo meramente físico. La Organización Panamericana de la Salud aportó luego un dato más: la salud también tiene que ver con el medio ambiente que rodea a la persona. El doctor *Floreal Ferrara* tomó la definición de la OMS e intentó complementarla, circunscribiendo la salud a tres áreas distintas:

- La salud física, que corresponde a la capacidad de una persona de mantener el intercambio y resolver las propuestas que se plantea. Esto se explica por la historia de adaptación al medio que tiene el hombre, por lo que sus estados de salud o enfermedad no pueden estar al margen de esa interacción.
- La salud mental, el rendimiento óptimo dentro de las capacidades que posee, relacionadas con el ámbito que la rodea. La salud radica en el equilibrio de la persona con su entorno, lo que implica una posibilidad de resolución de los conflictos que le aparecen.
- La salud social, representa una combinación de las dos anteriores: en la medida que el hombre pueda convivir con un equilibrio psicodinámico, con satisfacción de sus necesidades y también con sus aspiraciones, goza de salud social. (OMS, 2015).

3. La Química Medicinal o Farmacéutica

La Química Medicinal o Farmacéutica es una disciplina en la que convergen la Química y la Farmacología y tiene como finalidad diseñar, sintetizar y desarrollar fármacos. La Química Medicinal tiene como objetivos la identificación, la síntesis y el desarrollo de nuevos compuestos químicos adecuados para el uso terapéutico, Figura No. 2. Esto incluye el estudio de los fármacos existentes, sus propiedades biológicas y su relación estructura-actividad cuantitativa.

Figura No. 2. La química medicinal



Fuente: Recuperado www.imagenesmedicinaquimica.com

Por ello la Unión Internacional de Química Pura y Aplicada, IUPAC, la define de la manera siguiente: "Es una disciplina científica que se ocupa del diseño, síntesis, identificación, evaluación e interpretación a nivel molecular del modo de acción de nuevos compuestos biológicamente activos. Establece relaciones entre la estructura química y la actividad farmacológica (IUPAC, Boletín N° 13, 1970)". (Edición UIPAC, 2013).

La Química proporciona vacunas, antibióticos y todo tipo de medicamentos que curan y protegen de las enfermedades. A ellos se debe 1 de cada 5 años de vida, y gracias a ellos se puede vivir cada vez en mejores condiciones hasta edades más avanzadas. Algunos medicamentos son sustancias de composición sencilla, como, por ejemplo peróxido de hidrógeno o agua oxigenada, yodo, bicarbonato de sodio, hidróxido de aluminio, nitrato de plata, clorato de potasio, entre otros. Según la finalidad que persiguen, se distinguen diversas clases de medicamentos: antibióticos; que inhiben o destruyen las bacterias y

otros microorganismos; antipiréticos: reducen la fiebre; analgésicos: alivian el dolor; antiinflamatorios: reducen la inflamación.

Los medicamentos pueden producir efectos secundarios no deseados dependiendo de la persona que los toma, la presencia de otras dolencias o la contraindicación ante otros medicamentos. Por ello es importante no auto medicarse: los medicamentos sólo se deben administrar bajo control médico. (Bombín, M, 2011).

4. La Medicina Natural

La medicina tradicional se viene utilizando desde hace miles de años, y sus practicantes han contribuido enormemente a la salud humana, en particular como proveedores de atención primaria de salud a nivel de la comunidad.

La medicina tradicional ha mantenido su popularidad en todo el mundo. A partir del decenio de 1990 se ha constatado un resurgimiento de su utilización en muchos países desarrollados y en países en desarrollo. (OMS, 2015).

La medicina natural está elaborada a base de hierbas que incluyen materiales preparados y/o productos acabados que contienen los ingredientes activos u otros materiales de plantas, que pueden ser usados en combinaciones de los mismas, como se muestra en la Figura No.3.

Figura No. 3. La Medicina Natural



Fuente: Recuperado de www.medicinanatural.com/imagenes

El uso del término medicina tradicional, MT, es muy extendido en países “en vías de desarrollo”, mientras que en países “desarrollados” se conoce como medicina complementaria y alternativa, MCA.

En muchos lugares del mundo, los responsables de las políticas, los profesionales sanitarios y el público se debate con preguntas sobre la seguridad, la eficacia, la calidad, la disponibilidad, la preservación y el desarrollo de este tipo de atención sanitaria. (KerrDesing. 2002-2005)

La medicina alternativa se utiliza para tratar todo tipo de males, ya sea por sí misma o como complemento de la medicina tradicional prescrita por los médicos de cabecera. Se acude a ella para tratar un mal recurrente, como dolor de cabeza o del estómago, o por un padecimiento que la medicina tradicional no ha logrado solucionar. (Andrade Mier, A. (s.f)).

En todos los países se proporciona información sobre terapias naturales, pero su grado de oficialidad varía mucho: unos tienen especialidades para profesionales o programas de postgrado en la Universidad (Alemania, Italia) y, en otros, la formación se realiza en institutos privados o escuelas (Suecia, Canadá). En el caso de España, no se ha desarrollado titulación de formación profesional ni cualificación profesional en la familia profesional de Sanidad, pese a lo cual universidades, centros privados, sociedades, entre otros, facilitan la formación de profesionales sanitarios y no sanitarios en este tema. En Guatemala, en la Universidad de San Carlos de Guatemala, se imparte la Maestría Multidisciplinaria en Producción y Uso de Plantas Medicinales, MUPLAN a la cual aplican profesionales de diferentes disciplinas.

5. Las Terapias Alternativas

Las terapias alternativas implican el uso de medicinas con base de hierbas y/o minerales; en la antigüedad, se usaban de forma curativa y eran cultivadas en la misma comunidad, y aprovecharse las bondades de la naturaleza; incluyen también terapias sin medicación, como el caso de la acupuntura, las terapias manuales y las terapias espirituales, en las cuales se potencializa la respuesta del organismo frente a la enfermedad, en lugar de

recorrir a los medicamentos o la cirugía. Esto último es el principal objetivo que permite buscar alternativas para el bienestar del cuerpo, mente y espíritu, Figura No. 4.

Figura No. 4 Terapias Alternativas Físicas y Emocionales



Fuente: Recuperado de Listado de terapias. s.f.

Hay diferentes tipos de terapias alternativas, que buscan integrar la salud del cuerpo, la mente y el espíritu. Se mencionan algunas de ellas con más relevancia para este estudio: (listado de terapias. s.f.), como la Acupuntura, ThetaHealing, Constelaciones familiares, Flores de Bach, PNL, Quiropráctico, Mesoterapia del dolor.

Las terapias alternativas se basan en la consideración de la persona como un todo, enfoque holístico, en interacción continua y cambio con el entorno; integran aspectos físicos, genéticos, mentales, emocionales, espirituales, medioambientales y sociales. No obstante, actualmente en la atención sanitaria convencional, también es clave el enfoque biopsicosocial.

Los usos y prácticas considerados "alternativos" tienen orígenes y principios filosóficos muy diferentes y frecuentemente incompatibles entre sí. Se utiliza desde hace miles de años, y sus practicantes han contribuido enormemente a la salud humana, principalmente

en la atención primaria de salud a nivel de la comunidad. Sólo una parte de estas técnicas tiene influencia directa sobre la salud y el objetivo del resto es el bienestar del usuario. A partir del decenio de 1990, se ha producido un resurgimiento de su empleo en muchos países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo.

5.1 Acupuntura

La medicina tradicional china, en el arte de la conducción de las energías por medio de agujas, se utilizaba en China desde las épocas más antiguas, a inicio del imperio Chino, al alba del reinado del emperador Fu Xi, hace 5000 años. (Figura No. 5).

Si la vitalidad podía aumentarse calentando los puntos vitales situados en los surcos del cuerpo, tratando así las debilidades como el frío o el reumatismo, era igualmente posible aliviar los dolores provocados por el exceso de calor o de vitalidad demasiados intensos, enfriando estos mismos puntos. (Pialoux, J. 2009).

Figura No. 5. Acupuntura



Fuente: Recuperado de www.acupuntura.com

La acupuntura es una técnica de la medicina tradicional china, que se basa en la inserción y manipulación de agujas finas en determinados puntos de la superficie cutánea con el objetivo de restaurar la salud y el bienestar del paciente; es reconocida y aplicada mundialmente. Los principales trastornos tratados con esta técnica son los siguientes:

- Trastornos locomotores:
Espondilitis cervical, tortícolis, artritis reumatoide, neuralgia intercostal, traumatismotorácico, espondilitis anquilosante. Así como en casos de neuralgia, ciática, dolor lumbar.
- Trastornos respiratorios:
Resfriado común, sinusitis maxilar, sinusitis frontal, bronquitis crónica, asma bronquial. (Andrade Mier, A. (s.f))

Es una terapia muy amigable, ya que es poco o nada dolorosa, en donde un buen acupuntor utiliza pocas agujas para lograr el objetivo deseado, como se muestra en la Figura No. 6. Se basa en la estimulación de puntos del cuerpo, utiliza agujas finas para restaurar el equilibrio del organismo y conseguir la sanación.

Figura No. 6. Colocación de agujas



Fuente: Recuperado deRejopachí, L. 2013

Debido a la búsqueda de equilibrio, la acupuntura no está destinada a curar un determinado síntoma, sino a conseguir un estado de salud pleno.

La acupuntura se realiza pinchando con agujas muy finas sobre los puntos específicos necesarios, según el diagnóstico y según el objetivo perseguido; actualmente, se utilizan agujas estériles desechables y de diferentes tamaños.

Los puntos de acupuntura son más de siete mil, distribuidos simétricamente en el cuerpo, en el trayecto de los meridianos.

Su ubicación se puede realizar por medio de referencias anatómicas, lo que requiere de un tacto muy fino, ya que el punto se localiza literalmente en una pequeña depresión de la piel.

Generalmente es segura, al ser realizada por un profesional debidamente capacitado, que usa la técnica de aguja limpia y de un solo uso. Cuando se ejerce correctamente, tiene una baja tasa de efectos adversos, principalmente menores. Los accidentes e infecciones están asociados con infracciones de la técnica estéril o negligencia del acupuntor.

Los acontecimientos adversos notificados más frecuentemente fueron el neumotórax y las infecciones. Ya si los eventos adversos graves, siguen reportándose, se recomienda que los acupunturistas sean suficientemente entrenados para reducir los riesgos.

Un meta análisis encontró que en relación al dolor lumbar crónico, la acupuntura era costo-efectiva como complemento de la atención estándar; mientras, una revisión sistemática halló insuficiente evidencia para la relación costo-eficacia para dicha enfermedad.

La medicina tradicional china divide el cuerpo en meridianos y en cada uno identifica distintos puntos específicos sobre los que actúa la acupuntura.

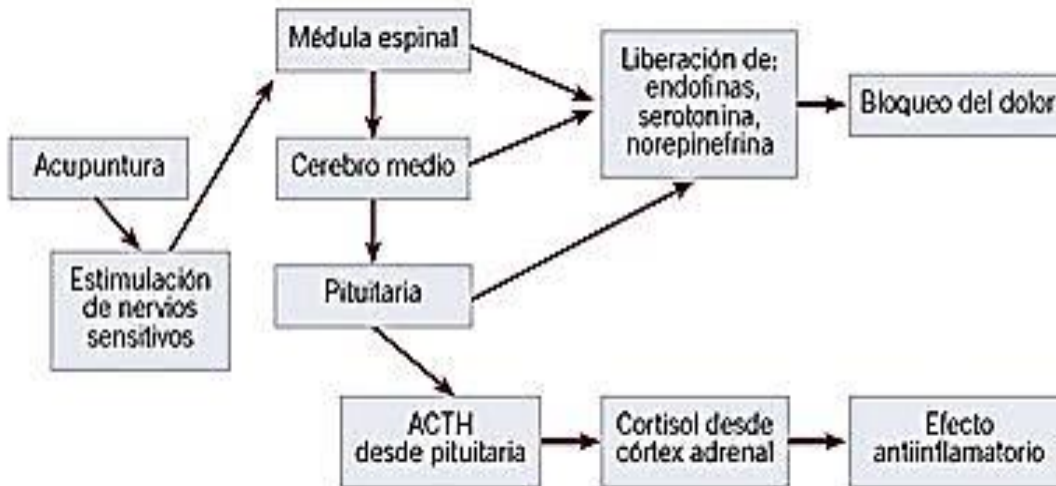
La punción sobre estos puntos hace que el flujo energético del organismo vuelva a su equilibrio pero, además, estimula la producción de ciertos compuestos químicos en el organismo relacionados con las sensaciones de dolor. (Rejopachí, L. 2013)

Como actúa la acupuntura se observa en la Figura No. 7, donde a partir de la incisión de la aguja provoca un estímulo al cerebro que genera una reacción al sistema nervioso, sistema endocrino, sistema sanguíneo y sistema inmunológico lo que provoca que el cuerpo comience a generar una homeostasis e inicie el proceso de equilibrio del cuerpo.

Los puntos de Acupuntura, según los principios de la Medicina Tradicional China, MTC, son zonas específicas donde se manifiesta, concentra y transmite la energía, *Qi*, de los Órganos y Entrañas (*Zang-Fú*) hacia el exterior. Desde el punto de vista eléctrico, el punto de acupuntura presenta una menor resistencia al paso de la electricidad, al mismo tiempo que posee un mayor potencial eléctrico en relación al tegumento vecino.

Finalmente, entre los puntos localizados en un mismo meridiano también existe una menor resistencia eléctrica que la observada entre éstos y cualquier otro punto, ya sea que éste pertenezca a otro meridiano o bien se trate de un punto cualquiera en la superficie cutánea.

Figura No. 7. Como actúa la acupuntura



Fuente: Rejopachí, L. 2013

El punto de acupuntura posee una mayor densidad de fibras nerviosas y redes vasculares en forma de espiral, las que se agrupan de forma similar a un glomérulo, lo que determina que sea una zona particularmente sensible en cuanto a la captación y conducción de los estímulos provenientes de la punción.

Las agujas que se utilizan en la acupuntura.

1. Agujas cortas. Están indicadas generalmente para la cabeza, cara, manos y pies.
2. Agujas medianas, están indicadas para la zona del tórax, abdomen y extremidades.
3. Agujas largas. Indicadas en las zonas musculosas. Figura No.8

Figura No. 8. Las agujas de acupuntura



Fuente: Recuperado de Imágenes acupuntura

Desde 1979, es reconocida por La Organización Mundial de la Salud, OMS, y recomendada para el tratamiento de por lo menos 42 enfermedades. «La OMS apoya el uso de las medicinas tradicionales y alternativas cuando éstas han demostrado su utilidad para el paciente y representan un riesgo mínimo», ha declarado el Dr. LEE Jong-wook, Director General de la OMS. «Pero a medida que aumenta el número de personas que utiliza esas medicinas, los gobiernos deben contar con instrumentos para garantizar que todos los interesados dispongan de la mejor información sobre sus beneficios y riesgos.» (Bagozzi, D. 2015).

Ha sido aceptada como una terapia efectiva, con un listado de usos en los que ha sido científicamente comprobada su efectividad; entre ellos, se encuentran:

- **Enfermedades respiratorias**
 - Sinusitis y Rinitis aguda
 - Bronquitis aguda, Asma y Amigdalitis

- **Enfermedades Gastrointestinales**
 - Gastritis aguda y crónica
 - Reflujo gástrico
 - Estreñimiento y diarrea
 - Colon irritable

- **Enfermedades Neurológicas**
 - Migraña y Dolores de cabeza comunes
 - Neuralgia del Trigémino
 - Parálisis facial en estado temprano
 - Neuropatía periférica
 - Neuralgias
- **Enfermedades músculo esqueléticas**
 - Bursitis, tendinitis
 - Codo de tenista
 - Ciática
 - Lumbagos
 - Artritis reumatoide
 - Insomnio, fatiga y estrés

5.2 ThetaHealing ®

Esta técnica enseña cómo hacer uso de la intuición, basada en el amor incondicional de Dios; ella permite solucionar problemas a nivel físico y emocional y logra cambios profundos en el cuerpo y en la mente.

Su nombre se deriva de Theta (onda cerebral), que es lo que se experimenta cuando se está en un estado de inspiración de ideas y soluciones creativas, por lo que esta herramienta permite encontrar creencias que limitan la vida, para cambiarlas y aprender nuevas, las que ayudarán a tener una mejor conciencia y una vida más plena y libre. ThetaHealing también se deriva de Healing (curación en inglés), lo que reafirma que al cambiar los pensamientos y como respuesta el cuerpo regresa a una buena función, Figura No. 9

Figura No. 9 Terapia de ThetaHealing®



Fuente: Recuperado de <http://escueladevida.jimdo.com/thetahealing>

¿Qué es ThetaHealing®?

El estado Theta es un estado profundo de relajación; este estado se utiliza en la hipnosis y durante el sueño. De hecho, los sabios meditan por horas para alcanzarlo, el cual tiene acceso absoluto a la calma perfecta. Se basa en las ondas Theta, son el subconsciente ya que rigen la parte o capa "de nuestra mente que está entre lo consciente y el inconsciente". Aquí residen las sensaciones y memorias, así como las actitudes, creencias y comportamientos.

ThetaHealing® es un método que enseña cómo hacer uso de la intuición natural, basada en el Amor incondicional del "Creador de Todo lo Que Es", capaz de solucionar problemas a nivel físico, emocional y espiritual, lograr cambios profundos en cuerpo y mente.

Hoy se utiliza el nombre ThetaHealing® para hacer referencia a la onda Theta, cuyo origen se remonta a la letra egipcia y griega Theta que entre otras cosas significa Alma. La ciencia moderna comprueba cada día, cómo el poder de nuestros pensamientos y emociones afectan directamente el cuerpo y la salud. La mente tiene una relación directa con el cuerpo, creando una salud óptima o generando enfermedad. Es responsabilidad de cada Uno, vivir en armonía en cuerpo, alma y mente a pesar de cualquier circunstancia.

Este método es una herramienta que da el poder y la habilidad para quitar, sacar, y reemplazar sentimientos, programas, creencias y pensamientos que influyen negativamente, y los sustituye o cambia por pensamientos, sentimientos, programas y creencias positivas. Esto es de lo más poderoso, rápido y eficiente que tiene el método. Somos lo que pensamos y obtenemos lo que nuestros pensamientos nos atraen.

Los pensamientos son creados a partir de la experiencia, como se ve el mundo depende de la experiencia que se tiene en él. Si se cree que las cosas son posibles, lo son y, si se cree lo contrario, también lo son. (ThetaHealing®, Copyright © 2015).

Al usar este método se alcanza la más alta claridad de sabiduría del amor, conectándose con la energía de "Todo lo Que Es". Las palabras, sean enunciadas en voz alta o internamente en forma de pensamiento, tienen un tremendo efecto en la vida diaria. Si se repite algo muchas veces, se convierte en una "realidad"; si el pensamiento está en una onda Theta lo suficientemente profunda, es posible hacer que se materialice instantáneamente en la realidad.

ThetaHealing® puede ser descrito fácilmente como un verdadero milagro en la vida. Al aprender el método de ThetaHealing®, se verá que todo los seres humanos tienen estas habilidades intuitivas de "nacimiento" y pueden ser usadas para lograr que se produzca sanación física, espiritual y emocional. Al usar este proceso personal se ayuda a la persona, así como a sus amigos y familia.

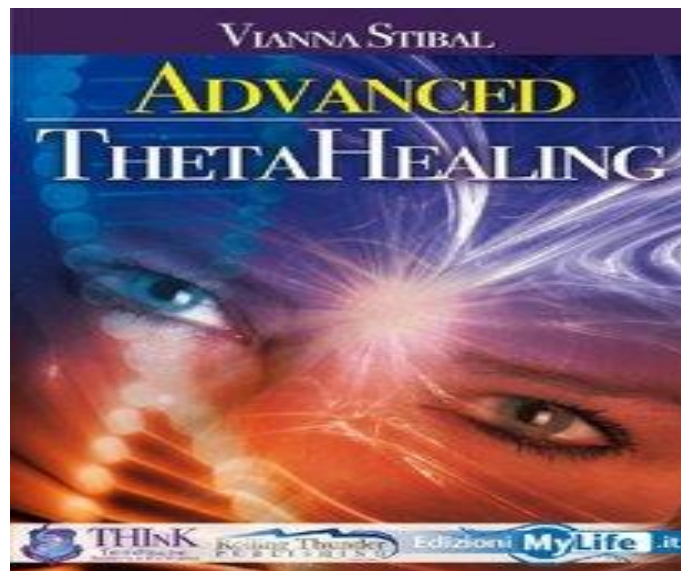
Hace muchos años la intuición y habilidades intuitivas estaban más avanzadas que en esta época y se han perdido muchos dones. Lo que hoy se conoce como ThetaHealing comenzó hace miles de años. Han sido usadas por milenios, despertando de tiempo en tiempo y durmiendo de nuevo. Es momento de despertar de nuevo ya que es algo nato en el alma humana, que ayuda a hacer una conexión con el conocimiento pasado y futuro. Hoy es momento de evolucionar a esta nueva conciencia de desarrollo, momento de aceptar el potencial como Chispas Divinas de esa fuerza Creadora.

Los Seres Humanos tienen 2 hebras en el ADN y 46 cromosomas; al activar el ADN, se activan las hebras ilusorias, lo que brinda la apariencia intuitiva de tener 12 hebras, pero la realidad es que para el observador intuitivo existen cientos de hebras, se está activando la parte espiritual y el aura del ADN. (www.escueladevida.jimdo.com)

¿Para quién es ThetaHealing®? Cualquier persona sin importar edad, religión, raza o sexo puede desarrollar más sus capacidades o habilidades intuitivas, que le permitirán ayudar, a sí mismo, sus amigos y seres queridos. ThetaHealing® permite lograr un cambio, tener una mejor y nueva actitud ante los retos cotidianos y los grandes desafíos.

El nacimiento de ThetaHealing®: en 1995 la Naturópata, medica natural, terapeuta de masaje y lectora Intuitiva, Vianna Stibal, descubre que podía lograr sanaciones instantáneas en el cuerpo humano, Figura No. 10.

Figura No. 10 Fundadora de ThetaHealing®



Fuente: Recuperado de ThetaHealing®, Copyright © 2015

Vianna, una madre soltera con tres niños, es diagnosticada con cáncer que rápidamente destruía su fémur derecho. Todo en lo que trató al usar medicina convencional y alternativa fue un fracaso; entonces, descubre que el simple método usa en las lecturas intuitivas podía sanar. (ThetaHealing®, Copyright © 2015). Decide aplicar el método en su pierna enferma, y se sorprende al ver que fue sanada instantáneamente. Ella incorpora este conocimiento curativo y de sanación en sus sesiones con clientes y es llamada a enseñar lo que ella descubrió.

Curiosa para entender por qué estaba funcionando la técnica, Vianna solicitó la ayuda de un físico y con un electroencefalograma (examen de las ondas cerebrales) sabe que

existen 5 ondas cerebrales de la mente humana que están constantemente en movimiento.

El cerebro produce todo el tiempo ondas en estas frecuencias. Todo lo que hacemos y decimos está regulado por estas ondas cerebrales. La onda Theta tiene una frecuencia de 4-7 ciclos por segundo, es parte del inconsciente y gobierna la parte del consciente y del inconsciente. Guarda memorias y sensaciones. Gobierna nuestras actitudes, creencias y comportamientos. Estas ondas son creativas, nos inspiran y abren la puerta a las sensaciones espirituales. Es muy poderoso este estado, como un trance. Vianna sabía que el trabajar con la onda Theta no era nuevo y descubre que este método sencillo accede y conecta a las ondas Theta de nuestro cerebro.

A través de miles de clientes, ella descubre no sólo una asombrosa y extraordinaria manera de conectarse con la energía creativa que se mueve en todas las cosas, sino que esta energía podía cambiar de manera instantánea las “creencias, programas y sentimientos”, y que estos, a su vez, están ligados a las enfermedades y malestares, tanto físicos como emocionales y espirituales. (ThetaHealing®, Copyright © 2015).

5.3 Constelaciones Familiares

¿Qué son las Constelaciones Familiares? Es un abordaje terapéutico, familiar, sistémico y fenomenológico. Fue creado por el alemán Bert Hellinger (1925). Aparece por primera vez en los años 80. ¿Qué buscan? Ordenar u organizar el sistema familiar del paciente, consultante o cliente. ¿Cómo? Mirar, observar, reconocer. ¿Qué se mira? Lo que fue como fue, lo que es como es. Dando lugar a todos, especialmente, a los que fueron excluidos, Figura 11.

Bert Hellinger nacido en 1925, estudió filosofía, teología, y pedagogía. Posteriormente, se hizo psicoanalista y profundizó también en la Dinámica de Grupos, Terapia Primaria, Análisis Transaccional, y otros métodos hipnoterapéuticos.

Tras 16 años trabajando en Sudáfrica como misionero católico, desarrolló su propia terapia sistémica familiar conocida como Constelaciones Familiares.

(<http://www.constelaciones-familiares.org/>).

Figura No.11. Constelaciones Familiares



Fuente: Recuperado de: <http://www.constelaciones-familiares.org>

La premisa es que un alto porcentaje de los conflictos actuales de una persona pueden ser derivados de patrones conscientes o inconscientes que se heredan de las generaciones anteriores: padres, abuelos, bisabuelos, y otros. Este método terapéutico, sencillo y eficaz, busca traer al consciente y a la luz, el origen y posible solución del conflicto que una persona plantea, por medio de la representación de su Sistema Familiar.

Esta, es mucho más que una herramienta terapéutica, y logra que la persona en contacto con los movimientos más profundos del alma y revele el amor que está en la fuente de la vida. La exploración de las dinámicas que se desarrollan en el sistema familiar, tiene un efecto poderoso de sanación y reconciliación, tanto a nivel físico como espiritual y emocional. (www.saludintegralgt.com)

Tiene diferentes aplicaciones para resolver por medio de esta terapia de amor, lo siguiente:

- Conflictos personales. Por ejemplo: ¿cómo está mi autoestima?
- Conflictos familiares. Por ejemplo: cómo es la relación con padres, hermanos, abuelos, entre otros.
- Conflictos laborales. Por ejemplo: cómo está la relación con el trabajo, compañeros de trabajo.

- Conflictos de salud física. Por ejemplo: alguna enfermedad que padezca la persona.
- Conflictos emocionales. Por ejemplo: como expresa sus sentimientos la persona.

Este método, cuenta con 2 modalidades: grupales e individuales.

Grupal: en esta modalidad, se reúne a un grupo de personas llamados participantes; aquí el cliente expone su tema públicamente o solo al terapeuta, y a partir de ahí, el mismo cliente o el terapeuta, selecciona entre los participantes a quienes representen a las personas relacionadas con el conflicto y allí inicia el desarrollo de la constelación. *Individua:* en esta modalidad, luego del planteamiento del conflicto, se eligen muñecoterapéuticos, que permiten la visualización del conflicto, y se desarrolla por medio de sensaciones físicas o emocionales que el cliente sienta y la intuición del terapeuta. Esta modalidad se recomienda para personas a quienes se les dificulta exponer su conflicto ante un grupo de personas. Pueden realizarse cualquier tipo de terapia, no es necesario que todos los participantes se enteren de qué es el tema en las terapias grupales, sino solo puede contarle el caso al terapeuta. Lo maravilloso de esta terapia es que el amor se hace presente para poner y dar su lugar a lo que corresponde, dando sanación a un proceso que muchas veces no se entiende el porqué de su desarrollo.

5.4 Flores de Bach

También llamadas remedios florales de Bach o esencias florales de Bach, es la denominación genérica y comercial de un conjunto de preparados artesanales no farmacológicos, símil-homeopáticos.

Las Flores de Bach son una serie de esencias naturales utilizadas para tratar diversas situaciones emocionales, como miedos, soledad, desesperación, estrés, depresión y obsesiones. Fueron descubiertas por Edward Bach entre los años 1926 y 1934, Figura No. 12.

Figura No. 12 Filosofía del Dr. Edward Bach



Fuente:Recuperado de www.floresdebach.info

El Dr. Bach era un investigador, médico y homeópata. Experimentó con diversas flores silvestres nativas de la región de Gales, en Gran Bretaña, de donde él era originario, hasta encontrar 38 remedios naturales, cada uno con propiedades curativas para distintos problemas emocionales. A estas 38 flores se le llaman Flores de Bach. Las Flores de Bach también reciben el nombre de esencias florales de Bach y de elixires florales de Bach.

Su teoría era que las enfermedades físicas tienen un origen emocional, y que si los conflictos emocionales subsisten por mucho tiempo, la enfermedad del cuerpo empieza a aparecer, Sin embargo, al restaurar el equilibrio emocional se resuelve la enfermedad física. Fue de esta forma que desarrolló la Terapia de las emociones.

Después de más de 70 años, las Flores de Bach han sido probadas como un magnífico sistema para tratar los problemas físicos, mentales y emocionales de los seres vivos. (Flores de Bach. S.F.)

A pesar de que las Flores de Bach están más orientadas a resolver problemas emocionales y mentales, también tienen muchas aplicaciones, de acuerdo al problema a tratar y quienes las tomen, como se muestra en la Figura No. 13.

- Aplicaciones mentales y emocionales: Estas son las aplicaciones más conocidas de las flores de Bach, y en donde mejores resultados se obtienen
- Aplicaciones físicas: Con flores de Bach se pueden tratar las predisposiciones mentales y emocionales a las enfermedades.
- Aplicaciones en mujeres: Las mujeres tienen su propia categoría de problemas físicos y emocionales, asociados a los estados fisiológicos como la pubertad, el embarazo, el parto, la lactancia y la menopausia.
- Aplicaciones en bebés y niños: Desde un recién nacido que se está adaptando a un nuevo ambiente fuera del vientre materno, a un bebé o niño en desarrollo, o problemas de aprendizaje, se pueden usar las flores de Bach en niños y bebés.
- Aplicaciones en animales: Es bien conocido que los animales tienen emociones, y responden a cambios y situaciones estresantes como nuevos ambientes, pareja, amos, cuidadores e hijos, por ejemplo. Se pueden usar las flores de Bach para ayudarlos con estas situaciones.
- Aplicaciones en plantas: Aunque la respuesta emocional de las plantas es difícil de observar, se usan flores de Bach para tratar a las plantas siempre que se enfrenten a situaciones de estrés, traumas o cambios.

Figura No. 13 Flores de Bach y su uso

FLORES DE BACH

Beneficios de las principales especies



Aspen
Álamo temblón

Miedo a lo sobrenatural, a situaciones imprecisas que siente que lo amenazan y a la muerte. Presagios. Temor vago e inexplicable. Agorafobia, claustrofobia.



Beech
Haya

Tiende a ser intolerante y a criticar despiadadamente. Juzga sin sensibilidad ni comprensión. Arrinconar. No soporta las ideas y costumbres diferentes a las suyas. Es arrogante.



Centauray
Centáurea

No puede decir no. Reacciona exageradamente a los deseos de los demás. Sacrifica sus propias necesidades para quedar bien. Su predisposición a servir es explotada. Se presta al abuso de otros.



Cerato
Ceratostigma

Busca la aprobación y el consejo de los demás, pues no confía en su juicio, intuición, ni en sus decisiones. Sus convicciones no son firmes. Cambia fácilmente de opinión. Es indeciso.



Cherry plum
Cerasifera

Miedo a perder el control de sus actos, a cometer acciones terribles y a enloquecer. Pensamientos irracionales persistentes. Arrebatos incontrolables.



Chestnut bud
Brote de castaño

Repite sus errores porque no reflexiona sobre ellos ni aprende de sus experiencias. Reincide. No escarmienta.



Chicory
Achicoria

Sobreprotege a sus seres queridos y los domina mediante una manipulación excesiva.



Mimulus
Mímulo

Miedo a lo conocido. A situaciones concretas, definibles. Timidez.



Mustard
Mostaza

Depresión y tristezas de causas desconocidas, que aparecen y desaparecen sin motivo.



Oak
Roble

Luchar desesperadamente contra la corriente y sin descanso. Dedicación obsesiva al trabajo.



Olive
Olivo

Agotamiento total, físico y/o mental.



Pine
Pino

Desesperación por sentimiento de culpa y autorreproche.

infobae

Fuente: Recuperado de www.floresdebach.info

La investigación del Dr. Bach

Edward Bach era un médico del país de Gales, en Gran Bretaña. Después de graduarse en Londres como médico, realizó notables trabajos de investigación en bacteriología. Tenía el deseo de ayudar a las personas, pero no estaba del todo convencido de la medicina que practicaba. Así que se dedicó a la búsqueda de algún método menos agresivo, más sutil, benigno, suave y efectivo. Fue entonces que tuvo contacto con la Homeopatía, en la cual también se destacó como médico e investigador y recibió el reconocimiento de sus colegas.

Después de algunos años de practicar la medicina en Londres con mucho éxito, se encontró con un hecho curioso: algunos pacientes que tenían la misma enfermedad tenían algunas otras características similares, como su postura, forma de hablar, gestos y sus expresiones. Empezó entonces a analizar a sus pacientes no solo por sus enfermedades y síntomas, sino por sus personalidades. Por supuesto, necesitaba de un remedio para cada tipo de personalidad. (Flores de Bach. (s.f.))

Esta investigación lo llevó a probar, con pacientes, algunos remedios basados en flores que recogió durante unas vacaciones en Gales. Obtuvo tan buenos resultados al prepararlos de forma homeopática, que decide mudarse definitivamente a Gales, para sumergirse en el desarrollo de una nueva corriente en la medicina. De forma intuitiva empieza a recoger flores que percibe adecuadas para resolver los problemas de cada una de las personalidades que ha identificado.

El método que usa para preparar sus tinturas también es novedoso: en lugar de tomar los extractos de las flores y empezar a hacer diluciones, como se usa en homeopatía, simplemente recoge el rocío que ha quedado depositado en las flores por la mañana, lo usa como tintura madre. Para su asombro, este rocío es suficientemente poderoso para crear efectos significativos en las personas.

Después experimenta al sumergir algunos de los brotes de las flores en un frasco de cristal lleno de agua mineral, y dejándolos en el sol durante algunas horas, permitiendo que el sol transmita la energía de las flores al agua mineral, la cual queda convertida en tintura, que permite la formación de los florales. (Floresdebach.net (2012-2014)).

Después de experimentar los efectos de algunas tinturas de flores consigo mismo y luego con plantas y animales, empieza a probar sus remedios con pacientes, recetándoles

remedios de acuerdo a su tipo de personalidad en lugar de sus síntomas. Debido a los sorprendentes resultados que obtiene, decide tomar una nueva filosofía en su investigación: para corregir una enfermedad física, es necesario primero corregir los problemas mentales y emocionales del paciente.

A pesar de que esta idea es prevalectante en muchas filosofías y medicinas tradicionales, era completamente novedosa en su práctica y en la de sus colegas. Bach pensaba que el tratamiento de las emociones y la mente son fundamentales al momento de tratar las enfermedades físicas.

Al momento de corregir los problemas emocionales, los problemas físicos pueden resolverse más fácil y rápidamente, sin riesgo de que vuelvan a presentarse. A pesar del énfasis que se ha dado al sistema floral de Bach para resolver los problemas emocionales, no debe olvidarse su utilidad para corregir problemas físicos, Figura No. 14.

Es así como logra reunir 38 remedios, cada uno con una aplicación específica para un tipo de personalidad, cada una con problemas mentales o emocionales. Estos 38 remedios están compuestos por 34 flores silvestres, 3 flores de cultivo y el último no es una flor, sino agua de manantial.

Figura No. 14 Flores de Bach



Fuente: Recuperado de www.bioenergetica-radiestesia.com

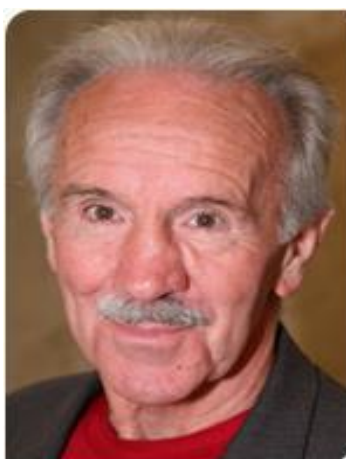
Así, el Dr. Bach, desarrolla una nueva medicina, sutil y eficiente pero, sobre todo relacionada con uno de los campos más descuidados por la medicina tradicional: las emociones. Además, es un sistema holístico, integral, pues une el tratamiento de la mente y las emociones con el cuerpo del paciente.

Lo que el Dr. Bach ha dado es una poderosa herramienta para la salud. Basta con tomar unas gotitas de los remedios florales para que una persona pueda superar miedos, depresión, impaciencia, soledad o traumas del pasado, entre muchos otros problemas emocionales; así se le encamina a resolver los problemas físicos asociados con esas emociones.

5.5 Programación Neurolingüística, PNL

La programación neurolingüística comenzó a principios de la década de 1970, John Grinder, profesor de la Universidad de California, se asoció con un estudiante llamado Richard Bandler. Ambos hombres tenían una fascinación por la excelencia humana, y se preguntaban qué ocasionaba que una persona fuera sobresaliente en una actividad mientras otras no lo eran. Esta inquietud los llevó a desarrollar un método para modelar los patrones de comportamiento de algunos genios de su época. (<http://programacionneurolinguistica.com/>) Figura No. 15

Figura No. 15. Fundador de PNL John Grinder



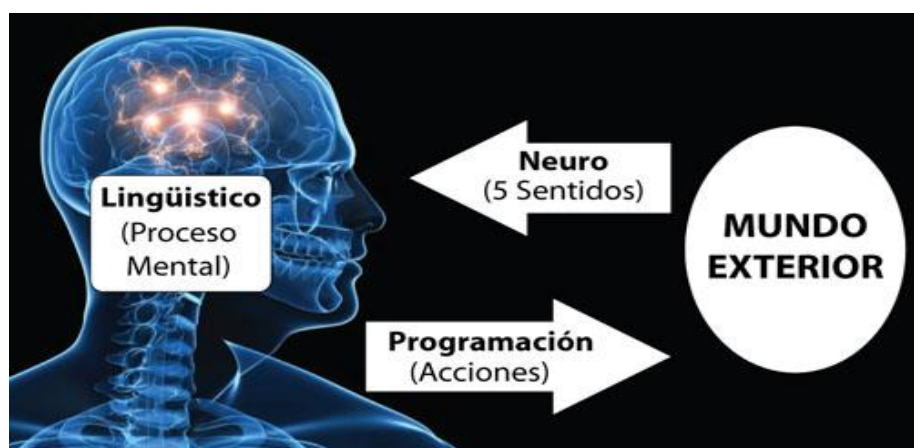
Fuente: Recuperado de: <http://programacionneurolinguistica.com>

PNL, significa “Programación Neurolingüística”. Programación se refiere a la aptitud para producir y aplicar programas de comportamiento; “Neuro”, se refiere a las percepciones sensoriales que determinan el estado emocional subjetivo y “Lingüístico”, se refiere a los medios de comunicación humana, tanto verbal como no verbal. (<http://www.monografias.com/trabajos10/neuro/neuro.shtml#ixzz3k94YDEFo>)

El modelado es una actividad central en la PNL y es el proceso de determinar y reproducir la forma en que piensa y actúa un individuo que es excelente en una actividad determinada. En simples palabras, si una persona es exitosa en cierta actividad, para lograr resultados similares sólo se necesita copiar su forma de pensar y actuar.

En 1975, Grinder y Bandler presentaron los dos primeros modelos de la PNL en sus libros “Estructura de la Magia I y II”. Estas publicaciones hicieron que la programación neurolingüística se extendiera rápidamente por el mundo. La gente en campos relacionados como la comunicación, el comportamiento y la psicoterapia descubrieron que ellos también podían conseguir resultados asombrosos a través de esta técnica. Grinder y Bandler voluntariamente se ofrecieron a dar cursos de capacitación para aplicar sus modelos. Estos cursos demostraron que los modelos de la PNL eran transferibles a otras personas, lo que significaba que los alumnos podían replicarlos con éxito en su propio trabajo. (<http://programacionneurolinguisticahoy.com/>)

Figura No. 16 Proceso Programación Neuro Lingüística



Fuente: Recuperado de: <http://programacionneurolinguisticahoy.com/>

Esta hermosa técnica, permite explorar: “La relación con nosotros mismos, las relaciones sociales y las creencias que limitan nuestra vida”.

La PNL, está basada en los siguientes conceptos: *la forma de pensar, neuro*:el cerebro aprende por medio de estímulos, por lo que la mente, está constituida por imágenes internas, sonidos, sensaciones táctiles, sensibilización interna, sabores y olores que se forman como resultado de este proceso de filtrado neurológico. Ejemplo: Cuando se siente el olor de una comida, que recuerda a una persona especial o desagradable. Figura No. 16.

La forma en que nos comunicamos (lingüística): cada persona, asigna palabras a la información neuronal adquirida, formando así la conciencia cotidiana y de ella deriva “como se expresa” y como se recibe la expresión del exterior. Ejemplo: La piña es una fruta conocida por todos, pero en otros países su nombre es Ananá, lo que es parte de la lingüística.

Los patrones emocionales y de comportamiento (programas): son las respuestas que se dan como resultado a las 2 anteriores. Por ejemplo: si a una persona le gusta el helado de fresa, se lo comerá y si a alguien no le gusta ese sabor, hará todo lo posible por no comérselo y estos pequeños detalles en situaciones más complejas, van determinando la forma de vida.

Programación Neurolingüística, PNL, permite tomar conciencia de cómo vivirla realidad, ya que esta es distinta para cada persona, lo que para unos es malo, para otros es bueno y viceversa; además ayuda a explorar en dónde se originaron aquellos patrones que hoy no permiten tener éxito en las diferentes áreas de la vida. (www.saludintegralgt.com).

5.6 Quiropráctica

Esta terapia consiste en el diagnóstico y tratamiento de problemas de salud que afectan los nervios, los músculos, los huesos y las articulaciones del cuerpo, para eso se tiene como base: ajustes manuales de la columna vertebral, a los cuales se les llama manipulaciones de la columna, como se muestra en la Figura 17, los cuales son efectuados por el o la terapeuta. Previamente se tiene una entrevista para conocer los

síntomas e historia clínica del paciente y así determinar la necesidad y metas del tratamiento.

La quiropráctica es un tipo de medicina alternativa que se centra en el diagnóstico y tratamiento de los trastornos mecánicos del sistema musculoesquelético, especialmente la columna vertebral, bajo la creencia que estos trastornos afectan la salud general a través del sistema nervioso. La principal técnica quiropráctica supone terapia manual, especialmente la manipulación de la espina, otras articulaciones y tejidos blandos, pero también puede incluir ejercicios y orientación de estilo de vida saludable. El foco específico de la práctica quiropráctica es la subluxación quiropráctica. El objetivo es corregir problemas de postura o de postura del cuerpo, aliviar el dolor y asistir la capacidad natural del cuerpo de curarse a sí mismo.

Figura No. 17. Quiropráctico



Fuente: Recuperado de: <http://www.laquiopractica.com/descripcion/descripcion.html>

La terapia es realizada por un especialista en quiropráctica que tiene una formación en el campo, además, esta terapia se realiza con el paciente vestido a diferencia de los masajes, pero sí se puede integrar los masajes con un ajuste quiropráctico para aliviar los dolores.

La Quiropráctica se basa en el principio de que el cuerpo tiene la capacidad de sanarse a sí mismo, si el sistema nervioso funciona adecuadamente, sin interrupciones ni pinzamientos. (www.saludintegralgt.com)

Se necesita un quiropráctico cuando hay:

- Hernias de disco, primeros grados
- Espasmos lumbares o cervicales
- Dolor de espalda
- Ciática
- Cefalea o migraña
- Compresión de nervios
- Fibromialgia
- Túnel de carpo
- Tendinitis
- Estreñimiento
- Dolor de cuello
- Molestia en lumbares
- Molestia en omóplatos u hombros
- Dolor de piernas
- Dolores menstruales
- Estrés

5.7 Mesoterapia para el Dolor

Consiste en la aplicación de medicamentos homeopáticos en las primeras capas de la piel ó inyectados en el sitio más próximo al lugar afectado, se tiene acción más eficaz de efectos antiinflamatorios, analgésicos y/o regenerativos.

Es un tratamiento muy empleado por sus propiedades para acelerar la recuperación de lesiones, sobre todo en dolores agudos y crónicos, que se presenten en diferentes partes del cuerpo; se busca mejoría y, para el mantenimiento preventivo al salir de la crisis de dolor, se aplica como se muestra en la Figura 18.

La Mesoterapia es una práctica de salud que consiste en la aplicación de medicamentos en la piel, en el sitio más próximo al lugar afectado, la misma se describió empíricamente en 1952 por el Dr. M. Pistor, quien es considerado internacionalmente como el padre de la Mesoterapia. Esta técnica abarca muchas especialidades y consiste en la introducción de medicamentos en las primeras capas de la piel, más cercanas al órgano. (<http://mesoterapia-en-dolor.blogspot.com/>).

Se puede utilizar la misma medicación que se emplea por vía general, endovenosa, intramuscular, subcutánea o intradérmica, y todos aquellos medicamentos de eficacia reconocida y aprobados, con la particularidad de ser compatibles con la piel, siendo una terapia muy noble y poco invasiva, ya que es en la epidermis.

Figura No. 18. Mesoterapia del dolor



Fuente: Recuperado de www.instema.net

En general los medicamentos que se preparan con sustancias oleosas no se deben administrar con esta técnica; solo hay una excepción y son aquellos fármacos que en su formulación contengan propilenglicol y que, al diluirlos, no sobrepase el 20 % de concentración. De ésta manera podrán ser compatibles sin provocar lesiones.

La Mesoterapia es una nueva vía de administración que aplica los medicamentos en el sitio de la patología, en tejido sano, en el recorrido de los nervios, en la irradiación de la enfermedad y con mínimas cantidades de producto ya que, al ser administrados en el lugar, se concentra en más de cuatro veces las cantidades de drogas en comparación con las administradas por otras vías; de esta manera, los efectos terapéuticos son superiores.

Esta vía intradérmica es ampliamente conocida por los dermatólogos que utilizan la piel como órgano de tratamiento o intradermoterapia; la Mesoterapia se utiliza para la administración de medicamentos, en todas las especialidades médica, siempre que los medicamentos sean compatibles, de eficacia reconocida y aprobados por el Ministerio de Salud Pública. (Dr. H. E. Gancedo – Tratado de Mesoterapia).

La terapia de Mesoterapia se aplica en los casos en que el paciente sufra de dolor por diferentes causas; busca eliminar el dolor de:artritis, estrés, artrosis, lumbago, túnel del carpo, hernias discales, problemas digestivos como colon irritable, estreñimiento, hemorroides, problemas de hígado y riñones, neuralgias, migrañas, alteraciones de la circulación, alteraciones respiratorias como asma, bronquitis crónica, traumatismos deportivos como esguinces, tendinitis, contracturas, y otras patologías dolorosas, sobre todo aquellas resistentes a tratamientos clásicos.

6. Mercadeo

Es la disciplina que armoniza la oferta y la demanda de un producto o servicio, mediante el uso de cuatro variables controlables que son el Producto, la Plaza, la Promoción, y el Precio. En un sentido amplio y general son todas las actividades tendientes a generar o facilitar un intercambio cuya finalidad es satisfacer las necesidades humanas. El Intercambio es el fundamento del mercadeo, una parte proporciona a otra una cosa de valor a cambio de otra cosa de valor Bien y/o Servicio. En el contexto de negocios es toda acción relacionada con la actividad comercial de un producto y/o servicio, cuyo objetivo final, es la venta y el impacto positivo en la salud. Es importante poder aplicar el mercadeo en el área de salud ya que es una forma de dar a conocer las diferentes terapias para crear conciencia de salud preventiva, mejorando la alimentación, y entrar a los clientes ofreciéndoles nuevas alternativas en la salud.

El mercadeo de servicios es la especialidad del mercadeo que se ocupa de los procesos que buscan la satisfacción de las necesidades de los consumidores, sin que para ello sea fundamental la transferencia de un bien hacia el cliente. (Portillo Chávez, V. 2013). El mercadeo es una disciplina que busca la fidelidad y mantener a los clientes de un

producto o servicio, mediante la satisfacción de sus necesidades, por lo que analiza constantemente el comportamiento de los mercados y de los consumidores.

En el transcurso de la década de 1950, El profesor Neil Bourden de la "Escuela de Negocios de Harvard", redefinió la posición del Jefe de Mercadeo en toda empresa, desarrollando el "Mercadeo Mixto" como una táctica fundamental, con la finalidad de concretar determinados objetivos y crear lazos más cercanos con los clientes.

El Mercadeo Mixto, es un conjunto de elementos claves con las que una empresa o producto lograrán influenciar en la decisión de compra del cliente. Las variables desarrolladas por Bourden fueron 12 en sus orígenes: Planeación del producto, Precio, Marca, Canales de distribución, Personal de Ventas, Publicidad, Promoción, Empaque, Exhibición, Servicio, Distribución e Investigación.

(<http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/las-4-c-del-marketing.html>)

Como es de conocimiento público, el mundo del mercadeo no es estático y como la sociedad se mantiene en constante evolución, que a fines de los años 50, Jerome McCarthy, profesor de Marketing en la Michigan State University , condensó estas variables solamente 4, las cuales se conocen actualmente como las 4 P del Mercadeo, como se muestra en la Figura 19.

Figura No. 19. Las 4P del mercadeo.



Fuente: Recuperado de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/las-4-c-del-marketing.html>

Las 4 P del Mercadeo son:

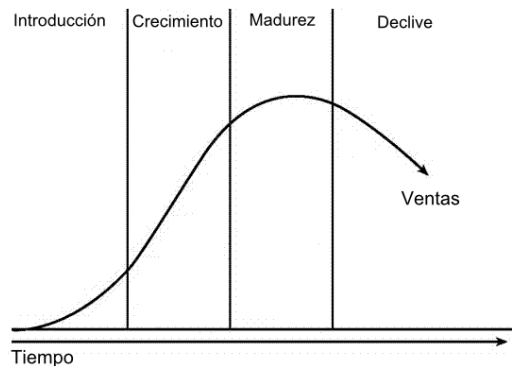
6.1.1 Producto

En el mundo del Mercadeo el producto será todo lo tangible: bienes muebles u objetos, y lo intangible: servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer necesidades o deseos.

El producto es un paquete de características y beneficios que el cliente recibe al adquirir el producto. Este producto o servicio debe tener características bien establecidas como son colores, tamaño, duración del producto o servicio, entre otros.

El producto tiene un ciclo de vida al igual que cualquier ser vivo; en este caso depende del consumidor y de la competencia. Este ciclo de vida se cumple en 4 fases, que son: Lanzamiento, Crecimiento, Madurez y Declive. Diagrama No. 1. (<http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/las-4-c-del-marketing.html>)

Diagrama No. 1 Ciclo de vida de un producto



Fuente: Recuperado de www.mercadeodeproductos.com

6.1.2 Precio

Para fijar el precio se debe determinar el costo total que el producto representa para el cliente, incluida la distribución, descuentos, garantías, rebajas, y otros. Definir el precio de los productos, permitirá diseñar y aplicar las estrategias adecuadas, ya que con ello también se podrá definir a que mercado dirigirse.

Se debe tomar en cuenta que el precio también reflejará el valor que tiene el producto para el consumidor.

6.1.3 Plaza o Distribución

La plaza permite llevar el servicio hasta el cliente.

Debe definirse: ¿Dónde se comercializará el producto o el servicio que se está ofreciendo?. En el caso de un producto ¿será distribuido al por mayor o al por menor?. Estos detalles deben estudiarse cuidadosamente, ya que al definir la plaza se determinará qué tan fácil es adquirir el producto o el servicio para el cliente.

La distribución es importante, porque indicará el momento y las condiciones en las que llegará el producto a manos del cliente. La distribución logra ser un factor muy importante la venta de un producto, convirtiendo a la distribución en una ventaja diferencial frente a la competencia, da a la empresa como un valor adicional y diferencial.

6.1.4 Promoción - Comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa y/o producto y ofertas son los pilares básicos de la promoción. Para la promoción se utilizan diferentes herramientas, como: publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y comunicación interactiva o medios, como Internet.

Desde hace cuarenta años las 4 P's han sido una regla fundamental en el mercadeo y no hay duda de su utilidad, sobre todo en el mercadeo de productos de consumo masivo; sin embargo, el mercado va mutando y así comienzan a desarrollarse nuevas tendencias en el tema. (<http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/las-4-c-del-marketing.html>)

La retención de los clientes y su interacción con los productos y servicios labran nuevas teorías en el mercadeo; así surgen nuevas filosofías como la de las 4C's donde el Mercadeo ya no es aplicado desde el punto de vista del Producto sino más bien del cliente.

6.2 Las 4C del Mercadeo

Las 4C del mercadeo pretenden generar un dialogo con el cliente, en el que este es más que un receptor de productos, como se ve en la Figura No. 20. Ya no es suficiente con dar al cliente un buen producto, sino que se debe conocer cuáles son sus necesidades para poder satisfacerlas.

(<http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/las-4-c-del-marketing.html>)

Se deben responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué adquiere el cliente?
2. ¿Adquiere un producto físico o los beneficios?
3. ¿Qué resultados espera del producto?

Las 4P se convierten en 4C.

- Producto por Consumidor o Cliente.
- Precio por Costo.
- Plaza por Conveniencia.
- Promoción por Comunicación.

Figura No. 20. Las 4C's del mercadeo



Fuente: Recuperado de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/las-4-c-delmarketing.html>

6.2.1 Consumidor o Cliente

No se debe fabricar un producto sin saber cuáles son las necesidades del público. El producto solo se venderá si el público lo requiere. El objetivo de cualquier producto o servicio es satisfacer al cliente y generar un producto que esté a la medida de sus requerimientos; por eso, siempre se debe mantener contacto con el público objetivo para conocer cuáles son las necesidades que se deben satisfacer.

6.2.2 Costo

El cliente no solo busca un buen precio, sino que también evalúa el tiempo y el desgaste que le tomará adquirir un producto o servicio. El precio puede ser importante, pero la satisfacción al adquirir un producto es a veces decisivo.

Un producto que tiene un servicio después de la venta, puede marcar una diferencia positiva con otro que es mucho más económico.

6.2.3 Conveniencia

Se debe tomar en consideración cómo llegará mejor el producto o servicio al cliente. Es mucho más estimulante para la venta de un producto o servicio, el conocer donde le gustaría al cliente adquirirlo, más que venderlo en cualquier lugar.

El ambiente adecuado para la compra de un producto o servicio puede ser decisivo para que se desarrolle la compra.

6.2.4 Comunicación

Mediante la comunicación se promueve y divulgan las ventajas y beneficios de un producto o servicio que se quiere vender. La comunicación informa y persuade. En la comunicación se define la estrategia de comunicación, se detectan los medios adecuados para transmitir el mensaje, para generar la mayor cantidad de clientes a menor costo. En la estrategia de comunicación el posicionamiento debe ser coherente con lo que se desea transmitir al cliente.

La comunicación debe desarrollarse en el lugar correcto, de manera que no interrumpa la actividad del público al dirigirse. La alimentación que brindan

las redes sociales en la actualidad es muy beneficiosa para conseguir una buena comunicación con el cliente actual y potencial.

Aplicar las 4C puede mejorar las ventas de productos o servicios, ya que permitirá el acercamiento con el cliente muestra mayor preocupación por ellos que por el producto en sí, lo que genera la fidelidad deseada.

(<http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/las-4-c-del-marketing.html>)

7. El Plan de Mercadeo

El plan de mercadeo de servicios es un documento que contempla en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas, en tiempo y espacio, así como los fines deseados. Este plan proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta; a la vez que, informa con detalle de la situación y posicionamiento en la que se encuentra la clínica, marca las etapas que se ha de cubrir para su consecución. A diferencia de un producto, el servicio es un mundo intangible donde hay que convencer al cliente, el cual reclama una estrategia de mercadeo especial. Las características a tener en cuenta en este sector son:

- Los servicios son más o menos intangibles.
- Los servicios son actividades o una serie de actividades, en lugar de cosas.
- Los servicios son hasta cierto punto, producidos y consumidos simultáneamente.

8. Análisis FODA

La matriz FODA, TOWS en inglés, tiene un alcance más amplio y enfoque distinto con respecto a las otras matrices. FODA, donde F es igual a las fortalezas (S=strengths), O corresponde a oportunidades (O=opportunities), D son debilidades (W=weaknesses) y A son amenazas (T=threats). Para iniciar el análisis FODA es importante definir la misión y metas de la empresa.

El Análisis FODA es un concepto muy simple y claro, pero detrás de su simpleza residen conceptos fundamentales de la Administración. El objetivo: en su aplicación es convertir los datos del universo según se perciba, en información procesada y lista para la toma de

decisiones estratégicas. En términos de sistemas, se tiene un conjunto inicial de datos, un universo a analizar, un proceso ó análisis FODA y un producto, que es la información para la toma de decisiones. Respecto al informe FODA que resulta del análisis FODA, casi cualquier persona puede hacer un análisis de este tipo. La persona tiene que tener la capacidad de distinguir en un sistema lo relevante de lo irrelevante, lo externo de lo interno y lo bueno de lo malo. (Fajardo Ramírez, O. 2007)

9. Investigación de Mercado

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirve al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes. Entre los beneficios de la investigación de mercado se puede mencionar que se tiene más y mejor información para tomar decisiones acertadas, que favorezcan el crecimiento de las empresas.

Además, proporciona información real y expresada en términos más precisos, las cuales ayudan a resolver con mayor grado de éxito, problemas que se presentan en los negocios. Por otro lado, ayuda a conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir, en el caso de vender o introducir nuevo producto.

Este tipo de información sirve para determinar el tipo de producto que debe fabricarse o venderse, con base en las necesidades manifestadas por los consumidores durante la investigación. Se puede determinar el sistema de ventas más adecuado, de acuerdo con lo que el mercado demanda. Define las características del cliente al que satisface o pretende satisfacer la empresa, tales como: gustos, preferencias, hábitos de compra, nivel de ingreso, entre otros.

Por último, ayuda a saber cómo cambian los gustos y preferencias de los clientes, para que la empresa pueda responder y adaptarse a ellos y no quede afuera del mercado. (Fajardo Ramírez, O. 2007)

III. JUSTIFICACIÓN

La Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas”, ofrece servicios diferentes a los tratamientos ortodoxos, las cuales ayudan a mejorar la salud física y emocional por medio de terapias naturales y alternativas, las que permiten que el paciente recupere el “bien-estar” perdido y prevenga complicaciones.

La empresa no ha contado con Plan de Mercadeo que le ayude a implementar estrategias y detectar aspectos susceptibles a cambio para mejorar sus servicios, situación que evidenció en el transcurso de la realización del presente trabajo de graduación.

El presente trabajo logrará mejorar varios aspectos en la clínica, los cuales le permitirán sobresalir y ser la mejor opción para los clientes que requieran los servicios que ofrece.

IV. OBJETIVOS

1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar el Plan de Mercadeo de la Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas”, para aumentar la cartera de clientes que soliciten sus servicios.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

2.1 Realizar el diagnóstico situacional de la Clínica..

2.2 Implementar y mejorar acciones de promoción incluidas en el Plan de Mercadeo, para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado a nivel nacional.

2.3 Lograr la fidelidad de los clientes, a través de un servicio de calidad.

V. METODOLOGÍA

- **Tipo de estudio**

Estudio de campo, investigación descriptiva, con carácter transversal.

- **Población**

Habitantes de la ciudad de Guatemala, donde se ubica la clínica.

- **Muestra**

50 clientes y trabajadores de la Clínica entrevistados durante el periodo del 21 de septiembre al 14 de octubre del año 2015.

- **Variables**

Las variables para este estudio fueron: el servicio prestado, la imagen proyectada, slogan de la clínica, mercadeo, logo y página Web.

- **Método de recolección de la información**

- La revisión bibliográfica del tema.
- La Encuesta a usuarios de la Clínica. Como instrumento se elaboró un cuestionario con preguntas directas, las cuales estuvieron dirigidas a pacientes y personal de la Clínica, para establecer sus necesidades e intereses. Anexo No. 2 El cuestionario fue entregado a cada persona que acudió a su cita en el periodo de tiempo ya mencionado, para conocer su opinión sobre los servicios prestados e infraestructura del local. Además, se obtuvo la información sobre edad y sexo de los encuestados.
- En forma paralela a la elaboración del Plan de Mercadeo, se implementaron acciones de promoción, caracterizadas como débiles en el diagnóstico de la empresa.

- **Método de análisis de la información**

Se realizó un análisis estadístico descriptivo de la información recopilada y analizada por medio de la encuesta. Los resultados obtenidos permitieron conocer la opinión y necesidades de los y las clientes para realizar el Plan de Mercadeo.

VI. RESULTADOS Y DISCUSION

1. Resultados de diagnóstico situacional

El diagnóstico se realizó por medio de la aplicación de una encuesta a 50 personas que acudieron a la Clínica durante 4 semanas en el periodo del 21 de septiembre al 14 de octubre de 2015, con el propósito de conocer su opinión sobre los servicios prestados, la forma en que los atienden y las instalaciones de la Clínica, entre otros. Los resultados se presentan en las tablas y gráficas del Anexo No.3

De las personas entrevistadas, 65% fueron mujeres y 35% hombres, Gráfica No.1, en edades oscilaron entre 26 a 35 años, este rango de edad se incluye en el grupo de personas económicamente activas. Según la Encuesta Nacional de Empleo e Ingreso 2013, en Guatemala, la población económicamente activas son las personas de 15 años y más, que trabajan o buscan trabajo.

Con respecto a cómo se enteraron de los servicios de la clínica, 47% respondió que por referencia de otra persona (Tabla No. 3), dato importante para captar más pacientes y aplicar estrategias para lograr y mantener la fidelidad de la clientela.

Fue interesante saber cómo el paciente califica el servicio brindado al realizar su cita; 45% lo calificó como excelente y 8% malo; este resultado es importante, pues todos los pacientes deben ser atendidos con eficiencia y respeto. Gráfica No. 4

En relación a cómo se siente el paciente con respecto a sus resultados de los tratamientos, después de acudir a la terapia, 59% superó sus expectativas de mejoría. Gráfica No.5 Los resultados anteriores incentivan a que el personal continúe capacitándose para mejorar cada día, actuar con profesionalismo y seguir comprometido con la salud de los pacientes. Respecto a la calidad de atención, 69% calificó el profesionalismo del terapeuta como excelente. Gráfica No. 6

La mayoría de los encuestados, 57% indicó sentirse cómodo en las instalaciones de la Clínica, a la vez, consideraron que la infraestructura es excelente. Gráfica No.7

La última respuesta de la encuesta indica que, casi la totalidad de los encuestados, 98% recomendaría los servicios de la clínica a sus familiares y amigos, Gráfica No. 8; lo que

concuenda con lo indicado en la Tabla No. 1, en el sentido de que la mayoría de ellos llegaron a la clínica por referencia de otras personas.

Por medio de observación en la Clínica, se evidenció el proceso del servicio al cliente, específicamente el tiempo que transcurre desde que la persona solicita una cita hasta que es archivado su expediente.

Proceso del servicio a pacientes de la Clínica

1. Los pacientes llaman a la clínica para hacer cita:45 segundos.
2. El paciente pide información sobre las terapias o si tiene alguna inquietud con respecto a horario, precio, quién le atiende: 120 segundos.
3. Establecen la cita, en día y hora:30 segundos.
4. La recepcionista un día antes de la terapia reconfirma la cita: 40 segundos.
5. El paciente llega a su cita a la clínica y se anuncia en la recepción. Donde, si es primera cita se le pide que llene la ficha clínica, o bien si es re-consulta entra a terapia directamente: 5 minutos.
6. Es atendido por la terapeuta para su tratamiento: 55 minutos.
7. Al salir de la terapia, cancela igual que los medicamentos prescritos, y solicita su próxima cita: 3 minutos.
8. La terapeuta entrega la ficha clínica a la recepcionista para archivarla: 1 minuto.

Como parte del diagnóstico se elaboró el Marco Estratégico; en sí; además de la visión, misión y valores de la empresa.

Marco Estratégico de la Clínica

A. *Visión, Misión y Valores*

1. Visión: “Buscamos ser la mejor opción en Salud, reconocida a nivel nacional, por prestar servicios integrales, humanos y de alto nivel para el beneficio de los pacientes.”
2. Misión: “Nos dedicamos a la prevención y recuperación de la salud física, emocional, mental y espiritual, utilizando terapias naturales e integrales, comprometidos con el bienestar de cada persona, promovemos relaciones amigables y duraderas con nuestros pacientes y buscamos impactar con nuestros servicios”.

3. Valores

- ✓ Respeto,
- ✓ Individualidad
- ✓ Integridad
- ✓ Familia
- ✓ Responsabilidad

B. Mapa Estratégico

FINANZAS	Aumentar las utilidades de la empresa, en el menor tiempo posible.	Aumentar ventas a través de la prestación de un excelente servicio.	Reducir costos al tener recurso humano capacitado.
PACIENTES	Ser conocidos como empresa líder en el servicio.	Incrementar la fidelidad de los clientes.	Atención personalizada, minimizando el tiempo de espera.
PROCESOS	Reducir el tiempo de espera de los pacientes para ser atendidos.	Utilizar los mejores insumos para los tratamientos.	Reducir el tiempo del servicio sin perder la excelencia.
APRENDIZAJE	Mayor capacitación para los empleados.	Crecimiento personal de los trabajadores.	Desarrollar nuevas técnicas para los tratamientos, especialmente para los masajes.

C. Aspectos Demográficos de la clientela

Edad promedio: 20 a 55 años

Estrato social: bajo-media-alto. Son profesionales, técnicos u oficinistas.

Sexo: femenino - masculino

D. Aspectos Psicométricos de la clientela

Estilo de vida: Buscan mejorar su salud.

Beneficios específicos: Sentirse bien física y emocionalmente.

Actitud: Dispuestos a seguir los tratamientos.

E. Aspectos Geográficos

Residentes en la ciudad capital de Guatemala.

F. Comportamiento de uso

Compra del servicio: paga directamente

Uso del servicio: servicio directo en la clínica

Grado de lealtad: pacientes leales

G. FODA

Se realizó el análisis FODA para la Clínica, los resultados se presentan a continuación:

CLÍNICA “SALUD INTEGRAL” MEDICINA NATURAL y TERAPIAS ALTERNATIVAS	
FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">✓ Personal altamente calificado.✓ Servicio flexible.✓ Servicios con demanda.✓ Excelente ubicación por estar ubicado en zona comercial.✓ Se cuenta con el apoyo del centro comercial, con seguridad, instalaciones adecuadas, parqueo y la plusvalía del mismo.	<ul style="list-style-type: none">✓ Incremento de la población con problemas emocionales y físicos derivados del exceso de estrés.✓ Escasa competencia que ofrezca un servicio similar.✓ Terapias que están en auge en la población.✓ Capacitación constante para el personal de la empresa.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">✓ Prejuicios arraigados en las personas para tratar el estrés.✓ Servicios que requieren de mercadeo para crear demanda.✓ Tiempo de espera prolongado para recibir el tratamiento.	<ul style="list-style-type: none">✓ Rotación del personal una vez capacitado.✓ Competencia de la clínica con salones de belleza y spas.✓ Competencia con otras clínicas que aplican tratamientos naturales.

2. Resultados de las Acciones de Promoción del Plan de Mercadeo

Las acciones o actividades implementadas en el marco del plan de mercadeo de la Clínica fueron las siguientes:

1. Slogan o Lema Publicitario. El eslogan fue aprobado por las autoridades de la clínica, el cual fue elegido entre una lista de posibles opciones, así como el logo de la empresa:



2. Modificación de la Página Web. Entre de las variables de mercadeo, se modificó la página Web de la Clínica, como medio de contacto entre los pacientes y la clínica de forma segura y confiable. Se amplió la información de los servicios que brinda la Clínica y se mejoró la velocidad del servicio de Internet, al ser consultada. La dirección de la página es: www.saludintegralgt.com
3. Página de Facebook. La publicación de la página se realizó por medio de promociones pagadas en Facebook, dos veces al mes, para llegar a más usuarios de la red.
4. Envío de mensajes por WhatsApp. Se logró una comunicación directa y rápida con los pacientes para confirmar citas, realizar consultas o comentarios con respecto a sus tratamientos, y responder de forma personalizada y eficaz.
5. Páginas de promociones virtuales. Se vendieron terapias por medio de cupones y por internet. Se realizaron promociones de terapias en páginas como cupón Club o Cucupones.
6. Ventas de terapias de forma directa. El objetivo fue captar a más pacientes. La primera consulta fue gratis con el propósito de que el paciente concretara otra cita.
7. Ofertas del mes. Se realizaron ofertas del mes de dos terapias por una, para beneficiar e incentivar a los pacientes de la clínica, así como promocionar nuevas terapias.

8. Cupón de regalo. Se ofreció a los clientes cupones como un detalle especial para una persona especial, se tienen a disposición en la recepción. Esta modalidad fue una de las más utilizadas en la clínica.
9. Promociones virtuales. Se realizaron promociones por Internet, en las diferentes páginas virtuales para dar a conocer a la clínica, las terapias y testimonios de personas beneficiadas con los servicios de la clínica.
10. Sorteos en página de Facebook. Se realizaron sorteos de terapias, a través de la página de Facebook, con el propósito de promocionar a la clínica y sus diversos servicios o terapias.
11. Tarjeta de clientes preferenciales. Para lograr la fidelidad de los clientes, se entregaron tarjetas de "Cliente Preferencial" a aquellas personas que son asiduas a la Clínica y han referido a otras. Esta tarjeta permite brindar descuentos o participar en promociones especiales que organiza la Clínica.

3. Plan de Mercadeo

El Plan de Mercadeo elaborado para la Clínica Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas, se presenta en el Anexo 1.

VII. CONCLUSIONES

1. Se elaboró el Plan de Mercadeo para la empresa Clínica Salud Integral.
2. Se realizó el diagnóstico situacional de la clínica, cuyos resultados sirvieron para elaborar el Plan de Mercadeo.
3. Se implementaron acciones de promoción en forma paralela a la elaboración del Plan.
4. Según el resultado de la encuesta, 59% de los clientes que asisten a la Clínica Salud Integral manifestaron estar satisfechos con los resultados obtenidos con las terapias, lo cual es un indicador importante para la empresa, que busca lograr y mantener la fidelidad de los clientes, mediante un servicio de calidad e implementación de estrategias para aumentar la cartera de clientes.

VIII. RECOMENDACIONES

1. En general, que las empresas desarrollen e implementen un Plan de Mercadeo, de acuerdo a sus necesidades, que les permita crecer empresarialmente.
2. Realizar encuestas de forma periódica con los clientes que asisten a la clínica, para conocer su opinión sobre la calidad del servicio e innovar el Plan Estratégico de Promoción de la Clínica Salud Integral.
3. Realizar cada año, un análisis del entorno ambiental de la empresa, para actualizar las variables de oportunidades y fortalezas que promuevan su crecimiento y el aumento de la cartera de clientes.

IX. BIBLIOGRAFIA

1. Andrade Mier, A. Trejo Roman, O. Yáñez Grijalva, Alejandra. (s.f.). *Medicina Alternativa*. Investigación. Recuperado de:
<https://investigacion-2257-2012-2.wikispaces.com/file/view/MedicinaAlternativa.pdf>
2. Bagozzi, D. (2015). *Organización Mundial de la Salud*. Nuevas directrices de la OMS para fomentar el uso adecuado de las medicinas tradicionales. Recuperado de:
<http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2004/pr44/es/>
3. Bombín, M. (2011). La Química en nuestro entorno.
<https://sites.google.com/site/laquimicaennuestroentorno/quimica-y-salud>
4. Concepto de Salud según la OMS. Qué es, Significado y Definición.(2015).
<http://concepto.de/salud-segun-la-oms/#ixzz3hXX6dOYe>
5. Constelaciones Familiares. (s.f.). Recuperado de:
<http://www.constelaciones-familiares.org>
6. Edición virtual. FCRFF. (2013.). Recuperado de:
<http://www.fbioyf.unr.edu.ar/evirtual/mod/page/view.php?id=722>
7. Encuesta Nacional de empleo e ingreso 2013.
8. Escuela de la vida. (s.f). Terapias alternativas. Recuperado de:
<http://escueladevida.jimdo.com/thetahealing>
9. Flores de Bach. (s.f.) Recuperado de: <http://www.floresdebach.info>
10. Floresdebach.net (2012-2014). Copyright © 2012-2014. Recuperado de:
www.floresdebach.net

11. Fajardo Ramírez, O. 2007. Investigación de mercado para la expansión de una Clínica Oftalmológica en el municipio de Mazatenango, Suchitepéquez, (investigación de mercado efectuada del 01 octubre al 17 de noviembre del 2006)” Universidad de San Carlos de Guatemala. Maestría en administración industrial Y de empresas de servicios, Maies. Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/06/06_2620.pdf
12. Galarza Tamayo, X. & Vásquez, D. (2011). *Diseño del plan de mercadeo estratégico para la clínica de otorrinolaringología y cirugía plástica*. (Tesis de maestría, Universidad ICESI). Recuperado de: https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/67873/1/dise%C3%B1o_plan_mercadeo.pdf
13. KerrDesing, R. (2002). *Estrategia de la OMS sobre la medicina tradicional. 2002-2005*. Recuperado de: http://whqlibdoc.who.int/hq/2002/WHO_EDM_TRM_2002.1
14. Listado de terapias alternativas. (s.f). Recuperado de: http://www.todoterapias.com/terapias_listado.php
15. Maley, C. & Novas, B. (2011). *Su clínica estética: guía completa lo que dicen sus pacientes*. Recuperado de <https://books.google.com.gt/books?plan+de+mercadeo+para+una+clinica+medica&hl>
16. Marketing pixel creativo. (2011). Recuperado de: <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/las-4-c-del-marketing.html>
17. Muñiz González, Luis. (2010). *Guía Práctica para mejorar un plan de negocios*. Recuperado de: <https://books.google.com.gt/books?id=8bawXgVSLQMC&pg=PA202&lpg=PA202&dq=GU%C3%8DA+PR%C3%81CTICA+PARA+MEJORAR+UN+PLAN+DE+NEGOCIOe>

18. Martínez Peralta, S. (2013). *Terapias complementarias y alternativas en pacientes oncológicos*. Recuperado de: <http://www.acmcb.es/files/425-4736-DOCUMENT/Martinez-36-16Abr13.pdf>
19. MS in focus, Issue 15. (2010). *Terapias complementarias y alternativas para la Esclerosis Múltiple*. Multiple sclerosis international federation. Recuperado de:
[file:///C:/Users/gavi/Downloads/MS-in-focus-15-Complementary-and-alternative-therapies-Spanish%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/gavi/Downloads/MS-in-focus-15-Complementary-and-alternative-therapies-Spanish%20(1).pdf)
20. Organización Mundial de la Salud. (s.f.). Recuperado:
https://es.wikipedia.org/wiki/Organización_Mundial_de_la_Salud
21. Organización Mundial de la Salud. (2015). Recuperado de
http://www.who.int/topics/traditional_medicine/es/
22. Programación Neurolingüística. (s.f.) Recuperado de:
<http://programacionneurolinguistica hoy.com>
23. Pallares, A. (2013). *10 Consejos de Marketing para Médicos y profesionales de la medicina*. Recuperado de:
<http://www.puomarketing.com/13/15392/consejos-marketing-para-medicos-profesionales-medicina.html>
24. Pialoux, J. (2009). *Guía de acupuntura y Moxibustión*. Ciudad: Suiza. Editorial Fundación “Cornelius Celsus”.
25. Portillo Chavez, V. Reyes Vollegas, D. Rivas Rodriguez, A. (2013). Plan de mercadeo y publicidad para incrementar afluencia de pacientes para la clínica odontológica del doctor Angel Salvador Garcia, ubicada de la ciudad de San Miguel, departamento de San Miguel, AÑO 2013.
26. Quiropráctica. (s.f.). Recuperado de:
<http://www.laquiropactica.com/descripcion/descripcion.html>

27. Rejopachí, L. (2013). *Acupuntura ppt*. Guatemala.

28. Salud Integral. (s.f.). Recuperado de: <http://www.saludintegralgt.com>

29. ThetaHealing©Copyright © 2015, Recuperado de :
<http://www.mexicothetahealing.com/vianna-stibal.html>

X. ANEXOS

Anexo 1.

Plan de Mercadeo para la Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas”.

Anexo 2.

Acciones realizadas durante el diagnóstico situacional, acciones desarrolladas durante la elaboración del Plan de Mercadeo y evaluación de las acciones realizadas en el marco estratégico del plan.

Anexo 3.

Instrumento utilizado: encuesta realizada a los pacientes que asisten a la Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Alternativa”.

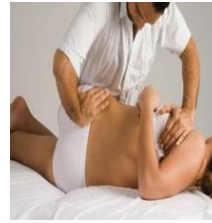
En este Anexo se adjunta el cuestionario, las tablas y las gráficas de los resultados de la encuesta.

Anexo 4.

Se cuenta con información difundida por medio de trifoliales, que son entregados a las personas en las instalaciones de la Clínica.

ANEXO 1

**Plan de Mercadeo elaborado para la Clínica:
“Salud Integral, Medicina Natural y Terapias
Alternativas”**



MEJORA TU SALUD, TRANSFORMA TU



PLAN DE MERCADEREO Y SUS RESULTADOS

**Elaborado por: Ana Gabriela Cifuentes Flores
Guatemala, Octubre 2015**

INTRODUCCION

El Plan de Mercadeo aplica para la Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas”, la cual ofrece sus servicios a las personas que buscan bienestar general.

La característica principal de la Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas”, es la aplicación de terapias como: acupuntura, quiropráctica, mesoterapia del dolor; así como terapias emocionales con flores de Bach, PNL, ThetaHealing®, que son tratamientos alternativos en la búsqueda de la salud integral, que incluyen la parte física y emocional de las personas.

La realización de este plan permitirá mejoras para la empresa, al lograr que sobresalga entre otras y ser una opción para los clientes que requieran de los diferentes servicios que se ofrecen.

La implementación del Plan de Mercadeo, promoverá que la empresa tenga mayor rentabilidad y prestigio, al aumentar la cartera de clientes y la fidelidad de los mismos.

INDICE

I.	Objetivo general	1
II.	Antecedentes de la empresa.....	2
III.	Diagnóstico Empresarial.....	2
1.	Análisis del entorno.....	3
1.1	Micro Ambiente.....	3
1.1.1	Organigrama.....	3
1.1.2	Misión.....	4
1.1.3	Visión.....	4
1.1.4	Objetivos Organizacionales.....	4
1.1.5	Políticas Organizacionales.....	4
1.1.6	Valores Organizacionales.....	5
1.1.7	FODA.....	5
1.1.8	Proveedores.....	6
1.1.9	Pacientes – clientes	6
1.1.10	Competidores.....	6
1.2	Macro Ambiente: Área del mercado.....	6
1.2.1	Fuerzas Demográficas.....	6
1.2.2	Fuerzas Económicas	6
1.2.3	Fuerzas Tecnológicas.....	7
1.2.4	Fuerzas Culturales.....	7
2.	Estrategia de Mercadeo.....	7
2.1	El Producto.....	7
2.1.1	Definición del producto.....	7
2.2	Precio.....	12
2.3	Plaza.....	13
2.4	Promoción.....	13

I. OBJETIVO GENERAL

Implementar las estrategias de mercadeo para mejorar la publicidad o promoción de la empresa, aumentar la cartera de clientes y lograr la fidelidad de los mismos.

II. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Salud Integral es una clínica especializada en Medicina Natural, Alternativa e Integral, que considera que el concepto de Salud, incluye: cuerpo, emociones, pensamientos y espiritualidad; por lo que utiliza diversas terapias que se aplican convenientemente con cada paciente.

La Clínica Salud Integral, Medicina Natural y Alternativa nace en mayo del año 2012, con el deseo de dar a conocer formas diferentes de mejorar la salud, retomar aquellos conceptos que desde hace años se han utilizado, sobre todo en las generaciones de los abuelos y que se han sustituido en alto porcentaje por procesos que básicamente la industria farmacéutica ha difundido.

A medida que los años han avanzado, en la clínica, las terapias se han ido complementando con nuevos descubrimientos y redescubrimientos, buscando en todo momento tener suficientes herramientas para ayudar a la sanación con diferentes terapias y lograr el bienestar de las personas.

Actualmente, cuenta con más de diez terapias que buscan cumplir con el objetivo que lleva su nombre, lograr la Salud Integral, es decir, cuerpo, mente y alma.

La clínica está ubicada en la zona 11 de la ciudad capital de Guatemala, donde atiende a la clientela, y ha participado en jornadas médicas en empresas que se preocupan por la salud de sus empleados, mediante la afiliación de terapias alternativas.

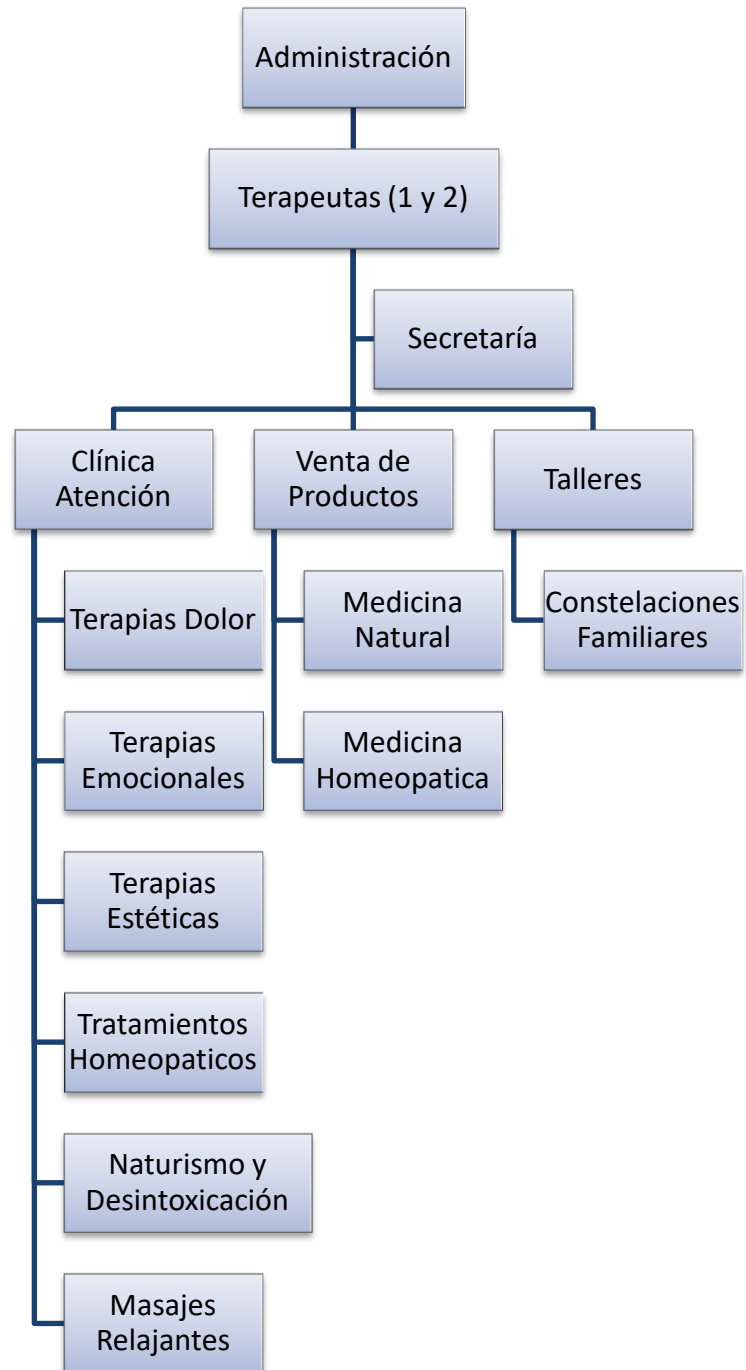
La clínica, utiliza diferentes medios de comunicación para promocionar sus servicios; trífolios, redes sociales, Internet y teléfono.

III. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1. Análisis del entorno

1.1 Micro Ambiente

1.1.1 Organigrama



1.1.2 Misión

“Nos dedicamos a la prevención y recuperación de la salud física, emocional, mental y espiritual, mediante la utilización de terapias naturales e integrales, comprometidos con el proceso de cada persona, manteniendo relaciones amigables y duraderas con nuestros pacientes y buscando impactar con nuestros servicios.”

1.1.3 Visión

“Ser la mejor opción en Salud ofreciendo terapias de Medicina Natural y Terapias Alternativas, al prestar servicios integrales, humanos y de alto nivel para el beneficio de los pacientes, y estar constantemente a la vanguardia en terapias alternativas que sean de apoyo a las personas que buscan su bienestar”.

1.1.4 Objetivos Organizacionales

- Brindar servicios de alta calidad, que permitan la satisfacción y fidelidad de los pacientes.
- Atención personalizada, según las necesidades de cada paciente, con confidencialidad y confianza.

1.1.5 Políticas Organizacionales

La Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Terapias Alternativas”, establece el compromiso de atender a sus pacientes con esmero, respeto, calidad, confianza durante la aplicación de las diferentes terapias, con prácticas innovadoras. De esta forma, logra la satisfacción de los pacientes, con respuestas efectivas de acuerdo a sus necesidades, en forma consistente y superación de sus expectativas.

1.1.6 Valores Organizacionales

- ✓ Respeto
- ✓ Familia
- ✓ Individualidad
- ✓ Integridad
- ✓ Calidad
- ✓ Responsabilidad

1.1.7 FODA

CLÍNICA “SALUD INTEGRAL” MEDICINA NATURAL y TERAPIAS ALTERNATIVAS	
FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">✓ Personal altamente calificado.✓ Servicio flexible.✓ Servicios con demanda.✓ Excelente ubicación, por estar localizado en zona comercial.✓ Se cuenta con el apoyo del centro comercial con: seguridad, instalaciones adecuadas, parqueo y plusvalía del mismo.	<ul style="list-style-type: none">✓ Incremento de la población con problemas emocionales y físicos derivados del exceso de estrés.✓ Escasa competencia que ofrecen servicios similares.✓ Terapias que están en auge en la población.✓ Capacitación constante para el personal de la empresa.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">✓ Prejuicios arraigados para tratar el estrés en las personas.✓ Servicios que requieren de mercadeo para crear demanda.✓ Tiempo de espera prolongado para recibir el tratamiento.	<ul style="list-style-type: none">✓ Rotación del personal una vez capacitado.✓ Competencia de la clínica con salones de belleza y spas.✓ Competencia con otras clínicas que aplican tratamientos naturales.

1.1.8 Proveedores

A continuación se indica el nombre de las empresas proveedoras:

- Reckeweg: Distribución de medicamentos homeopáticos
- Heel: Distribución de medicamentos homotoxicológicos
- Dipronat: Medicamentos fitoterapéuticos
- Praxis: Medicamentos fitoterapéuticos y homeopáticos

1.1.9 Pacientes – Clientes

Son aquellas personas que buscan el bienestar integral, en lo físico, emocional, espiritual y mental, comprendidas entre las edades de 18 años en adelante. Se atiende también a menores de edad, por solicitud y autorización de sus padres, en las diferentes terapias.

1.1.10 Competidores

Los competidores o la competencia son salones de bellezas o Spas que ofrecen masajes, farmacias que venden productos químicos, farmacias que venden productos naturales, otras clínicas naturistas que se encuentran en el mismo comercial y en los alrededores de las zonas 7 y 11, aunque ninguna presta los servicios integrales de la Clínica.

1.2 Macro Ambiente: Área del mercado

1.2.1 Fuerzas Demográficas

La ciudad capital de Guatemala, en el área metropolitana de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, tenía aproximadamente 4.703.865 habitantes para el año 2012, lo que la convierte en la aglomeración urbana más poblada y extensa de América Central.

1.2.2 Fuerzas Económicas

Guatemala, es el país más poblado de Centroamérica, con un Producto Interno Bruto, PIB, per cápita aproximadamente la mitad que la del promedio de América Latina y el Caribe. El sector agrícola representa casi el 15% del PIB y la mitad de la fuerza laboral. El Índice de Desarrollo Humano (IDH) ha mejorado, pero a un ritmo muy lento. El IDH se incrementó en un 17% de 2000 a 2014.

La inflación es el aumento general en los precios de los bienes y servicios, durante un período de tiempo. Cuando el nivel general de precios aumenta, cada Quetzal permite comprar menos, por lo que la inflación también refleja una erosión en el poder de compra, es decir la pérdida de valor real de la moneda.

Esta inflación afecta a la clínica, debido a que la población no prioriza su salud, y por lo tanto la clínica puede sufrir una baja en el aspecto económico.

1.2.3 Fuerzas Tecnológicas

Los países como Guatemala, participan en el desarrollo tecnológico de la humanidad; sin embargo, cuenta con poca infraestructura en carreteras, en comparación con otros países.

Esta fuerza es un reto para la clínica, ya que el uso de la tecnología es estrategia de mercadeo, es una fuente de interacción y de presencia ante la población, ejemplo: el uso de las redes sociales, páginas Web y otros medios de comunicación que permiten la relación entre los clientes y la clínica.

1.2.4 Fuerzas Culturales

Como opción a la salud, los servicios que se ofrecen a los pacientes y población en general, en el ramo alternativo, están en crecimiento Culturalmente, las terapias naturales son más aceptadas por la sociedad, que está más dispuesta a utilizar estos tratamientos en busca de bienestar general.

2. Estrategia de Mercado

2.1 El Producto

2.1.1 Definición del producto

La Clínica Salud Integral presta un servicio intangible donde el receptor directo del proceso es el paciente, a quien se le brinda un trato personal con estándares de calidad en el servicio.

a) Servicios esenciales: son las diferentes terapias clasificadas de la siguiente manera:

- Terapias contra el dolor
- Terapias emocionales
- Terapias estéticas.

b) Sub-servicios:

- Terapias relajantes
- Naturopatía
- Desintoxicación
- Homeopatía

c) Servicios complementarios: venta de productos de medicina natural y medicina homeopática, talleres de terapias de constelaciones familiares, capacitaciones, atención y orientación a empresas en temas de salud.

d) Descripción de las terapias:

- **Concepto emocional**

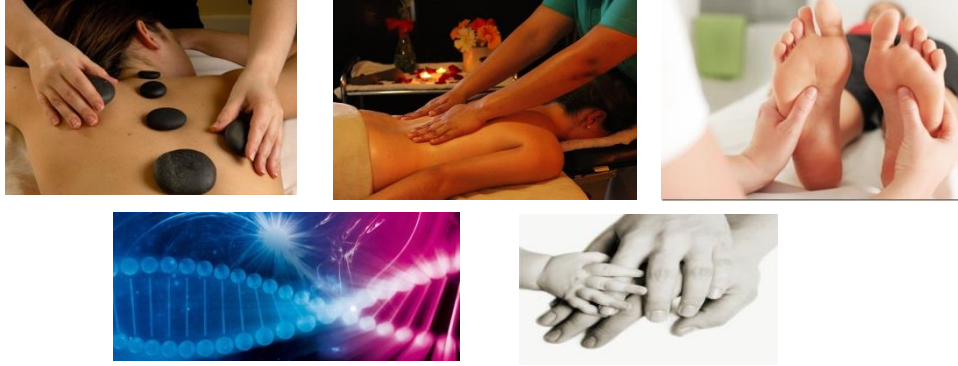
Hacerse cargo de los propios conflictos, emociones y pensamientos, permite alcanzar un alto grado de consciencia que lleva a tomar decisiones que pueden cambiar la vida... ¿qué creemos de la vida y como queremos vivirla? ¿Te gusta tu vida? Si la respuesta es no, entonces te podemos ayudar.

- **Concepto dolor**

¿Sabe que el dolor es uno de sus mejores amigos?

El dolor es un hilo conductor, una sensación desencadenada por el Sistema Nervioso para hacer saber que algo no está funcionando correctamente en el organismo; por lo tanto, ayuda a diagnosticar un problema.

Sin dolor, la persona se puede lastimar gravemente sin saberlo o no darse cuenta de que tienen un problema que requiere tratamiento. ¿Se está haciendo cargo de la causa del dolor o solamente toma analgésicos? Los terapeutas buscan la causa y, desde allí, tratan de encontrar la cura.



d.1 Quiropráctico

Este tratamiento consiste en la alineación de la columna vertebral, que permite aliviar dolores de espalda, lumbagos, dolores de cuello y cabeza, migrañas, túnel del carpo; relaja el sistema nervioso, disminuye el estrés, la ansiedad, insomnio y restablece las funciones de nuestros órganos y extremidades.

d.2 Apiterapia

El veneno de abeja es ampliamente utilizado en tratamientos contra el dolor, como: artritis, artrosis, lumbagos, torticollis, tendinitis, túnel del carpo, lesiones deportivas, migrañas, dolores de cabeza. Así mismo, es un potente analgésico, modulador de inflamación y regenerador.

d.3 Acupuntura

Terapia milenaria, que consiste en la aplicación de finas agujas en puntos específicos del cuerpo, prácticamente indoloras, que promueven la autorregulación del organismo.

d.4 Mesoterapia del dolor

Consiste en aplicar micro-inyecciones con medicamentos homeopáticos que buscan aliviar el dolor y su causa.

d.5 Masajes terapéuticos

A diferencia de los masajes relajantes, estos trabajan específicamente en el área del dolor, buscan desbloquear los puntos dolorosos, para mejorar la circulación y generar alivio del dolor y relajación muscular.

d.6 Masajes relajantes

Por medio de toques suaves, buscan mejorar la circulación, relajar músculos, disminuir el estrés y la ansiedad y dar descanso al cuerpo y a la mente.

d.7 Masaje con piedras calientes

Masaje relajante, donde se utilizan piedras basálticas, que absorben calor y lo llevan a los músculos; permite relajación y alivio del dolor de forma profunda.

d.8 Reflexología

Agradable y relajante masaje en los pies, que permite liberar el estrés, y mejorar la función de todos los órganos.

d.9 ThetaHealing®

Manera eficaz y rápida de cambiar creencias negativas inconscientes que bloquean alguna área de la vida; influye el mundo de los pensamientos y las emociones.

d.10 Programación neuro lingüística, PNL

Cada experiencia que se vive queda grabada en el cerebro; el inconsciente tiene información de por qué se piensa, se habla se comportan de determinada manera las persona. Mejora las relaciones sociales, ayuda a alcanzar las metas, se vive mejor y más feliz.

d.11 Flores de Bach

Esencias florales, descubiertas y probadas por un médico inglés, buscan equilibrar emociones como: miedo, soledad, resentimiento, desesperación, desesperanza, depresión, estrés y obsesiones.

d. 12 Reiki

Ha sido definido como una energía semejante a las ondas de radio, se aplica con eficacia por el Amor de un Ser Supremo, y transmite energía por medio de las manos del terapeuta.

d.13 Constelaciones Familiares

Método terapéutico que permite traer a la conciencia patrones familiares, que pueden bloquear cualquier área de la vida, también permite tener opciones de solución al conflicto.

d.14 Homeopatía

Terapia que consiste en la aplicación de medicamentos, y busca activar las propias defensas del cuerpo.

d.15 Naturismo

La naturaleza dejó a disposición del ser humano una gran cantidad de recursos: aire, agua, plantas, frutas, verduras y muchos otros; el naturismo consiste en la utilización de todos estos recursos para recuperar o mantener la salud.

d.16 Fitoterapia

Ciencia que ha estudiado la utilización de las plantas y extrae lo mejor de ellas, para ser utilizadas como medicamentos.

d.17 Desintoxicación Iónica

El medio ambiente, los antibióticos y productos químicos saturan el cuerpo humano de toxinas; esta terapia permite la desintoxicación natural, reactiva el metabolismo.

d.18 Mesoterapia Estética

Aplicación de micro-inyecciones con medicamentos homeopáticos, que permite la activación de los propios mecanismos del cuerpo, se utiliza en: reducción de medidas, estrías, celulitis, arrugas y líneas de expresión.



2.2 Precio

El precio de los servicios que brinda la clínica está de acuerdo al de la competencia; se brinda el servicio con profesionalismo y calidad, el precio es accesible y está dentro de la media en comparación con otras instituciones que prestan terapia similar.

El precio no siempre está ligado a la calidad, ya que en la Clínica se ofrece calidad en el servicio a un precio accesible.

Clasificación de Terapias	Precio 2017
Primera Consulta	Q 250.00
Dolor	Q. 200.00
Quiropráctico, Acupuntura, Apiterapia, Mesoterapia, Masaje Terapéutico	Q. 200.00
Emocional	Q 250.00
ThetaHealing®, PNL, Flores de Bach, Reiki	Q. 250.00
Constelaciones Familiares	Q 750.00
Estético	Q 200.00
Mesoterapia, Aparatología	Q. 200.00
Homeopatía	Depende del medicamento y casa comercial.
Naturismo y Desintoxicación	Q 150.00
Naturismo, Fitoterapia, Desintoxicación Iónica	Q. 150.00
Relajante	Q. 200.00
Reflexología, Masaje Relajante, Masajes con piedras calientes	Q. 200.00

2.3 Plaza

La Clínica: “Salud Integral, Medicina Natural y Alternativa”, está ubicada en la calzada Roosevelt, edificio Tikal Futura, Torre Luna. El lugar es accesible para personas que utilizan medio de transporte público, así como para las personas que tienen vehículo propio, cuenta con amplio parqueo con tarifa accesible.

El complejo de Tikal Futura comprende: centro comercial, dos edificios con clínicas/oficinas, centro de convenciones para eventos y hotel que presta servicio para eventos. En el hotel se llevan a cabo los talleres de constelaciones familiares.

2.4 Promoción

La promoción se realiza a través de los siguientes medios de comunicación:

2.4.1 Página web:

www.saludintegralgt.com



2.4.2 Página de Facebook: Salud Integral



2.4.3 WhatsApp:

Claro: Cel./ 5439-7070



2.4.4 Twitter:

@SaludIntegralGT

2.4.5 Email:

info@saludintegral.com

2.4.6 Páginas de promociones virtuales:

- a) Cupón Club
- b) Cucupones

2.4.7 Estrategias de promoción

- a) Implementación de eslogan
- b) Ventas de terapias de forma directa
- c) Ofertas del mes o por una ocasión especial
- d) Cupones de regalos
- e) Venta por promociones virtuales
- f) Sorteos en la página Facebook
- g) Tarjeta de pacientes preferenciales

ANEXO 2

Acciones realizadas durante el diagnóstico situacional, acciones desarrolladas durante la elaboración del Plan de Mercadeo y evaluación de las acciones realizadas en el marco estratégico del plan.

1. Acciones realizadas durante el diagnóstico situacional

Acción	Tiempo	Lugar	Encargado	Recursos	Cómo	Objetivo
Diagnóstico	21/09/2014 al 14/10/2014	Clínica Salud Integral	Secretaria Tesisista	Encuesta Hojas bond tamaño carta Lapiceros Impresora Sobres manila Impresora Q100.00 Recurso humano Q.100.00	Se entrega la encuesta a cada paciente cuando asiste a la clínica.	Determinar las necesidades de los pacientes, saber qué es lo que opinan y como califican el servicio
Evaluación del proceso de servicio	A partir del mes de octubre 2014	Clínica Salud Integral	Tesisista Propietaria	Computadora Hojas Lapiceros Impresora Q50.00 Recurso Humano Q100.00	Se llevó a cabo la evaluación de la atención al cliente, desde la solicitud de la cita hasta que sale de la terapia, para contar el tiempo y la eficiencia de la misma y ver el impacto en los pacientes.	Establecer y conocer cómo es el proceso de servicio al cliente, para tomarlo en cuenta en la elaboración del plan; conocer sus debilidades para mejorarlas

Estudio del marco estratégico de la empresa	A partir del mes de septiembre 2014	Clínica Salud Integral	Tesista Propietaria	Computadora Hojas Lapiceros Impresora Q50.00 Recurso Humano Q100.00	Se implementó el marco estratégico. Información sobre la clínica, terapias, testimonios	Implementar el marco estratégico para brindar asesoría en áreas fundamentales de la empresa.
Sorteos en página de Facebook	A partir del mes de septiembre 2014	Clínica Salud Integral	Tesista Propietaria	Internet Computadora Q100.00 Recurso humano Q100.00	Se realizaron sorteos por medio de dinámicas para los usuarios.	Realizar sorteos para atraer a pacientes a la clínica y dar a conocer las terapias.
Tarjeta de paciente preferencial	A partir del mes de septiembre 2014	Clínica Salud Integral	Propietaria Secretaria	Papel impresiones Q100.00 Recurso humano Q100.00	Se entrega a los pacientes preferenciales que acuden a la clínica y que refieren a otras personas.	Lograr la fidelidad de los pacientes, al brindarles un trato especial.

2. Acciones desarrolladas durante la elaboración del Plan de Mercadeo

Acción	Lugar	Tiempo	Encargado	Recursos	Cómo	Objetivo
Implementación del eslogan o lema publicitario	Clínica Salud Integral	Noviembre 2014	Tesista Propietaria	Computadora Internet Papel Lapicero Q. 25.00 Recurso Humano Q.100.00	Se realizó una lluvia de ideas que identificaran los servicios presta la clínica y enfatizar el objetivo de ayudar a los pacientes.	Familiarizar a los pacientes con el eslogan, para que se identifiquen con él mismo.
Modificación de la página Web	Empresa Externa	Noviembre 2014	Contratista Propietaria Tesista	Empresa Q1500.00 Recurso Humano Q100.00	Se contactó a la empresa que actualizara la página para que fuera más dinámica y dar a conocer los diferentes servicios que se ofrecen.	Mejorar la página web Dar a conocer los diferentes servicios.

Página de Facebook	Clínica Salud Integral	Noviembre 2014	Tesista Propietaria	Computadora Internet Q.200.00 Recurso Humano Q. 100.00	Se realizó la publicación de la página por medio de promociones pagadas por Facebook, dos veces al mes, para llegar a más usuarios de la red y lograr muchos "me gusta".	Presencia en la red social de Facebook, con promociones para obtener la aprobación del público.
WhatsApp	Clínica Salud Integral	A partir del mes de Noviembre 2014	Secretaria Propietaria	Teléfono Internet Q125.00 Recurso Humano Q50.00	Se utilizó como medio de comunicación con los pacientes, para confirmar citas, hacer consultas, emitir comentarios respecto a las terapias, y responder de forma personalizada y eficaz.	Lograr una comunicación directa y rápida con los pacientes.

Páginas de promociones Virtuales	Clínica Salud Integral Empresas virtuales	A partir del mes de Noviembre 2014	Secretaria Propietaria	Invertir en cupones para compra virtual. Q 40% de la venta Recurso Humano Q100.00	Promover terapias por medio de páginas tipo cupón Club o Cucupones, donde las personas compran en Internet y llaman a la clínica para solicitar citas.	Vender terapias por medio de cupones, por medio de páginas de promociones por Internet.
Ventas de terapias de forma directa	Clínica Salud Integral	A partir del mes de Noviembre 2014	Secretaria Propietaria	Recurso Humano Q100.00	Se promueven otras terapias con los pacientes que llegan a consultas, para mejorar su salud.	Lograr captar a pacientes que requieran más de una terapia para su mejoría y prevención de su salud.
Ofertas del mes	Clínica Salud Integral	A partir del mes de Noviembre 2014	Tesista Propietaria Secretaria	Papel Internet Impresiones Mantas Q 100.00 Recurso Humano Q200.00	Ofertas del mes de terapias 2x1.	Promocionar terapias específicas por mes, a través de los diferentes métodos de publicidad.

Cupón de regalo	Clínica Salud Integral	A partir del mes de Noviembre 2014	Tesista Propietaria Secretaria	Papel Impresiones Computadora Lapiceros Q50.00 Recurso Humano Q100.00	Tener a disposición en la recepción los cupones para que los pacientes los adquieran. La secretaria los ofrece al atender por teléfono o en persona.	Ofrecer a los pacientes cupones para que los compren como regalo para alguien más.
Promociones virtuales	Clínica Salud Integral	A partir del mes de Noviembre 2014	Propietaria	Computadora Internet Q250.00 Recurso Humano Q100.00	Se efectuaron pagos a diferentes redes sociales para promocionar la clínica.	Lograr promociones por medio del Internet.

3. Evaluación de las acciones realizadas en el marco estratégico del diagnóstico del plan de mercadeo

Acción	Evaluación	% de cumplimiento del objetivo
Diagnóstico	Las encuestas fueron analizadas para determinar datos importantes que sirvieron para iniciar el proceso del plan de mercadeo. Se realizó al inicio de este estudio.	100%
Evaluación del proceso de servicio	Se mejoró la atención al paciente, haciéndolo sentir importante y acogido.	100%
Estudio del marco estratégico de la empresa	Se implementó el marco estratégico, se desarrolló la misión y visión que identifica a la clínica.	95%
Implementación del eslogan o lema publicitario	Se implementó y fue aceptado por los pacientes, quienes asociaron e identificaron que al mejorar su salud, transforman su vida para estar bien.	95%
Modificación de la página Web	Esta modificación se ha llevado a cabo más de una vez para ser más amigable y tener contacto con las personas que buscan los servicios que se ofrecen. Aumentar o mejorar la interacción entre los usuarios y la asistencia a la clínica.	100%
Página de Facebook	Es una herramienta muy eficaz, permite que la información fluya de manera rápida, que se cumplan los objetivos y aumentar la cartera de pacientes.	100%

WhatsApp	<p>Ha sido un medio de comunicación eficiente, favorece la relación con los clientes, se utiliza para dar información sobre citas, y su confirmación. Aclarar dudas sobre los tratamientos. Es utilizado por los pacientes que se les facilita comunicarse por esta vía.</p> <p>Por este medio se logra atraer a los clientes que estén interesados en las terapias, que se comunican por este medio.</p>	95%
Páginas de promociones Virtuales	Esta acción ha permitido atraer a nuevos pacientes que aprovechan estas ofertas al inicio, y se quedan por otras terapias.	95%
Ventas de terapias de forma directa	Ha sido satisfactoria porque el paciente se identifica con la clínica cuando mejora y entra a la etapa de mantenimiento.	95%
Ofertas del mes	Esta estrategia ha sido implementada en ocasiones especiales, como por ejemplo durante la Navidad.	95%
Cupón de regalo	Esta estrategia ha sido bien aceptada por la clientela de la clínica.	95%
Promociones virtuales	Permitieron dar a conocer a la clínica, a pesar de ser vendidos. Ha gustado a las personas.	100%
Sorteos en página Facebook	A los usuarios de Facebook les gusta participar en estas actividades. Ha incrementado la cartera de clientes.	100%
Tarjeta de pacientes preferenciales	Se otorga a pacientes que frecuentan la clínica y han contribuido a aumentar la cartera de clientes.	95%

ANEXO 3

Encuesta, tablas y gráficas

Tablas y gráficas de la encuesta

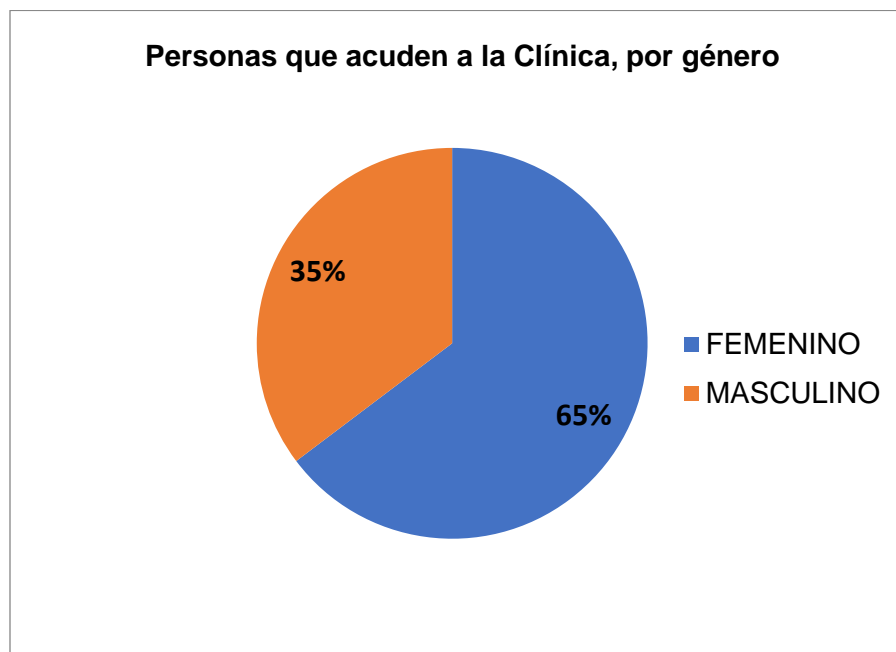
Tabla No. 1

Personas que acuden a la Clínica, por género

<i>Género</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Femenino	0.657	65%
Masculino	0.353	35%
%Total de personas encuestadas	1.000	100%

Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

Gráfica No. 1



Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

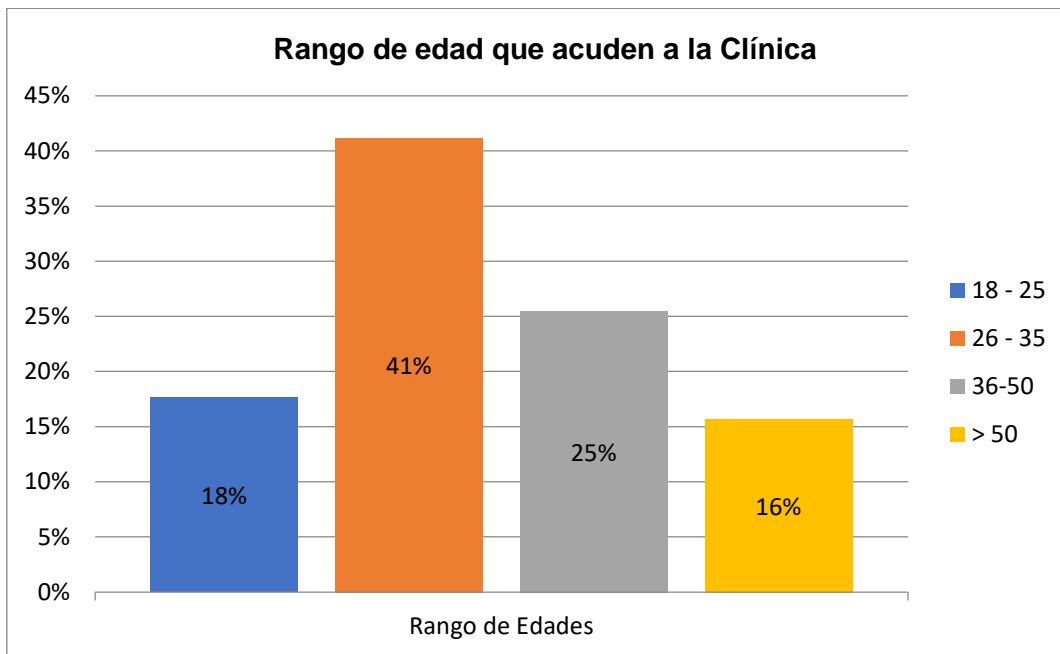
Tabla No. 2

Personas que acuden a la Clínica, por rango de edad

<i>Rango de edad</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
18 – 25 años	0.176	18%
26 – 35 años	0.412	41%
36-50 años	0.255	25%
> 50 años	0.157	16%
% Total de personas encuestadas	1.000	100%

Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

Gráfica No. 2



Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

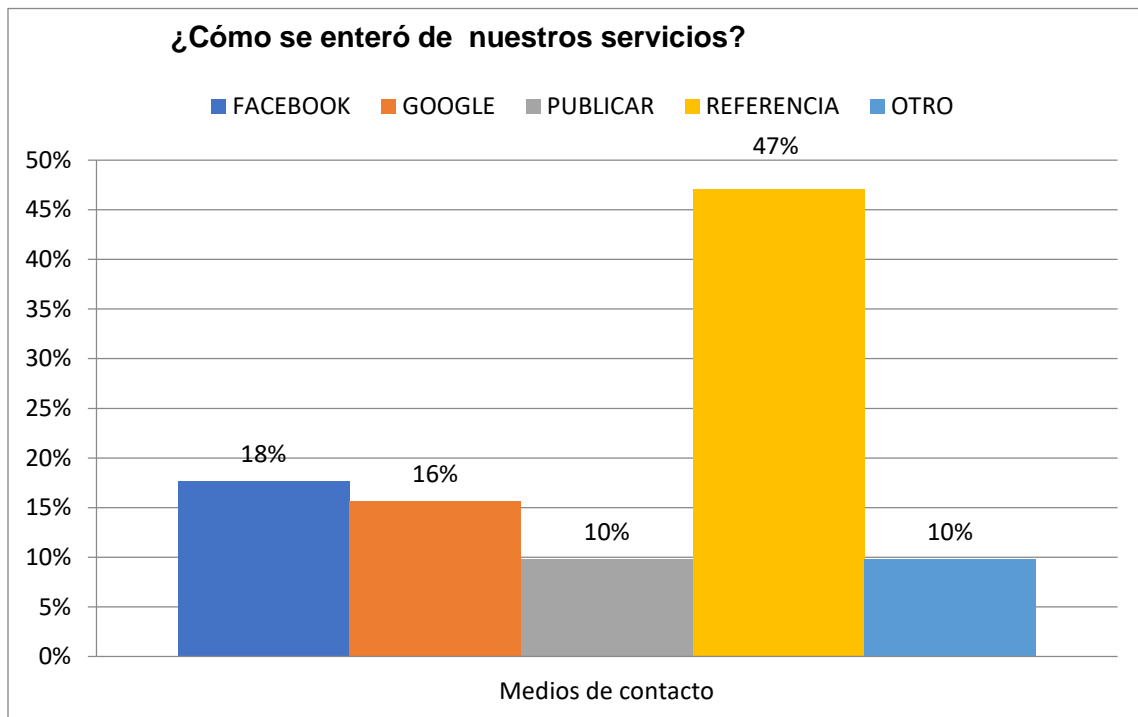
Tabla No. 3

¿Cómo se enteró de nuestros servicios?

<i>Medios de contacto</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Facebook	0.176	18%
Google	0.157	16%
Publicar	0.098	10%
Referencia	0.471	47%
Otro	0.098	10%
% Total de personas encuestadas	1.000	100%

Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

Gráfica No. 3



Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

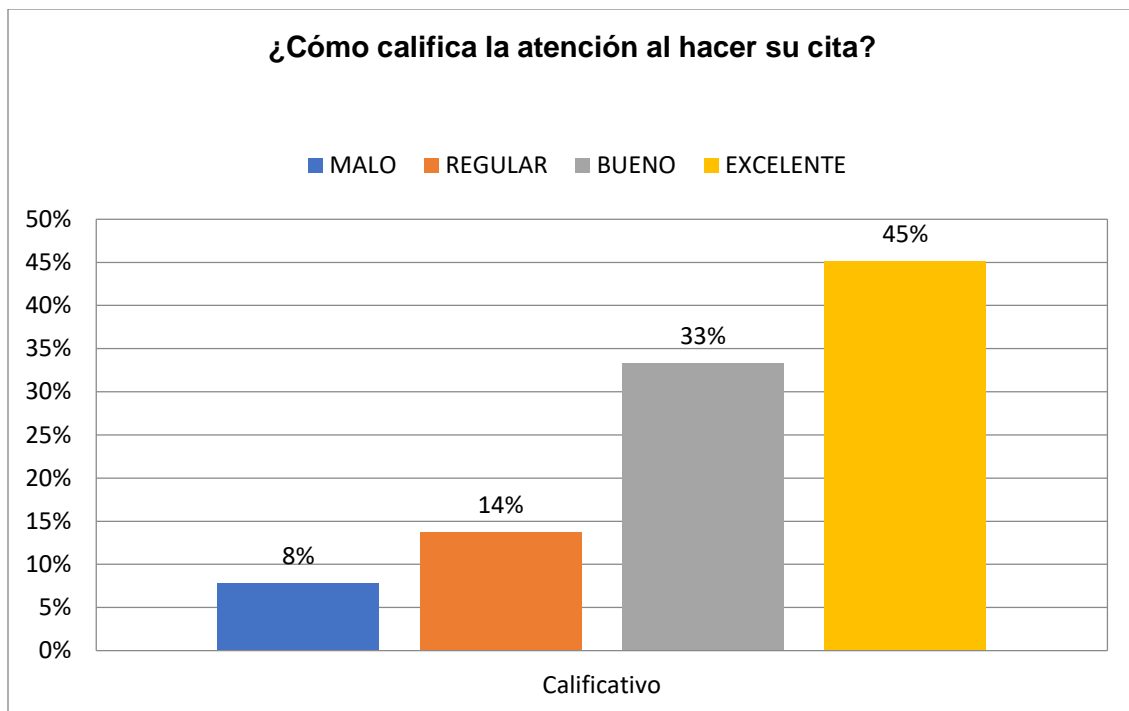
Tabla No. 4

¿Cómo califica la atención al hacer su cita?

<i>Calificación</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Malo	0.078	8%
Regular	0.137	14%
Bueno	0.333	33%
Excelente	0.451	45%
% Total de personas encuestadas	1.000	100%

Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

Gráfica No. 4



Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

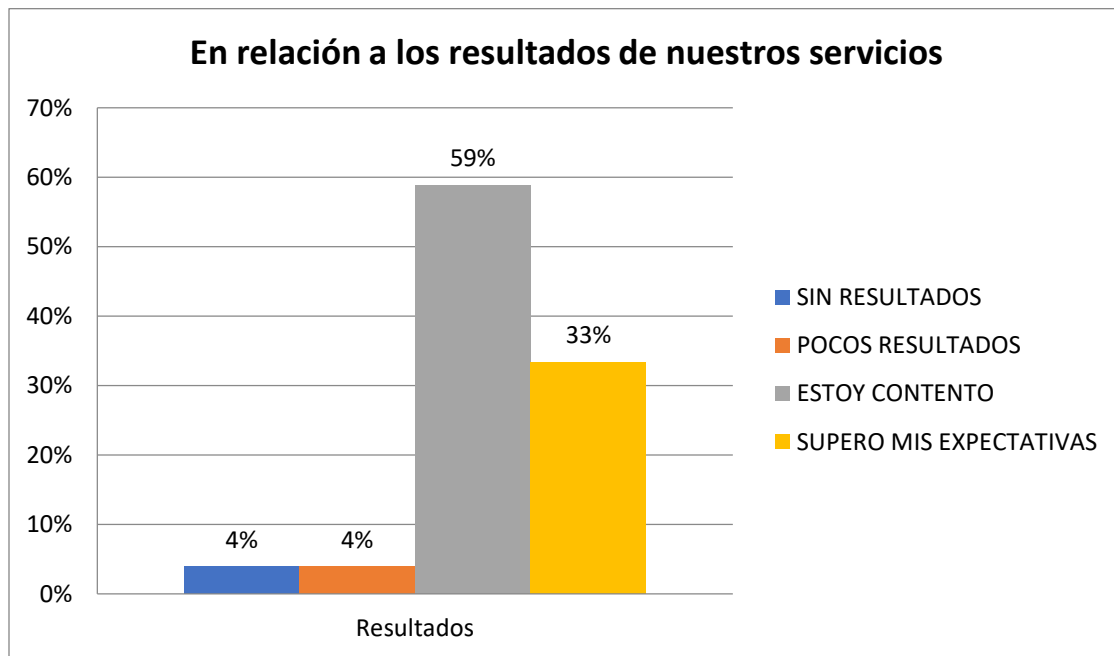
Tabla No. 5

En relación a los resultados de nuestros servicios

<i>Resultados</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Sin resultados	0.039	4%
Pocos resultados	0.039	4%
Estoy contento	0.588	59%
Supero mis expectativas	0.333	33%
% Total de personas encuestadas	1.000	100%

Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

Gráfica No. 5



Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

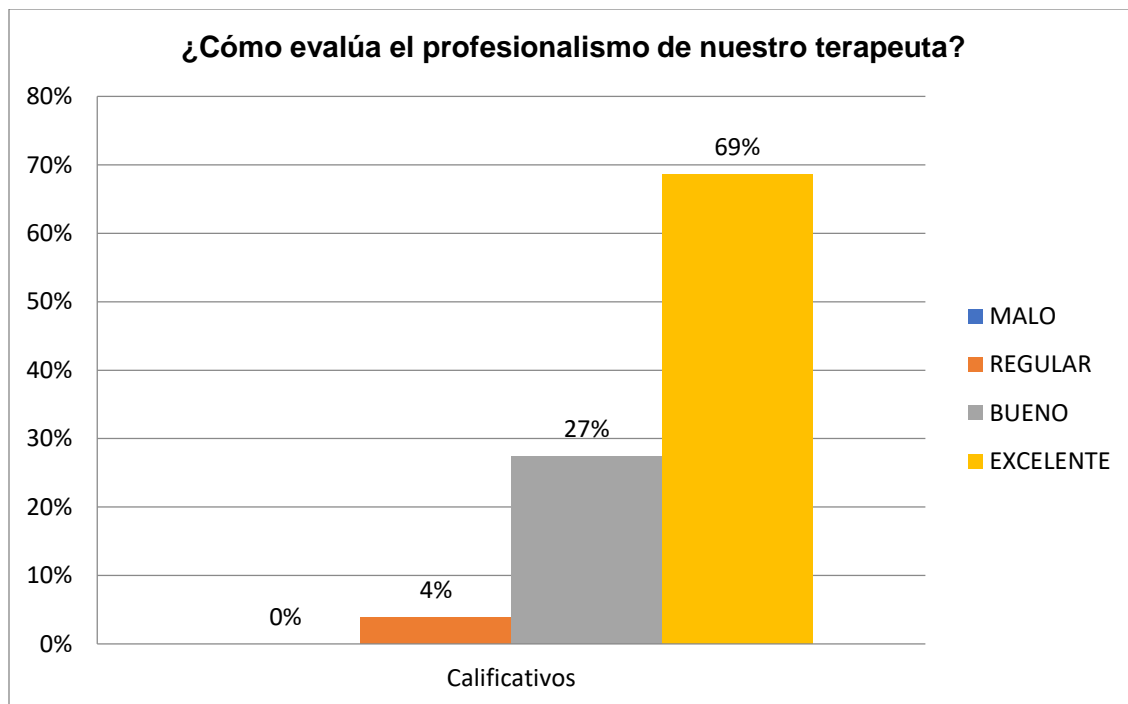
Tabla No. 6

¿Cómo evalúa el profesionalismo de nuestro terapeuta?

<i>Evaluación</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Malo	0.000	0%
Regular	0.039	4%
Bueno	0.275	27%
Excelente	0.686	69%
% total de personas encuestadas	1.000	100%

Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

Gráfica No. 6



Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

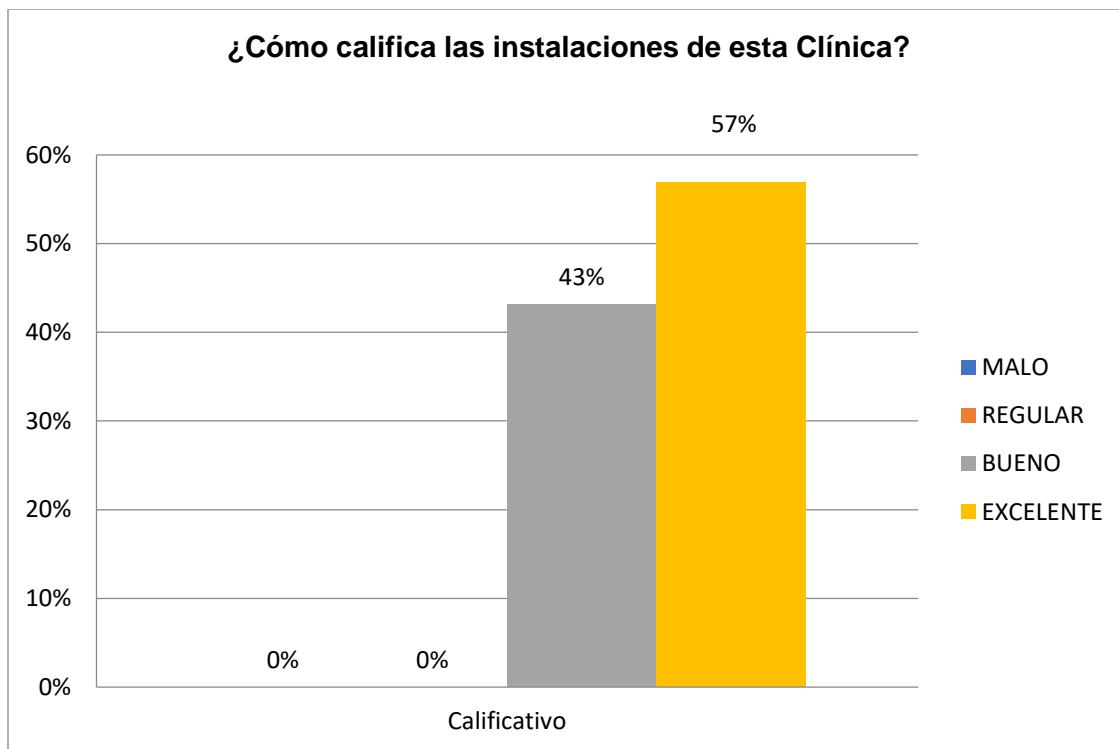
Tabla No. 7

¿Cómo califica las instalaciones de esta Clínica?

<i>Calificativo</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Malo	0.000	0%
Regular	0.000	0%
Bueno	0.431	43%
Excelente	0.569	57%
% total de personas encuestadas	1.000	100%

Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

Gráfica No. 7



Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

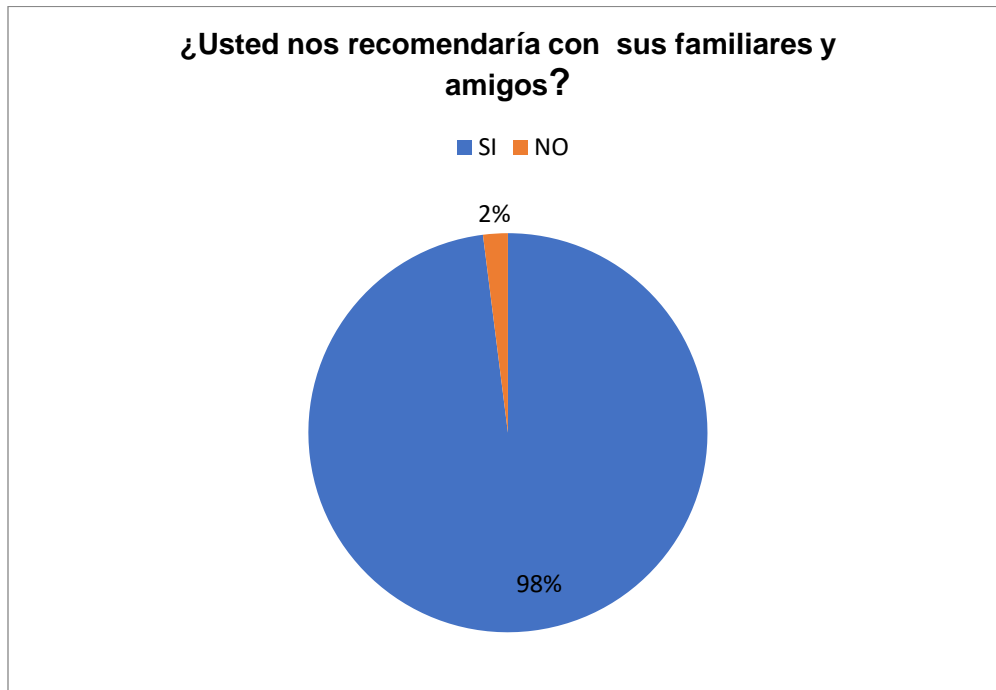
Tabla No. 8

¿Usted nos recomendaría con sus familiares y amigos?

<i>Nos recomendaría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	0.980	98%
No	0.020	2%
Total de personas encuestadas	1.000	100%

Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

Gráfica No. 8



Fuente: Elaboración Propia, trabajo de campo realizado en octubre 2015

ANEXO 4

**Trifoliar de las diferentes terapias de la Clínica:
“Salud Integral, Medicina Natural y Terapias
Alternativas”**

Acupuntura

Es una antigua técnica de la Medicina Tradicional China, que consiste en la inserción de finas agujas en puntos específicos del cuerpo (llamados puntos de acupuntura, que recorren canales de energía del cuerpo), el objetivo de la terapia, es estimular la habilidad innata del organismo, de resistir o vencer las enfermedades, produciendo por el sistema nervioso en la piel y sus receptores, reacciones químicas en el cerebro y sistema endocrino para eliminar las sensaciones de dolor y la curación de diversas enfermedades.

Las agujas que se utilizan, siempre son estériles, pre-empaquetadas y desechables. Resulta ser una terapia muy amigable, poco o nada dolorosa, en donde se utiliza una cantidad moderada de agujas; aceptada por la Organización Mundial de la Salud como efectiva para:

- **Enfermedades respiratorias**
Sinusitis y Rinitis aguda
Bronquitis aguda
Asma, Amigdalitis
- **Enfermedades Gastrointestinales**
Gastritis aguda y crónica
Reflujo gástrico
Estreñimiento y diarrea
Colon irritable
- **Enfermedades Neurológicas**
Migraña y Dolores de cabeza comunes
Neuralgia del Trigemino
Parálisis facial en estado temprano
Neuropatía periférica
Neuralgias
- **Enfermedades músculo esqueléticas**
Bursitis, tendinitis
Codo de tenista
Ciática, Lumbagos
Artritis reumatoide
Insomnio, fatiga, estrés

Mesoterapia del Dolor

Consiste en la aplicación de medicamentos homeopáticos en las primeras capas de la piel, inyectada en el sitio más próximo al lugar afectado, teniendo así una acción más eficaz, buscando efectos antiinflamatorios, analgésicos y/o regenerativos.

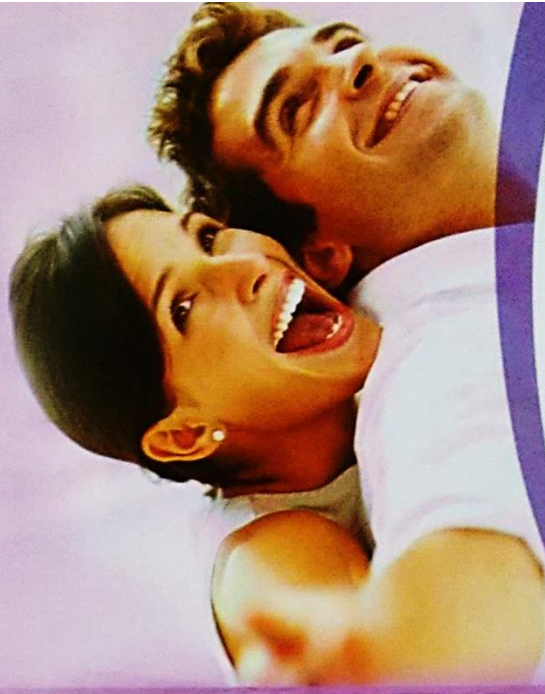
Es un tratamiento muy empleado por sus propiedades para acelerar la recuperación de lesiones, sobre todo en dolores agudos y crónicos.

- Estrés • Artritis • Artrosis • Lumbago
- Túnel del carpo • Hernias discales
- Problemas digestivos como colon irritable, estreñimiento, hemorroides.
- Problemas de hígado y riñones
- Neuralgias, migrañas
- Alteraciones de la circulación
- Alteraciones respiratorias (asma, bronquitis crónica)
- Traumatismos deportivos (esguinces, tendinitis, contracturas)
- Todas las patologías dolorosas, sobre todo aquellas resistentes a tratamientos clásicos.



¿Buscas Alivio para el Dolor?

Disfruta de los beneficios de la medicina natural...



Salud Integral
Terapias para una vida sin dolor

Edificio Tikal Futura, Torre Luna,
Nivel 14, oficina 14A.
Tels. (502) 5439-7070 | 2440-5278

El Dolor

¿Sabía usted que el dolor es uno de sus mejores amigos?

El dolor es un hilo conductor, una sensación desencadenada por el Sistema Nervioso para hacerle saber que algo no está funcionando correctamente en su organismo, por lo tanto nos ayuda a diagnosticar un problema.

Sin dolor, usted podría lastimarse gravemente sin saberlo o no darse cuenta de que tiene un problema médico que requiere tratamiento. Una vez que el problema se trata de fondo, el dolor suele desaparecer.

Pero, ¿es suficiente solamente tomar analgésicos?

Como todas las drogas, los analgésicos simplemente ocultan el dolor por el cual se toman. No "curan" nada. Una persona que continuamente intenta aliviar el dolor podría llegar a tomar dosis cada vez mayores, y, mientras esto sucede, el problema sigue creciendo, hasta el momento en que los analgésicos dejen de hacer efecto, estando frente a un cuadro mucho más complejo en su organismo.



Como un buen amigo, EL DOLOR, nos da una llamada de atención para que evidenciamos padecimientos físicos, así como emocionales.

Apiterapia

Consiste en la aplicación de Veneno de Abeja (apitoxina) segmentado y purificado, es decir que se le han extraído los componentes que producen el efecto de hinchazón que genera la picadura directa de la abeja, reduciendo también la posibilidad de alergia a la misma, hasta en un 99%.

La técnica que utilizamos para la aplicación de la Apitoxina es la Biopuntura Neural, que nos permite aplicarlo en puntos de acupuntura, mesoterapia y terapia neural, según sea la necesidad del paciente.

Los efectos de la Apitoxina, han sido comprobados por estudios científicos, demostrando que estimula el propio sistema de defensa, la circulación local y apoyar en procesos inflamatorios, permitiendo observar excelentes resultados en diversas enfermedades, por ejemplo:

Artritis, artrosis, tendinitis, tunel de carpo, codo de tenista, hombro congelado, torticollis, espasmos lumbares y cervicales, bursitis, hernias disciales, fibromialgia, bruxismo ciática, migraña, enfermedades autoinmunes como el lupus y la esclerosis múltiple, además de su uso en enfermedades respiratorias, rinitis, sinusitis, amigdalitis, estrés, y mucho más.

- Mejora la secreción de hormonas y sustancias del organismo.
- Regula el Sistema Inmunológico (aumenta las defensas)
- Incrementa la resistencia a las enfermedades infecciosas y las alergias.
- Mejora el rendimiento físico y mental.
- Detiene los males degenerativos.
- Promueve la producción de endorfinas, brindando bienestar natural.
- Permite llegar a una edad avanzada en buen estado de salud.

Ventajas:

- Compatible con tratamientos médicos químicos
- No tiene efectos secundarios

Quiropráctica

Esta terapia consiste en el diagnóstico y tratamientos de problemas de salud que afectan los nervios, los músculos, los huesos y las articulaciones del cuerpo, teniendo como base para esto, ajustes manuales de la columna vertebral, a los cuales se les llama manipulaciones de la columna, los cuales son efectuados con las manos del terapeuta, teniendo previo una entrevista sobre los síntomas y una historia clínica del paciente para determinar la necesidad y metas del tratamiento.

La Quiropráctica se basa en el principio de que el cuerpo tiene la capacidad de sanarse a sí mismo, si es que el sistema nervioso está funcionando adecuadamente, sin interrupciones ni pinzamientos.

¿Cuándo necesito un quiropráctico?

- Hernias de disco (primeros grados)
- Espasmos lumbares o cervicales
- Dolor de espalda
- Ciática
- Cefalea o migraña
- Compresión de nervios
- Fibromialgia
- Túnel de carpo
- Tendinitis
- Estreñimiento
- Dolor de piernas
- Dolores menstruales
- Estrés



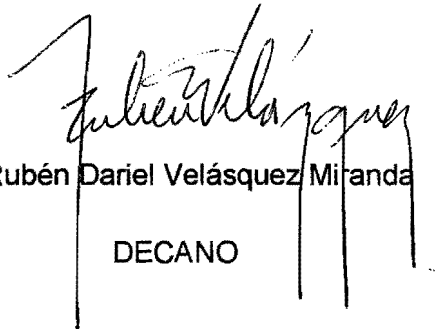
Ana Gabriela Cifuentes Flores

AUTOR



~~MSc. María Ernestina Ardón Quezada~~

DIRECTORA



Dr. Rubén Dariel Velásquez Miranda

DECANO