

Consumo de medicinas naturales como alternativa frente a productos Alopáticos en la ciudad de Manizales para enfermedades diabetes, hipertensión y depresión

Yudi Carmenza Garzón Amaya

Universidad de Manizales

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Maestría en Mercadeo

Manizales

2019

Consumo de medicinas naturales como alternativa frente a productos Alopáticos en la ciudad de Manizales para enfermedades diabetes, hipertensión y depresión

Yudi Carmenza Garzón Amaya

Asesora:

Dra. Marleny Cardona Acevedo

Doctora en Ciencias Sociales

Trabajo de grado presentado para optar al título de

Magíster en Mercadeo

Universidad de Manizales

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Maestría en Mercadeo

Manizales

2019

Contenido

Resumen.....	8
Abstract	9
Introducción	10
1. Problema de investigación	12
1.1 Contexto	12
1.2 Pregunta de Investigación	14
3. Antecedentes	15
4. Justificación.....	20
4. Objetivos	22
4.1 Objetivo General	22
4.2 Objetivos Específicos.....	22
5. Marco de Referencia	23
5.1.1 La morbilidad del Municipio de Manizales	23
5.1.2 El consumo de la medicina natural	24
5.2 La automedicación, homeopáticos, bioenergéticos	27
5.3 Historia de la creación y normatividad de la medicina natural Vs. La medicina alopática.	36
6. Marco teórico	43
6.1 La cultura y psicología del consumidor.....	43
6.2 Consumidor en el campo de la salud y dones del mercado	56
6.2.1 La mercadotecnia en el campo de la salud	57
6.2.2 Comercialización de los medicamentos naturales por medios de comunicación	64
6.2.3 La experiencia del mercadeo como un don en el campo de la salud	66
7. Metodología	68

8. Resultados y análisis de datos	72
8.1 Experiencia en la medicina natural de tiendas naturistas y Parque Médico del Dr. Rojas	75
8.2 Fortalezas de la medicina natural.....	77
8.2.1 Conocimientos de los productos naturales.....	77
8.3 Riesgos y problemas con los medicamentos naturales y alopáticos	79
8.4 Comercialización de los medicamentos naturales	80
8.5 Mercado quien consume, características, comportamiento del uso.....	80
8.5.1 Consumo de medicamentos naturales.....	81
8.5.2 Consecuencias de la automedicación.....	82
8.6 Normatividad	84
8.7 El marketing viral (voz a voz)	85
8.8 Experiencias en medicina natural: producción y comercialización.....	86
8.9 Casos de medicina natural: experiencias de la literatura científica	87
8.10 Experiencias de asesoras telefónicamente	93
9. Conclusiones	97
Referencias	101

Lista de Tablas

Tabla 1: Resultados de la perspectiva del consumo desde las entrevistas	94
Tabla 2: Identificación, diferenciación y preferencias del consumidor en la medicina natural...	95

Lista de Figuras

Figura 1. Dimensiones del mercado social	60
Figura 2. Usuario Colombiano: características	64
Figura 3. Comercialización de productos naturales.....	74

Lista de Anexos

Anexo 1. Carta para entrevista al Dr. Jorge Enrique Rojas	108
Anexo 2. Indicadores de morbilidad Manizales, 2016	109
Anexo 3. Formulario de recolección de información para las tiendas naturistas.....	110
Anexo 4. Formulario de recolección de información para los clientes de las tiendas naturistas, droguería y Parque Médico.....	112
Anexo 5. Formulario de recolección de información para el Parque de la Salud Dr. Rojas.....	114
Anexo 6. Resultados de las experiencias de los clientes con los medicamentos naturales.....	116
Anexo 7. Resultados de las entrevistas a asesores y Dr. Jorge Enrique Rojas.....	118

Resumen

Las medicinas naturales responden a un mercado formal porque tienen registros que legitiman la producción y comercialización, falta dinámicas de distribución y no se reconocen reglas en el mercadeo. **Objetivo:** Caracterizar los consumidores de medicamentos naturales frente a los de medicamentos de origen alopático en el tratamiento de enfermedades (diabetes, hipertensión y enfermedad psicológica (depresión)), a través de 7 casos en la ciudad de Manizales. **Metodología:** Se realizó estudio de caso – entrevistas con guía de preguntas. **Hallazgos:** En los últimos años en el mundo de la salud, se ha aumentado la utilización de medicinas naturales ocupando un puesto importante en el mercado. Se considera que la medicina natural se ha difundido por todo el mundo por factores como: necesidades que se presentan en el entorno, por costos, por tradición, por la adquisición de productos nuevos y/o porque son menos tóxicos que los alopáticos. En el estudio se presentaron 3 tipos de características de los consumidores de medicinas naturales que son: Los que inician en estos consumos por creer en las medicinas naturales, los que hacen la transición del consumo de medicamentos alopáticos a medicinas naturales y los que complementan el uso y consumo de medicamentos alopáticos y naturales.

Es significativo porque la morbilidad en Manizales (Caldas) desde la cultura y psicología del consumidor hace de la mercadotecnia en el campo de la salud una estrategia integral, que se basa en el desarrollo de las 4ps de la mercadotecnia social, cuya finalidad es el cambio de comportamientos, hábitos y actitudes de la población para favorecer las condiciones de salud.

Palabras claves: medicamentos alopáticos, medicamentos naturales, productos ortodoxos, psicología del consumidor, marketing en salud, caso de estudio, productos fitoterapéuticos, MAC

Abstract

Natural medicines although they respond to a formal market because they have records that legitimize the market, lack commercial dynamic and no rules are recognized in the marketing.

Objective: to characterize the effects of natural medicines against allopathic medicines in the treatment of diseases (diabetes, hypertension and psychological illness), through 7 cases in the city of Manizales. **Methodology:** A case study was conducted - interviews with a guide of questions. **Findings:** In recent years in the world of health, the use of natural medicines has increased, occupying an important position in the market. It is considered to be natural medicine. The use of natural medicines has spread throughout the world due to factors such as: the needs are presented in the environment, by costs, by tradition, by the acquisition of new products and / or because they are less toxic than allopathic ones. In the study, 3 types of characteristics of users of natural medicines are presented: Those who are initiated in these consumptions for believing in natural medicines, those that are made in the consumption of allopathic medicines, natural medicines and that complement the use and consumption of allopathic and natural medicines.

It is significant because the morbidity in Manizales (Caldas) of culture and consumer psychology is part of the marketing in the health field an integral strategy, which is based on the development of social marketing, whose function is the change of behaviors, habits and attitudes of the population to favor health conditions.

Key words: allopathic medicines, natural medicines, orthodox products, consumer psychology, health marketing, case study, phytotherapeutic products, MAC

Introducción

Los últimos años, en Colombia, ha venido haciendo carrera la utilización de medicamentos naturales que no solo han desplazado los medicamentos alopáticos, sino que, además, han ido ocupando un puesto importante en la economía del país. Aunado a lo anterior ha hecho carrera la auto medicación, lo cual podría estar desencadenando problemas de tamaño colosal no solo por la resistencia de las enfermedades sino por la inocuidad de los tratamientos naturales que pueden obrar como placebos dando la idea de “cura” a enfermedades que en realidad al pasar el tiempo se tornan más agresivas e intratables.

Algunos médicos se han ido especializando en el tratamiento de enfermedades, por métodos naturistas, como una alternativa para las personas que no gustan de medicamentos elaborados, y muy pocos de ellos con una base científica que les brinda la experiencia de la tradición oral o escrita y aprovechando, en algunas ocasiones los “bajos costos” a los que se venden estos productos para hacerlos más asequibles a la comunidad.

Es interesante el incremento de la sustitución de medicamentos de base científica, por medicamentos naturales, se observa como los usuarios se preocupan por su salud y buscan nuevas opciones para tener una mejor calidad de vida.

Tal como lo aseguran Rojas, Silva, Sansó, & Alonso (2013) en el debate sobre la Medicina Natural y alopática sus implicaciones para la salud. “Se reflexiona en torno a la importancia del debate de la aplicación rigurosa del método científico para fortalecer la medicina natural y alopática como recurso de la salud pública. Se esclarecen los conceptos de ciencia errónea,

ciencia espuria y pseudociencia, todos relevantemente peligrosos para la salud de la población. Bajo la sombrilla de la medicina natural y alopática, se ubican legítimos recursos terapéuticos, se advierte sobre la existencia de otros que no cuentan con el aval del método científico o cuya validez ha sido directamente refutada por él.”

Se demostró que existe un adopción de prácticas naturistas y la medicación frente a la medicina alopática en la ciudad de Manizales, departamento de Caldas, como una herramienta para identificar el incremento del consumo de productos de origen natural y determinar las preferencias entre el consumo de medicamentos naturales y medicamentos alopáticos.

1. Problema de investigación

1.1 Contexto

Manizales es un municipio, del Departamento de Caldas, ubicado en el centro occidente de Colombia, es la ciudad de las puertas abiertas y proyectado culturalmente sobre bases occidentales y confiando que su sistema de salud también lo sea. Es claro que la medicina occidental, alopática y natural es la protagonista y encargada de determinar las características y condiciones que rigen la atención en salud del municipio.

De esta manera un paciente que necesita una cita médica en consulta externa, es sometido a requerimientos para obtenerla, como: tiempo de espera prolongado para la asignación de cita en consulta externa, hacer colas por horas, tramitar la solicitud de su cita, la realización de exámenes médicos costosos con una oportunidad lejana, la autorización de citas con especialistas o procedimientos son lentos, lo que obstaculiza la recuperación de los usuarios del sistema.

Citando a Palacio, et al. (2017) Las MAC (Medicina Alternativa y Complementaria) cumplen un papel importante, la medicina natural se utiliza en lugar de la medicina alopática, que usan de estimulación para el funcionamiento de las leyes naturales en la autorregulación del ser humano con la “meta de promover, prevenir, tratar y rehabilitar la salud de la población desde un pensamiento holístico” (Manuel Ignacio Pinto-Barrero, 2012). El enfoque humano de estos tipos de atención está basado en amabilidad, calidez, acompañamiento continuo del paciente que es la

carta de presentación que ha atraído diferentes grupos sociales, culturales, étnicos y económicos para hacer parte de la medicina natural.

Los consumidores se han inclinado hacia estas prácticas de medicina natural por la problemática en que se encuentran los usuarios en el sistema de salud y la económica, se refleja la imposibilidad del estado en garantizar, mantener y promover la salud de los colombianos.

Actualmente, las personas se están preocupando más por su salud y buscan otras oportunidades a parte de la medicina alopática que les permita participar en el manejo de su enfermedad y encontrar otros tratamientos que no tengan tantos efectos adversos para su organismo, pero se debe tener cuidado al momento de consumir medicamentos naturales con medicamentos alopáticos, ya que puede presentar efectos adversos; por eso los especialistas llaman a la concientización del manejo adecuado de estos productos.

El estudio del mercado de las medicinas naturales se centra más en la comercialización que en el ciclo completo de producción-comercialización. Manizales para el año 2016 cuenta con 246 tiendas naturistas. La comercialización de medicamentos naturales es un sector relativamente nuevo y hasta ahora está tomando fuerza en su consolidación, producción y comercialización de estos, se están destacando en el ámbito económico nacional, por la creciente demanda de estos productos a nivel internacional. (Sarmiento, et al., 2011, p. 9)

Hoy en día, este mercado genera en el país un promedio de 21.000 empleos directos y 100.000 indirectos, cuenta con 35 laboratorios naturistas dedicados a crear suplementos dietarios y productos fitoterapéuticos elaborados con plantas medicinales y cuenta con 40 laboratorios homeopáticos aproximadamente. (Sarmiento, et al., 2011, p. 10)

1.2 Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las características de los consumidores de medicamentos naturales frente a los de medicamentos de origen alopático en el tratamiento de enfermedades (diabetes, hipertensión y enfermedad psicológica (depresión)) en la ciudad de Manizales?

2. Antecedentes

Afirma Peñaloza, Prieto, & Rodríguez (2012, p. 21) el mercadeo de la salud surge como respuesta a las necesidades del cliente, que es hacer programas de alto grado de calidad, teniendo en cuenta la ubicación de los pacientes para diseñar ofertas que tengan alto impacto en los programas de promoción y prevención y bienestar de la población.

Lo que busca la mercadotecnia en la salud es captar y fidelizar a los pacientes, mejorar la atención, aumentar los servicios online e integrarlos dentro de la gestión hospitalaria, tener una comunicación potente y diferenciadora, desarrollar modelos enfocados al paciente para brindar información clara de las diferentes enfermedades que existen, como evitarlas, que dieta hacer diariamente para tener un equilibrio de cuerpo y mente. El Dr. Rojas en su programa de televisión (Conexión vital), radio y en Discovery brinda sus conocimientos y experiencia en la medicina natural.

Describe Córdón, et al. (2011, p. 10) en la mayoría de los países desarrollados, en los últimos años, se ha incrementado la popularidad y utilización de la llamadas medicinas alternativas y complementarias (MAC).

Refiere Córdón, et al. (2011, p. 10) las MAC es aquella técnica terapéutica que intenta mejorar la salud al margen de la medicina alopática. El Instituto Nacional de la Salud de EE.UU define las MAC como un conjunto diverso de sistemas, prácticas y productos médicos y de atención a la salud que no se considera en el momento parte de la medicina alopática.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) apoya el uso de las MAC, siempre y cuando hayan demostrado su beneficio para el paciente y representen un riesgo mínimo y hace una alerta sobre las medidas que debe tener el gobierno, deben contar con instrumentos para garantizar que todos los interesados dispongan de la mejor información sobre sus beneficios y riesgos, ya que a aumentado el número de personas que las utilizan (Cordón, et. al, 2011, p. 10)

En Europa realizaron un informe sobre lo que representa el consumo de fármacos, y se cree que entre el 20 y 25% de los ciudadanos de la Unión Europea (UE) utilizan medicamentos homeopáticos, estos representan entre el 1 y 2% del volumen del negocio de la industria farmacéutica europea. (Cordón, et al., 2011, p. 10)

Los usuarios de las MAC rechazan la medicina alopática bajo el principio de que ésta les ha engañado, no ha cubierto sus expectativas, o que hacen uso de éstas porque la medicina alopática está deshumanizada. Estudios cuantitativos y cualitativos muestran personas que han usado las MAC, las cuales han seguido durante largo tiempo a su problema y no ha sido efectiva o les ha ocasionado un efecto adverso; después de cierto tiempo vuelven a utilizar la medicina alopática o utilizan las dos. (Cordón, et al., 2011, p. 11)

La acupuntura forma parte de la medicina tradicional china, se basa en el concepto de energía vital equilibrado o Qi que se cree que recorre el cuerpo de la persona. Los que practican este tipo de medicina sostienen que el Qi regula el equilibrio espiritual, emocional, mental y físico, afectado por las fuerza opuestas del ying yang, las cuales tendrían que mantenerse en equilibrio. La energía denominada Qi fluye por unos canales invisibles llamados meridianos ping luo, que se distribuyen por todo el cuerpo. La acupuntura se encarga de equilibrar esta energía por medio

de la punción de agujas en determinados puntos de estos canales meridianos. (Cordón, et al., 2011, p. 11)

La homeopatía es un método terapéutico que se aplica a todo tipo de enfermedades, los más comunes son los problemas alérgicos, enfermedades infecciosas como: otitis media, problemas ginecológicos, hepatitis crónica, depresión, hipertensión o migraña. Se basa en la aplicación del “principio de similitud” (similia similibus curentur: lo similar cura con lo similar) y dilución que significa que cantidades muy pequeñas del medicamento o sustancias a suministrar, curarían síntomas o enfermedades que esta misma provocaría si las utilizaran en altas dosis o más concentrados. (Cordón, et al., 2011, p. 13)

Han brindado información en algunas publicaciones de personas con enfermedades graves que abandonaron su tratamiento alopático por utilizar productos homeopáticos y les produjo la muerte. (Cordón, et al., 2011, p. 14)

Existen otros estudios como lo indica Cordón, et al. (2011, p. 8) sobre el manejo de las diferentes enfermedades que hay. Por ejemplo:

- **Osteopatía.** Es un método terapéutico y diagnóstico donde el médico le facilita al organismo de la persona enferma la capacidad de autocuración. el médico Andrew Taylos, descubrió este método de curación, sostiene que la estructura y función del organismo es inseparable en su conjunto y por esto la alteración de un órgano repercute en los demás sistemas. El sistema neuromuscular tiene un papel muy importante en el mantenimiento de la homeostasia, por la asociación que tiene la columna vertebral con el sistema nervioso autónomo. Según revisiones

sistemáticas y metaánalisis concluyen que la manipulación espinal es efectiva y segura en el tratamiento del dolor lumbar agudo y crónico.

- **Quiropráctica.** “Sitúa el sistema nervioso como centro de la regulación de la salud y bienestar corporal” (p.8). David Palmer descubrió este método, menciona que la enfermedad se produce por un desequilibrio del balance neurofisiológico del cuerpo. Este desequilibrio lo intentan arreglar por medio del diagnóstico y la corrección de las anomalías o subluxaciones de la columna vertebral.

Para el Dr. David Palmer la exploración es fundamental para indicar el tipo de tratamiento, para diagnosticar casos donde no pueden utilizar el método, riesgos, casos de tumores, infecciones, inestabilidad articular, entre otros. Según estudios realizados existe un metaanálisis que concluye que este tipo de terapia es más efectiva que otros tipos de terapias manipulativas sobre el dolor lumbar agudo o crónico, no es superior al tratamiento con analgésicos o fisioterapia.

- **Suplementos.** El Medical Subject Headings define los suplementos dietéticos como productos en cápsula, tableta o líquido que ofrecen nutrientes esenciales, como vitaminas, minerales esenciales, proteínas, hierbas o sustancias nutricionales similares, entre otros.
- **Musicoterapia.** Según la Comisión de Práctica Clínica de la Federación Mundial de Musicoterapia el uso de la música y/o sus elementos musicales como: sonido, ritmo, melodía, armonía realizada por un musicoterapeuta con un paciente o grupo, en un proceso creado para facilitar, promover la comunicación, las relaciones, aprendizajes, movimiento, expresión, para satisfacer las necesidades físicas, mentales, emocionales, sociales, entre otras.
- **Aromaterapia.** Nacional Cancer Institute norteamericano, considera que “la aromaterapia es una variedad del uso de plantas medicinales, y sitúan su empleo en la demanda social de

actuaciones naturales, no relativas a productos químicos como adyuvantes de la medicina tradicional”.

- **Naturoterapia.** Se trata de un tratamiento considerado natural, evitando los medicamentos alopáticos. Como sistema de creencias combina diversas terapias, pudiendo utilizar plantas medicinales, homeopáticas, masajes, hidroterapia, ejercicio físico, dieta, suplementos vitamínicos, entre otros.

Según la OMS, alrededor del 70% de la población mundial actualmente utiliza las hierbas medicinales como medicina complementaria o alternativa. Algunos estudios han mostrado que entre el 14% y el 16% de la población adulta estadounidense y el 49,4% de la población israelí consumen suplementos de hierbas a menudo concomitantemente con medicamentos. (Yilmaz, et al., 2018)

3. Justificación

La situación que se presenta actualmente en el sector salud de Colombia es cada vez más compleja debido a la demora en los tiempos de asignación de una cita médica, restricción en la consulta de varias enfermedades, costos de los medicamentos, utilización de productos genéricos, además que, por presiones de las mismas EPS, el médico solo puede tratar una enfermedad, no puede enviar todos los exámenes diagnósticos, hay restricción en el tiempo de consulta y entrega de medicamentos.

Argumenta Palacio, Campos, Sugura, & Mojica (2017, p. 10) en ocasiones los pacientes con múltiples prescripciones médicas, bolsas llenas de medicamentos enviados por varios especialistas para tratar una misma patología confunden al paciente, ya que no conocen para que los consumen, cuál va a ser su eficacia, el temor a los efectos secundarios e interacciones medicamentosas derivados de los medicamentos alopáticos. Los obstáculos impuestos para la obtención de la atención en salud es alta, se presenta una ruptura en la relación médico-paciente, disminuyendo cada día la falta de alternativas y opciones de manejo para diferentes enfermedades, con el agravante de un único manejo farmacológico (alopáticos), lo cual ha llevado al consumidor a tomar decisiones para tener una vida más saludable, el deseo de evitar consumir productos tóxicos que con el tiempo puede afectar algún órgano de su cuerpo como riñones, hígado, entre otros.

Es ahí donde juega un papel muy importante la medicina natural, es donde se abre un abanico de opciones diferentes para el consumidor, más humanas, cálidas, donde el paciente sea

reconocido, tratado de manera integral, holística, con la posibilidad de acceder a la medicina alternativa y complementaria garantizando que sean naturales, efectivos y seguros.

La medicina alternativa y complementaria (MAC) ha contribuido a rescatar la humanización en la relación médico-paciente y con ello el principio a la dignidad humana. En muchos países como Estados Unidos, Francia, España, Chile han incluido las MAC en la prestación de sus servicios de salud, para brindar nuevas oportunidades, esperanzas al consumidor de tener una mejor calidad de vida. Esto es lo que impulsan al desarrollo, invitando al gobierno de Colombia a incluir en sus EPS una alternativa de bienestar para los pacientes. (Palacio, et al., 2017, p. 10).

Esto nos lleva a pensar que la medicina natural es fundamental en el mercado, para brindar nuevas alternativas de vida al consumidor, siempre guiado por un médico tratante para que los resultados sean efectivos y si se utilizan como complemento de los medicamentos alopáticos, se consuman con responsabilidad para evitar efectos indeseados. Ha aumentado el uso de medicamentos naturales por los grandes resultados que se han visto en los pacientes, el marketing que utilizan es él voz a voz, el cual ha sido viral y la utilización de los medios de comunicación como televisión, radio, redes sociales han trascendido brindando al consumidor información, clara, acertada, para tomar buenas decisiones de compra.

El Dr. Rojas en Colombia y en varias países ha obtenido una gran acogida, ya que brinda sus conocimientos, experiencia a la comunidad por los medios de comunicación, llegando a todos los hogares del país, del mundo y ahora está incursionando en el programa Discovery en toda Latinoamérica.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Caracterizar los consumidores de medicamentos naturales frente a los de productos de origen alopático en el tratamiento de enfermedades (diabetes, hipertensión y enfermedad psicológica (depresión)) en la ciudad de Manizales, a través de 7 casos en la ciudad de Manizales.

4.2 Objetivos Específicos

- Identificar consumidores de productos naturales para el tratamiento de enfermedades más comunes en Manizales
- Diferenciar el consumo (por automedicación, homeópatas o bioenergéticos) de medicamentos naturales, en la ciudad de Manizales
- Determinar las preferencias entre el consumo de medicamentos naturales y medicamentos alopáticos en el tratamiento de enfermedades más comunes en Manizales

5. Marco de Referencia

El estudio incluye autores por categorías de análisis, tanto del tema central de mercadeo de productos naturales y el contexto de distribuidores y consumidores.

5.1.1 La morbilidad del Municipio de Manizales

Manizales se ha caracterizado por ser un Municipio que cuenta con una Secretaría de Salud que ha trabajado, de una manera técnica, por tener buenas condiciones de salud para sus habitantes, cuenta con un equipo técnico, altamente cualificado, que se ha estructurado con los perfiles que exige cada uno de los programas, con la finalidad de dar respuesta a las necesidades de salud de su población. (Orozco, et al., 2015, p. 9)

Según Cardona, Gómez, Arias, Castañeda, & Urrea (2017, p. 4)“las proyecciones del DANE y del Centro de Información Estadística de la Secretaría de Planeación Municipal, la población de Manizales para el año 2017 fue de 398.830 habitantes, que corresponde al 0,81% del total de la población del país. El 52,3% son mujeres y el 47,7% son hombres. El 93,1% pertenece a la zona urbana y el 6,9% a la zona rural de Manizales”.

Plantea Cardona et al. (2016, p. 58) los indicadores de morbilidad de Manizales en el 2016 los más representativos fueron: hipertensión 43 personas por cada 10.000 habitantes, diabetes 15 personas por cada 10.000 habitantes (ver anexo 2).

Considera Osorio (2018, p. 21) los trastornos depresivos son los que están más presentes en los trastornos psiquiátricos con 49 casos, 30 en mujeres y 19 en hombre con un 30,06%.

5.1.2 El consumo de la medicina natural

El concepto de medicinas naturales incluye: medicina alternativa, medicina oriental y medicina complementaria. Algunos médicos han optado por especializarse en el tratamiento de enfermedades utilizando la medicina oriental para brindar a los pacientes tratamientos complementarios como acupuntura, terapia neural, apiterapia, nutrición, hidroterapia, entre otros., y abrirle las posibilidades terapéuticas a los pacientes para curar o manejar sus enfermedades, sin dejar de lado los tratamientos que reciben con medicamentos alopáticos.

Se adquiere información de entrevistas realizadas por (Layton, , 2015) locutor de Radio la Patria.

El crecimiento de la venta de productos a base de plantas medicinales a crecido y se están realizando convenios para el cultivo y comercialización de estas como lo menciona (Layton, 2015) “el objetivo es fortalecer la producción de yerbas saludables y aromáticas para vender en Estados Unidos”. Los agricultores piden apoyo para ingresar al programa.

Lina Hurtado, representante del negocio de plantas y esotéricos El Hindú, que esta ubicado en la Galería, menciona que cada día llegan nuevos clientes para adquirir plantas medicinales y aromáticas para los nervios, el estrés, desinflamatorios y hay nuevas tendencias gastronómicas, lo cual a interesado al consumidor a llevar manzanilla, mejorana, albahaca, orégano, tomillo,

cedrón, limoncillo. Refiere que en los últimos meses de 2015 las ventas de las yerbas a aumentado un 20%. (Layton, A sembrar más plantas medicinales en Caldas, 2015).

El secretario de Agricultura Ángel Quintero Palacio, en la entrevista de (Layton, 2015) explicó que “el objetivo es aprovechar el potencial agrícola e incursionar en plantas aromáticas, ante la tendencia de productos saludables y gourmet”. En Caldas el área de siembra de estos productos es muy baja, no están cuantificadas. “El interés es mostrar otras alternativas empresariales, aprovechando las condiciones climáticas, de los suelos de Caldas y la cultura hortícola de la región”.

De acuerdo con Layton (2015) las plantas medicinales y aromáticas llegan de otras ciudades como: Bogotá, la Sabana Cundiboyacense y en Caldas llegan de Villamaría.

A continuación se dará información de entrevistas realizadas por (Layton & Vargas, 2016) locutores de Radio La Patria sobre el crecimiento del consumo de los medicamentos naturales

Se ha aumentado el uso de medicina natural para prevenir enfermedades. Algunos médicos generales advierten y enseñan que la medicina natural sirve como coadyuvante para los efectos de la medicina alopática. Para el año 2015 existían 229 tiendas naturistas, en el año 2016 existen 246 entre Villamaría y Manizales, de acuerdo con el reporte de la Cámara de Comercio de Manizales. (Layton & Vargas, 2016)

La asesora María Claudia Cardona, de la tienda Naturista La Nuez, insiste en que la medicina natural se debe tomar con responsabilidad y constancia, ya que son productos que se demoran más en hacer el efecto esperado en el organismo. (Layton & Vargas, 2016)

Realizaron un sondeo por NEGOCIOS en cinco tiendas naturistas, donde señalan que la mayor demanda se reconoce en productos que son para bajar de peso, antigripales, productos para la circulación y los que son adecuados para el buen movimiento digestivo y muscular. La medicina natural para la artritis y la artrosis es de buena aceptación, la demanda se ha incrementado un 20% hasta el 2016. (Layton & Vargas, 2016)

Destaca la asesora Lina María Olarte que la medicina alternativa no elimina las patologías, ayuda a mitigar el dolor, la inflamación, mejora la calidad de vida de las personas, ayuda a prevenir las enfermedades por medio de multivitamínicos. (Layton & Vargas, 2016)

Menciona José Norman Salazar, director del Centro Colombiano de Derecho Médico que a la medicina natural le falta más investigación científica. El conocimiento de estos productos se da por el voz a voz entre los consumidores, por eso la demanda ha crecido, pero es perjudicial de alguna manera porque ha llevado a que se automediquen. El Dr. José Norman dice que estos medicamentos no tienen efectos secundarios, pero sí tiene contraindicaciones. (Layton & Vargas, 2016)

Layton concluye que la comercialización de productos naturales ha aumentado, ya que las personas se preocupan más por su salud, por consumir productos que no sean tóxicos, y encuentra un mercado interesante para los productores de Caldas, en apostar al nuevo mercado de las plantas aromáticas y medicinales.

Sostiene Vega (2018) de acuerdo con estudios realizados por Procolombia en el año 2018, existen grandes ventajas climáticas y el uso de suelos es excepcional que permite el cultivo de aproximadamente 400 especies de plantas aromáticas y medicinales.

Resalta Vega (2018) que la presidenta de Procolombia Flavia Santoro, dice que Colombia tiene un gran potencial de crecimiento, ya que cuenta con 130 especies altamente comercializadas en el mundo, con buena capacidad de producir todo el año y también porque la demanda internacional es cada vez mayor, lo cual le abre nuevas oportunidades para diversos sectores.

Cabe destacar que el 30% de la producción de hierbas aromáticas va dirigido a la industria farmacéutica, el 40% para la industria alimentaria, el 30% utilizado para la elaboración de productos cosméticos. (Vega, 2018)

Expresa Vega (2018) las zonas del país con mayor potencial están en el centro del país. Bogotá concentra la mitad de la producción de hierbas que se registraron en el año 2017, Cundinamarca capturó el 32% de la producción que tiene como principal destino Estados Unidos, donde llega el 70% de las aromáticas locales.

5.2 La automedicación, homeopáticos, bioenergéticos

Se puede notar que la automedicación es el uso de medicamentos por iniciativa propia, sin ninguna intervención por parte del médico, que lleva a las personas a tomar malas decisiones ya que no confían en los médicos, por las deficiencias en el sistema de salud que cada vez son peores, la demora en la atención, la poca cobertura y el alto costo de los medicamentos.

Revela Pérez & Marín (2015, p.4) que Colombia tiene más de 5.000 especies con posibles usos medicinales, de ellas 2.404 son exclusivas, pero solo 159 plantas están aprobadas por el

INVIMA y el Ministerio de Salud para uso medicinal. El 82% de la materia prima se debe importar y solo el 18% lo abastece el cultivador nacional.

Los recursos naturales que se pueden utilizar para la fabricación de fármacos de origen natural pueden ser: terrestres, plantas superiores, microorganismos, vertebrados e invertebrados. Marinos como: algas, esponjas y microorganismos con especial énfasis en actinomicetos e invertebrados. (Pérez & Marín, 2015, p.6)

En Colombia hay una gran variedad de productos naturales, que se producen y comercializan, como: cosméticos, alimentos, esencias florales, fitoterapéuticos, homeopáticos, suplementos dietarios, vitaminas, tratamientos naturales, medicina alternativa, plantas medicinales aprobadas por el INVIMA, que es muy difícil para las personas del común distinguir. De acuerdo al estado de salud de la persona no sabe cuál puede consumir. Sólo un experto o profesional de la salud puede determinar la dosis correcta. (Pérez & Marín, 2015, p. 6)

Según Pérez & Marín (2015, p.6) el Ministro de Salud, Alejandro Gaviria Uribe dice que los productos naturales se deben utilizar con cuidado, con sensatez. Para él, se debe tener un control de los productos naturales por parte del Gobierno, ya que no todos son inofensivos, insiste que estos productos deben ser regulados, controlados por el Estado, lo natural no es sinónimo de inofensivo y algunas de estas sustancias pueden ser peligrosas para la salud, y pueden crear dependencia.

De acuerdo con Pérez & Marín (2015, p.7) El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA eliminó la venta libre de los medicamentos naturistas, por ejemplo: la valeriana, los colombianos tendrían que presentar fórmula médica. Una decisión que

fue calificada por el expresidente Juan Manuel Santos como “exagerada e innecesaria” que obligo a dicha entidad a comunicar su revisión “producto por producto, planta por planta y adicción por adicción” (p. 7). La directora del instituto Elvira Cajigas dijo: “es posible que dos o tres productos necesiten fórmula médica y refiere que esta demostrado que la valeriana causa dependencia y adicción”.

Señala la Directora ejecutiva del Fenat Yahel Bibiana Bueno, desde (Pérez & Marín, 2015, p.9) “se requiere la intervención e inclusión inmediata de la medicina alternativa y complementaria dentro del sistema nacional de salud” y también en la reforma a la normativa regulatoria existente y a la política farmacéutica, que no obstaculice a la medicina tradicional, alternativa y complementaria para la población colombiana.

Citado por Pérez & Marín (2015, p.9) la Dra. Yahel Bibiana, Directora de Fenat Colombia esta dejando de participar en el mercado mundial naturista, que asciende a 14 billones de dólares. Se esta ignorando que los productos a base de plantas medicinales pueden tener más seguridad que un medicamento alopático, que el INVIMA expide un listado oficial de plantas tóxicas, el cual es consultado por la industria.

Afirma Pérez & Marín (2015, p.24) la automedicación con productos naturales es la práctica que realiza una persona tomando algún medicamento de origen natural sin una previa descripción médica para curar una enfermedad, la medicina natural es empleada con frecuencia por que es considerada que no posee efectos adversos a la salud y aunque la respuesta no es inmediata, gran parte de la población la utilizan.

Según El Dr. Henry Lindlahr desde Rincón & Alvarez (2015, p. 7) estableció que la enfermedad aparece por la desviación de las leyes naturales, dedujo que el organismo es el responsable de corregir la enfermedad y este disminuye la vitalidad e intoxicación de la sangre. “La medicina natural es el arte del tratamiento de la persona y no de la enfermedad”

Plantea Rincón & Alvarez (2015, p. 7) que J.M Mulet (Denia 1973) profesor de Biotecnología en la Universidad Politécnica de Valencia y autor de productos naturales “VAYA TIMO” investigo la alimentación ecológica rechazando algunas bondades de este. El dice que los productos naturales por el simple hecho de tener la etiqueta de producto natural o ecológico no quiere decir que sean más sanos, más buenos o beneficiosos, solo se ajustan a la ley de producción.

Afirma (Rincón & Alvarez, 2015, p.7) el naturopata Miguel Crespo señala que el aloe vera es un sanador de la piel y se emplea con control, sino se limpia con cuidado es perjudicial para la salud. El neuropata señala una lista de productos naturales que deben ser usados con mucho cuidado, por ejemplo: el aceite de oliva, los cítricos, la rosa mosqueta, aceite de almendras y otros.

Expresa Rincón & Alvarez (2015, p. 8) la Organización Mundial de la Salud (OMS) deduce que en los países ricos la población recurre a diferentes tipos de remedios naturales, considerando que lo natural es sinónimo de inofensivo. Se debe tener en cuenta que estos productos pueden tener reacciones adversas, por eso la importancia de siempre acudir a un médico para evitar inconvenientes. El Dr. LEE Jong – Wook Director General de la OMS, declara que al aumentar el uso de los productos naturales el gobierno debe contar con una estrategia para garantizar excelente información sobre los beneficios y riesgos.

Hay estudios sobre el Ginkgo – biloba, es un producto que utilizan popularmente en todo el mundo para prevenir enfermedades vasculares, aumentar la circulación sanguínea. El Centro de Vigilancia Farmacológico de Uppsala a notificado que si los pacientes antes de una cirugía informarían el uso de este producto se evitarían casos sobre hemorragias. (Rincón & Alvarez, 2015, p. 8).

Expresa Del Toro, Díaz, Barrios, & Castillo (2016, p. 1510) la automedicación es un hecho diario y habitual en la mayoría de los hogares, en Latinoamérica y diversos países del mundo. La utilización por voluntad propia de medicamentos conocidos o prescritos por un médico, acarrea un acto que puede ocasionar perjuicios al paciente que lo consume:

Algunos de los daños que puede causar son:

- Aparición de toxicidad en forma de efectos secundarios, reacciones adversas e intoxicación
- Dependencia o adicción
- Al interaccionar medicamentos alopáticos con medicamentos naturales puede ser peligro por la reacción que puede provocar en el organismo
- Falta de efectividad por no estar indicado para cierta enfermedad, por ejemplo el abuso indebido de antibióticos.

Menciona Yilmaz & Çifci (2018, p. 1) la interacción hierba – fármaco es una de las preocupaciones clínicas que muestran los investigadores por el uso inadecuado de la interacción de hierbas – fármacos. La mayoría de los pacientes no son conscientes del peligro que pueden enfrentar cuando no los utilizan adecuadamente. “Los efectos adversos de las hierbas medicinales incluyen: toxicidad por sobredosis, cambios fisiológicos en los sistemas corporales

e interacciones adversas de medicamentos”. Los problemas potenciales de los medicamentos a base de hierbas se pueden clasificar en términos generales como trastornos de la coagulación (sangrado y anticoagulación), alteraciones del agua y electrolitos (retención de sodio e hipopotasemia), efectos endocrinos (hiperglucemia, hipoglucemia), hepatotoxicidad y prolongación de los agentes anestésicos (confusión y sedación).

Los medicamentos más utilizados son el ajo, el aceite de pescado, el sueco amargo, el té verde, el té de salvia, hojas de Ginkgo.

La automedicación crea un problema de salud pública que produce deterioros a la comunidad. En Colombia son relativamente escasas las cifras referentes a la automedicación. La Encuesta Colombiana sobre Automedicación y Auto prescripción, menciona que el 39% de los colombianos que presentan un problema de salud elige no consultar con un médico y se automedica; de los cuales solo un 14% se preocupa por conocer los efectos secundarios. (Del Toro, et al., 2016, p. 1510)

Argumenta Delgado (2017) la automedicación responsable o no es una práctica de varias causas, una de ellas es la deficiente atención médica por parte de las entidades prestadoras de salud, obligando al paciente a acudir a otras alternativas que puedan aliviar o curar su enfermedad.

Agrega Delgado (2017) las preocupaciones principales de la automedicación se encuentra en el uso inadecuado de antibióticos, el cual puede causar adicción, efectos adversos significativos como resistencia a los antibióticos, el fracaso del tratamiento, toxicidad del fármaco por interacciones médicas. Por el uso inadecuados de estos puede aparecer cepas bacterianas

resistentes a múltiples fármacos, esto ha generado gran preocupación en todo el mundo, porque genera, tratamientos de mayor duración, visitas al médico frecuentemente, hospitalizaciones prolongadas, utilización de medicamentos de última generación que son más costosos y de difícil acceso para el paciente y puede llevar a la muerte.

Sostiene Delgado (2017) las conductas que toman los pacientes en ocasiones al automedicarse son peligrosas y se agravan por la formulación inadecuada de empleados de farmacias, que en ocasiones recetan de manera irresponsable medicamentos, se basan en su experiencia empírica pero no poseen sustento científico. Otro de los factores es el riesgo en la proliferación masiva de tiendas naturistas abarrotadas de productos de dudosa calidad, que prometen tratamientos efectivos.

Debido a la problemática que se presenta sobre la automedicación, aparece una oportunidad para las personas que padecen alguna enfermedad o no quieren utilizar medicamentos alopáticos, es utilizar la Medicina Alternativa Complementaria (MAC) como la homeopatía, acupuntura, osteopatía, entre otros.

- **La homeopatía** de acuerdo con Jonas, Kaptchuk, & Linde (2013, p. 393) es un sistema terapéutico de 200 años de edad que utiliza pequeñas dosis de diversas sustancias para estimular los procesos de autorregulación y autocuración. La homeopatía selecciona sustancias al relacionar los síntomas de un paciente con los síntomas producidos por estas sustancias en individuos sanos. Los medicamentos se preparan mediante dilución en serie y agitación, que los proponentes permiten al imprimir información en el agua. La homeopatía ocupó un lugar destacado en la atención médica del siglo XIX y recientemente ha experimentado un renacimiento mundial.

En Estados Unidos, los pacientes que buscan atención homeopática son más ricos, más jóvenes y con mayor frecuencia buscan tratamiento para los síntomas subjetivos, que aquellos que buscan atención convencional. Los remedios homeopáticos fueron permitidos por la Ley de Alimentos y Medicamentos Puros de 1939 y están disponibles sin receta. Hay evidencia de ensayos controlados aleatorios de que la homeopatía puede ser eficaz para el tratamiento de la influenza, las alergias, el íleo postoperatorio y la diarrea infantil. La evidencia sugiere que la homeopatía no es efectiva para la migraña, el dolor muscular de inicio tardío y la prevención de la influenza. (Jonas, et al. 2013, p. 393)

Expresa Vengoechea (2018, p. 16) la homeopatía es un sistema médico propuesto a finales del siglo XVIII por Samuel Hahnemann, médico alemán quien después de estudiar y practicar la medicina convencional, encontró una alternativa natural. Después de investigar otros autores de filosofía, química, medicina, entre otros., buscó un método terapéutico más efectivo y menos tóxico. Por medio de sus estudios y experimentaciones, desarrollo un sistema que resalta los principios de individualidad de cada paciente, la similitud entre la enfermedad y su medicamento, el uso de sustancias ultradiluidas y dinamizadas y la concepción de la enfermedad como un desorden en la energía vital que se logra curar al entender el ser humano enfermo desde su totalidad.

“El medicamento homeopático es el encargado de modificar el funcionamiento de la fuerza vital ayudando a restablecer su equilibrio para alcanzar la curación”. (Vengoechea, 2018, p. 23).

Colombia, es uno de los países que ha avanzado en la legislación de la homeopatía. Con la Ley 14 de 1962 se reglamento que esta solo podía ser ejercida por médicos y posteriormente en 1980, se estableció que para ejercerla se debía contar con un título universitario reconocido por

el Estado. Esta reglamentado que el médico homeópata fabrique sus propios medicamentos en el consultorio, siempre y cuando cumpla con ciertos estándares establecidos. (Vengoechea, 2018, p. 33)

- **La acupuntura** para González (1995, p. 10) “consiste en la inserción de agujas en puntos específicos situados en la superficie del cuerpo humano, con el fin de prevenir, curar, aliviar o rehabilitar las enfermedades o los síntomas”.

Los puntos de acupuntura pueden estimularse por masajes, como es el caso de la digitopresión, llamada digitoacupuntura o acupresión. Afirma que se ha logrado buenos resultados para el tratamiento del dolor y problemas funcionales al aplicar estímulos eléctricos sobre la superficie de la piel en los puntos de acupuntura, con el método no invasivo llamado TENS (Estimulación Eléctrica Nerviosa Transcutanea). La Moxibustión es la aplicación de calor en los mismos puntos que utiliza la acupuntura y con la misma finalidad. Utilizan el calor generado por la combustión de hojas secas de Artemisa Vulgaris, una planta medicinal China, esta hierba la organizan en forma de cigarrillo, que se hace combustir en uno de sus extremos y se acerca calentando el punto que se ha seleccionado para el tratamiento. (González, 1995, p. 10)

La existencia de la somatotopia, en diferentes partes del cuerpo, es la representación del todo, del cuerpo, en una pequeña parte. Por ejemplo el caso de los ojos, orejas, manos, pies, entre otros., en dichas partes han determinado que se reflejan las alteraciones de los distintos órganos y partes del cuerpo, y como por medio de el masaje, la aplicación de agujas, las microcauterizaciones, el estímulo con un haz de rayos láser o un campo magnético, se puede ayudar a mejorar o curar un problema de salud. Los métodos diagnósticos de la Medicina

Tradicional China (MTCH) permiten y exigen un acercamiento estrecho entre médico y persona que padece alguna enfermedad. (González, 1995, p. 11)

5.3 Historia de la creación y normatividad de la medicina natural Vs. La medicina alopática

Las medicinas alopáticas o naturales lo que buscan es conservar la salud, aliviar o curar una enfermedad y evitar la muerte, a través de sus productos buscando permisos para la producción y comercialización de estos, el cual está regido por el Invima que se encarga de revisar buenas prácticas de manufactura, control y supervisión de la aprobación de la investigación en productos fitoterapéuticos a partir de la medicina tradicional.

Refiere Rodríguez (2017, p. 6) Las plantas medicinales, son aquellas que dentro de su composición física contienen principios activos que pueden producir efectos benéficos para la salud humana y animal (Cosme, I. 2008). La función de estas plantas se conoce por la transmisión de conocimiento de los pueblos indígenas. Los principios activos de las plantas son utilizados para producir un producto fitoterapéutico, que por medio de procesos de separación y extracción en el laboratorio, realizan estudios de toxicidad, entre otros, los cuales revelan si son aptos para el consumo humano o no (Superintendencia de Industria y Comercio, 2015).

Plantea Rodríguez (2017, p. 6). Los productos fitoterapéuticos provienen de extractos vegetales, que se presentan después de su elaboración en los laboratorios en el mercado como:

píldoras, jarabes, grajeas, o el extracto puro, los cuales son utilizados con fines terapéuticos o nutricionales y no contienen sustancias adicionales diferentes al extracto obtenido de la planta. Pueden distribuirse de manera libre o con prescripción médica dependiendo de si son de tratamiento a una enfermedad, métodos paliativos, o son acompañantes para prevenir problemas de salud. En Colombia la comercialización y producción de estos productos lo controla las normas sanitarias establecidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS), que se encarga de revisar buenas prácticas de manufactura, control y supervisión de la aprobación de la investigación en productos fitoterapéuticos a partir de la medicina tradicional (OMS, 2013).

Declara (Lluch, García, Montero, & González, 2000) el origen del medicamento se debe buscar en el hombre mismo, ya que surgió como necesidad para aliviar la enfermedad o para su prevención, dicen que cuando lo interpretaban como un mal inducido por los espíritus (brujería) el medicamento era un remedio para ahuyentarlos.

La palabra medicamento procede del griego “pharmakon” y el término “placebo” de actualidad en este tiempo, surgió al mismo tiempo, cuando Sócrates y Platón enseñaban que “la eficacia de un medicamento es mayor cuando el enfermo a quien se administra, confía en él.” (Lluch, et. al. 2000, p.2).

Existen cuatro épocas que determinan la evolución en el origen de los medicamentos:

- Originalmente, el concepto de medicamento es algo empírico y tiene un significado poco científico. Tuvo su principal desarrollo en Mesopotamia, Egipto, China, etc., de allí aparecieron medicamentos como: opio, escila, mandrágora, cáñamo, entre otros, los cuales proceden de la naturaleza, ya sea de origen vegetal, mineral o animal.

- Después, se inicia el conocimiento del medicamento en base al estudio y observación, que iniciaron los griegos, donde las figuras de Dioscórides y después Galeano, que son los padres del medicamento, cuyos conocimientos fueron conservados y transmitidos en la edad media, por los árabes. También realizó un aporte Paracelso, creador de la iatroquímica, drogas procedentes del Nuevo Mundo, las cuales no conocía Europa, así es como se elaboran las primeras farmacopeas “(tratado que recopila los remedios o sustancias medicinales, utilizadas para fines terapéuticos, así como las normas, procedimientos adecuados para su elaboración y conservación y que están autorizados legalmente”. (Lluch Colomer, et. al. 2000, p.2).

- A finales del siglo XVIII inicia la época en que el medicamento procede de síntesis química; medicamentos como: alcaloides, digital, muscarina, entre otros. En esta época madura la ciencia, por medio de la investigación sobre la eficacia de los mismos en el tratamiento de enfermedades. Y crean los primeros medicamentos contra la sífilis, las hormonas, antibióticos

Afirma (Lluch, et al. 2000, p. 3) el avance de otras ciencias como: biología, química, inmunología, entre otras.,contribuyeron al desarrollo de nuevos medicamentos, para curar enfermedades y para prevenirlas como: vacunas, hormonas y antibióticos.

- Actualmente, gracias a los estudios, se ha producido el gran logro del diseño de medicamentos mediante técnicas de ingeniería genética, sofisticadas y costosas, pero que ha valido la pena por todos los beneficios que ha brindado al ser humano. Es la época en que serán desarrollados medicamentos más eficaces y seguros.

El origen de los medicamentos pueden ser:

- **Origen Natural.** Del reino animal, vegetal, mineral
- **Origen Semisintético.** Que procede de la naturaleza, aunque en su elaboración se introducen ligeras modificaciones en su molécula para mejorar sus propiedades.
- **Origen Sintético.** Se obtienen a partir de materias primas no activas, mediante transformaciones químicas.
- **Ingeniería Genética.** Se aplican los conocimientos de genética a la tecnología farmacéutica.

Además, la Ley que rige la elaboración de medicamentos naturales según el INVIMA: Decreto 677 de 1995. Capítulo II de los registros sanitarios de las preparaciones farmacéuticas a base de recursos naturales. Artículo 31 al 46. Ley 1545 de 1998. “Preparación farmacéutica a base de recursos naturales, de uso bajo prescripción médica: es aquella preparación farmacéutica a base de recursos naturales de uso medicinal que presenta una potente actividad farmacológica y exige control médico para su administración”. (Samper, 1995, p. 27)

En el 2004, el gobierno estableció el Decreto 2266 de 2004, en el que reglamenta las normas que toda empresa fitoterapéutica debe seguir para obtener la certificación de sus productos. Tienen en cuenta las buenas prácticas que se deben tener para el manejo de las diferentes plantas que usarán para elaborar sus artículos, que tipo de laboratorio deben utilizar y que especificaciones deben tener los equipos donde se realizará. En el Decreto tienen en cuenta los documentos que deben presentar previamente para dar inicio a la producción de fitoterapéuticos donde exigen pruebas de toxicidad del extracto, descripción de la especie, estado en que se

encuentra en CITES¹ y de qué manera la obtendrán. “Este Decreto da a conocer la definición que legalmente se tomará para considerar a un producto como un fitoterapéutico y sus registros sanitarios relacionados.” (Rodríguez, 2017, p. 8).

Surgen cambios en el Decreto y aparece la Resolución 4320 de 2004, donde establecen las normas que controlan la actividad publicitaria de los fitoterapéuticos de venta libre para evitar falsas expectativas y engaños en las personas, el uso indebido en la investigación para transformar un fitoterapéutico. Las publicaciones deben poner objetivos claros del producto, su procedencia, contraindicaciones y que riesgos tiene si consume el producto. (Rodríguez, 2017, p. 9).

En el 2005, aprueban el Decreto 5107 de 2005 donde reglamentan las pautas de evaluación que los laboratorios de producción de fitoterapéuticos se deben acoger para la supervisión de los procesos de control, concertando el buen manejo de materiales de protección, tener en excelentes condiciones las infraestructuras, los equipos y tener áreas adecuadas para la manipulación y creación de los productos fitoterapéuticos teniendo en cuenta estrictamente las condiciones sanitarias por el INVIMA. (Rodríguez, 2017, p. 9).

En los próximos años aprobaron la Resolución 2834 de 2008 donde establecieron la creación del vademécum Nacional de plantas medicinales, que maneja las especies utilizadas en Colombia con fines medicinales, en este documento establecen las partes vegetales que deben ser

¹ Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre) es un acuerdo internacional concertado entre los gobiernos. Recuperado de la web:

<https://www.cites.org/esp/disc/what.php>

aprovechadas como: las hojas, tallo, fruto, raíces o la planta en su totalidad, como debe ser su manipulación, que propiedades fitotóxicas tiene, como se deben consumir o si se le debe dar una forma farmacéutica. (Rodríguez, 2017, p. 9).

Surge la Resolución 000126 de 2009 allí establecen las condiciones de apertura, control, vigilancia y funcionamiento de las tiendas naturistas, que se encargaran de comercializar los productos fitoterapéuticos de venta libre aprobados y que cumpla con las normas establecidas por el INVIMA y en la Resolución 527 de 2010 especifican la educación, capacitación que debe recibir las personas que manipularán y distribuirán los productos en el mercado. (Rodríguez, 2017, p. 9).

En Colombia la dirección de fitoterapéuticos, ha enseñado que la infraestructura de los laboratorios es adecuada, manejan implementos de protección personal satisfactoriamente como lo estipula la norma. Pero no cuentan con equipos eficientes que cumplan con los objetivos propuestos (Superintendencia de Industria y Comercio, 2015).

En el vademécum de plantas medicinales en Colombia, “no todas las plantas descritas en este cumplen con los requisitos establecidos por el Ministerio de Salud y Protección Social para ser materias primas de fitoterapéuticos” (INVIMA, 2004). Se debe a que el Vademécum Colombiano está basado en el de Estados Unidos que fue creado en el 2004 y la variación de infraestructura es muy grande. Solo 10 especies presentes en el vademécum cumplen con las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Buenas Prácticas de Agricultura, y actualmente, por las condiciones de vida sea silvestre o domesticada se someten a evaluación para evidenciar que sigan cumpliendo con estas prácticas en su aprovechamiento. (Rodríguez, 2017, p. 11)

Colombia tiene un problema dentro de la aprobación de las plantas, ya que no cuenta con estudios de primera fase (toxicológicos que lo hacen fuera del país), en la segunda fase (pre clínicos) y en la tercera fase (clínicos) para conocer si es viable. Los que se encargan en este momento de hacer una parte del estudio de las plantas son LAFARBE y la Universidad Nacional que entregan las descripciones de las especies. (Rodríguez, 2017, p. 11)

Colombia cuenta con una gran biodiversidad de plantas, que no ha sido aprovechada, explotada de manera positiva brindando a los campesinos, indígenas una oportunidad de vida teniendo en cuenta su experiencia.

Los antecedentes históricos de los medicamentos fue expedido en la Ley 100 de 1993 creado por el “Sistema General de Seguridad Social en Salud” que cambió y reorganizó la prestación de los servicios de salud e integró la salud pública, el sistema de seguridad social y la provisión de servicios privados. (Invima, 2011).

Argumenta Invima (2011) entre las trascendentales decisiones en la Ley 100/1993 su artículo 245 ordenó la creación del Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA. Fue expedido el Decreto 1290 de 1994, donde precisaron las funciones del INVIMA, lo definieron como un establecimiento público del orden nacional, de carácter científico y tecnológico, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente y que pertenece al Sistema de Salud .

La ley 1122 de 2007, otorga al INVIMA de inspeccionar, vigilar y controlar la producción y procesamiento de alimentos, de las plantas de beneficio de animales, de los centros de acopio de

leche y de las plantas de procesamiento de leche y sus derivados, así como el transporte asociado a estas actividades. (Invima, 2011).

Plantea Invima (2011) por el compromiso institucional, el INVIMA recibió en el 2009 el reconocimiento de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), como Autoridad Nacional Reguladora de Medicamentos en América Latina y en el 2010 recibió la certificación Icontec NTC 1000:2009 e ISO 9001:2008.

Manifiesta Invima (2011) “En el 2012 el INVIMA se fortalece como la agencia sanitaria del país”. El instituto soportará su nueva estructura mediante la implementación de modelos de gestión del riesgo y la puesta en marcha de sistemas de formación y comunicación que le permita cumplir con los requerimiento del mercado local e internacional en materia de vigilancia sanitaria para alimentos, medicamentos, cosméticos, insumos para la salud, entre otros, garantizando las condiciones necesarias para proteger la salud individual y colectiva.

6. Marco teórico

6.1 La cultura y psicología del consumidor

Para el presente trabajo de grado se pretende mostrar el comportamiento del consumidor, como se puede influenciar en la toma de decisiones. Para ello se deben tener en cuenta factores culturales que son el determinante de los deseos y conducta de las personas como (valores, tradiciones y costumbres).

Manifiesta Méndez (2002) el ser humano se desarrolla y obtiene valores, percepciones, deseos y comportamientos adquiridos en la familia, la sociedad y allí entra la psicología del consumidor que se encarga de estudiar los aspectos psicológicos en los diferentes ámbitos de su vida, basándose en el porqué de la compra, utilizando varios medios para saber cómo llamar su atención.

De acuerdo a Méndez (2002) el Neuromarketing es una disciplina que se encarga de examinar y educarse en los procesos cerebrales que demuestran la conducta y la toma de decisiones de las personas en los campos de acción del marketing tradicional, sensorial y multisensorial que busca diferenciarse, creando experiencias por medio de los cinco sentidos uniéndolos a un producto.

La teoría del consumidor es la conducta que asume para tomar decisiones, para satisfacer sus necesidades. Las posibilidades de consumo de cada persona depende de muchos factores como: gustos y preferencias, influencias de la publicidad, cercanía o alejamiento de los lugares donde están los productos o servicios, oferta o demanda de la disponibilidad de los bienes, precios y bienes sustitutos. (Méndez, 2002)

Las personas como consumidores, buscan aumentar su confort de acuerdo con sus prioridades y en un determinado nivel de ingreso. (Méndez, 2002)

De acuerdo a Gil & Ríos (2016, p. 4) menciona Castillo, Marchena y Pedrero (2009) el comportamiento del consumidor se puede abordar de diferentes dimensiones, comprende una gran cantidad de campos, como el estudio de desarrollos que intervienen cuando una persona o grupo selecciona, consigue o rechaza productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y aspiraciones. Los consumidores tienen diferentes características dependiendo

de la edad, el sexo, la etnia, entre otras. Los consumidores siempre se desarrollarán en un mercado que supla sus necesidades, que supere sus expectativas.

Menciona Gil & Ríos (2016, p. 4) otro de los factores que influye a parte de la edad, el sexo, es la cultura, que juega un papel fundamental a la hora de comprar. Afirma (Salinas, 2014) lo que influencia a los consumidores es la música, los libros, las películas, los olores, las celebridades encaminando a consumir artículos que no son necesarios.

Muestra Ponce, Besanilla, & Rodríguez (2012, p. 1) el comportamiento del consumidor se define como la conducta que los clientes muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que satisfagan sus necesidades, sus expectativas. El comportamiento del consumidor se trata de cómo las personas toman las decisiones para gastar sus recursos y de qué manera influye en la toma de decisiones.

De acuerdo a Ponce, et al. (2012, p. 2) “los factores culturales son aquellos en los que el ser humano se desarrolla, es el conjunto de valores, percepciones, deseos y comportamientos aprendidos por parte de la sociedad, por medio de la familia y las instituciones educativas”.

Los factores personales tienen que ver con la imagen propia, la salud, la belleza, el estado físico. Son las características personales que posee cada persona como consumidor, tiene aspectos como: edad, sexo, estilo de vida (actitudes, intereses y opiniones de la persona para comunicarse con su entorno), profesión, situación económica, que son fundamentales a la hora de tomar una decisión de compra. Existen unos factores psicológicos que son la motivación, percepción, creencias, actitudes que son valiosas en el comportamiento del consumidor, esto

lleva a que el consumidor tome las decisiones apropiadas a la hora de comprar. (Ponce, et al., 2012, p.2)

Las decisiones de compra perjudican en gran medida la demanda de productos y servicios que consumimos, lo cual daña de una manera positiva o negativa a la organización y las personas que allí laboran. El comportamiento del consumidor cada vez es más exigente, cambiante y las empresas están en la obligación de estar a la vanguardia de lo que pasa en el mercado, de suplir, satisfacer las necesidades de este. (Ponce, et al., 2012, p. 2)

La cultura de consumo ha ido evolucionando de acuerdo a las transformaciones del sistema económico. El consumo se ha transformado en un hecho global donde están implicadas prácticas sociales, identificaciones, ilusiones que incluye la totalidad de nuestra vida, que se apodera de nuestro espacio y tiempo, lo cual redefine nuestra identidad. El teórico de los medios de comunicación, Norbert Bolz, muestra en su obra *El manifiesto consumista* tres estadios en la cultura del consumo: a) el cliente busca el producto, b) el producto busca al cliente (aparece el estímulo del deseo) y c) el consumidor se convierte en el producto (“el consumo se convierte en una vivencia trascendental que transforma completamente la persona del consumidor”). (Zamora, 2012, p. 2)

La psicología del consumidor se encarga de estudiar los aspectos psicológicos de este, que intervienen en el comportamiento, en los diferentes ámbitos de su vida, basándose especialmente en el porqué de su compra. Existen tres grupos externos que tienen factores que intervienen en la toma de decisión final del consumidor y son: primarios, secundarios y terciarios. (Valencia, 2018, p. 7)

- **Primarios.** Está conformado por la familia, es la primera instancia para generar hábitos en las personas, los cuales llevan a tomar decisiones sobre un producto o servicio que es mejor para ellos. Está relacionado con los sentimientos de sensibilidad y afecto.

- **Secundario.** Conformado por las amistades que comparte en su diario vivir, le permite tener una visión amplia para tomar decisiones, pero es restringido en el área donde se desarrolla, donde habita.

- **Terciario.** Es el más influyente en la actualidad, por el gran poder que tiene sobre las personas, se encuentra involucrado: los diferentes tipos de personalidades, líderes de opinión, medios de comunicación masivos existentes, que crean necesidades y expectativas.

Otros factores importantes son:

- **Status.** Está arraigado al factor terciario, por la presión individual que realizan los medios de comunicación de una manera indirecta en las personas para la toma de decisiones sobre lo que deben consumir, pensar, en su diario vivir. La influencia es tan fuerte en el consumidor, que hace que tome decisiones incorrectas al comprar cosas que no necesita, es una manera de jugar con su inteligencia, haciendo que tenga el producto o servicio por satisfacer un deseo.

- **Pertenencia.** En el área social de aceptación, juega un papel significativo en la toma de decisiones para hacerle creer al consumidor que obteniendo cierto producto o servicio va a ser reconocido, importante en ciertos grupos de la sociedad.

- **Necesidad.** Es uno de los más usados por muchas compañías, utilizan los medios de comunicación para hacerle creer al consumidor que sus productos o servicios son fundamentales para su vida, para colmar sus expectativas y si no los obtiene se verá afectado.

- **Tecnológico e innovación.** Hace que los consumidores estén convencidos que la tecnología es vital en su vida para su crecimiento laboral, personal, llevando a que el individuo se endeude y deje de comprar lo que en verdad es importante.

- **Masificación.** Busca que el consumidor crea que cierto producto o servicio es muy bueno para su vida, su familia, ya que muchos familiares, amigos, conocidos lo consumen y les brinda vitalidad, salud, etc.

- **Afectivo.** Lo diseñaron para influenciar la parte más sensible del individuo sus pensamientos, sus sentimientos.

Afirma Valencia (2018, p. 14) los medios de comunicación se han encargado de manipular la psicología del consumidor, por los anuncios televisivos, redes sociales como Facebook, twitter, radio, revistas, periódico, marketing viral (voz a voz), entre otras, haciéndole creer al consumidor que necesita algo para ser feliz, sentirse importante, poderoso, llamativo. Se debe tener en cuenta que en este momento muchos consumidores se guían por sus sentimientos, sus sensaciones, sus recuerdos que le generan cierto producto.

Expresa Muñoz (2018, p. 5) La psicología del consumidor de los Millennial para Howe y Strauss (2009) son las nuevas generaciones de consumidores adultos, jóvenes nacidos entre 1982 y 2001, que representan el 33% de la población colombiana, son de educación superior, poco creyentes de la religión, más tecnológicos y liberales en temas de política.

Muñoz (2018, p. 6) las industrias deben estudiar y adaptarse a los gustos, caprichos de los Millennial, porque son multifacéticos, son susceptibles al cambio y son grandes consumidores. Los Millennial protagonizan la era digital, viven conectados a sus smartphone porque crecieron con un computador en sus casas, están inmersos en la red, tienen posibilidades de elección y

libertad para adquirir lo que quieren, están inmersos en las compras online. Para detectar las decisiones de consumo de estos se debe tener en cuenta:

- **Cultural.** Encierra el crecimiento del individuo entre valores, costumbres y tradición en un grupo social.

- **Status.** No solo habla de la economía de las personas, si no del nivel de estudio que transforma los hábitos de consumo en los individuos

- **Masificación.** El movimiento de las masas es interesante, porque juega con la mentalidad de las personas, los induce a que en el grupo donde socializan adquieran productos o servicios, siendo importante entre la integración de obtenerlo o consumirlo.

- **Innovación o tecnológico.** Se está en un constante cambio donde el consumidor está ligado a la era digital, se centra en la adquisición innovadora en sus productos asegurando una alternativa de alcance y actualidad.

- **Pertenencia.** Al consumir un producto o servicio específico el individuo será aceptado en los grupos sociales dependientes, teniendo en cuenta el del momento.

Desde Muñoz (2018, p. 7) el Consumo Socialmente Responsable (CSR), citando a Dueñas, Perdomo, et al. (2014), tiene su origen en los consumidores verdes (evita productos que pongan en riesgo la salud del consumidor y/o los movimientos medioambientales de la época; gracias a este movimiento los Millennial se han identificado en crear nuevos hábitos en el consumo de sus productos y encaminando a las compañías a acoplarse a esta nueva conducta.

La era digital para los Millennial es fundamental, los manejan con determinación en el mundo virtual, esto hace que las empresas estén actualizadas, estén a la vanguardia cada día en los métodos de comunicación, redes sociales, medios informativos, para generar cambio en el

acercamiento y acompañamiento de las empresas, llevándolo a que encajen en un entorno de relacionamiento activo ejecutándolo, por medio de plataformas digitales llamativas, atractivas para el consumidor de la nueva era. (Muñoz García, 2018, p. 8)

Manifiesta Muñoz García (2018, p. 8) los jóvenes buscan experiencias nuevas que puedan compartir e impulsar a repetir las en nuevos espacios, la importancia del consumo va desde la aceptación hasta lograr el proceso de experiencia que enriquece el consumo de los individuos y de esta manera la persona lo compartirá con su familia, amigos, etc., atrayendo a la industria nuevos consumidores del mismo segmento. La era digital ha desarrollado consumidores más abiertos a las experiencias, vivencias e influenciadores que llevan a que las industrias realicen cambios para suplir sus expectativas.

Citando a Prendergast & Tsang (2019, p. 2) desde el autor Webser (1975) define al Consumidor Socialmente Responsable (SRC) con conciencia social “un consumidor que toma en cuenta las consecuencias públicas de su consumo privado o que intenta usar su poder de compra para provocar un cambio social” (p. 2). Sugiere que los SRC deben tener tres características. 1) deben notar un problema social y estar motivados para comprar productos o servicios que respondan a él, b) deben sentir que tienen poder para influir en la sociedad y 3) deben ser activos en los asuntos sociales y participar en la comunidad.

Citando a Fishbein y Ajzen (1975) desde (Prendergast et al., 2019, p. 3) las creencias de un individuo sobre la realización de un acto determinado, se forman por medio de las experiencias de vida, a través de la observación directa o por deducción.

Para Paswan, Guzmán y Lewin (2017) desde (Prendergast et al., 2019, p. 3) las creencias y actitudes ambientales de las personas tienden a vincularse con el comportamiento ambiental.

El Neuromarketing según Braidot (2007) desde Quintero & Martínez (2018, p. 3) “es una disciplina avanzada, que investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones de las personas en los campos de acción del marketing tradicional” (p.3) como es: la inteligencia de mercado, el diseño de productos y servicios, las comunicaciones, los precios, el branding, el posicionamiento, el targeting, los canales y ventas.

Indica Quintero & Martínez (2018, p. 3) La apreciación que interviene en la toma de decisiones al momento de conseguir un producto o servicio, puede ser investigada, por medio del Neuromarketing al examinar en la conducta del consumidor, las reacciones, las percepciones y sensaciones que le generan los productos y servicios que se localizan en el mercado. En los seres humanos es esencial la emoción, por eso la importancia de aprender a utilizar esas emociones, esas sensaciones para lograr que el individuo asocie el consumo de un producto con satisfacción, deleite y felicidad (Cisneros, 2012).

Realizar el análisis del consumidor es complejo, porque esta en constante cambio. Esto lo ocasiona las estrategias de marketing mix (precio, plaza, promoción, producto, personas, procesos, plataforma y propósito) que están mostrando a través de las comunicaciones televisivas, radio, redes sociales, revistas, periódico, etc. (Quintero & Martínez, 2018, p. 3)

Según Quintero & Martínez (2018, p. 4) Al acceder a la mente subconsciente humana, las investigaciones de Neuromarketing admite la identificación de reacciones directas de los sujetos a los estímulos que son expuestos (productos, servicios, señalizaciones por logotipos, visuales,

olfativos, táctiles, gustativos, auditivos), estos elementos que determinan a los productos para que suplan las necesidades del consumidor. (Pop, Radomir, Maniu & Zaharia, 2009).

Como dice Quintero & Martínez (2018, p. 6) la conexión que existe entre la neurociencia y marketing contribuye al conocimiento una relación del consumidor y el producto, la influencia de los estímulos publicitarios, la imagen de la marca, las necesidades insatisfechas, oportunidades de negocio; es una interacción de las organizaciones del sector retail en el mercado, que permite reconocer emociones en términos de la activación cerebral específica, lo hacen con el fin de establecer estrategias que proporcionen evaluar aspectos motivacionales para los estudios de mercadeo fundamentado en las neurociencias, publicidad y emociones del consumidor (Burgos – Campero & Vargas – Hernández, 2013).

Desde el punto de vista de Delgado (2001, p. 72) la lealtad es un acuerdo psicológico del consumidor con la marca que se traduce en una actitud positiva y determinación de recompra, es la conducta de compra repetitiva (Cunningham, 1956; Jeuland, 1979; krishnamurthi y raj 1991) motivando por medio de estímulos, procedente del entorno familiar, grupo de referencia y ante cuya presencia el sujeto ha aprendido a unir de manera sistemática una solución determinada.

A juicio de Delgado (2001, p. 76) la lealtad es una solución al comportamiento de compra, no fortuito, expresada a lo largo del tiempo por una unidad decisoria con respecto a una o más alternativas de compra, siendo función de procesos psicológicos (evaluación y toma de decisiones) que resultan en un compromiso hacia la marca. Cabe destacar que la lealtad no es solamente un comportamiento repetitivo de compra, esto incluye aspectos psicológicos como el compromiso hacia la marca.

Con la saturación publicitaria que se vive diariamente, a la que están sometidos los consumidores, el marketing sensorial y multisensorial busca distinguirse, concibiendo experiencias a través de los cinco sentidos (vista, oído, olfato, tacto y gusto) unificándolas a un producto. Se busca que el consumidor al hacer una compra tenga una experiencia agradable y le provoque un recuerdo positivo y perdurable. (López, 2015, p. 465)

Por medio de los sentidos lo que pretenden es reforzar los valores y características diferenciales de ciertos productos o servicios. Las sensaciones juegan un papel muy importante en los consumidores al ingresar a un almacén, hotel, tienda, etc., porque encontrarán una decoración adecuada, una iluminación agradable, las texturas y materiales de excelente calidad y llamativa, la aromatización que activa las emociones; lo cual crea una experiencia única que atrapa al consumidor. (López, 2015, p. 465)

Para Bernd H. Schmitt “los impactos sensoriales provocan recuerdos ligados a las emociones, que los hacen más perdurables en la memoria” (p. 465). Los seres humanos recuerdan mejor aquellas cosas que implican uno o varios de sus sentidos. Según estudios se puede recordar el 1% de lo que tocamos, el 2% de lo que escuchamos, el 5% de lo que vemos, el 15% de lo que degustamos y el 35% de lo que olemos. El marketing sensorial busca crear una experiencia de compra única y repetible. (López, 2015, p. 465)

El marketing sensorial busca una experiencia extraordinaria en el consumidor utilizando los cinco sentidos. Lo lleva a saborear, oler, ver, escuchar que suena, sentir cómo se siente cierto producto, por ejemplo la experiencia al comprar un automóvil, es una gran estrategia orientada a la sensibilidad del consumidor, se enfoca en tocar todas las fibras que sea posible y atraparlo. (López, 2015, p. 465)

El objetivo que tiene el marketing al utilizar los cinco sentidos es inducir a la persona a probar el producto o servicio que se está promocionando, mostrando en el momento y lo invita a comprarlo. Antes se pensaba que los consumidores solo estaban influenciados por el precio y calidad del producto; las cosas han cambiado en este momento, ya que influyen otras variantes como: ambientación del local donde se atiende al cliente, los olores, la percepción de colores de la marca, entre otros. (López, 2015, p. 465)

Para Martin Lindstrom el 83% de la publicidad existente percibe sólo uno de los sentidos la vista, lo cual es un error, se debe apuntar a todos los sentidos. La publicidad en el futuro no estará basada en el consciente, sino en el subconsciente. El 85% de las decisiones que se toman diariamente, depende del subconsciente, según el estudio realizado por Lindstrom de Neuromarketing más costoso del mundo. “a más asociación de sentidos tengas, más afectas al consumidor.” (López, 2015, p. 467)

Para Simon Harrop, fundador de la agencia Brand Sense, existe demasiada confianza de los creativos en la utilización de un solo sentido la visión. “El 83% de las campañas se centran en los ojos y solo el 4% de recursos de la mercadotecnia se dirige al olfato, el gusto y el tacto” (p. 468). Cabe resaltar que las sensaciones percibidas a través de los sentidos estimulan el sistema neuronal y generan emociones (Harrop). Cuanto más intensas son las emociones, más perduran en la memoria y se debe crear estrategias que incluyan el tacto, el gusto y especialmente el olfato que es el más importante en el terreno de las emociones. (López, 2015, p. 468)

Afirma López (2015, p. 468) los sentidos tienen un papel fundamental en los consumidores a la hora de comprar.

- **Oído.** La música es un factor importante para atraer clientes. El sentido del oído no se puede controlar voluntariamente, se convierte en un medio muy fuerte comercialmente a nivel del consciente y subconsciente.

- **La vista.** Es el sentido más conocido y aprovechado por el marketing. Algunos estímulos visuales se localizan en: el color (altera el significado de objetos con los que son asociados), la luz (afecta la sensación de bienestar, que puede conseguir que el consumidor este por más tiempo en una tienda o ayudar en la percepción de los productos que están iluminados).

- **El gusto.** Es el sentido más íntimo. Para que se realice el contacto con la boca, el producto tiene que pasar antes por los demás sentidos para que actúen como filtros.

- **El olfato.** Los aromas tienen el poder de estimular una reacción determinada en el consumidor y actua en su comportamiento de compra. El sentido del olfato es el que más sentimientos genera.

- **El tacto.** Es un sentido decisorio durante el proceso de compra. El tacto puede influir en el estado emocional del consumidor.

Como lo hace notar Bernd Schmitt desde López (2015, p. 474) el cliente ya no elige el producto o servicio sólo por la ecuación coste – beneficio, lo hace por la vivencia que ofrece antes de la compra y durante su consumo. Si el producto o servicio ofrece una experiencia agradable, que suple las necesidades del cliente, el éxito es seguro. Para Schmitt la idea principal es generar experiencias sensoriales (sensaciones), afectivas (sentimientos) y cognitivo – creativa (pensamientos), experiencias físicas, estilo de vida (actuaciones) y experiencias de identificación social con un grupo o cultura de referencia (relaciones). El marketing experiencial, es elemental, ya que se enfoca en las experiencias del cliente. Se producen a partir de estímulos que apelan a

los sentidos, sentimientos y la razón. Estas experiencias enlazan a la marca y a la empresa con los estilos de vida de los clientes y sitúan las acciones personales del cliente y la ocasión de compra.

Menciona López (2015, p. 475) a través de la experiencia con el cliente se puede interactuar con él y trasmitirle, comunicarle: sentimientos, emociones, marcas, valores, historia de la compañía. La transmisión de valor de marca, posicionamiento, a través de la experiencia personal e interacción con el cliente y la vivencia que experimenta individualmente, hace que la comunicación resulte veraz y que el efecto boca – oreja se multiplique, que es la influencia que ejerce el consumidor sobre otros consumidores como es la familia, los amigos, los grupos de interés, etc.

6.2 Consumidor en el campo de la salud y dones del mercado

El mercadeo de la salud responde a dos perspectivas en el ejercicio de la misma: la primera contribuye al mercado de la salud en el enfoque Alopática y la segunda con enfoque olístico (natural). Latinovic, Almazán del Castillo, Herrera, Cebrián, Fernández, & Pego (2010) la mercadotecnia según la Asociación de Mercadotecnia “es el proceso de planear y ejecutar la concepción, la fijación de precios, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”

La mercadotecnia social como declara (Latinovic, et al., 2010) nace en 1971, cuando Philip Kotler y Gerald Zaltman menciona que los principios de la mercadotecnia que se utilizaban para vender productos tangibles también se podían utilizar para “vender” ideas, actitudes y comportamientos. Para el marketing es “el uso de principios y técnicas de mercadotecnia para

influenciar a la audiencia meta a aceptar, rechazar, modificar o abandonar algún comportamiento para el beneficio del individuo, grupo o sociedad”

6.2.1 La mercadotecnia en el campo de la salud

La mercadotecnia, especialmente en salud es la estrategia integral, que se basa en el desarrollo de las 4ps de la mercadotecnia social, su objetivo es el cambio de comportamientos, hábitos y actitudes de la población final para favorecer las condiciones de salud. (Latinovic, et al., 2010, p. 19)

A juicio de Latinovic, Almazánm, Herrera, Cebrián, Fernández, & Pego (2010, p. 20) la mercadotecnia social en salud es el incremento de estrategias que motivan el cambio de hábitos, actitudes, acciones, comportamientos, conductas, valores o prácticas para mejorar la salud de las personas, las comunidades, por medio de la investigación de necesidades, planeación, ejecución y la comunicación educativa (se encarga de transferir la información de salud de manera clara y oportuna, con estudios científicos, que invita a la participación de la comunidad, apoya la capacitación de los trabajadores en salud y promueve estilo de vida saludable) como instrumento estratégico.

Expresa Peñaloza, Prieto, & Rodríguez (2012, p. 21) el mercadeo en salud aparece como respuesta a las necesidades de realizar programas con alto grado de calidad sustentados en herramientas de mayor precisión en la ubicación de los pacientes según sus características demográficas, geográficas y epidemilógicas, para hacer ofertas que tengan un alto impacto en el

manejo de programas de promoción de la salud, prevención de enfermedades y bienestar de la población.

El uso de la mercadotecnia a la actividad sanitaria no se restringe a sus posibilidades en la promoción de salud y fomentar estilos de vida saludables, incluye la calidad de los servicios de salud, el uso racional de recursos, el planteamiento y contribución para solucionar los problemas de salud pública que se puedan genera como consecuencia de la desigualdad. La alta competitividad que lleva la globalización, necesita del mercado como una herramienta que lleve al desarrollo hacia el bienestar, hacia el consumo ético y al desarrollo sustentable. (Peñaloza, et al., 2012, p. 25)

La mercadotecnia establece una nueva expectativa para la gerencia de la salud, ya que al apoderarse de ella como un instrumento que permite llevar al mercado medicamentos, instrumental médico y tecnología, ofrecer y reorientar servicios, diseñar y poner en marcha programas de salud, cumplir con los objetivos y propósitos de la institución sanitaria con los del consumidor podrá lograr lo que desea. (Peñaloza, et al., 2012, p. 25)

Hace referencia (Peñaloza, et al., 2012, p. 32) sobre las 4ps del mercado en Salud.

1. Productos y servicios. La finalidad es consolidar e incrementar las relaciones con los clientes. En el caso de los servicios de salud, incluye transformar los elementos tangibles del proceso asistencial en servicios tangibles y competitivos. Proporcionándole al paciente una oferta diferenciada, creando un valor agregado. Regis McKenna sugiere que el marketing en salud integre al cliente por medio de una relación constante, ya que el éxito está en la satisfacción del cliente.

2. Precios de servicios. El precio es una variable fundamental en la estrategia de marketing de las organizaciones, que se puede utilizar en el corto plazo. El “precio” es una cantidad de dinero que los compradores están dispuestos a pagar por un bien o servicio. Es la utilidad de un bien para satisfacer unas necesidades, la de intercambio: valor de un producto o servicio en función de su capacidad para intercambiar.

3. Plaza y/o distribución. Los sistemas de comercialización y distribución están diseñados para satisfacer una necesidad, que aportan productos y servicios de desarrollo para utilizar, a través de un sistema de intermediarios. Los intermediarios identifican a los clientes potenciales, promueve el producto a ellos, les proporciona un fácil acceso al producto por medio de múltiples canales, que les permite evaluar el producto antes de adquirirlo, les ayuda a tomar la decisión de compra.

4. Promoción y comunicación de los servicios de salud. La comunicación se debe analizar por medio de sus expresiones verbales o no verbales. Existen algunos factores que influyen en la decisión de un cliente para escoger un producto o servicio. a) satisfacción de sus necesidades, b) beneficios que el consumidor espera que el servicio haga por él, c) posicionamiento de la empresa y su marca en la mente del consumidor, d) obliga al consumidor a identificar una marca entre las diferentes opciones que le muestra el mercado, e) comportamiento del consumidor (actitudes, preferencias, intenciones), f) actitud frente a la credibilidad de la institución de servicios, g) la efectividad de la comunicación como esencial.

Según Corella (2001) el mercadeo en salud nace de la necesidad de diseñar programas con calidad, que generen un alto impacto en el manejo de los programas de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y bienestar de las poblaciones, de acuerdo a un análisis de los

públicos a los que la institución logra impactar según sus características demográficas, geográficas y epidemiológicas. como lo muestra la Figura 1 (Monroy, 2017, p. 18).

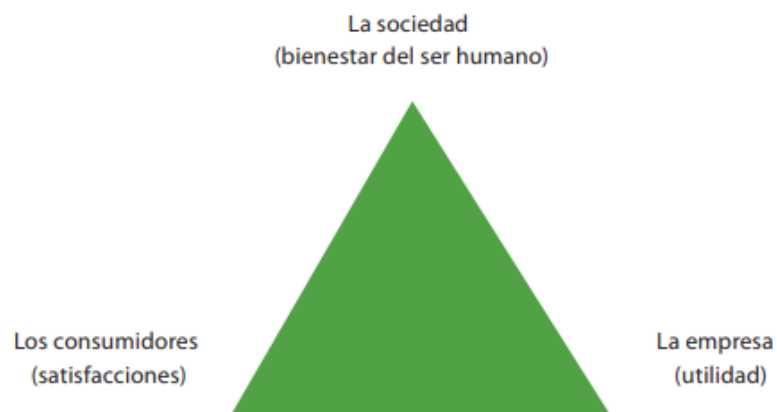


Figura 1. Dimensiones del mercado social

Fuente: Corella (2001) Tomado de:

<http://digitk.areandina.edu.co/repositorio/bitstream/123456789/1348/1/Mercadeo%20en%20Servicios%20de%20Salud.pdf>

El mercadeo de salud se basa en tres dimensiones del marketing social, como lo muestra la Figura 1, la sociedad, los consumidores y la organización.

El mercadeo de salud se define como la disciplina social donde interactúan el ser humano y la organización en el consumo de bienes y servicios intangibles, a cambio de obtener beneficios recíprocos, tanto para el paciente, para la sociedad y la organización. (Monroy, 2017, p. 20)

Desde el punto de vista de Monroy (2017, p. 21) los servicios de salud tienen como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas en la sociedad. El mercadeo de salud su finalidad es conocer y entender al paciente, con el firme propósito de determinar cuál es el servicio o

producto que necesita o desea y el beneficio que le va a brindar a largo plazo, haciendo de su visita al profesional de la salud una experiencia agradable, amena, transformadora.

A juicio de Monroy, (2017, p. 21) en el mercadeo de salud es importante utilizar cuatro teorías en otros sectores económicos y con el tiempo se han convertido en una herramienta importante en la presentación de servicios de salud:

- **Teoría de la calidad total.** Es realizar las cosas bien desde el inicio hasta el final de una manera homogénea, bajo las normas de calidad y técnicas, en función de las expectativas del cliente

- **Teoría del mejoramiento continuo.** busca concientizar a los trabajadores sobre la calidad que se construye y se mejora diariamente, y por eso es fundamental escuchar al cliente

- **Teoría de la reingeniería.** Expone la necesidad de hacer mejoras radicales y continuas, rediseñando los procesos de las organizaciones para construirlos nuevamente, buscando la satisfacción del cliente

- **Teoría de la gerencia de servicio.** enfatiza en dos elementos cruciales, los procesos y las personas de la empresa, orientados siempre hacia el cliente

Por medio de estas teorías, Alzate (2007) define tres componentes de la calidad del servicio de salud de la siguiente manera:

- **Componente humanístico:** calidad humana
- **Componente técnico – científico:** nivel de conocimiento
- **Componente administrativo:** procesos organizacionales

Refiere Alzate (2007) desde (Monroy, 2017) la implementación del mercadeo en empresas de salud debe determinar dos aspectos esenciales en la adopción de este pensamiento:

- **Los momentos de verdad:** son los contactos que tiene el usuario con algún miembro de la organización, lo cual puede hacer de su experiencia algo positivo o negativo.

- **Ciclos del servicio:** son los diferentes pasos que sigue un usuario para acceder al servicio de salud, desde que llega a la institución hasta que sale.

Menciona Monroy (2017, p. 22) según la Ley 100/1993 de la Constitución Política de Colombia, hizo necesaria la implementación de un pensamiento de mercadeo dentro de la organización.

- **Entorno competitivo:** la Ley 100/1993 permitió el surgimiento de nuevas empresas en el sector salud e hizo que los usuarios comparen los beneficios ofrecidos entre diferentes opciones, adquiriendo los que mayor beneficio les generara.

- **Acceso a las TIC:** los nuevos usuarios tienen un mayor flujo de información, conocen sus derechos, haciendo que sean más exigentes en cuanto a calidad en la prestación de un servicio.

El mercadeo en salud acepta que la alta gerencia reoriente sus servicios, diseñe estrategias de captación y ponga en marcha programas de promoción y prevención de las enfermedades, a partir de las expectativas de los clientes, teniendo en cuenta los objetivos de la organización con los del usuario. (Monroy, 2017, p.22)

De acuerdo con (Alzate, 2007), desde Monroy, (2017, p. 21) se debe tener en cuenta en los servicios de salud:

- **Intangibles:** el cliente siente sus resultados o beneficios
- **Inseparables:** es difícil separar el servicio de las personas que lo proporcionan (calidad)
- **Participación de los clientes:** el cliente es testigo de todos los procesos que se llevan a cabo
- **Perecederos:** sirven durante el momento que se los brinda
- **Diversos:** los grados de satisfacción dependen de las expectativas de cada uno de los clientes
- **Variabilidad:** la calidad del servicio depende del proveedor que lo brinda

Un modelo de marca, tal como lo percibe Aaker y lo complementa (Lambin, 2009, p.336) se ocupa de generar en el usuario del servicio la percepción de “Un conjunto de atributos tangibles e intangibles que involucran al servicio base, unos servicios periféricos, necesarios, añadidos y un conjunto de asociaciones mentales” (p. 336) que logran disminuir la preocupación por las consecuencias del uso del servicio, ya que el nombre de marca le administra información a quien toma la decisión, que puede confiar que existe un respaldo, un responsable por la reputación de esa marca y el cumplimiento de las promesas eliminando la incertidumbre. (Trejos, et al., 2018, p. 47)

El consumidor colombiano ha evolucionado con el tiempo y revolucionó el mercado de la salud: ahora es más exigente, investiga, se asesora, sabe, cuenta con más información a la mano como lo muestra la figura 2. (Trejos, et al., 2018, p. 51)

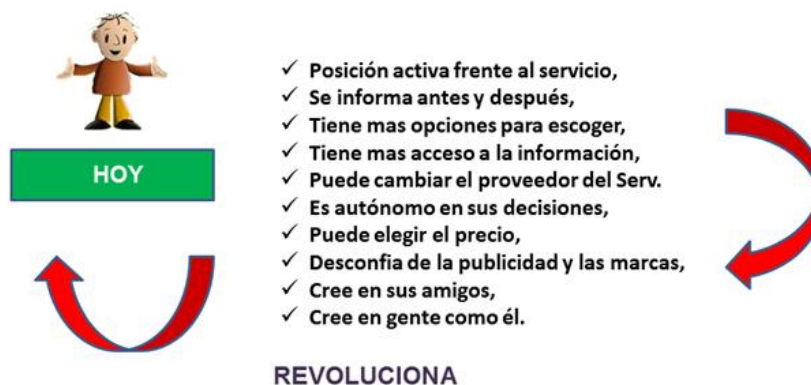


Figura 2. Usuario Colombiano: características.

Fuente: Elaborado por Trejos & Pinilla Moreno (2018)

6.2.2 Comercialización de los medicamentos naturales por medios de comunicación

Desde el punto de vista de Viña & Debesa (2017, p. 6) el papel de los medios de comunicación es fundamental en la difusión de la información sobre medicamentos y nuevos tratamientos. Toda la información que gira en torno al mundo de los medicamentos, ya sea natural o alopático afecta positiva o negativamente a las personas, a la industria farmacéutica, laboratorios, autoridades sanitarias, entre otros.

La opinión de los consumidores sobre los medicamentos natural o alopático se basa casi siempre en lo que ven (televisión, internet), leen (prensa, recortes de periódico) o escuchan (radio). A partir de esta información, los enfermos pueden tomar decisiones importantes que pueden afectar su salud. (Viña & Debesa, 2017, p. 6)

Las noticias que aparecen en los medios de comunicación pueden causar importantes efectos. Las informaciones periodísticas pueden ser utilizadas por la industria farmacéutica o asociaciones de pacientes para presionar la aprobación de algún producto o compuesto terapéutico o acortar los tiempos para su aprobación. (Viña & Debesa, 2017, p. 6)

Para muchos laboratorios, los medios de comunicación son una herramienta de marketing, sirve para promocionar sus productos entre los consumidores potenciales y aumentar las ventas de la compañía. (Viña & Debesa, 2017, p. 6)

Los especialistas en comunicación afirman que la industria farmacéutica enseña su interés en difundir mensajes contundentes al público en general, por medio de los medios masivos, lo cual es muy positivo. Las compañías tratan de ubicar otras vías para promocionar sus productos, teniendo en cuenta las restricciones del Invima, que es el regulador de los medicamentos naturales y alopáticos. (Viña & Debesa, 2017, p. 7)

Resalta Viña & Debesa (2017, p. 8) las revistas médicas que brindan información, clara, verídica para transmitir conocimientos médicos documentados, ha sido criticada. En 1999 la revista “Western Journal of Medicine revelaba que un estudio realizado sobre un grupo de revistas médicas de gran prestigio y alto impacto como Journal of the American Medical Association (JAMA), NEJM y otras, recibieron ingresos estimados, entre \$715.000 y 18 millones de dólares anuales.

6.2.3 La experiencia del mercadeo como un don en el campo de la salud

Afirma Mauss (2009 p. 10) que en la civilización escandinava y en otras, los intercambios y contratos siempre se realizan por medio de regalos, en teoría son voluntarios que son entregados y devueltos por obligación.

El carácter voluntario ha adoptado la forma del presente, del regalo que se brinda con generosidad, en este gesto siempre existe algo detrás, el formalismo, obligación, cortesía o interés social.

El mercado es un fenómeno humano que, no es ajeno a ninguna sociedad conocida, que tiene un régimen de intercambio diferente al nuestro.

Las personas que intervienen en el contrato son personas morales: clanes, tribus y familias que se enfrentan o se oponen. No solo hacen trueques de bienes y riquezas, muebles e inmuebles, objetos útiles, intercambio de cortesías, festines, ritos, protección militar, mujeres, niños, danzas, fiestas, ferias en donde el mercado circula las riquezas. Estas prestaciones y contraprestaciones se realizan de manera voluntaria, por medio de regalos, presentes con un trasfondo de obligatoriedad con el peligro de que se pueda desatar una guerra privada o pública, esto se llama un Sistema de Prestaciones Totales.

El término “Potlatch” significa “alimentar”, “consumir” es la constitución de prestaciones totales de tipo agonístico que fue creado por tribus muy ricas, que viven en islas, en las costas o entre las montañas rocosas del norte de América del Norte, en Melanesia y en Papúa, en el resto del mundo en África, Polinesia y Malasia, América del Sur y el resto de América del Norte; en el

tiempo de invierno viven en una fiesta perpetua. Realizan banquetes, ferias, mercados y constituyen una reunión importante dentro de la tribu. La organizan según sus cofradías jerárquicas, sus sociedades secretas, se mezcla en una inextricable red de ritos, prestaciones jurídicas y económicas, fijaciones de rangos políticos en la sociedad de los hombres, en las confederaciones de las tribus y en ocasiones a nivel internacional. En estas tribus existen grandes rivalidades, se pueden ocasionar batallas, asesinatos de los jefes (abuelo, suegro o yerno) y de los nobles. Pueden llegar hasta la destrucción de las riquezas acumuladas que todo el clan realiza.

7. Metodología

Jiménez y Comet (2016) expresa que los estudios cualitativos son más fáciles de ajustarse al estudio de caso, por tratarse de argumentos que son únicos y que tienen ciertas características que ameritan un estudio profundo y una aproximación más real del entorno donde se desarrolla el fenómeno a examinar.

De acuerdo a Jiménez y Comet (2016) se elige a Yin (1994) por ser uno de los principales autores en la investigación con estudios de casos. “Señala que el estudio de caso es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes” (p. 2). La investigación de estudio de caso trata con situaciones técnicas diferentes, donde se presentan muchas variables de interés de datos observacionales y los resultados se basan en múltiples fuentes de evidencias, con datos que deben converger es un estilo de triangulación, como lo indica (Okuda y Gómez, 2005, p. 119) que es “el uso de varios métodos cualitativos y cuantitativos, de fuentes de datos, de teorías, de investigadores o de ambientes en el estudio de un fenómeno”.

Citando a Yin (1994) desde (Jiménez y Comet, 2016, p.4) indica que una de las principales preocupaciones adjunto a los estudios de caso son sus conclusiones, ya que no son generalizables estadísticamente. Los análisis de caso no revelan una muestra de una población o de un espacio concreto, por este motivo no se puede diversificar estadísticamente, sino a proposiciones hipotéticas, el objetivo del investigador es incrementar y generalizar teorías – generalización analítica y no enumerar frecuencias – generalización estadística.

Afirma Yin (2009, p.46) desde (Jiménez y Comet, 2016, p.4) existen cuatro tipos de diseño para los estudios de caso que me permite identificar por cual método me voy a enfocar.

- **Tipo 1:** diseños para un solo caso, considerado holísticamente como una sola unidad de análisis

- **Tipo 2:** diseños para un solo caso, con sub-unidades de análisis contenidas dentro del caso

- **Tipo 3:** diseño para múltiples casos, considerado cada uno de ellos holísticamente (método elegido para este estudio)

- **Tipo 4:** diseños para múltiples casos, pero conteniendo cada uno de ellos sub-unidades

El método de casos considera la utilización de combinaciones de técnicas para obtener la información, tales como: cuestionarios, revisión de documentos y colaboración de personas expertas en el sector estudiado (Dawson, 1997; Snow & Thomas, 1994; Fox – Wolfgrmm, 1997), información recopilada por (Jiménez y Comet, 2016, p.5)

Un estudio de caso, es dialogar de un método que abarca una multiplicidad de fuentes y métodos obtenidos de información de acuerdo a Cebreiro López y Fernández Morante (2004) desde (Jiménez y Comet, 2016, p. 6) afirman que: “mediante este método, se recogen de forma descriptiva distintos tipos de informaciones cualitativas, que no aparecen reflejadas en números si no en palabras” (p.6). Es fundamental en esta metodología situar de relieve sucesos claves, en términos descriptivos, por medio de la utilización de entrevistas, notas de campo, observaciones, grabaciones de vídeo y documentos.

Destaca Jiménez y Comet (2016, p. 8) el enfoque cualitativo, se emplea para revelar preguntas de investigación, son reiterativos los métodos de recolección de datos sin medición numérica,

como las observaciones y descripciones, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y se mueve en medio de los acontecimientos e interpretaciones, entre las respuestas y el desarrollo de las teorías. Su intención es reconstruir la realidad tal y como lo analizan los autores de un sistema social que ha sido definido. El enfoque cuantitativo, utiliza la recolección y análisis de datos para responder preguntas de investigación y demostrar teorías que han sido establecidas previamente, la gran mayoría con medición numérica y el uso de estadística para establecer con precisión patrones de comportamiento en una población (Stoecker, 1991, Miles & Huberman, 1994, Grinnell, 1997).

La presente Investigación se realizará por análisis de caso para conocer, comprender la comercialización y consumo de los medicamentos naturales y alopáticos en Manizales según las entrevistas realizadas en dos (2) tiendas naturistas a las asesoras, y un (1) cliente, en una droguería a la dueña y a un (1) cliente y entrevistas en el Parque Médico de la Salud (La Florida) al Dr. Jorge Enrique Rojas y una paciente. La presente investigación obedece según la metodología de Yin al tercer caso que consiste en múltiples casos considerado cada uno de ellos holísticamente, por cuanto se tienen los casos por consumo de medicamentos alopáticos frente al consumo de medicamentos naturales y sobre cada uno de ellos se hace preguntas holísticas para evidenciar las tendencias que promueven el consumo de uno o del otro factor.

Dentro de la metodología se analiza de forma holística el tipo de enfermedades de mayor ocurrencia para el tratamiento con medicamentos naturales en el sitio más representativo, el cual es el Parque Médico de Salud del Dr. Rojas, debido a que en este sitio se llevan registros de pacientes con sus respectivas enfermedades; esto muestra que las patologías diabetes,

hipertensión y psiquiátricas (depresión) son de alto nivel de ocurrencia, para lo cual se hace las preguntas directas al representante de dicho Parque Médico.

8. Resultados y análisis de datos

De acuerdo a los resultados obtenidos en las entrevistas que se realizaron en la ciudad de Manizales, (Caldas) el consumo de medicamentos naturales para el tratamiento de diversas patologías como depresión, diabetes, hipertensión, entre otras., ha aumentado considerablemente en los últimos años, ya que el consumidor busca nuevas alternativas de curación, que no le brinda los medicamentos alopáticos al visitar al médico cabecera en su EPS. Por tal motivo en ocasiones se automedican y no se percatan de las contraindicaciones que estos tienen, que se debe consumir con responsabilidad y por otro lado se presenta los resultados de las experiencias de la literatura científica, que muestra la importancia de no automedicarse, ya que las consecuencias pueden ser fatales.

Es de resaltar que los medicamentos naturales cada vez tienen mayor uso por el común de las personas debido a que hay una alta percepción que estos productos afectan menos la salud que los medicamentos alopáticos; por otro lado las personas, en general, consideran que los medicamentos naturales están más al alcance de los bolsillos de todos, lo cual implica que se incurre en menores costos dentro de los procesos de las enfermedades. Así mismo la comunidad en general puede adquirir los medicamentos naturales en muchas partes de la ciudad sin tener que acudir a citas que no solo son muy espaciadas en el tiempo sino que, además, no tienen que hacer largas colas para adquirirlas; de otro lado está el hecho que las personas acuden a los saberes ancestrales e identifican plantas para enfermedades que son de común ocurrencia. Estiman las personas que los medicamentos naturales no tienen efectos adversos, aparentemente,

que ocasione complicaciones a la salud y que por el contrario los productos no naturales tienen más contra indicaciones.

Es importante mencionar que el mercadeo es una ciencia integradora que pretende en la entidad de salud orientar hacia el cliente (paciente), hacia el mercado (la comunidad) y lograr un excelente reconocimiento, basado en los beneficios de los servicios enfocados a la calidad del servicio. Existen razones por las cuales se debe aplicar el marketing en la salud.

Debe existir una mayor orientación del paciente hacia los servicios de salud (escucharlo, atender sus quejas, reducir los tiempos de espera, humanizar el tiempo de espera, pensar siempre en él paciente) debemos tener un enfoque en los segmentos a los que nos dirigimos, de esta manera se conseguirán pacientes más fieles, satisfechos con el servicio y el trato que se les brinda, se debe ofrecer un servicio de más calidad, si el consumidor está satisfecho recibiremos a cambio mayores ingresos y crecimiento del negocio.

Debemos aprovechar las oportunidades del mercado en la salud buscando diferenciarnos con la marca y el modelo de negocio que se tiene, ser diferentes a la competencia en cuanto a calidad, atención, utilizar un buen marketing como el boca a boca, crear un valor único, desarrollar servicios online para evitar que el paciente salga de su casa, para evitar que realice colas, evitar la demora en la atención en la sala de espera, se debe desarrollar app móviles útiles, fáciles de manejar para los pacientes y esto nos llevará a concientizarnos de la importancia que tiene el paciente para la organización. Ellos son la existencia de la empresa.

En la figura 3 se puede observar los proveedores con que cuenta algunas tiendas naturistas de Manizales. Por ejemplo el Dr. Rojas tiene laboratorio, el cual se llama Productos Naturales del

Dr. Rojas SAS, donde realiza sus productos y se distribuye así mismo en los Parques Médicos de la Salud que están ubicados en la Florida y Dosquebradas y le distribuye una parte a la tienda naturista Manimez. La tienda naturista Natural Light ubicada en el Centro Comercial Fundadores tiene sus propios proveedores al igual que la Droguería Martha ubicada en la Enea.

La conexión que existe entre estas tiendas naturistas y los Parques Médicos de la Salud son que los productos van dirigidos a todos los estratos y es para toda la población excepto para niños y lactantes.

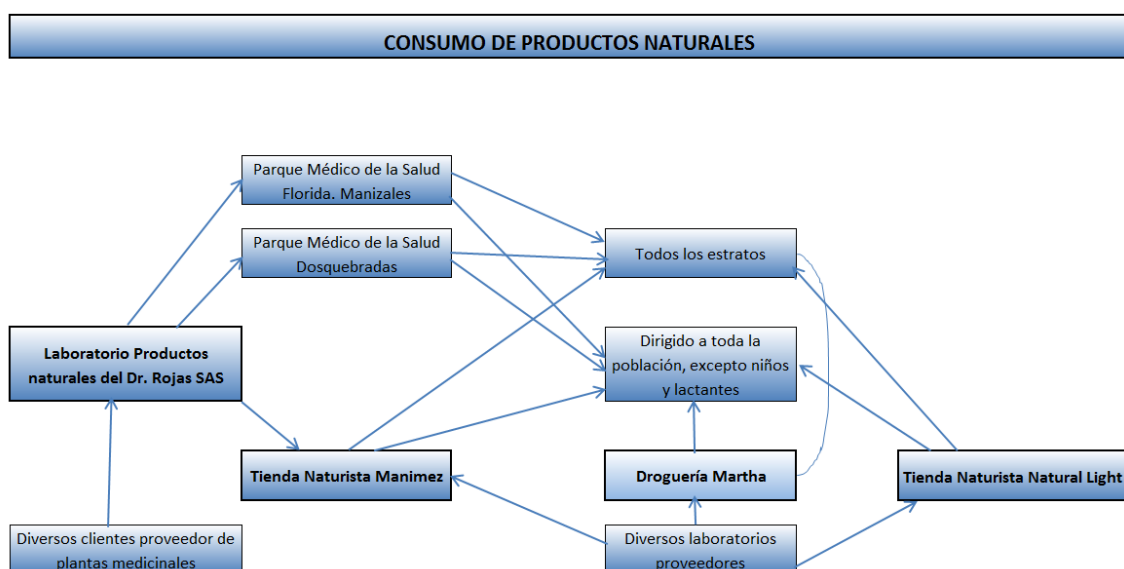


Figura 3. Comercialización de productos naturales

Fuente: elaboración propia

8.1 Experiencia en la medicina natural de tiendas naturistas y Parque Médico del Dr.

Rojas

De acuerdo a las entrevistas realizadas, se obtuvo información sobre los inicios de la medicina natural en Manizales.

Las tiendas naturistas fueron creadas por una necesidad del consumidor. (entrevistas 1, 2 y 3).

En el Parque Médico de salud el Dr. Rojas menciona que los acercamientos fueron la presión de las personas cuando terminaba una cirugía y el paciente preguntaba sobre que comer y siendo médico cirujano y terminando cirugía plástica no sabía que responder, se ganó una beca para irse a la Universidad de Columbia en Estados Unidos para estudiar nutrición celular y se dió cuenta de cómo podía manejar los pacientes con comida, las prácticas las hacía en las cárceles de Estados Unidos, no podían entrar medicamentos. Trataban los pacientes con comida y las sorpresas eran maravillosas ver como compensaban los pacientes con altos los niveles de ácido úrico, obesidad y dolores.

En Estados Unidos en el Hospital Lemus le iban a amputar un pie a una paciente y no había máquina de anestesia, entraron unos orientales, le colocaron agujas de acupuntura, terapia neural, unos bloqueos con agujas y pudieron amputar la pierna sin máquina de anestesia, también conoció un anesthesiólogo de Colombia que hacía extracciones de cordales en la Universidad Autónoma de Manizales colocando agujas de acupuntura en la mano sin anestésico en la boca y empezó a ver una serie de ayudas y terapias complementarias que hizo que abriera el abanico de

su academia y empezará a investigar que fue lo que hizo con la acupuntura, terapia neural, entre otros.

Se fue para Alemania a estudiar homeopatía, a Taiwan y Hong Kong a estudiar acupuntura y Fon Shue, bioarquitectura, es decir la tercera piel nuestra, los colores, hizo diplomados y maestrías en naturopatía y así terminó viviendo un tiempo con indígenas, chamanes, mamos, luego viajo a Brasil y Puerto Rico.

Los Parque de la salud del Dr. Rojas son un proyecto que nació hace 20 años. Cuenta con dos (2) Parques médicos uno en Manizales (La Florida) y el otro en Dosquebradas, tiene consultorios en Barranquilla, Medellín, Cali, Bogotá y otras ciudades. “Estamos tratando de ofrecerle a las personas ayudas terapéuticas complementarias a las enfermedades como las más comunes que estamos viendo que son hipertensión y riesgo cardiovascular, diabetes, depresión, problemas gastrointestinales y abrirle las posibilidades terapéuticas a los pacientes”. La medicina oriental nos lleva más de cinco mil años de ventaja a la nuestra y los tratamientos complementarios son muy grandes pasando por acupuntura, terapia neural, apiterapia, nutrición, hidroterapia, geoterapia, plasma rico en plaquetas, ozonoterapia, bioenergética, magnetoterapia, dunas, reiki. “Nos enseñaron a tratar los pacientes con medicamentos alopáticos por tabletas, cuando hay tantas cosas que ofrecerle al paciente”. (entrevista 4)

8.2 Fortalezas de la medicina natural

Las bondades que presentan las tiendas naturistas y el Parque de la Salud se puede notar a continuación.

Las fortalezas que presenta la tienda es el respeto hacia el paciente, brindarle los productos adecuados, no permitir que se automediquen y educarlos. (entrevistas, 1, 2 y 3)

La fortaleza principal de los Parque Médicos de Salud es dejar que el cuerpo exprese y busque su orden en el curso del alivio de la enfermedad, a nosotros en la formación ortodoxa nos enseñaron diarrea – antidiarreico, tos – antitusivo, fiebre – antipiretico, alergia – antialérgico, flujo – antireflujo y todo era en contra de lo que el cuerpo necesitaba hacer para defenderse, el cuerpo tiene mecanismos de defensa. No todas las enfermedades son enfermedades, sino manifestaciones clínicas donde el cuerpo necesita liberar y votar lo que no necesita. Lo que hace la medicina integrativa, holística, mal llamada alternativa o biológica es dar las herramientas y recuperar los mecanismos del cuerpo humano, para que descubra las posibilidades de encontrar su autosanación, se enferma por deficiencias, lo que hay que darle al cuerpo es lo que le hace falta. (entrevista 4)

8.2.1 Conocimientos de los productos naturales

Es fundamental conocer que son los medicamentos naturales, cuáles son sus bondades y que sean productos avalados por el INVIMA.

Los encargados de realizar los estudios respectivos sobre los efectos adversos de los medicamentos a base de plantas medicinales que se venden en las tiendas naturistas es la Territorial de Salud, Invima y Secretaria de Salud. (Entrevistas 1, 2 y 3)

Todo el mundo consume medicamentos naturales. Si vamos a una droguería, la mitad de lo que nos venden son productos naturales, en cardiología hay un producto muy utilizado que se llama Digital, en el Parque de la salud tenemos una planta llamada digital, el medicamento más vendido en cardiología en el mundo es el Ácido Acetilsalicílico y acá tenemos los árboles de sauce llorón, en gastroenterología un producto muy utilizado para el estreñimiento se llama Psyllium que es la planta llanten y la otra que es el Colpermin que es la menta piperita, nos ufanamos de ser grandes especialistas y estamos mandando ramas con nombres científicos.

En otorrino y neurología existe un medicamento muy famoso llamado el Kiadon y debajo del empaque dice Ginkgo Biloba la planta medicinal más utilizada en el mundo, en la actualidad vienen muchos productos con aloe vera que es la sábila, otros vienen con caléndula, en oftalmología hay productos que contienen manzanilla, en neumología hay muchos que tienen propóleo y el sauco, hay medicamentos para la próstata que se extrae de la cebolla de huevo por el alto contenido de zinc. “Todos los médicos del mundo somos “yerbateros” nos ufanamos de un nombre científico”, los laboratorios nos enredan” (entrevista 4)

8.3 Riesgos y problemas con los medicamentos naturales y alopáticos

Los consumidores deben tener cuidado con los medicamentos que consumen para evitar efectos adversos y prevenir la automedicación que está causando daños en la sociedad.

Cuando un paciente presenta problemas con los medicamentos naturales, los remiten de inmediato a la EPS, al cual pertenece (entrevistas 1, 2 y 3)

De acuerdo al Dr. Rojas. Lo más grande que está padeciendo la humanidad es la enfermedad del alma, el cuerpo llora, lo que el alma oculta y cuando elaboran una historia clínica del paciente con Lupus, artritis, diabetes, insomnio, con problemas gastrointestinales llámese gastritis, colitis o estreñimiento, hipertensión siempre preguntamos al paciente a que le achaca si es feliz o no y se empieza a mirar y se da cuenta realmente el común de la humanidad que está enferma del alma. Rabia, odio, envidia, ambiciones, depresiones, tristezas, conflictos, infelicidades, conflictos de pareja, laborales y el cuerpo llora, lo que el cuerpo trata de ocultar, la psoriasis, vitíligo, dermatitis, todo eso está muy relacionado, la alopecia de ata.

El Dr. Rojas trabaja en varios países y es lo mismo. En Londres, Estados Unidos, España la gente se está muriendo en el alma. Se presenta en procesos gastrointestinales, el que no llora con los ojos, llora con el intestino, a procesos dermatológicos con Psoriasis y dermatitis, a problemas de insomnio no logra conciliar el sueño pensando en mil problemas todos los días, a problemas de aumento de dolor como la fibromialgia, crisis hipertensiva rabias, iras, infartos (entrevista 4)

8.4 Comercialización de los medicamentos naturales

Cabe resaltar que la comercialización de los medicamentos naturales se da por:

- Necesidades del consumidor, que desea cambiar o complementar con los medicamentos alopáticos para tener una mejor calidad de vida.
- Calidad del producto, es importante analizar el precio y la calidad de los medicamentos naturales para fidelizar al cliente e incrementar las ventas a largo plazo
- Que el nicho de mercado sea rentable y se tenga un conocimiento de este, estar en constantes capacitaciones para estar a la vanguardia de lo que sucede en el torno, saber cómo es la competencia
- Tener unos objetivos claros sobre lo que se va a brindar al consumidor

8.5 Mercado quien consume, características, comportamiento del uso.

En el mercadeo de la salud surge como una respuesta a las necesidades de realizar programas de promoción y prevención de alta calidad, prevención de enfermedades y que los consumidores tengan bienestar y calidad de vida.

8.5.1 Consumo de medicamentos naturales

El consumo es satisfacer necesidades, suplir las expectativas del consumidor.

Las percepciones de los entrevistados es que los medicamentos naturales son un aliciente, una esperanza para las diferentes enfermedades que presentan y son conscientes de los cuidados que se deben tener con estos para evitar reacciones adversas.

Las personas acude a la tienda por la experiencia, por tradición, la atención al cliente, por la calidad de los productos, y por que cuentan con excelente médicos del Parque médico Dr. Rojas. Llevan 30 años en el mercado, son pioneros en Manizales, entrevista 1)

Llevan más de 8 años en el Centro Comercial Fundadores, “somos los únicos que permanecemos en esta sede, la gente confía en nosotros, en nuestra transparencia y calidad de los productos naturales” (entrevista 2).

“Llevo 20 años en el mercado porque la gente cree en mí, en lo que vendo porque soy correcta, honesta, trato de orientar al cliente lo mejor que puedo, les aconsejo que no se automediquen, que es muy peligroso para su salud, no vendo por vender”. La conocen en Aguadas, Salamina, Neira, Santa Rosa, Tolima. La gente acude a la droguería por credibilidad, se capacita constantemente, mantiene actualizada en las diferentes enfermedades que padecen las personas como hipertensión, diabetes para poder orientarlos (entrevista 3)

En el caso de los Parques Médicos de la Salud cuentan con más de 200.000 historias clínicas, van personas de todos los estratos y los resultados se ven a diario en la consulta, se ve incluso

como las personas empiezan a disminuir sus tratamientos farmacológicos y el hecho de que venga con tanta frecuencia la gente es porque ven resultados y se están sanando. (entrevista 4)

Una de las condiciones que tiene el Dr. Rojas para contratar en los Parques Médicos de la Salud es que el médico integrativo, holístico o bioenergético tiene que ser el mejor ortodoxo, por eso cuentan con internistas, cardiólogos, cirujanos vasculares, radiólogos, ginecólogos, entre otros, conocen de la medicina complementaria y saben cuando un paciente necesita insulina y cuando lo pueden manejar con yacon, cúrcuma y moringa. Cada caso es individual. (entrevista 4).

8.5.2 Consecuencias de la automedicación

El consumo de productos a base de plantas medicinales ha crecido en nuestro medio en los últimos años y es frecuente su utilización en combinación con medicamentos alopáticos. Se cree que los medicamentos naturales, no tienen efectos adversos y estas contienen sustancias químicas similares a los medicamentos alopáticos, que son responsables de las propiedades terapéuticas, pero también podría ocasionar efectos indeseados como: intoxicaciones (convulsiones, infarto o la muerte) y reacciones adversas (diarrea, dolor de cabeza, vomito, entre

otros) y si se consume los productos naturales acompañado de medicamentos alopáticos las consecuencias pueden ser peores².

En estos últimos años los productos han tenido mucha acogida porque los pacientes ya están cansados de los daños colaterales que estos causan, los grandes laboratorios de medicamentos tradicionales han puesto muchos obstáculos a las tiendas naturistas para evitar que consuman estos productos (entrevista 1)

Los menores de edad no pueden consumir productos a base de plantas porque ellos están en proceso de crecimiento y pueden hacer una reacción alérgica a estos. Debe ser el médico quien les envíe ciertos productos naturales como vitaminas (entrevistas 2, 3)

Las EPS han incluido en su recetario, en su lista productos naturales, estos pacientes deben tener prescripción médica para que sus EPS se los abale y se los entreguen. Muchas personas han abusado de eso, abren tiendas naturistas, sin tener academia, sin experiencia, la cual abre una tienda y al otro día ya está formulando y estudio en un catálogo o en un folleto. No hay buenas bases académicas en estas personas; es importante que la gente sepa que los productos naturales también tienen efectos secundarios y que deben ser manejados con mucho cuidado y ojala fueran con prescripción médica todos los productos.

² Salazar Granara, Alberto Alcibiades. 2014. Plantas medicinales. ¿Qué riesgos presenta el consumir plantas medicinales?. Recuperado de la web

https://www.researchgate.net/publication/271827060_Plantas_Medicinales_Que_riesgos_presenta_el_consumir_plantas_medicinales

8.6 Normatividad

En cuanto al conocimiento de la norma es difícil que muchas tiendas naturistas no conozcan las leyes y Decretos sobre el control de medicamentos naturales por el Invima.

Todos los productos que tiene la tienda cuentan con Registro Invima (entrevista 1)

Nosotros estamos en constante capacitación, debemos tener certificado del Sena, que nos regula para vender los productos fitoterapéuticos (entrevista 2)

En los estatutos esta la normatividad a la que me debo acoger para el buen funcionamiento de mi negocio, debo estar actualizada para cumplir con la ley (entrevista 3)

Conozco la normativa, lo triste es que se ha quedado estancada en el proceso de estudio de investigación. El Invima tiene un grupo de investigación, pero no hay realmente un compromiso serio para que el grupo de médicos y de personas que investigan las plantas medicinales sigan anexando más listas para ser abaladas y poder hacer productos. A veces vemos la limitante que queremos hacer productos y nos dicen que eso no está abalado por el Invima, que no se puede y demás. Hay más investigación en otros países como: Guatemala, Cuba, Francia que han hecho unos estudios maravillosos. Acaban de hacer unas investigaciones en demencia senil, en Parkinson, arterioesclerosis con cúrcuma y pimienta negra, eso ya está avalado con estudios indexados, pero eso al Invima no le llega, no tiene un grupo realmente de estudio y de investigación (entrevista 4)

8.7 El marketing viral (voz a voz)

El marketing voz a voz es la herramienta más utilizada, es efectiva y la inversión es mínima. Es una de las principales fuentes para la adquisición de nuevos clientes, por medio de referidos, esto sucede cuando un cliente satisfecho le cuenta a otro la experiencia que tuvo con el producto o servicio.

Se ha aumentado el uso de medicamentos a base de plantas medicinales porque las personas se están concientizando de la importancia de consumir productos naturales, que no causen daños colaterales a su organismo como: riñones, hígado, etc., por la demanda de productos nuevos, más económicos, de calidad (entrevista 1)

Se ha incrementado el uso de medicamentos naturales porque la EPS lo que formulan son pañitos de agua tibia, las personas buscan productos que sean más naturales y que les sirva (entrevistas 2)

El crecimiento del uso de productos naturales es notorio, lo hacen por varios factores: por tradición, calidad, necesidad. Ahora se tienen mejores presentaciones, hace 50 años existía la “Botica” el cliente iba allí para que lo formularan, él machacaba las hojas, las empacaba y se las entregaba a la gente, ahora todo es más tecnificado, las plantas medicinales las venden en capsulas, jarabe, polvo, entre otros (entrevista 3)

Ha aumentado el uso de productos naturales porque doy conferencias en muchos países y cada vez el uso de las personas que quieren tener ayudas terapéuticas de productos naturales es mayor.

En los Parques Médicos de Salud tenemos doscientas mil historias clínicas, son doscientas mil personas que pueden estar diciendo encontramos unos resultados muy positivos con productos a base de plantas medicinales y esas doscientas mil le cuentan a un millón. Entonces la gente empieza a investigar y eso se ha ido expandiendo más voz a voz y obviamente, a través de medios de comunicación como la televisión (Conexión Vital), radio a nivel nacional e internacional, en poco tiempo incursionará con Discovery en todos los países latinos del mundo y así varias entidades educativas y de medios de comunicación se han enterado. Somos 76 médicos en la actualidad que estamos acompañando a los pacientes en todas las especialidades con tratamientos biológicos, complementarios o naturales (entrevista 4)

8.8 Experiencias en medicina natural: producción y comercialización

La comercialización es fundamental para las empresas, ya que por medio de ella se puede hacer llegar un producto o servicio al consumidor, utilizando diferentes vías o formas (ferias empresariales, ruedas, premios, cupones, muestras, entre otros) para que el consumidor lo conozca, lo pruebe y se enamore de él.

Los productos que más se vende en la tienda naturistas son: para bajar de peso, para infecciones urinarias, para subir las defensas (entrevista 1)

Los productos que más vende en la droguería son los antigripales, que ya no se pueden vender con tanta frecuencia por las diferentes patologías que padece el cliente como hipertensión, híper

o hipotiroidismo, diabetes, entre otros., los analgésicos también es otro producto que se vende con mucha frecuencia por los dolores de cabeza (entrevista 3)

El gran negocio es la medicina alopática, la medicina que nos enseñan en la universidad porque la oncología se volvió un gran negocio por las grandes facturaciones que obtienen y otras patologías por el manejo de ciertos medicamentos que son muy costosos. Puedo mostrar como un paciente con *Helicobacter Pylori* con dosis bajas de agua oxigenada y jugo de papa, de zanahoria, se puede mejorar, también se le puede formular un triconjugado que vale quinientos mil pesos de los tres antibióticos. La medicina cada vez se está volviendo un negocio de parte de las grandes empresas y multinacionales (entrevista 4)

Los productos a base de plantas medicinales que se están vendiendo en el mundo actualmente es el aloe vera, la caléndula, el Ginkgo Biloba, y esta cogiendo mucha fuerza los cannabinoides que son productos a base de marihuana, hay productos con manzanilla, todo depende de la patología; en diferentes mezclas la cúrcuma y la moringa han aumentado desde la terapia terapéutica.

8.9 Casos de medicina natural: experiencias de la literatura científica

De acuerdo con la búsqueda de literatura, se presentan 13 experiencias de literatura científica que utilizaron medicamentos aloptáticos y medicamentos naturales, lo cual produjo efectos adversos y uno de ellos fue irreversible.

Para el autor (Yilmaz & Çifci, 2018) presentó 6 experiencias

Para el autor (Cordova, et al., 2016, p.1) presentó 2 experiencias

Para el autor (Bahar, et al., 2016, p. 366) presentó 4 experiencias

Para el autor (Girona 2013, p. 15) presentó 1 experiencia

Para el autor Yilmaz & Çifci (2018) fueron 6 experiencias. Un hombre de 72 años que tomaba solo tabletas de ajo experimentó sangrado después de una resección transuretral de la próstata y requirió repetición de cistoscopia y transfusión de sangre.

Otro caso un hematoma epidural debido al consumo excesivo de ajo, varios casos de hemorragia intracraneal en pacientes con Gingko Biloba.

Hemorragia subaracnoidea en un hombre de 61 años de edad que tomaba comprimidos de Gingko Biloba durante 6 meses

Una mujer de 72 años que sufrió un hematoma subdural asociado con la ingesta de Gingko Biloba.

Una mujer de 33 años presento hematoma subudural bilateral asociado con la ingesta crónica de Gingko Biloba.

Un Hombre de 56 años que tomaba Gingko Biloba sufrió un hematoma intracerebral parietal, después de todos los estudios que realizaron en el Departamento de Anestesiología y Reanimación del Hospital de Capacitación e Investigación de la Universidad de Salud y Ciencia de Turkia encontraron que los pacientes a quienes le hicieron estas cirugias utilizaban uno o más medicamentos herbales acompañados de medicamentos alopáticos, porque desconocen los efectos adversos de estos.

Señala Cordova, Morganti, & Rodríguez (2016, p. 6) en las últimas décadas, el consumo de medicamentos naturales a aumentado, en los países desarrollados y no desarrollados. Realizaron estudios donde encontraron que pacientes con VIH, que reciben tratamiento con antiretrovirales consumen medicamentos herbales con frecuencia, ya que tienen la creencia que dichos productos son naturales, no causan daño al organismo, son seguros, no tienen efectos adversos. Presentan dos casos:

Una mujer de 49 años, fue diagnosticada con VIH en el 2001 y en ese año inicio tratamiento con antiretrovirales con Zidovudina, Lamivudina y Nevirapina. La reacción hasta el 2013 con estos medicamentos fue muy positiva. En el 2013 empezó a tomar medicamentos herbales como la Cola de Caballo (*Equisetum Arvense*) por su efecto analgésico y anticálculo renal. El especialista la reviso y le indico que no continuará con el medicamento herbal, ya que estaba haciendo reacción negativa con los antiretrovirales, bajando el efecto de estos. Estos mismos efecto sucedieron con un hombre de 75 años.

La cola de caballo (*Equisetum Arvense*) lo utilizan especialmente por sus propiedades diuréticas, como analgésico, hemostático, astringente, para el tratamiento de trastornos digestivos, cálculos renales y vesicales. “La cola de caballo ha sido catalogada como una hierba de seguridad indefinida por la Administración de Drogas y Alimentos en Estados Unidos” (Cordova, et al., 2016, p. 2)

Argumenta Bahar, Rana, Asli, & Gulay (2016, p. 366) la Encefalomiелitis Aguda Diseminada (ADEM) es un trastorno inflamatorio mediado por el sistema inmunitario monofásico, algunos de los pacientes pueden desarrollar esclerosis múltiple. Esto afecta más a los niños que a los

adultos. Lo atribuyen a una etiología postinfecciosa y con menor frecuencia a una complicación posterior a la vacunación.

Presentan el caso de un varón de 25 años que ingreso al hospital por debilidad severa en las extremidades superiores e inferiores. No tenia antecedentes de inmunización reciente o infección viral; estuvo tomando dos tipos de tabletas de hierbas tres veces al día durante las últimas dos semanas. Los medicamentos contenian *Carthamus tinctorius* (azafran de cardo) polen, ortiga, hinojo, jengibre, galingale, *Myristica Fragrans* (nuez moscada), vitamina C, Beta glucano y equinácea.

Utilizó el extracto para aumentar su potencial y reproductividad. En el hospital le realizaron un examen del nervio craneal y reveló parálisis facial central bilateral. Le realizaron tratamiento con siete dosis de Metilprednisolona, con este la debilidad motora mejoro en el tercer día de tratamiento y pudo caminar. Tres semanas después, al paciente le dieron de alta del hospital sin deficit aparente.

Otro caso un paciente que presenta ADEM. Utilizó extracto de hierbas (equinácea, acónito y lancesis) por vía subcutánea dos veces a la semana para apoyar profilácticamente el sistema inmunológico. Catorce días después de la última dosis, aparecieron los síntomas neurológicos y mejoraron notablemente después del tratamiento de cinco días con Metilprednisolona.

Otro de los pacientes utilizó extracto de plantas durante cuatro semanas, por medio de inyecciones intramusculares para perder peso. Era solución salina (adnos vernalis, calcio carbonicum, capsium, cáscara sagrada, fucus vesiculosus, grafitos, phylolacca y azufre) la

trataron con Metilprednisolona durante cinco días y continuó con la administración oral durante cuatro semanas. El paciente mejoro gradualmente y el examen neurológico se normalizo.

Otro caso con enfermedad desmielinizante aguda se producto después de la terapia oral con extractos de hierbas (echinacea purpurea, uncaria tormentosa, tabebulia avellanadae y plantago maritime). Ella habia comenzado el tratamiento dos semanas antes del inicio de los síntomas del dolor cervical. Ingreso al hospital, el examen neurológico y lesiones cerebrales empeoraron progresivamente. La trataron con Metilprednisolona por via intravenosa, esteroides orales, cinco sesiones de intercambio de plasma, inmunoglobulina. Con todo este tratamiento la paciente no mejoro y le dieron de alta con graves déficits neurológicos.

Los autores (Bahar, et al., 2016, p. 367) mencionan que los compuestos herbarios contienen potencialmente ingredientes que pueden provocar una respuesta en el sistema inmunológico y pueden inducir la desmielinización en el Sistema Nervioso Central (SNC).

Describe Girona (2013, p. 15) “el administrar a los pacientes la mejor terapia posible, es una de las obligaciones de los profesionales sanitarios y de los Sistemas Nacionales de Salud”. Comenta que para conseguir la máxima efectividad terapéutica es necesario administrar varios medicamentos, lo cual puede provocar efectos adversos. El manejo de medicamentos alopáticos y medicamentos naturales es muy difícil porque los pacientes se automedican y no le brindan la información a los médicos, por este motivo es que hacen reacciones con los medicamentos naturales, como se mencionará a continuación:

El caso de una mujer de 67 años que recibia Warfarina por problemas cardíacos y episodios isquémicos transitorios, experimentó un aumento del INR tras dejar de tomar té negro. A los tres

meses de estar en terapia con Warfarina, 32 mg/semana (INR 2-3), la mujer dejó de tomar té negro. Ella no mencionó cuantas infusiones de té tomo durante este tiempo. El INR previo de 1,7-2,7, incremento a 5 menos de una semana después. Le redujeron a dosis de Warfarina a 26mg/ semana, con lo cual permaneció estable durante los 2 meses posteriores. Con los estudios que realizaron

En el estudio se reconocen tres tipos de consumidores que son los encargados de hacer crecer la empresa, por eso es tan importante acompañar, motivar, satisfacer al consumidor, brindarle una excelente atención para que regrese.

1. Los que inician el consumo por creencias en las medicinas naturales. Son los consumidores que realizan un primer contacto con algún medicamento natural. Este consumo puede continuar a lo largo del tiempo o quedar restringido a ese único consumo.
2. Los que hacen la transición del consumo de medicamentos Alopáticos a medicinas naturales. Son los consumidores que utilizan con frecuencia ciertos medicamentos alopáticos y al incursionar con los medicamentos naturales y quitarle sus dolencias continua con estos dejando de lado los alopáticos.
3. Los que complementan el uso y consumo de medicamentos alopáticos y naturales. Es el consumidor que utiliza los medicamentos alopáticos para el manejo de sus patologías y usa como complemento los medicamentos naturales para tener una mejor calidad de vida.

8.10 Experiencias de asesoras telefónicamente

El 15 de febrero de 2019 Yudi Carmenza Garzón Amaya, realizó dos entrevistas vía telefónica a las asesoras de las tiendas naturistas más grandes de Manizales y dieron respuesta a lo siguiente:

- La asesora Leidy Castrillón de la tienda naturista Los Auces del Centro informa que los productos naturales que más venden en la tienda es el Cloruro de Magnesio en capsulas que sirve para los dolores musculares, elimina el ácido úrico y ayuda con los problemas inflamatorios. El Dololet en capsulas a base de Calendula sirve para los dolores y es bueno para la cicatrización.

Los productos que venden para la Hipertensión (ajo en capsulas que ayuda a estabilizar los niveles de la presión), la Diabetes Mellitus (Moringa que sirve para regular el azucar) y la Depresión (gotas Rescate que ayuda a controlar el Sistema Nervioso Central).

La asesora Blanca Esmeralda Galviz Jiménez de la tienda naturista Manimez del Centro informa que los productos que mas vende la tienda son: adelgazantes, para infecciones urinarias (Granvert), antigripales, para subir las defensas (Defens).

Los productos que venden para la hipertensión (el ajo en capsulas que regula los niveles de la presión), la Diabetes Mellitus (el Cromiopicolinato estabiliza el azucar, Yacon en malteada ayuda con la nutrición y para la Depresión (Hierbas de San Juan que tranquiliza, es especial para los episodios más difíciles de la depresión).

Blanca Esmeralda refiere que de las tres enfermedades que se acaba de mencionar los productos que más se venden son para la Hipertensión, seguido de la depresión.

En la tabla 1 se puede observar las respuestas de las entrevistas realizadas en el año 2.019 sobre los medicamentos naturales que son más consumen para tratar las enfermedades de diabetes, hipertensión y depresión.

Tabla 1: Resultados de la perspectiva del consumo desde las entrevistas

Entrevistas	Diabetes	Hipertensión	Depresión
Parque Médico Dr. Rojas	El consumo se orienta a plantas medicinales como es la moringa, yacón, linaza	Sugiere consumir la planta Digital, frutos secos son fuente de grasa saludables para el corazón y arterias, mejoran la presión arterial	Utilizar aportes energéticos y mineralizantes como complemento para mejorar la eficacia de los medicamentos alopáticos, consumir también la hierba de San Juan, la Iresine celosía o barba de viejo
Manimez	Consumir Cromiopicolinato en capsulas y batidos a base de yacón para complementar la alimentación. Estabiliza los niveles de la glucosa	Utilizar como complemento el Ajo en capsulas se encarga de regular los niveles de la presión	Consumir capsulas o gotas de la hierba de San Juan, ayuda a en los episodios más difíciles
Natural Ligth	Consumir la moringa que ayuda a controlar los niveles de la glucosa	El ajo en capsulas es uno de los medicamentos naturales más usados para esta patología	Consumir gotas de Rescate controla el Sistema Nervioso Central

Fuente: elaboración propia

La relación producción – consumo en las medicinas naturales tiene conexiones importantes frente al tipo de productos y de consumidores. Es importante crear alianzas entre los campesinos de Manizales que el material vegetal para elaborar productos se pueda exportar, ya que se cuenta

con las condiciones climáticas, excelentes suelos y se tiene buena capacidad de producir todo el año.

Así, desde el reconocimiento de los consumidores, en la tabla 2, de acuerdo a la identificación, diferenciación y preferencias en la medicina natural (revisar anexo 6 y 7), se puede observar que los consumidores prefieren lo natural, ya que les brinda confianza, el acceso a ellos es fácil, pueden conseguir los productos en las tiendas naturistas, almacenes de cadena, etc., los costos son bajos, tienen el acompañamiento de los médicos especializados en el tratamiento de enfermedades por métodos naturistas que les brinda calidad humana, escuchan al paciente, es tratado de manera integral y pueden utilizar los medicamentos naturales como complemento a los medicamentos alopáticos que suelen consumir por sus patologías.

Tabla 2: Identificación, diferenciación y preferencias del consumidor en la medicina natural

Identificación de consumidores	Diferenciación de consumidores	Preferencia de los consumidores	Principio de las medicinas naturales para el mercadeo
Los que inician el consumo por creencias en las medicinas naturales	Solo asiste a la medicina natural y consume sus medicamentos.	El mecanismo de que el médico le sugiera el consumo. Calidad y atención al cliente. Entrevista 4	Todo está interrelacionado en la persona que accede a estas medicinas. Consideran que las medicinas naturales no
Los que hacen la transición del consumo de medicamentos Alopáticos a medicinas natural	El consumo depende de la percepción del consumidor. Entrevista 1	El consumidor acude a la medicina natural por ansiedad, insomnio, estrés y preocupación. Entrevista 1	
	Es una consumidora de las dos medicinas,	El consumidor elige la medicina natural	

<p>Los que complementan el uso y consumo de medicamentos alopáticos y naturales</p>	<p>dependiendo de la efectividad de los medicamentos. Entrevista 3</p> <p>Es un consumidor de las dos medicinas, depende de los beneficios que estos me brindan. Entrevista 2</p>	<p>en la consulta por migraña. Entrevista 3</p> <p>El consumidor se caracteriza por consultar por dolor en los brazos, dolor en la espalda y gripa. Entrevista 2</p>	<p>dañan el organismo.</p> <p>El usuario tiene acceso directo a las medicinas naturales</p> <p>El mercadeo de voz a voz.</p>
<p>El consumidor de medicina natural independiente de si consume o no las medicinas alopáticas no reconoce el derecho al acceso a la medicina alternativa complementaria (MAC). Ley 1438/2011 y Ley 1751/2015</p>	<p>Existe diferenciación entre el uso de las medicinas en costos y acceso</p>	<p>Utilización de la medicina natural alternativa dada por sus EPS</p>	
<p>(Méndez, 2002). Psicología del consumidor</p>	<p>El don de mercadeo lo tiene el médico y que orienta la medicación de la persona que consulta. (Mauss, 2009)</p>	<p>El consumidor tiene en cuenta una gran cantidad de campos, el estudio de desarrollos que intervienen cuando una persona o grupo selecciona, consigue o rechaza productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y aspiraciones. (Gil & Ríos, 2016)</p>	

Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta lo que se revisó se transversaliza la identificación, diferenciación, preferencias en el consumo de medicamentos naturales y los principios de este en el mercadeo.

La medicina natural es una alternativa de vida para el consumidor, lo cual ha aumentado el uso, con grandes resultados que se han visto en la salud de los usuarios. El marketing viral (voz a voz) es el medio que utilizan para expresar su experiencia médico – paciente y también utilizan los medios de comunicación para ayudar al consumidor a tomar decisiones de compra.

9. Conclusiones

El mercadeo de salud para el consumo de productos naturales requiere una articulación más cercana entre el uso del producto como en la comercialización. Los medicamentos naturales, de acuerdo a lo analizado en el presente estudio se tiene que en Manizales las personas que hacen utilización de los productos de origen naturista no proceden de un sector específico de población o de un estrato o de un estrato definido; por el contrario se denota que la población ha generalizado la utilización de este tipo de medicamentos sobre todo en enfermedades que son de origen psicológico – de origen depresivo – y otros tipos de patologías como son la hipertensión y la diabetes. Lo inmediatamente anterior se da por cuanto estas son enfermedades que aunque revisten cierto grado de afectación permiten una espera en el manejo y utilizan medicamentos naturales que puedan resultar paliativos frente a estas enfermedades.

Respecto de los medicamentos naturales, de acuerdo a lo analizado en el presente estudio se tiene que en Manizales las personas que hacen utilización de los productos de origen naturista no proceden de un sector específico de población o de un estrato definido.

De acuerdo a las entrevistas realizadas se puede observar que las personas han encontrado una esperanza en la medicina natural para calmar sus dolores, sanar sus enfermedades, por medio de

tratamientos complementarios (MAC) para disminuir o suspender los medicamentos alopáticos que les ofrece su EPS, los cuales de acuerdo a las entrevistas no funcionan; es así como el Dr. Jorge Enrique Rojas dice “dejar que el cuerpo exprese y busque su orden en el curso del alivio de la enfermedad”. La experiencia y conocimiento que ha adquirido el Dr. Rojas ha llevado que tenga tanta acogida en el mercado de Manizales, Pereira y otras ciudades.

De otro lado los factores que motivan el cambio de medicamentos alopáticos a medicamentos naturales son factores personales. La gente ya se toma el tiempo para investigar (Revisar el anexo 6). La gente ya se toma el tiempo para investigar y esto se ha ido expandiendo con él voz a voz que es el más importante e influyente y por los medios de comunicación como: radio, televisión; un ejemplo es el Dr. Jorge Enrique Rojas que brinda sus conocimientos en un programa de televisión llamado Conexión vital y los programas de radio nacional e internacional.

El mercado en salud surge como respuesta a las necesidades de ejecutar programas con alto grado de calidad utilizando herramientas de mayor precisión en la ubicación de los pacientes según sus características demográficas, geográficas y epidemiológicas, para diseñar ofertas de alto impacto en el manejo de programas de promoción de la salud, prevención de enfermedades y bienestar de la población, (revisar anexo 7).

En el estudio se reconocen tres tipos de consumidores que son los encargados de hacer crecer la empresa, por eso es tan importante acompañar, motivar, satisfacer al consumidor, brindarle una excelente atención para que regrese.

1. Los que inician el consumos por creencias en las medicinas naturales

2. Los que hacen la transición del consumo de medicamentos Alopáticos a medicinas natural
3. Los que complementan el uso y consumo de medicamentos alopáticos y naturales

Se muestra en la tabla 2 (ver anexo 6 y 7) la identificación, diferenciación y preferencias en la medicina natural, en el cual los consumidores se inclinan hacia la medicina natural por los beneficios que les brinda, por la calidad en los productos, el acceso es fácil, tienen el acompañamiento de médicos especializados y pueden utilizar los medicamentos naturales como complemento de los medicamentos alopáticos que consumen frecuentemente.

En el mercado de medicinas naturales se reconoce el mecanismo voz a voz, como el más utilizado, son las experiencias que tienen los pacientes en la utilización de los productos naturales y se encargan de expandir la información para que más personas obtienen por estos productos que consideran que no tienen efectos adversos y que todos tienen el derecho de acceder a la Medicina Alternativa Complementaria en sus EPS, como lo afirma la Ley 1438/2011 y Ley 1751/2015

Como acápite se necesita ampliar el mercado y crear alianzas entre los productores y comercializadores para elaborar productos y plantas naturales generando fortalecimiento, protección y alimentación sana de los consumidores en Manizales, a nivel nacional y a largo plazo internacional. Se resalta que el comercio de bienes y servicios de la diversidad biológica y la medicina natural está en continuo crecimiento.

Además, es hora que en Manizales donde hay poca capacidad de transformación de productos naturales se despierten al desarrollo productivo desde el emprendimiento y se instauren empresas recibiendo el apoyo del Gobierno.

Referencias

- Bahar, K., Rana, K., Asli, T. K., & Gulay, N. (2016). Encefalomiелitis aguda diseminada después de terapia oral con extractos de hierbas: reporte de un caso. *Editorial Trakya University Faculty of Medicine, Balkan Med J*, 366-369.
- Bustamante S., A. (2007). Sector Farmacéutico Colombiano. *Corficolombiana Sabemos innovar, sabemos invertir. Investigaciones Económicas*, 1-26.
- Cardona Leon, J. O., Restrepo Osorio, H. W., López Palacio, J. D., Moreno Meza, L. L., Valencia Sánchez, J. E., Del Rio Alarcon, C. N., y otros. (2016). Cartilla de indicadores trazadores en salud Manizales 2016. 1-79.
- Cardona, D. A. (22 de 03 de 2016). *Medicina natural para presentar la salud*. Recuperado el 15 de 02 de 2019, de <http://www.lapatria.com/economia/medicina-natural-para-preservar-la-salud-212664>
- Cardona, L. J., Gómez, M. J., Arias, P. C., Castañeda, B. C., & Urrea, B. L. (2017). Boletín estadístico perfil del sector educativo. Año 2017. *Alcaldía de Manizales. Más oportunidades*, 1-42.
- Cordón Granados, F., Solanas Saura, P., & Duch Casanova, M. (2011). Los principales problemas de salud. Medicinas alternativas y complementarias. *SemFTC Sociedad Española de Medicina de Familia y Comunitaria*, 10-20.

- Cordova, E., Morganti, L., & Rodríguez, C. (2016). Posible interacción entre medicamentos y hierbas entre el suplemento herbario que contiene cola de caballo (*Equisetum Arvense*) y medicamentos antirretrovirales: informe de 2 casos. *Journal of the International Association of Providers of AIDS Care*, 1-3.
- Del Toro, R. M., Díaz, P. A., Barrios, P. Z., & Castillo, A. I. (2016). Automedicación y creencias en torno a su práctica en Cartagena, Colombia. *Cuidarte*, 1509-1518.
- Delgado, B. E. (2001). Perspectiva de estudio de la lealtad a la marca. *Universidad del Valle*, 62-85.
- Delgado, D. R. (2017). La automedicación... Una posible ventaja para el sistema de salud o un peligro eminente de salud pública. *Universidad Cooperativa de Colombia*.
- Dinero. (28 de 8 de 2014). *Industria naturista podría reducir sus ventas*. Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/nuevas-medidas-para-medicamentos-naturales-afectan-sector/200312>
- Elnuevosiglo. (12 de 07 de 2015). *Mercado naturista: Colombia rezagada*. Obtenido de <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/7-2015-mercado-naturista-colombia-rezagada>
- Gil, M. E., & Ríos, H. H. (2016). Hábitos y preferencias de consumo. Consumo en estudiantes universitarios. *Scielo*, 55-72.
- Giobellina Brumana, F. (2009). *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Buenos Aires, Argentina: katz Editores.

Girona Brumós, L. (2013). *Introducción a las interacciones farmacológicas. 1ra edición*. Madrid - España: Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria: SEFH.

González Uribe, F. (1995). Acupuntura y Moxibustión. *Informe Especial*, 9-19.

Invima. (22 de 12 de 2011). Recuperado el 19 de 05 de 2019, de Antecedentes históricos: <https://www.invima.gov.co/nuestra-entidad/antecedentes-historicos.html>

Invima. (2011). Antecedentes Históricos.

Jiménez Chaves, V. E., & Comet Weiler, C. (2016). Los estudios de casos como enfoque metodológico. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 1-11.

Jonas, W. B., Kaptchuk, T. J., & Linde, K. (2013). Una descripción crítica de la homeopatía. *Academia y clínica*, 393-400.

Lambin, G. &. (2009, p.336). *Dirección de Marketing; Gestión estratégica y operativa del Mercado*. Mexico D.F: McGraw Hill.

Latinovic, L., Almazánm, d. C., Herrera, C. I., Cebrián, G. A., Fernández, R. E., & Pego, P. C. (2010). *Manual de Mercadotecnia Social en Salud. Primera versión*. México: D.R Secretaría de Salud.

Layton, J. C. (11 de 02 de 2015). *A sembrar más plantas medicinales en Caldas*. Recuperado el 05 de 03 de 2019, de <http://www.lapatria.com/economia/sembrar-mas-plantas-medicinales-en-caldas-174625>

Layton, J. C., & Vargas, K. (22 de 03 de 2016). *Medicina natural para presentar la salud*.

Recuperado el 15 de 02 de 2019, de <http://www.lapatria.com/economia/medicina-natural-para-preservar-la-salud-212664>

Lluch, C. A., García, G. M., Montero, B. M., & González, A. J. (2000). Conocimientos básicos del medicamento y su utilización. 7/57.

López Rúa, M. d. (2015). Persuasión a través del marketing sensorial y experiencial. *Universidad de Complutense de Madrid, España*, 463-478.

Losada, O. M., & Rodríguez, O. A. (2007). Calidad del servicio de salud: una revisión a la literatura desde la perspectiva del marketing. *Universidad del Valle*, 1-22.

Méndez, M. J. (2002). *Economía y la Empresa. 2da. Edición*. México: McGraw-Hill.

Monroy Machado, L. (2017). Mercadeo en Servicios de Salud. *Preandina. Fundación Universitaria del Área Andina*, 1-49.

Muñoz, G. E. (2018). Importancia de la psicología del consumidor en la era millennial. *Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá*, 1-15.

Okuda Benavides, M., & Gómez Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 118-124.

Orozco, T. C., Valencia, S. J., López, P. J., Moreo, M. L., & Agudelo, G. L. (2015). Análisis de situación de salud con el modelo de los determinantes sociales de salud. Manizales. 2015. *Alcaldía de Manizales*, 1-120.

- Osorio Gómez, C. (2018). Informe epidemiológico (boletín) Semana epidemiológica No. 9. *Territorial. Dirección Territorial de Salud de Caldas*, 1-29.
- Palacio, R. L., Campos, M. C., Sugura, B. E., & Mojica, A. C. (2017). Medicina alopática Vs. medicina alternativa y complementaria (MAC) Colombia - 2016. *Trabajo de grado. Universidad Sergio Arboleda*, 1-101.
- Peñaloza, P. B., Prieto, G. C., & Rodríguez, V. I. (2012). Mercadeo en Salud. *Tesis. Universidad Nacional de Colombia*, 1-44.
- Pérez, R. M., & Marín, M. L. (2015). Automedicación con productos naturales en mujeres adultas mayores del barrio al Jaboncilla del Municipio del Socorro - Santander. *Tesis*, 1-29.
- Ponce, D. M., Besanilla, H. T., & Rodríguez, I. H. (2012). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. *Universidad Autónoma de Tamaulipas*, 1-10.
- Prendergast, G. P., & Tsang, A. S. (2019). Explaining socially responsible consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 1-10.
- Quintero, L. F., & Martínez, G. J. (2018). Neuromarketing en la publicidad y su impacto en el consumidor del sector retail de la ciudad de Medellín (Colombia). *Espacios*, 1-8.
- Rincón, C. G., & Alvarez, C. Y. (2015). Microproyecto de investigación para determinar el índice de comercialización de productos naturales en los establecimientos farmacéuticos del Municipio del Socorro. *Tesis*, 1-86.

- Rodríguez, L. L. (2017). Estudio de la situación en Colombia acerca de la producción de fitoterapéuticos a través de procesos biotecnológicos. *Trabajo de Grado. PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA*, 2-21.
- Rojas, O. F., Silva, A. L., Sansó, S. F., & Alonso, G. P. (2013). El debate sobre la Medicina Natural y Tradicional y sus implicaciones para la salud pública. *Scielo*.
- Samper, P. E. (1995). Decreto 677/1995. 1-72.
- Sarmiento, J. L., Quintero, P. V., Galindo, C. S., Malaver, R. N., & Rivera, R. H. (2011). Turbulencia empresarial en Colombia: caso sector de laboratorios fitoterapéuticos. *Universidad del Rosario*, 1-50.
- Trejos, D. M., & Pinilla Moreno, C. A. (2018). Modelo de Marketing para la Gestión de la Nutrición Clínica en 5 hospitales de Colombia. *Tesis Universidad de Manizales*, 1-123.
- Vega B., J. P. (15 de 09 de 2018). *LR (La República)*. Recuperado el 05 de 03 de 2019, de La producción de los cultivos de plantas: <https://www.larepublica.co/economia/la-produccion-de-los-cultivos-de-plantas-aromaticas-y-especies-crecieron-21-en-2017-2771263>
- Vengoechea Ballesteros, N. (2018). La homeopatía y su trascendencia social. *Universidad Nacional de Colombia*, 1-50.
- Viña, P. G., & Debesa, G. F. (2017). La industria farmacéutica y la promoción de los medicamentos. Una reflexión necesaria. *Gaceta Médica Espirituana. Universidad de Ciencias Médicas*, 1-12.

Yilmaz, F., & Çifci, H. E. (2018). El uso de hierbas en pacientes prequirúrgicos en Turquía: un estudio transversal. *Hindawi*, 1-5.

Zamora, J. A. (2012). El consumo como cultura: el imperio total de la mercancía. *Crítica*, 1-5.

Ziegler, K. (18 de 09 de 2014). *Medicina naturista, bajo la lupa*. Obtenido de <https://www.elspectador.com/noticias/salud/medicina-naturista-bajo-lupa-articulo-517379>

Anexo 1. Carta para entrevista al Dr. Jorge Enrique Rojas

Manizales, 27 de marzo de 2019

Doctor
Jorge Enrique Rojas
Parque de la Salud, Dr. Rojas
ESM

Cordial saludo, Dr. Rojas

Desde la Maestría de Mercadeo, se está desarrollando la investigación “Crecimiento en la utilización de productos naturistas, en la ciudad de Manizales, en enfermedades diabetes, hipertensión y depresión, como alternativa frente a productos de síntesis” en la coordinación la profesora Marleny Cardona y Yudi Carmenza Garzón Amaya.

Agradecemos su participación y apoyo. La Entrevista demora aproximadamente media hora.

Atentamente

Adriana Vargas

Directora de la Maestría en Mercadeo

Anexo 2. Indicadores de morbilidad Manizales, 2016.

Indicador	Valor	Tasa (por 10.000 hab.)
Hepatitis B y C	1	0.02
Hepatitis A	1	0.02
Sífilis congénita	0	0.0
VIH / SIDA	25	0.63
Tuberculosis pulmonar	20	0.50
Dengue	6	0.15
Cáncer de mama	121	5.82
Cáncer de cervix	8	0.38
Cáncer de estomago	21	0.53
Cáncer de pulmón	19	0.48
Cáncer de colón	52	1.31
Cáncer de prostata	32	1.67
Lesiones por accidente de tránsito	980	24.66
Violencia intrafamiliar	1338	33.66
Leishmaniasis	1	0.02
Accidente ofídico	1	0.02
Neunomía	132	3.32
Desnutrición aguda (% en menores de 5 años)	124	2.8
Hipertensión	1698	42.7
Diabetes	579	14.57

Fuente: Cartilla de indicadores trazadores en salud Manizales 2016. Alcaldía de Manizales

Anexo 3. Formulario de recolección de información para las tiendas naturistas

Consumo de medicinas naturales como alternativa frente a productos Alopáticos en la ciudad de Manizales para enfermedades diabetes, hipertensión y depresión

Nombre Completo _____

Institución: _____

Años en la Institución: _____

Objetivo: Caracterizar los consumidores de medicamentos naturales frente a los de productos de origen alopático en el tratamiento de enfermedades (diabetes, hipertensión y enfermedad psicológica (depresión)) en la ciudad de Manizales a través de 7 casos en la ciudad de Manizales.

Propósito: Esta entrevista pretende mostrar la adopción de prácticas naturistas y la medicación frente a la medicina tradicional en la ciudad de Manizales, departamento de Caldas, como una herramienta para determinar si existe un riesgo real en la salud causada por el incremento del consumo de productos de origen natural.

Confidencialidad: Este proyecto garantiza la confidencialidad en la información, los resultados se usaran de forma colectiva no individual. Además en los análisis estadísticos se protege la información.

CUESTIONARIO PARA TIENDAS NATURISTAS

1. ¿Cuál fue el primer acercamiento a la medicina alternativa? porque se creó la tienda. Porque colocar una tienda de estas en Manizales.

2. ¿Cuál cree que son las fortalezas de la tienda?
3. Conoce usted instituciones que se encargan de estudiar los efectos adversos de los medicamentos a base de plantas medicinales que se venden en las tiendas naturistas?
4. Cuando le llega un cliente con problemas por medicamentos a donde los remite?
5. Ustedes con que otras tiendas trabajan?
6. Porque es rentable, porque la gente acude a ustedes y no a otras tiendas.
7. ¿Los niños pueden consumir medicamentos a base de plantas medicinales?
8. Conoce usted la normativa que tiene Colombia para el uso adecuado de los productos a base de plantas medicinales. Por ejemplo con la Valeriana?
9. ¿Por qué se ha aumentado el uso de los medicamentos a base de plantas medicinales a nivel mundial?

Anexo 4. Formulario de recolección de información para los clientes de las tiendas naturistas, droguería y Parque Médico

Consumo de medicinas naturales como alternativa frente a productos Alopáticos en la ciudad de Manizales para enfermedades diabetes, hipertensión y depresión

Nombre Completo _____

Institución: _____

Años en la Institución: _____

Objetivo: Caracterizar los consumidores de medicamentos naturales frente a los de productos de origen alopático en el tratamiento de enfermedades (diabetes, hipertensión y enfermedad psicológica (depresión)) en la ciudad de Manizales a través de 7 casos en la ciudad de Manizales.

Propósito: Esta entrevista pretende mostrar la adopción de prácticas naturistas y la medicación frente a la medicina tradicional en la ciudad de Manizales, departamento de Caldas, como una herramienta para determinar si existe un riesgo real en la salud causada por el incremento del consumo de productos de origen natural.

Confidencialidad: Este proyecto garantiza la confidencialidad en la información, los resultados se usaran de forma colectiva no individual. Además en los análisis estadísticos se protege la información.

CUESTIONARIO PARA EL CLIENTE EN TIENDAS NATURISTAS, DROGUERÍA

1. ¿Cuáles son los medicamentos a base de plantas medicinales que consumen con frecuencia y por qué?
2. ¿Considera que son seguros los medicamentos a base de plantas medicinales? Porque?
3. ¿Usted se auto médica o consulta un especialista que le formule medicamentos a base de plantas medicinales?
4. ¿Cree usted que las plantas medicinales son más seguras que los medicamentos tradicionales?
5. ¿Qué beneficios cree usted que tienen los productos a base de plantas medicinales?
6. Con que frecuencia consume usted productos a base de plantas medicinales?
7. ¿Cuál es su grado de satisfacción con los beneficios que ha obtenido en su organismo consumiendo productos naturales? Muy satisfecho ___ Satisfecho ___ Insatisfecho ___ Muy insatisfecho _____
8. ¿Usted recomienda la tienda?
9. Como califica la tienda de 1 siendo el más bajo y 10 el más alto los productos?

Anexo 5. Formulario de recolección de información para el Parque de la Salud Dr. Rojas

Consumo de medicinas naturales como alternativa frente a productos Alopáticos en la ciudad de Manizales para enfermedades diabetes, hipertensión y depresión

Nombre Completo _____

Institución: _____

Años en la Institución: _____

Objetivo: Caracterizar los consumidores de medicamentos naturales frente a los de productos de origen alopático en el tratamiento de enfermedades (diabetes, hipertensión y enfermedad psicológica (depresión)) en la ciudad de Manizales a través de 7 casos en la ciudad de Manizales.

Propósito: Esta entrevista pretende mostrar la adopción de prácticas naturistas y la medicación frente a la medicina tradicional en la ciudad de Manizales, departamento de Caldas, como una herramienta para determinar si existe un riesgo real en la salud causada por el incremento del consumo de productos de origen natural.

Confidencialidad: Este proyecto garantiza la confidencialidad en la información, los resultados se usaran de forma colectiva no individual. Además en los análisis estadísticos se protege la información.

CUESTIONARIO PARA DR. JORGE ENRIQUE ROJAS

1. Cuáles son las enfermedades de más común ocurrencia en consulta

2. ¿Cuál fue el primer acercamiento a la medicina alternativa? Porque?
3. Qué tipo de población consume más la medicina alternativa?
4. Cuáles son las fortalezas de la medicina alternativa frente a los medicamentos alopáticos?
5. Como fidelizan los clientes. Vuelven regularmente los clientes a seguir consultando?
6. Según su percepción entre la medicina alopática y medicina alternativa, cual genera mayor rentabilidad?
7. Conoce usted la normativa que tiene Colombia para el uso adecuado de los productos a base de plantas medicinales?
8. ¿Cree usted que ha aumentado el uso de los medicamentos a base de plantas medicinales a nivel mundial. Por qué?
9. ¿Cuáles son los medicamentos a base de plantas medicinales que más vende en la institución?
10. ¿Según su percepción que factores del mercado motivan el cambio de productos alopáticos a productos naturistas? Precio, adquisición del producto, marketing

Anexo 6. Resultados de las experiencias de los clientes con los medicamentos naturales

¿Cuáles son los medicamentos a base de plantas medicinales que consumen con frecuencia y por qué?	¿Considera que son seguros los medicamentos a base de plantas medicinales? Porque?	¿Usted se auto médica o consulta un especialista que le formule medicamentos a base de plantas medicinales?	¿Cree usted que las plantas medicinales son más seguras que los medicamentos tradicionales?	¿Qué beneficios cree usted que tienen los productos a base de plantas medicinales?	Con que frecuencia consume usted productos a base de plantas medicinales?	¿Cuál es su grado de satisfacción con los beneficios que ha obtenido en su organismo consumiendo productos naturales? Muy satisfecho __ Satisfecho __ Insatisfecho __ Muy insatisfecho __	¿Usted recomienda la tienda?	Como califica la tienda de 1 siendo el más bajo y 10 el más alto los productos?
A consumido muy pocos. En este momento consulta por que tiene ansiedad, preocupación, estrés y no es capaz de dormir.	Son muy seguros, porque no causan adicción, son naturales y no causan daño al organismo.	Consulta al médico cuando me siento mal en la EPS, pero cuando no entregan los medicamentos en los tiempos que son, acudo a las tiendas naturistas	Sí. Porque no dañan el organismo	Que son naturales, y no causan adicción	Poco, pero los productos que ha consumido son eficaces	Satisfecha	Sí. La atención es muy buena	No la puede calificar porque es la primera vez que ingresa a la tienda naturista Manimez
Los de la presión Amlodipino, Hidroclorotiazida, ASA que no es muy recomendable, lo consumo muy poco, Gengibrocolo, la Glucosamina que para las articulaciones	Dependiendo del paciente porque a veces causa efectos secundarios entonces no son tan recomendables para todo el mundo	A veces le toca recurrir a los médicos particulares porque las EPS todo lo quieren solucionar con los medicamentos más baratos	En algunos momentos si porque no tienen tantos químicos. Me encanta mucho la sábila, el yanten, la yerbabuena, el ginkgo biloba	Que causan menos efecto perjudiciales para el organismo	Cuanto de pronto tengo algún problema de salud, de pronto estomacal, de gripas. No los consumo con frecuencia, por tiempos de todas maneras no es recomendable	Satisfecho	Sí. Eso es de acuerdo al paciente, hay pacientes que como a mí me ha pasado así sea donde médico particular yo voy y me ha producido efectos secundarios uno entre mil y yo soy ese uno y entonces toca cancelar o suspenderlos porque me produce taquicardia o produce otras cuestiones	8. Hablando en mi caso personal porque recorro mucho haya para mi esposa y mi familia, pero también he consumido productos de allá que no me solucionan el problema que verdaderamente tengo entonces ella muy profesionalmente me dice no consuma esto y vaya más bien a su EPS

<p>Los que me dan acá. Cuando vengo donde él es porque me da mucho dolor de cabeza y eso es por épocas y ahí mismo de vengo para acá y el me formula y me todos los medicamentos que él me da. Que recuerde los nombres ahora alcachofa, antivil, el purgante, manda dieta de frutas, comer sin sal, no puedo comer sal y hacía tiempo que no venía acá, es la primera vez</p>	<p>Sí. Porque el mismo los elabora, yo digo que las plantas medicinales son muy buenas porque las pastas hechas a base de químicos curan las enfermedades y dañan otras. Dañan los riñones, dañan el hígado, dañan todo, pero me alivian de un dolor de cabeza. Pero si no tengo dolor yo no vengo.</p>	<p>Yo cuando tengo un dolor bien fuerte a mí un doctor de la cabeza me mando unas gotas que no se conseguían acá hace como 20 años y me dijo ya le tengo su medicamento (Migragesin) entonces yo lo seguí comprando cada que me da dolor de cabeza. Acá ni siquiera lo vendían, tenía que mandarlo a traer de Bogotá o Pereira y esta vez que me dio tanto dolor de cabeza me tome todo el frasco en 8 días y no se me sirvió, porque ya estoy enseñada a la terapia neural. Si yo voy donde el medico que tengo que ir donde la Nueva EPS que de pronto necesito una cirugía y todo eso, yo vengo donde el Dr. Jorge Enrique Rojas a consultar a ver que consejitos el me da, entonces él me dice hágalo o no lo hace o con estos medicamentos se alivia</p>	<p>Cuando uno le tiene fe si</p>	<p>Que no le dañan otros órganos</p>	<p>Cuando me los recetan eso es a largo plazo porque me quitan el dolor. El Dr. Jorge Enrique me quita el dolor y como sigo al pie de la letra todo lo que él me manda son como 3 días o 4 días sin comer carne, sino los productos que él manda, todos los medicamentos que él manda entonces por eso me mejoro. No tengo que venir a controles no vengo porque no siento dolores, es que uno para que va donde el medico si no siente dolores, para buscar enfermedades no</p>	<p>Muy satisfecha</p>	<p>Aquí y donde sea</p>	<p>11. también</p>
--	---	---	----------------------------------	--------------------------------------	--	-----------------------	-------------------------	--------------------

Anexo 7. Resultados de las entrevistas a asesores y Dr. Jorge Enrique Rojas

ENTREVISTA		PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5	PREGUNTA 6	PREGUNTA 7	PREGUNTA 8	PREGUNTA 9	
		¿Cuál fue el primer acercamiento a la medicina alternativa? porque se creó la tienda. Porque colocar una tienda de estas en Manizales	¿Cuál cree que son las fortalezas de la tienda?	¿Conoce usted instituciones que se encargan de estudiar los efectos adversos de los medicamentos a base de plantas medicinales que se venden en las tiendas naturistas?	¿Cuándo le llega un cliente con problemas por medicamentos a donde los remite?	¿Ustedes con que otras tiendas trabajan?	¿Porque es rentable, porque la gente acude a ustedes y no a otras tiendas?	¿Los niños pueden consumir medicamentos a base de plantas medicinales?	¿Conoce usted la normativa que tiene Colombia para el uso adecuado de los productos a base de plantas medicinales?. Por ejemplo con la Valeriana	¿Por qué se ha aumentado el uso de los medicamentos a base de plantas medicinales a nivel mundial?	
Tienda Naturista Manimez	4	Asesor	El fundador es Juan Jiménez en compañía del Dr. Jorge Enrique Rojas, existe hace 30 años, fue la primera tienda naturista en Manizales, fue creada por una necesidad del consumidor, colocaron la tienda en Manizales porque los dueños viven acá.	La calidad y la atención al cliente	La Territorial de Salud	Lo envían a la EPS a la cual pertenece el cliente y si el paciente no quiere ir a la EPS le ofrecen los servicios de los doctores que ellos tienen	Ninguna, son solo ellos tienen sedes en el Centro Comercial Parque Caldas y en Pereira	Por el reconocimiento, experiencia durante 30 años, la atención al cliente y por los médicos que tiene	Si pueden consumir productos naturales, pero no a base de plantas. Tienen vitaminas	Si sabe que existe una normatividad pero no la ha leído. Me cuenta que todos los productos que tiene la tienda tienen Registro Invima. Refiere que en estos últimos años los productos han tenido mucha acogida porque los pacientes ya están cansados de los daños colaterales que estos causan, los grandes laboratorios de medicamentos tradicionales han puesto muchos obstáculos a las tiendas naturistas para evitar que consuman estos productos porque perderían sus clientes.	Por ser productos naturales, ahora las personas se están concientizando de la importancia de consumir productos que no causen daños colaterales a su organismo como: riñones, hígado, gastritis, entre otros

Tienda Naturista Natural Ligth Salud y Belleza	5	Asesor	Por la demanda. Anteriormente habían varias tiendas naturistas, pero en este momento solo estamos nosotros	La calidad, transparencia, respeto por el usuario	Invima casi siempre es el que regula todo lo que es de productos naturales	Un cliente que sufre de alguna enfermedad como hipertensión, etc., que toma ciertos medicamentos y pide cierto producto nosotros no se lo vendemos, tratamos de que consulte al médico porque muchos quieren ayudarse con estos productos, pero estos productos a veces tienen contraindicaciones con el tipo de droga que ellos manejan, entonces nosotros preferimos no venderle el producto, nosotros le decimos que es mejor que se cure en salud y si ya el médico dice que se lo puede tomar ya es algo muy diferente. En cuanto a eso nos curamos en salud porque es muy delicado	Somos 3 tiendas ubicadas en el Centro Comercial Sancancio, Carulla y Centro Comercial Fundadores, no tenemos alianzas con otras tiendas naturistas	El negocio si es rentable, porque llevamos más de 5 años en el mercado y la gente acude a nosotros por salud, porque la gente hoy en día busca no tanto medicamento, la gente ya está saturada del Ibuprofeno, el Acetaminofén de todo lo que dan en la EPS que siempre es lo mismo, entonces buscan una ayuda alternativa que sea sana	Los niños no pueden consumir medicamentos naturistas, tiene que ser que el médico lo haya formulado, nosotros aquí nos cuidamos mucho, nosotros no vendemos productos para ellos, casi todos tienen esa contraindicación lactancia y niños	Si claro, nosotros nos mantenemos capacitando, todas tenemos que tener el certificado del Sena, que nos regula para vender los productos fitoterapéuticos	Porque las EPS lo que mandan son pañitos de agua tibia, la gente busca productos que sean más naturales y que les pueda servir
Droguería Martha	6	Dueño	Dueña. Martha Cecilia López Noreña. Hace unos años anteriores porque ya llevo 20 años manejando medicamentos, soy enfermera y en este momento pues llevo 20 años con negocio de droguería. Hace unos 10 años yo entre manejando droguería y productos naturales, en ese tiempo empecé a trabajar en una droguería donde se manejaban las dos cosas, no era yo la dueña, sino que trabaja como empleada, ahí fue donde tuve el	Ser muy constante, la constancia ante todo, el respeto hacia el mismo paciente y también no explotar al paciente. No explotarlo porque nos volvimos unos explotadores, yo te saco la plata, no me importa como sea y váyase. Unos dicen es que vamos a vender lo que pida el paciente, pero si eso no le va a servir al paciente yo porque se lo voy a vender, que porque cree. Ese paciente está creyendo en	Yo me imagino que eso lo tienen que hacer las instituciones de gubernamentales del Estado, ejemplo me imagino que Secretaría de Salud tendrán sus instituciones que son los químicos, farmaceutas, ellos todos manejan esa línea. La territorial a nosotros, Secretaría de Salud, el Invima tienen que ver con esto, pero no sabemos que tan bien lo hacen porque de pronto a mí si me	Consultar al médico, debe ir donde el médico, porque usted sabe que una intoxicación le puede costar hasta la muerte, una ceguera de por vida. Es de ir inmediatamente al médico	No estoy asociada con ninguna otra entidad. Tengo mis propios proveedores	Pues yo me siento orgullosa que yo he estado todavía en el mercado y siento que la gente cree en mí, yo siento que la comunidad me quiere y tengo mucha gente que confían en lo que yo vendo porque yo soy muy correcta, trato de orientar al paciente a lo que es. Ejemplo: el paciente viene y me dice véndame tal cosa y yo mire que tiene, le	Para mí no. Porque es un niño y no se le ha desarrollado los riñones, el páncreas, si están contraindicados para los adultos, menos para los niños. Para mí los niños no deben ser autoformulados	Si porque mira para eso están los estatutos. Para eso uno llega a la Territorial, es que el estatuto tal, hay que tener los libros, porque yo también tengo que saber. Cuando a mí me vienen a tratar de decir cosas que no es de una droguería sino de un hospital, porque van a venir a exigirme cosas que son de hospital si? y también tengo que saber que si	Pues haber. Lo que pasa es que yo creo que toda la vida ha existido eso, pero más se ha dado a la luz pública hoy, pero toda la vida ha existido y de pronto ahora un poquito más en mejores presentaciones, que en las presentaciones de ahora 50 años que el señor iba y machacaba las hojas y se las empacaba a la gente y lléveselo,

acercamiento de manejar productos naturales. Que en este momento yo lo no este manejando suficientemente completo no, porque en los estudios que he hecho, lo que he investigado para mí no son tan confiables porque no tienen la debida pues como el estudio y toda la investigación que tiene un producto químico, entonces yo más bien respeto eso de manejar productos naturales, pues eso es muy respetable. Para mí no

algo que es errado. Entonces venga señor es que usted está pensando que eso le va a, si quiere vaya a comprarlo a otro lado porque yo no se lo vendo, porque eso te va a hacer daño o no te sirve para nada, para lo que usted tiene entonces la gente ¡cómo! ¡ahhh!.

están exigiendo, pero yo no sé si a todo el mundo le exigen lo que es, ojala fuera todo parejito, así como me exigen a mí, que se lo exijan a todo el mundo, pero es que no sabemos. Y yo lo saco en conclusión solo en la línea de inyectología exigen muchas cosas, porque cuando yo voy a ciertas EPS porque encuentro todo lo de inyectología un desastre, el mugrero, las sábanas no se conocen el color, entonces que debe ser desechable, y allá no se manejan desechables, allá es el mugrero, entonces porque uno dice y porque en mi negocio todo funciona bonito, todo es limpio y porque yo vengo acá y entonces a donde esta lo que están exigiendo, yo creo que para todos funciona igual, entonces donde está el aseo, donde están las cosas. A mí me exigen, gorro, tapabocas, guantes para colocar una inyección, su cura redonda. Usted va y allá no se ve nada de eso, entonces yo digo a donde están las instituciones que hacen cumplir la ley, la ley es para quién? para mí no

tomo la presión, lo oriento y le dijo venga eso usted no se autofórmales, usted es de médico, eso no es para que se tome ese producto o quien le dijo, a no es que fue el barrendero, que fue el de la carnicería, venga eso no se hace, no se tome eso usted es hipertenso. Entonces la gente cree mucho en mí. La gente dice está enfermo váyase para donde Martha y él dice es yo vengo porque fulano me dijo que usted si me dice que tengo o que debo de hacer, si usted me dice que me vaya para donde el médico es porque tengo que ir donde el médico, creen mucho en lo que yo les digo porque yo no vendo por vender, yo he dejado de vender pero yo mando el paciente para donde el médico o lo que tengan que hacer, no vender por vender, venga yo no tengo eso pero se lo cambio por esto. No. No porque es lo que

no estoy cumpliendo con la ley pues a mí me sancionan y me van a sellar el negocio. Usted cree que yo me voy a tirar 20 años por no cumplir con una norma, no pues tratar de estar al día con lo que ellos exigen.

ahorita pues mejor empacados, más asepsia. Toda la vida a existido

				<p>más? entonces uno se vuelve inconforme y le da rabia eso, porque debía ser para todos</p>			<p>le sirva al paciente y yo en el momento de vender si y a mí me dicen Martha pero es que usted dejó de vender porque no le vendió lo que es que esto le sirva no. Ese paciente me lo va a agradecer hoy no me compro pero me va a mandar más gente. Entonces eso es lo que a mí me ha funcionado. La credibilidad que yo tengo. El voz a voz es el fuerte mío, escuchar el paciente. Me conocen en Aguadas Salamina, Neira, Santa Rosa, Tolima viene gente desde allá, porque yo digo, yo tengo familia y yo digo que las cosas que se hacen bien eso repercute en el transcurrir del tiempo, todo lo que usted haga bien o mal algún día tiene su recompensa</p>					
		PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3		PREGUNTA 5	PREGUNTA 6	PREGUNTA 7	PREGUNTA 8	PREGUNTA 9	PREGUNTA 10	PREGUNTA 11
		<p>Cuánto tiempo lleva en la medicina alternativa y hace cuanto fue creado el Parque de la Salud</p>	<p>Cuáles son las enfermedades de más común ocurrencia en consulta</p>	<p>¿Cuál fue el primer acercamiento a la medicina alternativa? Porque?</p>	<p>Qué tipo de población consume más la medicina alternativa?</p>	<p>Cuáles son las fortalezas de la medicina alternativa frente a los medicamentos alopáticos?</p>	<p>Como fidelizan los clientes. Vuelven regularmente los clientes a seguir consultando?</p>	<p>Según su percepción entre la medicina alopática y medicina alternativa, cual genera mayor rentabilidad?</p>	<p>Conoce usted la normativa que tiene Colombia para el uso adecuado de los productos a base de plantas medicinales?</p>	<p>¿Cree usted que ha aumentado el uso de los medicamentos a base de plantas medicinales a nivel mundial. Por qué?</p>	<p>¿Cuáles son los medicamentos a base de plantas medicinales que más vende en la institución?</p>	<p>¿Según su percepción que factores del mercado motivan el cambio de productos alopáticos a productos naturistas? Precio, adquisición del producto,</p>

												marketing
<p>Parque de la Salud Dr. Rojas</p>	<p>7</p>	<p>Dr. Jo rg e En riq ue Ro jas</p>	<p>Los parques de la Salud son un proyecto que nacen realmente de hace varios años. Hay un dicho que dice que un hombre se demora 20 años para hacer una cosa de la noche a la mañana y fue un sueño. Actualmente el Parque de Salud de Manizales en la Florida era mi casa y tuve la oportunidad de hacer una casa campestre con 5 cuadras y desde mi habitación yo me soñaba haciendo un programa que se llama "Un día para tu salud" donde los pacientes que quieren venir acá los fines de semana, la consulta dura 12 horas y los ven 15 médicos. Entonces yo me soñaba con mi lago, tener barro para aplicarle a mis pacientes hidroterapia y geoterapia, tener radiólogos para hacer ecografías, ginecólogas, tener laboratorio clínico, cardiología, medicina interna y hacer una serie de complemento o sinergia con la medicina ortodoxa y la mal llamada medicina alternativa holística o integrativa y fue así como el tema se fue desarrollando y</p>	<p>Yo creo a mi concepto lo más grande que está padeciendo la humanidad es la enfermedad del alma, el cuerpo llora, lo que el alma oculta y cuando uno elabora una historia clínica del paciente con Lupus, con artritis, con diabetes, con insomnio, con problemas gastrointestinales llámese gastritis o colitis o estreñimiento, cuando la persona consulta por una diabetes, una misma hipertensión siempre empieza uno, en nuestro caso en la historia clínica a que le achacas si es feliz o no y uno empieza a mirar todo eso y se da cuenta que realmente el común de la humanidad está enferma es del alma. Rabia, odio, envidia, ambiciones, depresiones, tristezas, conflictos, conflictos de pareja, laborales y el cuerpo llora, lo que el cuerpo trata de ocultar, entonces la</p>	<p>Para la época en que yo me gradué como médico y cirujano, posteriormente me voy a estudiar cirugía plástica en la Universidad de Antioquía, a hacer residencia y los acercamientos fue la presión de las personas cuando yo terminaba una cirugía y por ejemplo el paciente me decía doctor que puedo comer y yo ya era médico cirujano y estaba terminando cirugía plástica y yo no sabía que decirle a la persona que podía comer, porque nunca me habían enseñado comida entonces y me llamaba mucho la atención que todo era la nutricionista y yo pasaba ronda por el hospital y me encontraba que los almuerzos eran carne molida, eran pocas ensaladas, muchas harinas y me llamaba mucho la atención que le dieran carne a un paciente posquirúrgico, en la mañana les daban café con leche, pan blanco, mortadela,</p>	<p>Pues realmente todo el mundo, lo que pasa es que nos hemos ufano de nuestro diploma. Pero si ustedes van a la droguería, la mitad de lo que nos venden en las droguerías son productos naturales, si voy a la cardiología hay un producto muy utilizado en cardiología que es el digital por ejemplo Digitalis que es de una planta que se llama digital, el medicamento más vendido en cardiología en el mundo es el ácido acetilsalicílico y acá vemos los árboles que es el sauce llorón, en gastroenterología un producto muy utilizado en el estreñimiento se llama silium que es el planta gomallor Llantén y la otra que es el Colpermin que es la menta piperita que es menta piperita la ramita, entonces nos ufamamos de ser grandes especialistas y estamos mandando ramas con nombres científicos. En</p>	<p>La fortaleza principal es dejar que el cuerpo exprese y busque su orden en el curso del alivio de la enfermedad, me explico a nosotros en la formación ortodoxa nos enseñaron diarrea - antidiarreico, tos - antitusivo, fiebre - antipirético, alergia - antialérgico, flujo - anti flujo y todo era en contra de lo que el cuerpo necesitaba hacer para defenderse, el cuerpo tiene mecanismos de defensa. A nivel intestinal con diarrea, si yo me estoy defendiendo con una diarrea es ilógico que le dé un antidiarreico, si yo tengo un mecanismo de defensa en vías respiratorias tosiendo y expectorando es increíble que yo le dé un antitusivo a un paciente, si estoy haciendo un</p>	<p>Muchísimo. Realmente en el caso de nuestros parques de la salud nosotros reposamos más de 200.000 historias clínicas y pues vienen personas de todos los estratos y los resultados uno los ve uno a diario en la consulta, uno ve como las personas inclusive empiezan a disminuir sus tratamientos farmacológicos y el hecho de que venga y venga yo creo que es porque ven resultados y se están aliviando. O sea que llega el momento en que ellos ya dejan los medicamentos alopáticos y continúan con los otros medicamentos que son más naturales que no los afectan tanto? Una de las condiciones que yo tengo para contratar</p>	<p>Pues el gran negocio es la medicina ortodoxa, la medicina que nos enseñan en la universidad porque la oncología se volvió un negocio bellissimo, entonces tener un paciente con cáncer es una belleza porque cuanto facturan y así muchas otras patologías y el manejo de medicamentos y tal. Yo puedo mostrar como un paciente con helicobacter pylori lo puedo manejar con dosis bajas de agua oxigenada y darle jugo de papa con zanahoria, pero también le puedo mandar un triconjugado que vale quinientos mil pesos de los tres antibióticos. De los dos antibióticos con el inhibidor de la bomba de protones entonces la medicina cada vez la están</p>	<p>Si claro, lo triste es que se ha quedado estancada en el proceso de estudio de investigación. El Invima como tiene el grupo de investigación Adonorem entonces no hay realmente un compromiso serio para que el grupo de médicos y de personas que investigan las plantas medicinales sigan anexando más listas para ser abaladas y poder hacer productos. A veces vemos la limitante que queremos hacer productos, no eso no está abalado por el Invima, eso no se puede y demás, no se conocen estudios, entonces esa es una gran limitante con respecto a eso porque cada vez en otros países investigan más Guatemala, Cuba, Francia han hecho unas</p>	<p>Total y lo digo porque doy conferencias en muchos países y cada vez el uso de las personas que quieren tener como ayudas terapéuticas de productos naturales es mayor</p>	<p>Yo creo que no son factores del mercado, son factores personales porque por ejemplo nosotros tenemos doscientas mil historias clínicas, son doscientas mil personas que pueden estar diciendo encontramos unos resultados muy positivos con las plantas medicinales, con productos naturales y esas doscientas mil le cuentan a un millón. Entonces la gente empieza a investigar y de eso se ha ido expandiendo más de voz a voz y obviamente a través de medios de comunicación como los que ustedes ven que yo hago en los programas de televisión en Conexión vital, ahora voy a empezar en Discovery en todos los países latinos del mundo y así muchas entidades educativas y de medios de comunicación se han interesado en eso. Yo hago radio a nivel nacional y a</p>

<p>pasaron los años y se hizo realidad el proyecto acá, en Dos Quebradas y tenemos consultorios en Barranquilla, Medellín, Cali, en Bogotá, Tuluá y otras ciudades. Y entonces lo que estamos tratando es ofrecerle a las personas ayudas terapéuticas complementarias a las enfermedades como las más comunes que estamos viendo que son hipertensión y riesgo cardiovascular, diabetes, depresión, problemas gastrointestinales y abrirle las posibilidades terapéuticas a los pacientes porque es triste que al paciente le digan a usted ya no hay nada más que hacerle o usted no tiene tratamiento o usted se tiene que acostumbrar a vivir con lo que tiene, cuando realmente la medicina oriental nos lleva más de 5.000 años de ventaja a la nuestra y los tratamientos complementarios son muy grandes que son pasando por acupuntura, terapia neural, apiterapia, nutrición, hidroterapia, geoterapia, plasma rico en plaquetas, ozonoterapia, bioenergética, magnetoterapia, dunas, reiki, en fin el tratamiento es inalcanzable y resulta</p>	<p>psoriasis el vitiligo, las dermatitis, todo eso muy relacionado, la alopecia de ata, bueno la lista sería inalcanzable y para mi concepto esa es la principal causa de enfermedad en el mundo porque trabajo en varios países y es la misma historia. En Londres, en Estados Unidos, en España y bueno la gente se está muriendo en el alma. A que le está pegando mas eso, le está pegando a procesos gastrointestinales, el que no llora con los ojos, llora con el intestino, a procesos dermatológicos con soriasis y dermatitis, a problemas de insomnio no logro conciliar el sueño pensando en mil problemas todos los días, a los problemas de aumento de dolor entre esos una patología que es pura alma que es fibromialgia, las crisis hipertensivas rabias, iras, infartos y todo eso. Se murió de repente, no se murió de una rabia y así pasa todos los días con otras enfermedades, entonces realmente una cosa le pega a la otra y desde lo más grande estamos viendo</p>	<p>queso, entonces la gente me preguntaba yo no sabía que responder y me di a la tarea de estudiar, me gane una beca para irme para la Universidad de Columbia para estudiar nutrición celular y ahí me di cuenta de muchas cosas de cómo podía uno manejar los pacientes con comida, las prácticas las hacía en las cárceles de Estados Unidos, no podíamos entrar medicamentos; las cárceles tienen sus propios médicos y nosotros tratábamos los pacientes con comida y las sorpresas eran maravillosas ver como usted compensaba a un paciente con ácido úrico, con obesidad, con dolores y demás a punto de comida. Ese fue uno de los acercamientos, el mayor fue cuando estaba en Estados Unidos en el Hospital Lesmus le íbamos a amputar un pie a una paciente y no había máquina de anestesia y entonces entraron unos orientales le colocaron unas agujas de acupuntura, terapia neural, unos bloqueos con agujitas y amputamos la</p>	<p>otorrino y en neurología entonces tenemos un medicamento muy famoso llamado el quaidon y uno debajito que dice Ginkgo Biloba, la planta medicinal más utilizada en el mundo. En la actualidad vienen muchísimos productos con aloe que es la sábila, otros vienen con caléndula en oftalmología hay productos que tienen manzanilla, en neumología hay muchos que tienen propóleos y el sauco y ahora hay medicamentos para la próstata que se sacan de la cebolla de huevo por el alto contenido en zinc y así me iría todo el resto del programa haciendo un paralelo entre el uno y el otro. Total todos los médicos del mundo somos "yerbateros" nos ufamamos de un nombre científico, los laboratorios nos enredan y entonces el gran negocio de las empresas farmacéuticas pero nos están vendiendo productos naturales con nombres científicos, pero cada vez las personas si están buscando que le manden esos productos más naturales que manipulados, como</p>	<p>proceso eruptivo dermatológico excretando como cuando me intoxicó con algún alimento que me brotó la piel y yo estoy votando por la piel y me hecho un esteroide tapo la piel, la enfermedad no se expresa y no se libera la misma enfermedad, a nivel genitourinario la orina nos muestra muchos cambios, la mujer tiene la gran ventaja por vía vaginal puede excretar muchas cosas, por eso el cáncer de próstata en el hombre es tan agresivo porque no tenemos vagina y entonces el cuerpo empieza a excretar y eliminar por muchas partes, eso fue lo que nos enseñaron en la medicina ortodoxa enfermedad - anti enfermedad, pero resulta que no todas las enfermedades son enfermedades sino manifestaciones clínicas donde el cuerpo necesita liberar y votar algo lo que hace la medicina</p>	<p>médicos en los parques de la salud es que el mal llamado médico alternativo tiene que ser el mejor ortodoxo por eso yo acá tengo internistas, cardiólogos, cirujanos vasculares, radiólogos, ginecólogos y tengo todas las especialidades pero conocen de la medicina complementaria y sabemos cuándo un paciente necesita insulina y cuando lo podemos manejar con Yacón, Cúrcuma y Moringa. Entonces de acuerdo a la respuesta seguida por los exámenes de laboratorio uno va disminuyendo esos tipos de medicamentos, cada caso es individual</p>	<p>volviendo un negocio de parte de las grandes empresas y multinacionales</p>	<p>investigaciones maravillosas, acaban de hacer unas investigaciones en demencia senil, en Parkinson, arterioesclerosis con cúrcuma y pimienta negra, eso ya está súper avalado con estudios indexados, pero eso al Invima no le llega porque eso ya está súper realmente de estudio y de investigación</p>		<p>nivel internacional y entonces es la comunicación eso crea en las personas la necesidad o el deseo de buscar otras alternativas porque ya le dijeron que no hay nada que hacerle, no tiene tratamiento, conviva con lo que tiene, le cerraron las puertas, entonces la gente busca y esta es una posibilidad muy buena y nosotros lo que estamos haciendo es hacerle un acompañamiento . Somos 76 médicos en la actualidad que estamos acompañando a los pacientes en todas las especialidades con tratamientos biológicos o complementarios o naturales</p>
--	--	---	---	--	---	--	--	--	---

<p>que no nos enseñaron sino a tratar a los pacientes con medicamentos ortodoxos por tabletas y tal cuando hay tantas cosas que ofrecerle al paciente</p>	<p>enfermedades gastrointestinal, cardiovascular, obesidad, diabetes, estreñimiento</p>	<p>pierna sin máquinas de anestesia, entonces yo me dije porque nunca me contaron que podía hacer cirugías sin anestesia, luego conocí un anestesiólogo de Colombia que hacía extracción de cordales en la Universidad Autónoma colocando unas agujas de acupuntura en la mano sin ninguna anestésico en la boca y entonces uno empieza a ver una serie de ayudas y terapias complementarias que hace que uno abra el abanico de su academia y empiece a investigar qué fue lo que él hizo con la acupuntura, con la terapia neural, que se hacía con la nutrición y ahí empiezo a descubrir y a descubrir, entonces me fui para Alemania a estudiar homeopatía, me fui para Taiwán y Hong Kong a estudiar acupuntura y fon shue que es la parte bioarquitectura, es decir la tercera piel nuestra, como la casa nos alivia o nos enferma, los colores, luego tuve la oportunidad de hacer diplomados y maestrías en naturopatía y fue</p>	<p>está pasando con mucha comida que se vuelve transgénica, así como yo puedo convertir soya en transgénica, la fresa que vienen unas fresas inmensas en el mercado pasa con las plantas medicinales y demás que las están volviendo digamos que transgénicas, las manipulan haya en los laboratorios y por eso tienen tantos efectos secundarios</p>	<p>integrativa, holística, mal llamada alternativa o biológica en fin. Es tratar de dar las herramientas y recuperar las herramientas del cuerpo humano, para que el encuentre las posibilidades, encontrar su autosanacion. Me explico voy en la moto me accidente 7 fracturas, 4 costillas, el hombro, la clavícula, perdió un pedazo de piel y sangre, a los 3 meses ve uno a la persona jugando futbol porque el cuerpo es capaz de pegar el hueso, el cuerpo es capaz de formar la piel, el cuerpo es capaz de formar ese pedazo de músculo que se perdió y la sangre, así como el cuerpo es capaz de reparar todo ese accidente y un posquirúrgico el cuerpo es capaz de enfrentarse a una diabetes, a una artritis, a un lupus y a cualquier enfermedad. El cuerpo se enferma por deficiencias, entonces lo que hay que darle al</p>						
---	---	--	---	---	--	--	--	--	--	--

						jalea real y muchas cosas a la comida le estamos echando formaldehidos, glutamatosodi co, anilinas, colorantes, preservativos y entonces es como si le hubiesen echado acpm en vez de gasolina y me quedo varado, por eso aparece la enfermedad						
--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--