

YOGA, UNA NUEVA TENDENCIA ENFOCADA AL BIENESTAR
La estrategia de comunicación integrada

VALENTINA MARÍN

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE COMUNICADORA
SOCIAL

ÉNFASIS ORGANIZACIONAL

DIRECTOR: MAURICIO HERNÁNDEZ

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ
2015

III. PRODUCCIONES TÉCNICAS O MULTIMEDIALES

1. Formato (Video, material escrito, audio, multimedia).

Material escrito

2. Duración audiovisual (minutos):

Número de casetes de vídeo:	
Número de disquetes:	
Número de fotografías:	20
Número de diapositivas:	

3. Material impreso Tipo: publicitario Número de páginas: 8

4. Descripción del contenido

Volantes publicitarios

Tabla de contenido

1. Introducción	7
2. Yoga entre pasión y tendencia	10
2.1 ¿qué es el yoga?	10
2.2 Tendencias del S. XXI	13
2.3 Buscando el bienestar	18
3. Yoga de la salud	20
4. El camino hacia el bienestar.....	23
4.1 Segmentación	23
4.2 Estilos de vida	25
5. Conociendo al practicante.....	27
5.1 Beneficios	28
5.2 Unión y conexión.....	29
5.3 Dieta.....	30
5.4 Estilo de vida.....	31
5.5 Espiritualidad y bienestar.....	33
5.6 Prácticas	33
5.7El público.....	34
7. In Life: el negocio y su recorrido.....	36
7. La comunicación integrada.....	37
7.1 La promoción de ventas	41
7.2 Las redes sociales.....	42
7.3 Mercadeo directo	43
7.4 Punto de venta.....	44
7.5 Relaciones Públicas	45
8. Análisis: la oportunidad del yoga frente a las enfermedades del S. XXI.....	45
8.1 Insomnio	46
8.2 Migrañas	48
8.3 Colon irritable	49
9. Objetivo general	51
10. Objetivos específicos	51
11. La estrategia y la curiosidad	51
11.1 Mensaje.....	53

12. Herramientas y medios	53
12.1 Volantes punto de venta.....	54
12.2 Volante externo.....	58
12.3 Pendones.....	59
12.4 Facebook.....	60
12.5 Testimonios.....	62
12.6 Instagram.....	63
12.7 Mensajes.....	64
13. Infografía herramientas y medios	68
14. Conclusiones	70
15. Anexos	73
16. Bibliografía	87

1. Introducción

Es importante iniciar el presente trabajo aclarando los cambios que se hicieron con respecto al anteproyecto anterior. La primera idea era la de Diseñar una estrategia de mercadeo para crear un Wellness&Spa hotel en el municipio de Santander entre San Gil y Barichara, con el objetivo de desarrollar una nueva clase de turismo experiencial basado en el bienestar y vivencias de los huéspedes. Al analizar la posibilidad de llevar a cabo un trabajo semejante se llegó a la conclusión de que sería muy complejo realizarlo, pues se debía llevar a cabo la construcción de un hotel hipotético desde cero, lo cual implicaría recurrir a otras ciencias aparte de la comunicación y el mercadeo, además el concepto era muy general lo que imposibilitaría el poder desarrollar un análisis minucioso y el planteamiento de una estrategia real.

A raíz de lo expuesto anteriormente se analizó lo que se quería rescatar del trabajo para poder darle un enfoque diferente, más especializado y aterrizado a la realidad, por ello se centro la atención en el concepto de bienestar, tomando como punto central la práctica de yoga y la oportunidad que estas nuevas tendencias representan en los negocios hoy en día. Se dio una transición del mercadeo a la comunicación integrada, en la cual esta inmersa la experiencia del consumidor y se le dará a la práctica un enfoque específico relacionado con la salud física de la persona. Fue una decisión que requirió de tiempo y conllevó a identificar lo que realmente se quería hacer.

Ahora bien, habiendo aclarado lo anterior es posible iniciar exponiendo la idea de que en la actualidad el yoga se ha convertido en una práctica popular en occidente, hace ya varios años que llegó a América Latina y a Colombia atrayendo a un número cada vez mayor de interesados en su ejercicio y filosofía. Siendo ésta una práctica milenaria proveniente de oriente, específicamente de la India, ha llamado mucho la atención del público gracias a su diversidad y a los beneficios, tanto físicos como mentales y espirituales, que se consiguen por medio de ella.

El yoga es una práctica que pretende tocar todos los aspectos del ser; físico, mental y espiritual. Propone el ejercicio por medio de series específicas que llevan al cuerpo a desarrollar

altos niveles de flexibilidad y equilibrio, a la mente a estar centrada en el aquí y el ahora alcanzando grandes niveles de concentración y al espíritu a expandirse a nivel energético. De la mano del yoga llegan nuevas tendencias como la del well being por medio de la cual se quiere conseguir un bienestar integro en las personas, centrándose no solo en la salud física del individuo sino en su mente y espíritu.

Se han comenzado a evidenciar los beneficios que trae consigo el yoga para el cuerpo humano y su funcionamiento. La práctica es empleada por muchos como una terapia para tratar de manera natural males que perturban su calidad de vida y bienestar. Piensan que es posible sanar de adentro hacia fuera, buscando paz para la mente obteniendo salud para sus cuerpos; dentro de estos malestares es posible encontrar el dolor de cabeza, específicamente la migraña, el insomnio, uno de los trastornos del sueño, y el síndrome de colon irritable, colitis nerviosa. La mayoría de las veces la vinculación de estas dolencias está relacionada con el estrés y el sistema nervioso, por ende los medicamentos tradicionales no suelen surtir un gran efecto.

Ahora bien, habiendo dado una breve descripción de los conceptos que serán el hilo conductor de éste trabajo, lo que se propone es: diseñar un plan de comunicación integrada para el servicio de yoga del negocio de In Life Studio, con el fin de incrementar las inscripciones de los usuarios, tomando como elemento central el bienestar y los beneficios para la salud.

El objetivo principal será el del proponer un nuevo enfoque en el cual las herramientas de la comunicación integrada; promoción de ventas, redes sociales, punto de venta, mercadeo directo y las relaciones públicas, constituyan un medio a través del cual los clientes puedan alcanzar una experiencia única y especial. El enfoque será el de comunicar de manera llamativa y atractiva sobre lo que hace el yoga para la salud de las personas, que éstas puedan verlo como una nueva alternativa para sanar sus dolencias físicas de manera natural. En éste caso, el eje conductor será la curiosidad para apelar a los clientes y que sean ellas mismas quienes se interesen por probar una nueva práctica y quieran sanar sus vidas alcanzando elevados niveles de bienestar y calidad.

La comunicación integrada será el medio por el cual se pueda posicionar el yoga dentro del negocio y promoverá una imagen llamativa sobre aquella práctica, aprovechando una gran

oportunidad para fidelizar a usuarios y atraer a nuevas personas al centro deportivo. Teniendo esto en cuenta, lo que se quiere hacer es poder analizar cómo el yoga se ha convertido en una tendencia dentro de nuestra sociedad occidental, atrayendo a personas de todos los géneros y diversas edades a adentrarse en su práctica. Ha sido posible ver como el yoga se ha ido popularizando a lo largo de los años, pues los múltiples beneficios que trae consigo la han ido convirtiendo en un elemento de deseo para muchas personas, dándose así la oportunidad de que se formen nuevos negocios enfocados en la práctica y en el bienestar.

Será muy importante resaltar siempre el papel y la importancia de la comunicación y las herramientas que ésta ofrece a los negocios, pues son fundamentales a la hora de impulsar nuevas oportunidades, identificar tendencias y generar nuevas estrategias para procurar el éxito y su crecimiento en el mercado.

Para ello será necesario definir lo que es el yoga, en qué consiste su práctica, sus beneficios y orígenes. Posteriormente se analizará lo que es una tendencia, tomando como base las nuevas tendencias de los consumidores de hoy en día, generando una relación entre las mismas y el yoga, fusionándola especialmente con la tendencia del well being que se ha convertido en una de las más destacadas para los consumidores. Además, se tratará el tema del yoga para la salud, analizando cómo las personas pueden sanar sus cuerpos y vidas de la mano de la práctica, dando a conocer los beneficios específicos para el cuerpo y para los males puntuales que se van a tratar.

Tras haber ampliado y descrito los conceptos base para el desarrollo del trabajo, se proseguirá por la segmentación del mercado meta, que será muy importante, ya que es vital identificar las actitudes, intereses y opiniones de las personas que se relacionan con la práctica para poder establecer el estilo de vida de las mismas y poder identificar el nicho específico en el cual se puede posicionar el yoga dentro del negocio.

Posteriormente, se dará una descripción del negocio junto con su portafolio y otras áreas de servicio, los años que lleva en funcionamiento, para así poder desarrollar la estrategia de comunicación con un énfasis especial hacia la curiosidad del consumidor para atraer a más

personas a inscribirse en el gimnasio e incrementar el número de practicantes, con el fin de alcanzar el máximo beneficio para ambas partes.

2. Yoga, entre tendencia y pasión

2.1¿Qué es el yoga?

El Yoga es una práctica milenaria proveniente de la India. Promueve la integración del cuerpo, la mente y el espíritu, procurando alcanzar un nivel elevado de dominio del ser, trayendo consigo un bienestar holístico. Más que un ejercicio el Yoga es un estilo de vida que promueve el estar presente y el autocontrol. Hoy en día es reconocido en todo el mundo y son muchas las personas de todos los géneros, edades y religiones que lo practican, buscando así conseguir todos los beneficios que ésta ofrece.

Para corroborar lo mencionado anteriormente, tomamos como punto de partida “*EL GRAN LIBRO DEL YOGA*” escrito por Ramiro Calle en el años 1999, en donde se afirma que el yoga es una práctica que tiene una antigüedad de más de seis mil años y que ha sido un eje en la vida de las personas, no solo en la India sino en el mismo Oriente. Es un método de crecimiento y evolución a nivel espiritual que permite que se de un bienestar integral en la vida de las personas. Adicionalmente afirma que se ha vuelto cada vez más popular en occidente, gracias al agitado estilo de vida de la era que se vive actualmente.

Por otro lado, Fernando Estévez Griego (Dharmachari Swami Maitreyananda)¹ considerado uno de los más prestigiosos e importantes Maestros de Yoga a nivel mundial, da su definición en el año 2008 sobre lo que él considera que es el yoga: “*El Yoga es una ciencia, arte y filosofía de vida psicofísica-espiritual, que integra estos tres planos de la existencia del ser humano entre sí y al individuo con el Universo, lo Supremo, Dios o el Todo, mediante el SAMADHI o estado de plenitud existencial, felicidad, dicha*”. (Estévez, p.2 2008)

Esta práctica ayuda a las personas a mejorar su calidad de vida, especialmente teniendo en cuenta que vivimos en un mundo, y en una sociedad, en donde no hay espacio para el cuidado

¹ Los maestros yogui buscan un nuevo nombre con el que se identifican en su nueva religión y estilo de vida ya sea hindú o budista.

del ser. Estamos en un tiempo caracterizado por la rapidez, el trabajo en exceso, la fiesta y el consumo. Calle argumenta que el yoga ha adquirido una gran acogida en Occidente pues se ha evidenciado la pérdida progresiva de la salud tanto a nivel físico como emocional y espiritual, gracias al estilo de vida lleno de situaciones de estrés, ansiedad y cansancio por la cantidad de trabajo y el poco tiempo que tienen las personas para sí mismas. El Yoga es una alternativa que ayuda y nutre a las personas en todos los niveles, puede ser útil para disminuir niveles de estrés y estar más centrado en las tareas diarias. *“Son métodos que están al alcance de cualquier persona que desee mejorar y esté dispuesta a practicarlos con alguna asiduidad”*. (Calle, p. 7, 1999).

Como toda disciplina, el yoga requiere de la práctica y de la paciencia, es un camino y aunque pueda parecer largo y difícil con el tiempo la persona va viendo la evolución que se produce tanto a nivel físico como emocional. El autor afirma que la práctica es un método por medio del cual las personas pueden transformar sus vidas, todas las técnicas que ofrece el yoga deben ser empleadas correctamente y con paciencia para poder evidenciar el cambio. A lo largo que se va pasando de una postura a otra es necesario estar presente, teniendo como núcleo la respiración y confiando en el cuerpo y el poder que éste tiene, además es una manera de confrontarse y retarse, llevando al cuerpo a otro nivel con movimientos nuevos y exigiéndose cada vez más.

Con ésta disciplina se quiere llegar a la fusión de los tres ámbitos del ser: físico, espiritual y mental. Se pretende dominar la mente que no se detiene poniéndola a funcionar al servicio del cuerpo y las necesidades del momento. Con el yoga se lleva a cabo una meditación en movimiento, en donde lo vital es estar presente y no permitir que la mente se aleje del aquí y el ahora, es de esta manera como se puede llevar a cabo una práctica plena y donde se produce la unión. Calle habla sobre esa esencia más profunda del yoga que es la conexión afirma que *“Yoga es unión y tiene mucho que ver con la palabra yugo. Por un lado, el yogui (el que busca la unión) trata de reunificar sus energías dispersas y de unirse a su naturaleza más íntima y real; por otro, se ejercita para poner la mente bajo el yugo de su voluntad y su conciencia, a fin de que la misma mente que es la que vela (cuando no está desarrollada y purificada) sea la que desvele y proporcione una sabiduría de gran alcance tanto para la vida cotidiana como para la senda hacia lo incondicionado”*. (Calle, p.5 1999) Haciendo evidente así que a la hora de llevar

a cabo la práctica todos los elementos vitales del ser entran a jugar un papel muy importante fusionándose unos con otros, llegando a un estado de paz y tranquilidad.

La práctica pretende generar cambios no sólo a nivel físico sino a nivel mental y espiritual, con el objetivo de que la persona alcance un bienestar completo, sintiéndose pleno y mejorando su vida, Estévez afirma que la práctica de yoga es una ciencia que le permite a la persona trabajar en su inteligencia afectiva, mejorando la relación con los otros, así como con la inteligencia emocional, trabajando en la relación que se tiene con uno mismo. Procura generar una nueva visión sobre el otro y sobre el ser que termina por modificar las relaciones que se tienen, convirtiéndolas en unas más sanas y profundas.

Adicionalmente, el yoga va más allá de las dos horas de práctica algunos días a la semana, según el yogui, dicha práctica constituye un estilo de vida y una forma de vivir y hacer las cosas, la idea es lograr llevar aquello que se aprende en dos horas de clase a todas partes y transmitirlo a otras personas. La idea es sacar toda la fuerza, paz y perseverancia que se desarrolla durante la práctica y aplicar esos conceptos y emociones al día a día.

Existen muchas prácticas diferentes, algunas le dan predominio a la meditación y a la respiración profunda, permaneciendo en las posturas por varios minutos y buscando el equilibrio. Otras, por el contrario, pretenden aumentar la flexibilidad y resistencia del cuerpo, haciendo rutinas más fluidas y fuertes. Cada una ha sido forjada por algún yogui o maestro y es posible encontrar un gran número de prácticas hoy en día, todas con un propósito un origen y un fin.

Como se ha mencionado anteriormente, el yoga proviene de Oriente, específicamente de la India, y por muchos siglos se mantuvo inmerso en esta cultura siendo desconocido para otros pueblos y comunidades. La llegada de la práctica a occidente es ahora muy fuerte y llama la atención de las personas. Aún así sigue siendo relativamente nueva y queda mucho que descubrir y aprender.

Paramahansa Yogananda, fue uno de los primeros maestros yogui en introducir la práctica en occidente en el siglo XX. Proveniente de la India, viajó de 1924 a 1935 por todo Estados

Unidos presentando su libro “*Autobiografía de un Yogui*” y dando conferencias enfocadas a lo que era el yoga, sus orígenes y beneficios. En 1929 viajó a México, lo que fue el primer paso para dar a conocer ésta práctica en América Latina. Tras su muerte fueron varios los discípulos que quedaron y que se dispusieron a preservar sus enseñanzas hasta hoy en día, por medio de la fundación “Self-Realization Fellowship”, localizada en Los Ángeles (California).

En Colombia, y en occidente en general, la práctica del yoga se ha convertido en una tendencia. Es una disciplina llamativa para las personas, tanto hombres como mujeres, que se ha extendido ampliamente en los últimos años. En Bogotá es posible encontrar academias de yoga en todos los sectores, de todas las clases y para todos los gustos. Es una disciplina que ha estado vigente por miles de años y ha llegado a occidente para quedarse y generar cambios en las personas que lo practican.

Como se pondrá en evidencia, el yoga representa una nueva tendencia en nuestros días y en nuestra sociedad occidental, en la cual ha ido ganando fuerza y captando el interés de las personas.

2.2 Tendencias del siglo XXI

Guillaume Erner habla sobre lo que es una tendencia en su libro “*Sociología de las tendencias*” escrito en el año 2014. Muestra un interés muy grande por el fenómeno de las tendencias y habla sobre lo llamativo que es que los individuos, sin conocerse o ponerse de acuerdo, manifiesten los mismos deseos o intereses hacia una determinada cosa o dirección. El autor afirma que las tendencias no sólo hacen referencia a productos o servicios comerciales, sino que los actos también han sido moldeados por las tendencias del tiempo en que se habita; pone como ejemplo la selección del nombre de los hijos. Se tratan cuestiones como la de la imitación y la influencia, preguntándose así hasta que punto son las personas influenciadas por la sociedad, los medios de comunicación y los líderes de opinión del momento. O si es una cuestión que se relaciona más con la imitación y el deseo de parecerse a una persona o seguir un estilo en particular.

La tendencia siempre pasa de lo individual a lo colectivo, por eso Erner habla sobre el comportamiento de las masas y sus inclinaciones, interés que surgió a partir de la modernidad, la globalización y la inmediatez a la que está expuesto el mundo de hoy.

Por otro lado Henrik Vejlgaard escribe en el 2008 un libro titulado "*Anatomía de una tendencia. Una mirada fascinante a los patrones de su origen*". Habla igualmente sobre lo que son las tendencias, y afirma que es de vital importancia conocer el comportamiento humano, ya que todos los cambios y el surgimiento de nuevos estilos es causado por los mismos. Siendo así, al entender el comportamiento se pueden explicar las tendencias y su aparición en los determinados momentos.

Es vital tener como eje central al ser humano, poder identificar los intereses de ese momento en particular para poder entender las tendencias de cada época. Éstas responden a necesidades, nacen en un lugar específico del mundo, las ejecutan personas determinadas y las siguen igualmente grupos de individuos que comparten esos gustos y van en esa dirección.

Ahora bien, teniendo en cuenta lo que han dicho estos dos autores, se puede definir una tendencia como la inclinación de un específico grupo de personas hacia una determinada cosa (puede ser un producto, un servicio, un estilo, lugar etc.)

Es muy importante, antes de proseguir con las tendencias que identifican a los consumidores de nuestros días, aclarar la diferencia entre tendencia y moda. Héctor Guzmán, editor de la revista Proyecto Moda dio su explicación en el 2012 sobre las diferencias entre estos dos conceptos, afirmando que la moda es un uso o una costumbre que está vigente por un determinado periodo de tiempo y por lo general en lugares específicos, una tendencia es una inclinación de un grupo de personas hacia ciertos fines o una dirección específica, marca y forma parte una época particular. Ambos conceptos se relacionan pues, según Guzmán, son mecanismos sociales que regulan el comportamiento y las elecciones de las personas. La moda es cíclica, no dura por mucho tiempo y está siempre en constante cambio y evolución. Con el tiempo puede resurgir, pero no dura para siempre, se adapta a un momento determinado y lugar y apela a un determinado grupo de personas. Recibe una gran cantidad de publicidad por un

periodo específico de tiempo, suele desaparecer y reaparecer, es olvidada rápidamente por las personas.

La tendencia es más duradera, se adapta a un tiempo determinado y lleva a las personas hacia un mismo interés o dirección en común.

Aclarado el término, se enfocará ahora su concepto al del consumidor actual y del mundo en general hoy en día. Marian Salzman e Ira Matathia en su libro titulado “*Tendencias: estilos de vida para el nuevo milenio*” en el año 2001. En él hablan sobre las tendencias que predominarán en estos años, e identifican que las más importantes estarán ligadas al desarrollo tecnológico y a la conectividad. Analizan el auge que está teniendo la tecnología y su rápida evolución e influencia en todos los aspectos de la vida humana (salud, educación, comunicación, relaciones etc.)

Tratan temas como el impacto de la globalización, que ha ido moldeando nuevos consumidores que se adaptan a los cambios constantes en términos culturales, económicos y políticos, que son cada vez más exigentes y esperan más de los productos y servicios. Algunas de las tendencias y nuevos nichos que se identificaron fueron: los solteros, las mujeres alfa, los homosexuales, los metrosexuales, los geeks, entre otros. Cada uno de estos grupos representa una tendencia de nuestros días, inclinados hacia una misma dirección, con deseos afines y metas similares.

Por otro lado, Nora Schmeichel, directora de la consultora GFK Kleiman Sygnos en Argentina, trató en el año 2008² sobre el tema de las 13 nuevas tendencias que definen a los consumidores de hoy en día.

Igualmente son tendencias que están muy ligadas a la tecnología, pero a su vez es posible encontrar algunas que pretenden ser la contraparte y que se preocupan por el medio ambiente y la salud.

² La exposición de estas ideas tuvo lugar en un encuentro llamado “lo que ellas quieren”, organizado por la Asociación Argentina de Marketing (AAM) en el 2008 con motivo de la celebración por el día del marketing.

La primera que menciona Schmeichel es la green, que hace referencia al cuidado del medio ambiente, al interés en reciclar, ahorrar energía, cultivar comida orgánica etc. En el cuidado de los animales y en la empatía por el universo y el respeto que éste merece. Esto se da a partir del calentamiento global y el cambio climático, la extinción de especies y la explotación a la que se ha visto sometido el planeta desde el S. XX tras la industrialización y la producción en masa. Con esta tendencia se busca generar un cambio profundo para salvar al planeta y cambiar la situación actual. En el yoga se promueve la idea de la unión y la conexión con el universo y la naturaleza, las personas crean consciencia de que forman parte de un todo y de que deben cuidar el planeta para estar en armonía con él y la energía que conecta a todos.

Stressed out es otra de las nuevas tendencias, hoy en día las personas deben hacer muchas cosas a la vez, se saturan de tareas y actividades quedándoles poco tiempo para ellas mismas y su bienestar. Las marcas y servicios aprovechan esta situación para la creación de nuevos productos que ayudan a las personas a vivir relajadas en su día a días. Es una situación que afecta a personas de todas las edades y géneros, hoy en día se ve incluso a niños pequeños que ya viven estresados y preocupados. Es posible relacionar ésta tendencia con el yoga y su aplicación directa, pues como se ha mencionado anteriormente por medio de la práctica se pueden reducir los niveles de estrés, y proporcionar a las personas un momento único en el cual pueden concentrarse en ellas mismas y su bienestar, organizar sus ideas y centrarse en el presente, el aquí y el ahora, dejando de lado todo lo que deben hacer.

Living the experience, la siguiente tendencia propone que hoy en día los clientes quieren ir más allá del producto. Están buscando marcas y servicios que les proporcionen una experiencia real. Esto es muy importante, pues las marcas que quieren llegar al consumidor y posicionarse en sus mentes y corazones deben buscar maneras creativas e innovadoras que realmente dejen al cliente satisfecho y sorprendido. El yoga es toda una experiencia, es diferente para cada persona pues desde la primera práctica cada quien emprende su propio trayecto personal y jamás será igual al de nadie más. Es necesario que sean momentos muy cómodos, por lo tanto el ambiente, la música y el profesor son elementos fundamentales para que las personas puedan vivir una experiencia única desde el primer momento.

Ahora los consumidores creen en las recomendaciones de otros, ya sean amigos o conocidos, que hayan interactuado con la marca y el producto. El voz a voz o boca a boca, otra de las tendencias, es una herramienta muy poderosa que promueve tanto lo positivo como lo negativo de la marca. En las redes sociales es posible encontrar reseñas sobre cualquier producto, servicio, hotel, restaurante etc. Y ya no son reseñas efectuadas por expertos sino por consumidores que han vivido esa experiencia y están dispuestos a darle el visto positivo o negativo y a compartirlo en Internet. La relación entre el yoga y el voz a voz es muy importante, las personas comentan sobre la práctica, las mejores academias, los profesores etc. Se ha convertido en un mercado competido en donde se puede encontrar gran variedad de escuelas y de estilos.

Real fact, es una tendencia que busca ganar la confianza del cliente desde el primer contacto. Ahora, las personas buscan servicios, productos y marcas que les ofrezcan contenido de valor y sobrepasen sus expectativas. Es por esto que ya varias marcas permiten a los consumidores probar de manera gratuita un producto o servicio. Por ejemplo, Apple fue una de las pioneras en este sentido, creando tiendas que permiten a las personas interactuar de manera directa con los productos antes de efectuar la compra. Ahora los gimnasios otorgan clases de cortesía para quienes están interesados en ingresar, e incluso las marcas de maquillaje ofrecen una primera prueba gratis antes de adquirir los productos.

La tendencia de la hiperconectividad es un fenómeno característico de esta era y especialmente de los jóvenes. Con las redes sociales, el blogging, los teléfonos inteligentes y el alcance de la red, el contacto cara a cara se vuelve cada vez más escaso, pues la gente está todo el tiempo conectada. El eje de las relaciones se ha convertido en uno virtual sin la necesidad del contacto físico. El mundo y las personas de cualquier país pueden conectarse en cualquier momento dando vía libre al intercambio de información y contenido online. Las estrategias y tácticas por medio de las redes sociales y los medios son muy prácticas, pues pueden generar una conexión rápida, directa y eficaz con los clientes en el diario vivir.

El well being es otra tendencia que se aparta un poco de la tecnología y la inmediatez, pues se propone abarcar de manera holística el bienestar de las personas. Esto incluye todos los niveles del ser, tanto físico como espiritual, mental y emocional. Las personas son hoy en día más

concientes de la necesidad de llevar a cabo un estilo de vida más sano, con el fin de preservar la salud y aumentar la calidad de vida.

Las anteriores fueron algunas de las tendencias que predominan en el consumidor de nuestros días. A partir de esto las marcas y empresas pueden empezar a identificar algunos de los deseos de los consumidores para poder satisfacer sus necesidades de la mejor manera. Es muy interesante ver cómo el yoga atraviesa o está incluido en varias de las tendencias que mencionamos, convirtiendo la práctica en algo muy llamativo y atractivo, no solo para las personas sino para los negocios interesados en el bienestar, el ejercicio y la salud de sus clientes.

A partir de las descripciones anteriores podemos adentrarnos más en el concepto del well being, tendencia en la cual se encuentra inmersa el yoga.

2.3 Buscando el bienestar

Tomando el concepto de well being y equiparándolo con el de bienestar, podemos encontrar varias definiciones con respecto al mismo.

Según un artículo escrito en 1999 por Luis Fernando Gamboa, se entiende el bienestar ligado al concepto de realización, Gamboa afirma que cuando un individuo se siente realizado con los diferentes ámbitos de su vida (físico, mental, espiritual, con sus relaciones etc.) alcanza altos niveles de bienestar que afectan de manera positiva su calidad de vida, ya que se siente bien consigo mismo, los demás y la vida en general. El bienestar es algo que todos los seres humanos desean, ya que se aspira llevar una vida saludable, pacífica, balanceada etc. El bienestar es ese punto medio que reúne la parte física con la emocional estableciendo que tanto la una como la otra son de vital importancia para el buen vivir de los seres humanos.

Por su parte, Rosalla Palomba, habla sobre la relación entre bienestar (well-being) y calidad de vida, en el Taller sobre calidad de vida y redes de apoyo de las personas adultas mayores en Chile en el 2002. Afirma que el bienestar estaba antes relacionado con las posesiones materiales y los ingresos, hoy en día abarca prácticamente todos los aspectos de la vida de un ser humano,

la salud (física, mental y espiritual), las relaciones, el ambiente, y la realización que siente una persona con la vida.

Miguel Ángel García escribió en el 2010 un artículo sobre el bienestar subjetivo, de allí hay varias cosas que se pudieron extraer, pues trata sobre cómo el bienestar se ve reflejado en la relación que la persona tiene con respecto a su vida, se refiere a la satisfacción que siente con respecto a la misma, García expone cómo el bienestar está relacionado con la satisfacción, es decir, el sentirse pleno con la vida en todos los aspectos.

Adicionalmente, expone sobre la relación entre bienestar y salud, siendo ésta la que le da la posibilidad a las personas de llevar a cabo las actividades que desean y los hacen sentir satisfechos; la salud es un elemento fundamental pues es lo que le da posibilidad a las personas de vivir la vida de la mejor manera, les da la capacidad de actuar y decidir sobre sus cuerpos y lo que desean hacer con ellos, les permite llevar a cabo actividad física, la movilidad y la plenitud por ellos mismos. La salud a nivel físico es muy importante para que una individuo pueda tener un bienestar integral en su vida, el cuerpo es el que lo relaciona con el mundo que lo rodea y le permite experimentarlo a través de los sentidos y sensaciones, mantenerlo sano es vital para alcanzar el bienestar deseado y una buena calidad de vida.

Ahora bien, teniendo claro lo que es el well being (bienestar) es posible decir que el yoga se adapta perfectamente dentro de ésta categoría. Por medio de la práctica se alcanzan niveles de satisfacción tanto a nivel físico como emocional. Es emocionante para las personas lograr llevar a cabo una postura en la que llevan trabajando un tiempo, ver la transformación que se produce en sus cuerpos y vidas, hasta el punto en el cual la cita casi diaria con el tapete (mat) se vuelve un ritual que genera felicidad y realización.

Más interesante aún, es ver como el yoga es tan flexible y beneficioso puede relacionarse con varias de las demás tendencias del consumidor de hoy en día. Reduce los niveles de estrés, logra que las personas estén desconectadas de sus preocupaciones y se centren en ellas mismas por un momento. Puede llegar a representar incluso un estilo de vida en donde los practicantes puedan vivir esa armonía experimentada en la práctica durante todo su día. Se ha ido popularizando y es

cada vez más conocida en occidente gracias a que las personas que la realizan y experimentan el bienestar que ésta trae consigo la recomiendan a sus amigos y conocidos. Representa una experiencia única y personal para quien la vive y construye un proceso determinado con su espíritu, su mente y su cuerpo.

El yoga es en sí una tendencia, ya que siendo una práctica tan antigua, está respondiendo a las necesidades de las personas de una época tan cambiante, estresante y rápida. Más allá de ser una disciplina llamativa, que lleva a los practicantes a querer desarrollar tal fuerza, concentración y flexibilidad, es una tendencia que se ha incorporado a la vida cotidiana de la mano de nuevas prácticas como la meditación, la respiración consciente, la comida orgánica, el cuidado íntegro del cuerpo y la salud en general. Ha demostrado traer beneficios y cambios reales a la vida de las personas y cada día se enraíza más en occidente, posicionándose en la mente y convirtiéndose en un servicio deseado para la buena vida.

3. El yoga de la salud

La salud es un tema de interés mundial. No es secreto el saber que todas las personas desean tener un cuerpo saludable para poder vivir mejor y disfrutar por más tiempo de la vida. Hoy en día es cada vez más difícil obtener la salud perfecta, pues con el estrés del día a día, la presión y los nervios la salud de las personas se ve perjudicada de manera mas frecuente y muchas veces sin encontrar la solución. En este capitulo se quiere analizar cómo el yoga puede ser una herramienta o aliada a la hora de mantener una salud buena, prevenir e incluso curar enfermedades.

El yoga puede considerarse una práctica que ayuda a la persona a trabajar en pro de su bienestar integral, es por esto que es posible establecer una relación directa entre el wellbeing y ésta práctica, ya que como se ha mencionado anteriormente el yoga lleva a las personas por un camino en el cual pueden nutrir su mente, su espíritu y su cuerpo.

Ramiro Calle habla sobre el yoga como medicina natural, afirma que aunque el yoga no ha sido considerado como una terapia o tratamiento por la medicina de occidente, sus efectos y la

evidencia han demostrado que puede ser muy efectivo a la hora de tratar trastornos y enfermedades además de aumentar la resistencia del cuerpo, aumentando su poder inmunológico. Calle hizo todo un estudio en la India acompañado de varios maestros del yoga, informándose sobre los efectos que cada postura, la respiración y las diferentes categorías pueden hacer por el cuerpo físico y la salud del individuo.

Al ser un ejercicio que trabaja de adentro hacia fuera tiene efectos poderosos en el sistema nervioso de las personas, induce a la relajación y a sanar cualquier dolencia, ya sea física o mental desde la raíz. *“Las técnicas de estiramiento, de control de la respiración, de relajación, de dominio neuromuscular y de limpieza propias del yoga resultan de gran eficacia para prevenir artritis, artrosis, distintos tipos de reuma, ciática, lumbago, asma, infarto de miocardio, bronquitis, trastornos de la espina dorsal, trastornos circulatorios muy diversos, varices, estreñimiento, dispepsia, insomnio, gastritis, ansiedad, angustia y diversos desórdenes psíquicos. El yoga es excepcionalmente ansiolítico y sus técnicas sedan el sistema nervioso autónomo.”* (Calle, p. 30, 1999) El autor se refiere a la capacidad que tiene la práctica para calmar la ansiedad y la tensión nerviosa, esto incide de una manera muy importante en el cuerpo ya que lleva a la persona a tener una conciencia más profunda sobre otros hábitos como el alimenticio y el estilo de vida que se está llevando en general. Al practicar yoga, con el tiempo el individuo comienza a tener una mayor percepción de su propio cuerpo y se da la oportunidad de que lo conozca mejor, de que sepa cuáles son sus necesidades, qué necesita para sentirse bien y promover un estilo de vida ligado al bienestar y al cuidado del ser. Al disminuir la ansiedad incide en la superación de vicios como el cigarrillo, al alcoholismo y las drogas, puede formar parte de un proceso de recuperación exitosos en torno a la conciencia de que el cuerpo es un templo que necesita cuidado y respeto.

Por otro lado, el terapeuta Timothy McCall habla sobre el yoga terapia, promoviendo la idea de que el yoga puede ser un aliado muy grande a la hora de sanarse de diferentes dolencias y enfermedades. Es un reconocido autor de libros que hablan sobre la vinculación entre el yoga y la medicina, es el fundador del estudio “The Simply Yoga Institute” en Manhattan en donde su enfoque es el de curar a personas con diferentes enfermedades a través del yoga. Adicionalmente es un reconocido seminarista e investigador. En su página principal habla sobre el yoga terapia

afirmando que es un método por medio del cual se seleccionan herramientas que otorga el yoga como lo son la relajación, el ejercicio y la respiración junto con una modificación a la dieta y estilo de vida del individuo, para ayudar a las personas a sanar prácticamente cualquier condición y enfermedad que achaque su vida. Es interesante ver como habla de un sistema completo que abarca todo la vida de la gente, desde el ejercicio, la respiración hasta la dieta, todo en torno al yoga y su práctica para poder alcanzar niveles elevados de bienestar y salud.

En el 2010 escribió un libro titulado “*YOGA & MEDICINA. Prescripción del yoga para la salud*” en el cual se trata el tema de la medicina ligada al yoga, los beneficios sobre el cuerpo y la mente, algunas posturas con sus atributos específicos y el efecto concreto en enfermedades terminales como el cáncer. A su vez habla sobre historias de vida de pacientes que han acudido a su instituto y son evidencia de que el yoga si puede cambiar la vida, habla específicamente de enfermedades como el cáncer, el VIH-SIDA, la diabetes o la artrosis y argumenta que con toda seguridad el yoga puede mejorar su condición conllevando a que la persona que la padece viva mejor, y con certeza por más tiempo. Adicionalmente aquellas que sufren de malestares temporales, como la migraña, la tensión muscular o la sinusitis pueden encontrar un gran alivio con la realización de posturas específicas y técnicas de respiración para mejorarse. Se puede evidenciar cómo el yoga ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas y trae alivio a dolores y malestares que generan insatisfacción.

Adicionalmente, sostiene que la práctica puede ser un método de prevención y de bienestar para la vida de los individuos, dándoles la oportunidad de experimentar con sus cuerpos y mentes, generando una unión entre el cuerpo y el espíritu promoviendo un bienestar integro que se ve reflejado en la salud de los practicantes. Fue doctor durante veinte años y gracias a su experiencia tanto en la medicina tradicional como con su gran investigación y vivencia en el mundo del yoga, el autor afirma que es un sistema muy poderoso que provee de salud y bienestar general a quienes lo practican, además puede servir como una técnica de prevención para el futuro a aquellos que están sanos y ya han incorporado la práctica a su estilo de vida.

Otras propuestas interesantes que se encontraron sobre el efecto del yoga en la salud son las siguientes, Según Ciudad Yoga, uno de los portales online más importantes de Yoga en América

Latina, se hace énfasis en cómo el yoga es útil para mantener, recuperar y aumentar la salud del cuerpo físico, para prevenir y combatir el estrés, los nervios y la ansiedad además del fortalecimiento del sistema inmune. Adicionalmente para enfermedades o malestares concretos como la migraña, el insomnio, la tensión alta, la diabetes o el asma.

Como se ha podido evidenciar, el yoga y su práctica constante trae consigo grandes beneficios para el cuerpo, no solo a nivel de estiramientos y tonificación, sino de la salud en general. Por medio de la práctica es posible encontrar una solución duradera a las dolencias pues se está haciendo un trabajo de introspección, se están enseñando técnicas que las personas puede usar todos los días cuando sienten que el estrés domina sus vidas, existen diversas posturas que ayudan para males específicos. Es cuestión de constancia y disciplina para poder alcanzar los resultados esperados.

¿por qué la respiración? La respiración es un elemento central para el buen vivir de las personas. La práctica enseña sobre los beneficios de una buena respiración, que oxigene todo el cuerpo desde los pies hasta la cabeza, generando así la posibilidad de relajarse más rápido, de tener un pensamiento claro y de avanzar en la práctica. Es la herramienta más poderosa que se puede tener, aprendiendo a respirar se va cambiando también la vida y la manera cómo un individuo se puede relacionar con diversas situaciones.

Ahora bien, ¿qué tipo de persona practica yoga? Es importante hacerse esta pregunta, pues es necesario tener claro el nicho o público específico al que se quiere llegar, llevando a cabo una segmentación rigurosa.

4. El camino hacia el bienestar:

4.1 Segmentación

Segmentación es definida por Leslie Lazar y Leon Schiffman en su libro *Comportamiento del consumidor* en su octava edición impresa en el 2005. Los autores afirman que la segmentación es

un proceso por medio del cual se divide a un mercado en subconjuntos de consumidores cuyos perfiles son similares y se aplica una estrategia de marketing específica para llegar a ellos.

La segmentación es una herramienta muy útil pues permite identificar al grupo objetivo de una manera muy específica y precisa, tomando como núcleo las similitudes que existen entre las personas. Según Ivan Thompson, quien en 2005 escribió un artículo titulado *La segmentación del mercado*, hoy en día es muy importante dividir el mercado por grupos cuyos integrantes tengan aspectos que los hagan similares, ya sean sus gustos, genero, edad, sexo etc. pues esto hace más fácil la labor de diseño e implementación de estrategias o campañas para llegar a estos y captar su atención atrayéndolos hacia la compañía, lo cual es el fin deseado.

Existen varias bases para segmentar los mercados: geográfica, demográfica, psicográfica y por comportamiento. Es importante hablar un poco sobre cada una de ellas para posteriormente determinar cual será de utilidad para llevar a cabo el proceso de segmentación y poder identificar el mercado meta.

Según en el grupo consultor TIS³ cada una de las bases tiene sus propias variables y se da una breve descripción de cada una de ellas. A su vez, Xavier Moraño Ferrer, investigador de social media e investigador cualitativo analizó en el 2010 de manera más profunda la necesidad y utilidad de emplear las bases para la segmentación del mercado.

La segmentación geográfica, consiste en identificar elementos como el país, la región, el clima, la densidad poblacional y la zona. Moraño afirma que la marca o producto puede ser percibida de manera diferente dentro de un mismo país e incluso región, por lo tanto es necesario llevar a cabo una segmentación geográfica cautelosa, para poder desarrollar una estrategia específica para los habitantes de un territorio determinado.

La demográfica identifica la edad, el género, el origen étnico, la nacionalidad, la educación, la orientación sexual, los ingresos y la ocupación.

³ TIS Consulting Group es una firma de consultoría enfocada en abordar problemas de productividad operacionales, tácticos y estratégicos que enfrentan las organizaciones desde una perspectiva analítica comprobada.

La segmentación por comportamiento, trata sobre los niveles de uso del producto, la sensibilidad frente al precio, los beneficios que este presenta, la lealtad hacia la marca etc. Es necesaria, pues determina la forma como el consumidor utiliza el producto y en cómo es su relación con el consumo.

La psicográfica, analiza la personalidad, el estilo de vida, los intereses, actividades y opiniones de los usuarios, los valores y la clase social. Moraño afirma que es un criterio importante de mucho valor, pues permite conocer y acercarse a un perfil específico y determinado, pudiendo de esta manera conocer la relación que estos tienen con su entorno y es posible analizar la parte emocional del consumidor. Este tipo de segmentación es muy importante y será de gran utilidad para el desarrollo del trabajo, pues se propone analizar de una manera más profunda al segmento, identificando elementos centrales que permitirán conocer cómo vive su vida y que le interesa.

Dentro de la segmentación psicográfica se encuentra la variable de estilos de vida, es importante darle un desarrollo más amplio a ésta cuestión, ya que a partir de la misma será posible identificar los AIO (actividades, intereses y opiniones) de las personas con respecto al yoga y bienestar.

Para comenzar es necesario tener una definición clara de lo que es el estilo de vida y el por qué es útil para la investigación.

4.2 Los estilos de vida

En el libro *“Antología: Comportamiento del consumidor”* escrito por Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo en el año 2012, se dan varias definiciones de lo que es el estilo de vida tomando como base varios autores. Introduce primero lo que dice Hawkins en el 2004 sobre el estilo de vida, definición en la cual se afirma que es un patrón en la vida de las personas, por medio de la cual se expresan sus actividades, intereses y opiniones, y su relación con el mundo en el que viven. Esos tres elementos son los componentes de los AIO de los consumidores, por

ejemplo dentro de las actividades se encuentra el trabajo, los hobbies, las compras, los eventos, deportes etc. Los intereses pueden estar relacionados con la recreación, la familia, la dieta y los gustos, dentro de las opiniones se encuentra lo que piensa la persona sobre determinados temas, problemas, productos etc. Adicionalmente, Schiffman expone que el estilo de vida refleja lo que hace la gente con su tiempo y su dinero, convirtiéndolo así en un patrón de consumo.

Por otro lado, según Ana M. Gonzáles quien en 1999 escribió un artículo titulado “*ORIGEN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL ESTILO DE VIDA EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR*” afirma que el estilo de vida es un factor importante que influye en las decisiones de compra de las personas, por medio del estilo de vida se conoce de una manera más profunda al consumidor y se pueden identificar sus deseos a la hora de realizar una compra, por ende es una variable muy importante para tener en cuenta a la hora de segmentar un mercado.

Es importante ampliar un poco lo que son las actividades, interés y opiniones; para ello, tomamos a Ana Cristina Escandón B. y Carmenza Agudelo E. quienes proporcionaron la definición de los tres componentes del AIO según Darden y Reynolds, en su tesis escrita en el 2015, titulada *LA INVESTIGACION PSICOGRAFICA y SU APLICACION EN EL MERCADEO*:

*“Una **actividad** es una acción manifiesta, tal como ver un medio (televisión o revista), comprar en un almacén o contarle a un vecino acerca de un nuevo producto. Aunque estos datos son usualmente observables, las razones para estas acciones rara vez están sujetas a medida directa.*

*Un **interés** en algún objeto, evento o tema, es el grado de emoción que acompaña la atención especial y continua de éste.*

*Una **opinión** es una respuesta, verbal o escrita, que una persona da ante situaciones estímulo en las cuales se ha erigido una pregunta; o se usa para describir interpretaciones, expectativas y evaluaciones, tales como creencias acerca de las intenciones de otra gente, anticipaciones a eventos futuros, etc.” (Agudelo & Villegas, P. 11, 2015)*

Los AIO son muy importantes ya que indagan cómo el consumidor se relaciona con el mundo, qué hace en su diario vivir, cuales son sus pasatiempos, hobbies, como se relaciona con su familia y el entorno en el cual vive. Se usa para encontrar los aspectos más relevantes de la personalidad del consumidor.

El estilo de vida es algo muy específico que involucra cómo la persona se relaciona con el mundo y su entorno, en que invierte su tiempo, dinero, pensamiento etc. Deben ser cosas que ésta considere valiosas y apreciadas, pues desenvuelve su vida alrededor de ellas. En el mundo hay muchos individuos que comparten un estilo de vida similar, de ésta manera se forman grupos o comunidades que establecen vínculos entre si, precisamente por aquellos AIO que tienen en común.

5. Conociendo al practicante

Para poder llevar a cabo un perfil bien estructurado sobre el nicho al que es deseado llegar, se debe identificar el estilo de vida de esta clase de individuos en particular. Por esto mismo, se decidió llevar a cabo 6 entrevistas por medio de las cuales se recopilaron los intereses, actividades y opiniones de 2 personas que practican yoga, 2 que hacen Pilates y 2 que han integrado la meditación en su diario vivir.

Se han seleccionado estos tres pilares, ya que todos se relacionan y tienen la misma base. Tanto el yoga como la meditación provienen de prácticas orientales, por medio de las cuales se da predominio al espíritu, la respiración y la concentración. Son ejercicios cuyo propósito es proporcionar paz y estabilidad a los hombres. Cada uno de ellos trae consigo beneficios que permiten a los practicantes alcanzar niveles altos de bienestar en todos los ámbitos de su ser. Los Pilates, provienen de Inglaterra y aunque no es una práctica milenaria, su creador Josphe Hubertus Pilates pretendió integrar elementos del yoga, la relajación y la respiración profunda junto con la gimnasia y los estiramientos para promover el equilibrio entre cuerpo y mente. Como se puede evidenciar las tres disciplinas involucran la interacción entre los diferentes campos tanto físicos como energéticos de las personas, buscando así generar una alta calidad de

vida, salud y dominio del ser. Aunque tengan elementos diferentes, las tres recorren caminos diversos para alcanzar un mismo fin.

Las personas entrevistadas constan entre los 20 y los 50 años, de ambos géneros de la ciudad de Bogotá, con práctica de dos años o más con respecto a los temas seleccionados. Para la entrevista se ha desarrollado un derrotero de temas para los tres grupos en los cuales se indagará sobre sus AIO en conversaciones de no más de 15 minutos. Las entrevistas serán grabadas para posteriormente ser transcritas y analizadas, logrando así establecer un estilo de vida y poder llevar a cabo una segmentación rigurosa y detallada.

Tras haber realizado y transcrito las entrevistas éstas fueron analizadas por el programa de Atlas Ti, por medio del cual pudimos llevar a cabo el análisis estadístico de datos textuales. Se pudieron dividir las entrevistas en seis códigos: beneficios, conexión y unión, dieta, estilo de vida actual, intereses espirituales y bienestar y prácticas y ejercicios. La división se produjo de tal manera ya que fueron los temas comunes entre los entrevistados y a los cuales se les dio una mayor profundidad.

5.1 Beneficios

Para beneficios se seleccionaron once citas textuales de las entrevistas, por medio de las cuales los entrevistados hablaban sobre los beneficios que han traído a sus vidas prácticas como la del yoga, la meditación y los Pilates. Salió a la luz el tema de la respiración, pues todos los entrevistados hablaron sobre la importancia de la misma, convirtiéndola así en otra práctica de preferencia por medio de la cual podían conseguir beneficios. Los entrevistados explicaron sobre cómo por medio de éstas prácticas han podido generar conciencia y reconocer las metas y propósitos que desean cumplir.

“Estas cosas como que te ayudan mucho a estructurar tu esquema mental y para mi desde que hago yoga ha sido más fácil el planear metas y estructurar los procesos para cumplir esas metas. Eso me parece como lo más importante, por eso a veces siento que el yoga se vuelve como un estilo de coaching para la vida de uno”. (Ana, 2015)

“Los problemas que uno puede tener, porque todos tenemos problemas cotidianamente ya sean más grandes más pequeños, de diferente índole, con el tema de la oración, la meditación, de mirar un poco más allá, hacen que la vida sea mucho más llevadera y mucho más amable para uno y para los demás”. (María Consuelo, 2015)

A su vez, hablaban sobre cómo esto los ayudaba a vivir el día a día, a asumir los problemas de una manera diferente y a enfrentarse a la vida con otros ojos y una actitud positiva.

5.2 Unión y conexión

El tema de la unión y conexión también fue un común denominador en las respuestas. De una manera u otra surge el tema de la conexión entre los seres vivos y el planeta, el universo. Igualmente algunos mencionan a una fuerza o poder superior, ya sea una energía vital, Dios, el universo etc. con la cual estamos conectados durante toda la vida y es por medio de estas prácticas con las cuales se genera una unión completa. *“Porque definitivamente somos un todo, estoy convencida de que todos estamos unidos, de una manera u otra estamos todos vinculados y unidos con el universo, con la naturaleza y entre nosotros mismos”.* (María Consuelo, 2015).

“También como parte de la meditación y la práctica me di cuenta de que todo en el universo se conecta (...) Como que todo eso me llevó a conectarme no solo conmigo, sino con todo el mundo”(Juanita, 2015). Fue posible ver como estas son personas que buscan establecer una conexión profunda consigo mismas y su conciencia, con el mundo y el entorno que las rodea, con la energía de la naturaleza y ese poder superior.

5.3 Dieta

La dieta también fue un tema importante, no todos coincidieron con una misma dieta pero si establecieron que los alimentos son importantes para la salud y el bienestar físico. Por medio de una dieta balanceada, es posible cuidar del cuerpo y promover así el bienestar físico y la salud. Dos de los entrevistados tienen una dieta vegetariana, *“Pues ahorita hace como un mes dejé la carne, ahorita estoy llevando una dieta vegetariana entonces no estoy comiendo ni carne ni pollo ni pescado, nada de mariscos, pero si como huevo y leche y queso. (...) me di cuenta de*

que comer carne me hacia tener como una digestión muy lenta, mientras que cuando no comía carne estaba más energética, estaba mejor”. (Juanita, 2015).

“Tengo unos hábitos que he venido construyendo en los últimos diez años. Esos hábitos son ser muy conciente de qué es lo que como, soy vegetariano y mi familia, es vegetariana también”. (Roberto, 2015).

Otras dos de las entrevistadas afirmaron que trataban de no comer carne roja, que su consumo era muy bajo, a su vez se habló sobre las verduras y los zumos de frutas y verduras para mejorar la digestión. Todas las dietas son muy diversas, lo común es que todos hablaron sobre la importancia de no excederse con ningún alimento y de buscar una dieta balanceada y equilibrada para darle al cuerpo lo que necesita. *“A pesar de que no tenga una dieta súper rigurosa, al hacer yoga hay cosas que uno quiere evitar, no queremos estar pesados al momento de hacer ejercicio, entonces eso cambia la cosa”. (Ana, 2015)*

5.4 Estilo de vida

Se preguntó igualmente a cerca del estilo de vida actual en relación con éstas prácticas que son relativamente nuevas para occidente y nuestra sociedad. *“En esto que estamos viendo de tanto caso, tanta guerra que siempre hemos vivido en violencia, realmente yo creo que uno si se tiene que detener a mirarse hacia adentro, a sanarse hacia adentro y a encontrar esa paz interna para que esa paz pueda salir afuera, para que la relación con mis hijos sea armónica, para que si salgo al tráfico y si alguien se atraviesa yo no entre en seguida en reacción sino que tenga otra manera de comportarme frente a las situaciones de la vida”. (Gloria Mercedes, 2015)*

“Precisamente en este momento en el que vivimos que todo el mundo anda súper acelerado y hay un montón de prioridades diferentes, en donde las personas están buscando el dinero, el éxito profesional y todo eso a veces se deja de lado la esencia y el ser y eso finalmente termina desgastándolo a uno. La meditación es otra herramienta aparte del yoga que realmente te ayuda a balancear esos pesos y a romper con esa rutina del estilo de vida actual”. (Ana, 2015)

“Me parece que vivimos en un mundo lleno de cambios, en un mundo que va muy rápido, que en cada momento está cambiando y si tu te dejas llevar por esos cambios, por esa masa nunca te vas a encontrar a ti mismo. Entonces una forma de encontrar esa estabilidad es oyéndote, y me parece que la meditación, yoga, Pilates te brinda esa facilidad de mantenerte en ti mismo”. (María, 2015).

Es muy interesante poder ver cómo estas personas tienen opiniones muy similares de lo que es el mundo actual y de cómo las prácticas mencionadas y la espiritualidad pueden convertirse en herramientas valiosas para generar cambios y promover un despertar en las personas y en la sociedad. Uno de los entrevistados habló sobre cómo una práctica como la del yoga puede adaptarse a cualquier tiempo y contexto; *“el yoga mismo está inmerso en cualquier tipo de vida, lo que invita a hacer es que uno sea consciente de ser yogui en cualquier momento, no importa que haga sino desde dónde lo hago, y en ese desde dónde lo hago el yoga trae muchas técnicas y posibilidades para aplicar en cualquier contexto y en cualquier situación”.* (Roberto, 2015)

5.5 Espiritualidad y bienestar

Dentro del código de intereses espirituales y bienestar fue posible identificar 13 citas por medio de las cuales los entrevistados reflejaron ese interés que tienen por crecer espiritualmente y por realmente encontrar un bienestar integral en todos los aspectos de la vida. *“Haciendo deporte, con la meditación, todo hace parte como de ese bienestar que quiero tener. Digamos para mí es muy importante la espiritualidad, entonces como que estando bien en mi parte espiritual he intentado llevar el resto de partes de mi vida hacia eso, hacia ese bienestar; entonces comer mejor, pues hacer deporte y estar como más saludable, más activa forma parte de mi diario vivir. (...) todo eso, que me llevo a conectarme con mi parte espiritual y empezar a meditar, empezó a cambiar mi estilo de vida, como que empezó a despertarme en cosas, que yo simplemente antes como que no veía o no me parecían relevantes, como por ejemplo, el hecho de comer carne”.*(Juanita, 2015)

“Leo todo lo que me inspira y me ayuda a generar cambio en mi vida, realmente eso es lo que más me gusta”. (Gloria M. 2015)

“(...) el fin por el que uno hace yoga y la finalidad es realmente muy espiritual, es una búsqueda espiritual muy personal. (...) Pienso que esa búsqueda espiritual es necesaria y además debe ser muy individual, no creo que sea algo que deba ser impuesto sino muy personal. El yoga es una herramienta para ir buscando ese camino y emprender esa búsqueda, la meditación para mí es una parte fundamental”. (Ana, 2015)

“Tanto la meditación como el yoga te hace encontrarte a ti mismo, sin la necesidad de escuchar a otros sino oyéndote a ti, entonces es recibir una retroalimentación de tu vida, retroalimentación de todo lo que haces diariamente a partir de ti mismo, darte cuenta de lo que tu quieres, lo que tu sientes sin tener a nadie que te lo este repitiendo o un libro que te lleve a eso. Entonces me parece que estas prácticas te ayudan en ese sentido a estabilizarte, a tener un equilibrio como a encontrar algo más allá en la vida, una paz”. (María, 2015)

“He logrado acercar mi vida espiritual a mi vida material, tanto así que la vida material se ha vuelto espiritual. Para mí el gran aprendizaje ha sido acercarlo lo más que pueda a mi vida diaria, a lo que tengo que vivir todos los días, ha sido un gran aprendizaje poder tener una vida espiritual que esta inmersa en el mundo y la vivo todos los días en el aquí y el ahora. (...) Principalmente, a lo que me dedico es a encontrar los caminos para ser feliz, y eso significa para mí aprender a amarme y poder desde ese amor servir a los demás”. (Roberto, 2015)

Es posible afirmar que estas personas están muy conectadas al tema de lo que es la espiritualidad, y lo relacionan directamente con lo que es el bienestar en la vida. Relacionan todas las prácticas con ésta parte y las ven como herramientas útiles para alcanzar eso que están buscando. Lo ven como una búsqueda muy personal que cada quien lleva a su manera y ritmo, es un fin deseado en sus vidas y sienten que por medio de dichas prácticas pueden acercarse más a él. Además, es muy importante señalar que se habla de un bienestar holístico en donde la salud del cuerpo es tan importante como la de la mente y el espíritu.

5.6 Prácticas

El último código es el de prácticas y ejercicios. Cada entrevistado habló sobre los ejercicios de su preferencia, ya estuvieran relacionados con el deporte y el cuerpo o con la mente. *“Hago una práctica de respiración que se llama Sudarshan Kriya y pues que te ayuda a relajarte, te ayuda a calmar la mente y a estar más tranquilo, y también medito como después de la práctica”*. (Juanita 2015).

“Estoy entrando en un tema que se llama Ho ponopono y me ha llamado la atención porque pues es algo diferente, es como una filosofía distinta por medio de la cual uno va sanando su espíritu, se va sanando la emoción. (María Consuelo, 2015)

“Lo que yo si hago por las mañanas es respirar y como encontrar esa conexión con Dios, con esa fuerza mayor y de vida y agradecer, es como mi rutina, agradecer por todas las bendiciones que recibo”. (Gloria M. 2015)

“Para mi el deporte es una oportunidad de estar conmigo mismo, de relajarme de cumplir metas. (...) he empezado a cambiar a comprender de una manera diferente que significa el yoga, y cada vez he dejado de comprenderlo como una práctica y he empezado a tener la comprensión de que el yoga es una manera de vivir, por lo tanto se practican las distintas ramas, pero al final es un estilo de vida yoguica que me permite ser más conciente, y como decía en la primera respuesta poder encontrar esos caminos que me conducen a sentirme pleno, a tener paz”. (Roberto, 2015)

5.7 El Público

Fue común encontrar que todos los entrevistados hacían deporte, ya fueran las mismas prácticas de yoga y Pilates u otros más enfocados hacia el cuerpo, como lo son el atletismo, el spinning o caminar. A su vez, nuevamente se habla sobre la respiración y lo importante que es dentro del diario vivir, incluyéndola en las diferentes prácticas que cada uno lleva a cabo. Todos

tienen un interés particular en cuidar de su salud, teniendo en cuenta que al tener una mente y una vida espiritual saludable esto se verá reflejado en el cuerpo, promoviendo una mejor salud física.

Los códigos dentro de los cuales se pueden encontrar más citas son los de intereses espirituales y bienestar (13), prácticas y ejercicios (12) y beneficios (11). Fue posible encontrar patrones dentro de las entrevistas y en lo que son los AIO de estas personas. Se puede establecer una relación entre lo que es el yoga, la meditación y la respiración teniendo en cuenta que casi todos los entrevistados se refirieron a éstas resaltando los beneficios que han conseguido con ellas tanto a nivel físico como mental y espiritual. Todos mencionaron cómo por medio de dichas prácticas la idea es llevar la mirada hacia adentro, conocerse a uno mismo y escucharse, poder establecer una conexión con el universo y establecer una organización mental para poder aplicarla en el día a día. Es decir, los beneficios no se quedan solo en el día o momento de práctica sino que los pueden aplicar a su diario vivir, a sus relaciones, trabajo, estudio etc.

Por otro lado, es importante hablar sobre las palabras más mencionadas en las entrevistas. La palabra vida fue mencionada 62 veces, yoga 50 veces, prácticas 25 veces, meditación fue nombrada 20 veces, la palabra espiritual fue mencionada 14 veces y espiritualidad 12, seguida estuvo la palabra paz con 12 veces y sentido que fue mencionada 8 veces.

Esto es muy importante pues es posible ver aquellas palabras que fueron más relevantes para los entrevistados y que fueron comunes para todos. El hecho de que una de ellas sea la palabra vida es muy interesante, pues se podría afirmar que son personas preocupadas por su vida, que le procuran a ésta un alto nivel espiritual y quieren darle un sentido a la misma. En general en las entrevistas se habló mucho sobre la importancia de la espiritualidad personal, de poder llevar un estilo de vida enfocado hacia algo más profundo y hacia la introspección, alcanzando de esta manera estados muy altos de bienestar y armonía para uno mismo y poder transmitir a los demás. Adicionalmente, al hablar de la vida es posible remitirse al término de calidad de vida, en donde las personas buscan vivir de la mejor y más cómoda forma posible, esto incluye el bienestar del cuerpo, que debe estar en armonía y con salud para poder tener un buen estilo de vida y un alto nivel de calidad.

Habiendo analizado los aspectos anteriores se puede establecer el estilo de vida del cliente meta al que se quiere llegar: personas que estén interesadas en cultivar un estilo de vida enfocado hacia la espiritualidad, a conectarse con ellos mismos y el universo empleando herramientas que les permitan tener una vida tranquila y saludable tanto a nivel físico, emocional y espiritual. De ésta manera podemos llevar a cabo una segmentación psicográfica muy específica, ya que se conocen los AIO de las personas interesadas en éstas prácticas.

Adicionalmente, como se mencionó anteriormente es importante tener una segmentación clara y precisa. Se ha considerado que las bases geográfica, demográfica y psicográfica son las más relevantes para éste trabajo.

BASES DE SEGMENTACION	
Segmentación	Variables
Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> - Bogotá D.C (Colombia) - Zona norte
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> - 20 a 50 años - Hombres y mujeres - De un nivel socioeconómico medio-alto. - Con niveles de escolaridad altos.
Psicográfica	<ul style="list-style-type: none"> - Interés en cultivar su espiritualidad - Interesados en mejorar su salud física. - Tener un estilo de vida saludable - Conectarse con ellos mismos - Encontrar la paz y tranquilidad en el diario vivir - Buscar herramientas para alcanzar sus metas

Ahora es bien, es muy importante mencionar que el enfoque que se le dará al segmento a tratar esta directamente relacionado con la salud física. Se buscan hombres y mujeres de la ciudad de Bogotá entre los 20 a los 50 años, que cuenten con un alto nivel alto de escolaridad y sean de un nivel socioeconómico medio-alto, que sufran algún malestar a nivel físico (insomnio, colon irritable, migraña) cuyo interés sea el de promover el bienestar en sus vidas al mantenerse sanos por medio de prácticas naturales como el yoga, deben estar dispuestos a abrir sus mentes a una nueva clase de tratamientos para aliviar sus diversos males.

6. InLife: el negocio y su recorrido

In Life Studio es un centro fitness localizado en la Carrera 17a # 122-45. Lleva siete años funcionando y ofrece varios programas y alternativas para los clientes que desean ingresar. Nace como una necesidad personal de la fundadora Janet Jacome, quien por experiencia propia encontró que los gimnasios tradicionales no traían consigo los resultados que ella esperaba, por esto decidió crear In Life Studio

Entre los ejercicios que ofrece se encuentran la gimnasia abdominal, el Power Plate, las clases de Zumba, el TRX, springwall pilates y el yoga. Cada uno de ellos enfocado hacia el cuidado del cuerpo, la belleza y la salud. Los profesores y entrenadores son expertos en cada uno de los ejercicios y se dedican especialmente a las personas, ya que la mayoría de las prácticas son semi-personalizadas o personalizadas con excepción de las clases grupales. Esto es muy bueno ya que se genera un vínculo entre el practicante y el entrenador, generando confianza y apego al lugar.

Se maneja un sistema de citas, por medio de las cuales la persona puede adaptar sus horarios de la mejor manera, ya sea en la mañana o en la tarde. Igualmente es posible fusionar programas y hacer varios ejercicios a la semana, dependiendo de lo que la persona quiera y necesite. Se hacen evaluaciones de medidas para mantener un record del proceso que ha mantenido la

persona desde el día en el que inicio. Al empezar es posible tener clases de cortesía para todos los programas, excepto Zumba, lo que permite que el usuario pruebe y experimente por sí mismo la dinámica de las prácticas y escoja lo que más se adapte a sus deseos.

Lo que se quiere hacer es proporcionar a las persona una gama de ejercicios en donde el mayor aliado es el propio cuerpo; se pretende que se desarrolle la fuerza y resistencia del mismo por medio de los diferentes ejercicios que se proponen; con el Power Plate se desarrolla la fuerza, con Zumba coordinación, con Pilates flexibilidad etc. cada uno de ellos tiene diferentes beneficios que aportan a la persona ganas de continuar ejercitándose y amor por el ejercicio. Es un lugar destinado a la motivación, la salud y el servicio, su lema “Because its possible” se encuentra en varios lugares del gimnasio, haciendo que las personas se sientan capaces y motivadas para seguir trabajando en ellas mismas.

Procuran conocer lo que quiere el cliente para poder satisfacer sus necesidades y sobrepasar las expectativas que estos tienen cuando ingresan a un gimnasio o centro fitness, la idea no es vender por vender sino procuran proveer una experiencia única que traiga consigo bienestar para el diario vivir de las personas, quieren ser un lugar especial donde los clientes se sientan a gusto y puedan alcanzar por medio del ejercicio una mayor autoestima y felicidad con respecto a sus cuerpos.

7. La comunicación integrada

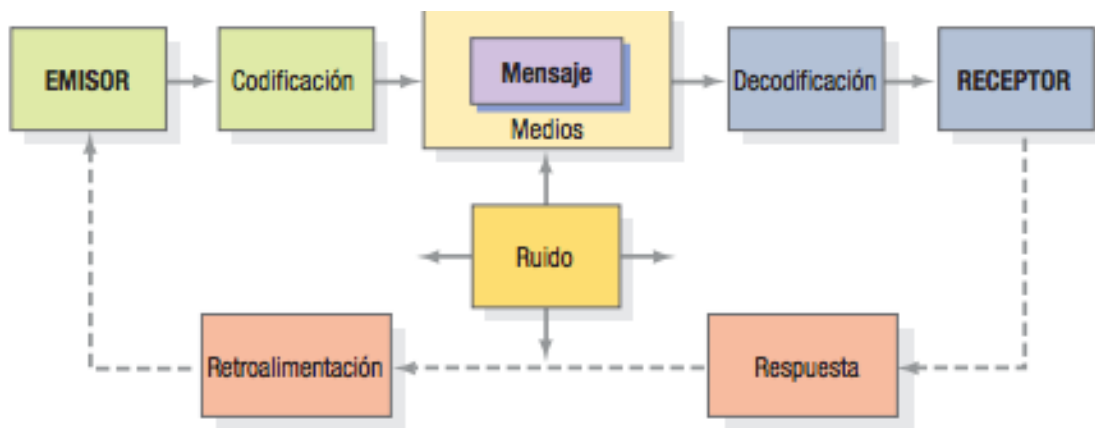
Según Philip Kotler y Kevin Lane quienes escribieron el libro *Dirección de marketing* en el año 2009, es posible encontrar una buena definición a lo que es la comunicación integrada, su importancia y sus herramientas más importantes. Los autores afirman que la labor de una empresa va más allá de la fabricación y distribución del producto, ahora deben preocuparse por llegar a los diversos grupos de interés, esto incluye clientes actuales tanto como potenciales y a un público más amplio en general. Esto quiere decir que ahora es muy importante darse a conocer frente al mercado y a los diferentes públicos procurando así tener una mayor difusión de la marca, producto o servicio y llevar a cabo un posicionamiento en el mercado. Hoy en día es vital tener una visión más amplia sobre los alcances de lo que se quiere dar a conocer, ya no es

suficiente la publicidad tradicional sola, sino que debe nutrirse de otras herramientas de la comunicación para poder difundir el mensaje deseado y posicionar la marca.

Las actividades deben funcionar y ser planeadas de manera que estén funcionando en conjunto, bajo un mismo mensaje y encaminadas hacia un mismo fin, es por esto que se llama comunicación integrada. Los autores exponen que es vital que las acciones del marketing estén integradas para llevar un mensaje claro y preciso a los diferentes públicos, para poder lograr un posicionamiento estratégico. La comunicación integrada es muy útil hoy en día, ya que *“puede producir una mayor consistencia de mensajes y ayudar a generar brand equity y crear un mayor impacto de ventas. Obliga a la dirección a pensar sobre todas las formas en que el cliente tiene contacto con la empresa, cómo la empresa comunica su posicionamiento, la importancia relativa de cada vehículo y las cuestiones de tiempo”*. (Kotler & Lane, 2009) El cliente es un elemento fundamental para la estrategia, pues se debe pensar en la relación que éste tiene con la marca o servicio, hacerse preguntas como ¿qué es lo que busca? ¿cuáles son sus necesidades? ¿cuál es la mejor manera de llegar a él? Quienes planean la estrategia deben pensar en los detalles, el tiempo y en la mejor manera de llegar a ese público meta, pueden ser los clientes frecuentes, los clientes potenciales, los colaboradores etc.

La selección de los canales debe ser evaluada primero, pensando siempre en lo que va a generar un mayor impacto en las personas, posicionando el mensaje y aumentando las ventas. No siempre es necesario utilizar todas las herramientas de la comunicación integrada, es importante analizar cuales de ellas serán útiles para cumplir con los objetivos propuestos y cómo serán entrelazadas para generar una integración. Adicionalmente, los autores afirman que la comunicación y el diseño de la misma resuelven el qué decir, el cómo decirlo y quién se le debe decir, además existen varios canales de difusión útiles para dar a conocer el mensaje, estos pueden ser personales o no personales. Como es posible evidenciar se habla sobre el mensaje y su importancia, la estrategia que es el cómo se va a transmitir ese mensaje y la fuente que vienen siendo los canales. Existen los canales personales que permiten que se de una comunicación entre dos o más individuos de una manera directa; ya sea cara a cara, de manera telefónica, por un mensaje o un correo electrónico. En los canales personales se encuentra el mercadeo directo, el mercadeo de voz a voz y las ventas personales. Son muy eficientes pues se trata de una manera

más directa y personal con el cliente, aún así, se complementan con los canales no personales que son considerados como el medio principal que conlleva a la comunicación personal. Dentro de estos últimos es importante resaltar que son medios que se dirigen a más de una persona, dentro de ellos se encuentra la publicidad, la promoción de ventas, los eventos y las relaciones públicas. Los autores plantean un modelo de comunicación donde exponen los principales componentes a la hora de transmitir un mensaje, desde el emisor hasta el receptor.



Recuperado de el libro *Dirección de comunicación* escrito por Phillip Kotler y Kevin Lane, página 480.

La comunicación integrada permite que se genere un acercamiento entre la organización y diversos consumidores, Kotler y Lane tratan el tema de la segmentación del mercado, por medio de la cual se le debe dar un acercamiento diferente a cada grupo, ya que los consumidores se han vuelto cada vez más exigentes, pues han cambiado, esperan cosas diferentes de las empresas y ahora, como bien se ha dicho, están divididos en segmentos más pequeños con gustos cada vez más específicos, esto debe ser considerado por las empresas a la hora de acercarse a sus públicos meta.

La selección del mensaje es muy importante, ya que es lo que se va a comunicar a los clientes y es lo que los mismos recordarán, por tanto deben ser efectivos, claros y sencillos. En el libro, aparecen lo que son los mensajes informativos o racionales, por medio de los cuales se lleva a cabo una labor informativa sobre los atributos o beneficios de un producto o servicio, ese es el

tipo de mensaje que se quiere transmitir en el presente trabajo, pues se habla sobre los beneficios del producto o servicio, sobre cómo el yoga puede solucionar vida de la persona y cambiarla incrementando su calidad y generándole un mayor nivel de bienestar en su diario vivir, específicamente en temas de salud física.

Para ampliar el concepto de mensaje se presentan las ideas propuestas por el autor Sam Black quien escribe un libro titulado *ABC de las relaciones públicas* en 1994. La selección y distribución del mensaje son fundamentales, pues es la primera impresión que se va a dar a conocer a los consumidores sobre la compañía o la campaña, por esto es muy importante, como afirma Black, decidir que es lo que se debe comunicar, a quien y a través de qué canales y métodos. La comunicación es un proceso que involucra un emisor, un mensaje, un medio y un receptor, según el autor, el receptor es quien presenta mayores dificultades pues no están bajo el control de quien emite el mensaje. Una organización tiene muchos receptores, es decir públicos; estos pueden ser internos (colaboradores) o externos (clientes, proveedores, líderes de opinión, medios etc.) y es vital identificar de manera muy específica a quién se desea llegar con el mensaje, dependiendo de lo que se quiera alcanzar en ese momento determinado, de las metas y objetivos propuestos.

A su vez, David Meerman habla desde una nueva posición con su libro “*The NEW RULES of Marketing & PR*” en el cual introduce igualmente la importancia del público objetivo y de la imagen que se quiere vender hacia ellos, el mensaje que se quiere transmitir para generar una creencia en las personas. Afirma que los mejores mensajes no están enfocados en el producto, se centran en aquello que la persona esta realmente adquiriendo, es importante pensar en ese valor agregado pues es lo que la persona va a recordar, pone el ejemplo específico de la marca de carros Volvo, la cual no simplemente vende un carro sino el concepto de seguridad. El mensaje va más allá del producto o servicio como tal, apela a las emociones del consumidor y lo lleva a relacionar la marca con palabras o frases que no necesariamente están directamente relacionados con el producto o servicio como tal. Es importante que no sea un mensaje vacío sino con valor y trasfondo y que toda la estrategia este envuelta por el mismo.

Al igual que el mensaje, la identificación de los públicos y los medios, la investigación es una parte fundamental para la formulación de estrategias de comunicación. Black habla sobre la investigación aplicada y sus siete áreas de aplicación, entre estas es posible identificar dos que son relevantes para el presente trabajo la **investigación sobre actitud u opinión** que se propone descubrir lo que sienten las personas con respecto a un tema, negocio o interés en particular y la **investigación para identificar tendencias sociales o económicas**, ya que conocer sobre las mismas permite que la organización pueda tener mayor éxito a la hora de acercarse a los clientes y establecer un intercambio con ellos. Para poder desarrollar una estrategia es muy importante llevar a cabo una investigación previa, para poder de ésta manera asegurar una campaña más acertada y exitosa.

Es igualmente necesario hablar un poco sobre las herramientas que se van a emplear en el presente trabajo, las cuales hacen parte de un mix de comunicación integrada de marca.

7.1 Promoción de ventas

Según Ivan Thompson, en un artículo escrito en el 2006, en el cual se habla sobre la herramienta de la promoción de ventas se afirma que son aquellas actividades que están dirigidas a incentivar la compra o venta de un producto o servicio en un corto periodo de tiempo, expone a su vez que la promoción de ventas apoya la publicidad y facilita la venta personal. Es una herramienta que da apoyo a otros medios y lo que se propone es promover una venta rápida y eficaz. El autor habla sobre las características de la promoción de ventas; en primer lugar ésta suele tener límites y objetivos claros, su duración es limitada ya que se programa para inicie en una fecha determinada y termine en otra y se espera que tenga resultados rápidamente. Sus objetivos suelen estar relacionados con la estimulación de ventas, atraer nuevos clientes, dar a conocer un producto o servicio, superar a la competencia etc.

Por otro lado, el autor y licenciado en marketing Diego Monferrer afirma desde su libro *Fundamentos de Marketing* escrito en el año 2013, que la promoción de ventas es aquella actividad por medio de la cual se proveen incentivos económicos o materiales para estimular la

demanda y la venta en un corto periodo de tiempo, las acciones pueden estar dirigidas tanto a clientes externos como proveedores o vendedores.

Dentro de las promociones de ventas es posible encontrar elementos como los cupones, concursos, descuentos, premios, muestras etc. con el fin de atraer una respuesta rápida y eficaz por parte de los compradores. Suelen tener un tiempo limitado generando así una presión en el consumidor que lo lleva a querer probarlo antes de que se acabe.

Según Kotler y Lane, la promoción de ventas es útil pues capta la atención del consumidor que lo lleva hacia el producto, es un incentivo que le da valor al consumidor y es una invitación llamativa y distintiva. Promueve que se den acciones rápidas de compra pues es limitada y esto incentiva en los consumidores el deseo de llevar a cabo la compra antes de que se acabe la promoción.

7.2 Redes sociales

El autor David Meerman habla sobre los consumidores, y cómo la relación con los mismos ha cambiado con respecto a la publicidad tradicional, pues estos quieren estar involucrados y ser participes de lo que proponen las marcas hoy en día. Quieren tener una comunicación y contacto más cercano con la publicidad de los productos y lo que estos dicen que ofrecen, ahora prefieren probar ellos mismos y experimentar antes de creer a los comerciales o a la propaganda.

Las redes sociales, entre ellas las más populares, Instagram, Twitter, Pinterest y Facebook entraron desde hace algunos años a constituir elementos valiosos para la conexión y comunicación entre usuario y marca. El feedback o retroalimentación es vital, pues es donde realmente se da la comunicación en doble vía que pretende alcanzar las relaciones públicas entre organización y cliente, pues estos ya pueden dar sus opiniones, ya sean positivas o negativas, en la web, generando así la oportunidad para que la compañía interceda, se comunique, se nutra y genere cambios para satisfacer la necesidad de su público.

Es posible ver como famosas bloggers e incluso marcas han creado cuentas en la red de snapchat, por medio de la cual documentan sus días en vivo y en directo mostrando a sus seguidores lo que hacen y cómo son en realidad. Las marcas a su vez pueden llevar a cabo procesos de promoción por medio de ésta red en tiempo real.

Las redes y el avance tecnológico en la web han permitido que los usuarios y las compañías se relacionen de una manera diferente en donde la comunicación bidireccional es fundamental. Ahora el usuario puede obtener respuesta a sus dudas de manera prácticamente instantánea

7.3 Mercadeo directo

Monferrer afirma que el mercadeo directo es un sistema interactivo que involucra varias herramientas de la comunicación para provocar una respuesta medible y muchas veces inmediata por parte del usuario.

Adicionalmente, Según Kotler y Lane, consta de una comunicación directa e interactiva, tiene muchos canales tales como el teléfono, los correos, los mensajes o el cara a cara. Es personalizado y se piensa en agradar al sujeto al que va dirigido, es eficaz pues puede ser redactado y enviado con rapidez y permite una comunicación en doble vía y un feedback directo.

Rafael Muñiz, autor del libro *Marketing en el siglo XXI* escrito en el 2010, expone sus ideas sobre la importancia del mercadeo directo. Afirma que es aquella herramienta que le da la posibilidad a las compañías de establecer un contacto personal con el cliente meta al que quieren llegar a través de medios con los cuales se puede iniciar una comunicación bidireccional entre organización y cliente. Resalta la importancia de la segmentación y de tener un target identificado claramente para así poder transmitir el mensaje de la mejor manera y por el mejor canal, además afirma que la llegada de Internet ha facilitado esa comunicación directa e interactiva.

La creación y utilidad de las bases de datos es vital para esta herramienta, ya que por medio de estas la empresa va a tener la información necesaria para poder ponerse en contacto con los clientes e iniciar una relación.

7.4 Mercadeo en el punto de venta

La revista Dinero escribió en el 2006 un artículo titulado *En el punto de venta*, sobre la importancia de la publicidad en estos lugares. Comienzan por afirmar que es el local en donde se toman el 75% de las decisiones de compra por parte de los usuarios, por lo tanto el mensaje y los estímulos que llegan a ellos en el lugar de la venta son vitales para que se pueda llegar a la compra.

El artículo afirma que el consumidor ha cambiado y desea que la marca llegue a él de una manera innovadora y sencilla. Los elementos visuales son esenciales para el punto de venta pues es lo que llamará la atención de las personas, por ende las piezas que se utilicen deben ser estéticas y claras. El presidente de Carrefour Frank Pierre dio en ese momento su opinión sobre la importancia de la distribución de los productos y piezas en los locales, siempre se debe pensar en el cliente y en sus características para poder darles la mejor ubicación.

Adicional a los elementos visuales o productos como tal, los vendedores o colaboradores juegan un rol muy importante a la hora de promocionar o vender lo que se desea. Deben generar una interacción de confianza con el cliente para que se pueda dar una compra de una manera más natural y exitosa.

Por otro lado, Muñiz expone sus ideas sobre la importancia de el lugar en el cual se ponen los productos. Se deben pensar en la circulación y en el lugar óptimo para que sean visibles y llamativos a los clientes. Se tienen los elementos que van dentro del local, ya sean los productos como tal o la publicidad visual que puede ser tradicional o interactiva, y los elementos de fuera del local que promueven que agentes externos quieran ingresar.

7.5 Relaciones públicas

Sam Black expone sobre las relaciones pública afirma que son vitales para establecer una comunicación de doble vía entre los clientes y la empresa, lo más importante es la información que se da al cliente y la manera en la que eso se lleva a cabo. Son muy importantes a la hora de hablar sobre la imagen y la reputación de la compañía tanto a nivel interno, con los colaboradores, como a nivel externo, con los clientes y los medios de comunicación. Por otro lado, Roberto Ávila autor del libro “*Relaciones públicas, estrategias y tácticas de comunicación integradora*” escrito en 1997 afirma que la imagen que se transmite a los consumidores sobre la compañía o el producto son muy importantes pues van a determinar la actitud frente a la compra.

Son muy importantes a la hora de interactuar con el cliente y apelar a sus creencias sobre la marca. Por medio de ellas se obtiene credibilidad, tienen un gran alcance y pueden generar una imagen o un concepto diferenciador en torno a la misma. Como bien se sabe, las relaciones públicas son vitales para mantener y reforzar las relaciones que la organización tiene con sus públicos tanto a nivel interno como externo.

Dentro de las relaciones públicas, se encuentra la herramienta de los eventos, que son muy buenos y eficientes ya que están dando a los asistentes una experiencia real que apela a sus emociones y sentido.

Ahora bien, habiendo aclarado el concepto de lo que es la comunicación integrada es posible dar paso a la estrategia que se quiere plantear en el presente trabajo.

8. Análisis: La oportunidad del yoga frente a las enfermedades del S. XIX

La situación de la práctica de yoga en In Life Studio no ha sido muy buena, en éste momento están pensando en cerrar dicho servicio por el bajo número de suscripciones que les genera pérdidas en vez de ganancias. El reto es poder transmitir a los usuarios, y a todo cliente potencial sobre cómo el yoga puede mejorar su salud y es una práctica que trae beneficios y bienestar a la vida de las personas.

Hoy en día es muy común escuchar que la gente sufren de diferentes problemas a nivel físico que no les permiten tener un bienestar pleno, el estrés es un tema diario de conversación y afecta a las personas de todas las edades decantando en efectos físicos tales como el insomnio, las migrañas o el síndrome de colon irritable. Son malestares que afectan a los individuos y su diario vivir, conllevando a una modificación en su estilo de vida y en la disminución de la calidad de la misma. Pueden llegar a volverse crónicos y para varias personas los medicamentos tradicionales no les ayudan o terminan por afectar otras partes del cuerpo.

8.1 Insomnio

El Insomnio es un trastorno del sueño en el cual las personas no pueden dormir, según el periódico El Tiempo que en el año 2013 publicó un artículo escrito por Gloria Helena Rey, quien se informó a través de la investigación, los testimonios y los doctores sobre ésta dolencia, sus causas y efectos en la vida de los individuos.

Rey resalta que las mayores causas que conllevan al insomnio son el estrés, la mala alimentación y la contaminación ambiental, factores que no permiten que se pueda conciliar un sueño profundo y tener un buen descanso. Como es posible evidenciar, el estrés influye en la aparición del insomnio, lo que hace evidente que de una u otra manera ésta dolencia tiene un componente emocional, además relata que el número de jóvenes que lo padecen ha incrementado considerablemente.

Un joven relató lo que vivió gracias al insomnio, su nombre es Gabriel Vázquez quien se entrevistó con Rey, es un estudiante de arquitectura de 22 afirma que *“Perdí la concentración, no podía estudiar, me deprimí, empecé a beber y a drogarme, peleé con todos y me tiré el año”*. (Vázquez, 2013) Al volverse progresivo, éste mal conlleva al agotamiento a nivel físico y mental, trayendo consigo problemas de toda índole; la depresión, la falta de concentración, conflictos con las personas cercanas etc.

Sergio Silva Numa realizó un reportaje para el periódico El Espectador en el 2015, en éste es posible encontrar testimonios de diferentes personas que han sufrido de insomnio, uno de los más descriptivos es el siguiente: *“Es que usted no tiene ni idea de lo que implica no dormir”, dice. “No sabe qué es descansar todos los días de manera artificial y saber que cierra los ojos y son las 3 de la mañana. Que se echa a pensar y vuelve y los abre y son las 4. Que se asoma a la ventana a las 5 y todos aún están durmiendo, pero usted sigue despierto. No sabe la fatiga que se siente después de varias semanas. No sabe de la sed, de la pérdida de peso, del cansancio continuo, del cosquilleo en el cerebro, de los constantes medicamentos, del miedo a enloquecer, del temor a ser recluso en un hospital psiquiátrico (...)”* (Numa, 2015)

Según el artículo de Rey, el 40% de los adultos lo padecen y entre un 10% a un 15% lo sufren de una manera crónica, lo que lo convierte en una enfermedad, esta información fue extraída del Centro Nacional de Desórdenes del Sueño (Cendes), de Estados Unidos, que usualmente muestra cifras para una referencia internacional. Adicionalmente se dice que no ha habido estudios específicos para Colombia por ende las cifras son desconocidas.

Para combatir el insomnio suelen ser recetadas píldoras para dormir, sus efectos no siempre son los esperados y las personas pueden terminar abusando de ellas sin llegar a los resultados esperados. El sueño y el descanso son vitales para poder tener una buena calidad de vida, al verse afectada la vida de quien lo padece se dan cambios abruptos que afectan su diario vivir y bienestar integral.

El yoga puede ser una gran aliada para combatir este padecimiento, la instructora de yoga María Victoria Rodríguez, del instituto Yoga Kai en Buenos Aires, afirmó en el 2008 que el yoga es un estimulante del sistema nervioso y del cerebro, trayendo consigo por medio de la relajación y la meditación en movimiento que el cuerpo se relaje al igual que la mente, lo que permite que la persona pueda dormir mejor. Induce de una manera natural al sueño y al descanso, dándole una mayor calidad al sueño y a su vez trayéndole más energía para el despertar del día siguiente. El yoga es una medicina natural por medio de la cual se trae paz a la mente tranquilizando de ésta manera el cuerpo y eliminando la ansiedad, la respiración es un elemento fundamental ya

que al respirar correctamente se calma el ritmo cardiaco y llega suficiente oxígeno a todo el cuerpo.

8.2 Migraña

La migraña es otra de las dolencias más comunes que es padecida hoy en día, según la Organización Mundial de la Salud, la migraña crónica es reconocida como una enfermedad que incapacita a las personas y obstaculiza que puedan llevar a cabo sus actividades diarias, además en el 2012 se afirmó que los dolores de cabeza son uno de los trastornos más comunes del sistema nervioso

Según Carlos Fernández quien escribió un artículo para el periódico El Tiempo en el año 2014 sobre las dolencias más comunes de los colombianos, el dolor de cabeza crónico lo padecen 20 de cada 100 adultos y es el segundo en la lista. Las personas tratan de buscar una solución a través de medicamentos deseando que los ayuden a resolver la situación de una manera permanente, pero por lo general esto no sucede. Fernández afirma que es llamativo que aunque 7 de cada 10 adoloridos reciben tratamiento tradicional, pastillas y medicina contra el dolor, el 46% de los afectados recurren también a remedios caseros buscando una solución permanente por medio de la cual puedan recuperar su calidad de vida y salud integral.

La OMS en el 2012 también afirmó que las cefaleas imponen cargas duras en aquellos que las padecen, pues además de traer dolor al cuerpo físico de la persona afectan su calidad de vida pues éstas están siempre a la espera del siguiente episodio, dañando así las relaciones con su entorno, familia y vida laboral. Las migrañas traen consigo consecuencias que afectan el diario vivir de las personas y cómo éstas se relacionan con su entorno y los demás individuos, impiden que tengan una vida plena y que puedan sentirse bien para llevar a cabo sus actividades.

El yoga puede ser útil para dar una solución de manera natural y permanente a éste trastorno ya que le da una mayor oxigenación al cerebro y a la cabeza en general. Al ser un ejercicio que calma los nervios y apela a la relajación por medio de llevar la atención a la respiración y a la meditación los niveles de ansiedad disminuyen, permitiendo la concentración en una sola cosa a

la vez. Al sentir que se esta a punto de tener un episodio se recomiendo hacer algunos asanas (posturas) específicos para los dolores de cabeza. Es una práctica progresiva con la cual se puede curar permanentemente el mal sin la necesidad de medicamentos.

8.3 Colon irritable

La tercera dolencia que sufren a varias personas es la de el colon irritable, que afecta el sistema digestivo y causa molestias y dolores en el estómago.

Se dice que el estómago es el reflejo del sistema nervioso central. Los males estomacales suelen estar relacionados con la parte emocional, es por esto que los sentimientos se reflejan de manera directa en el estómago y al sentir nervios, miedo, estrés etc. el primer órgano en reaccionar es el estómago. Es hoy en día común para las personas de todas las edades padecer de problemas como la gastritis, el reflujo y la colitis.

La Dra. Claudia Martínez Camacho, reconocida gastroenteróloga mexicana, trató en el 2011 el tema de las causas de la colitis y de cómo los niveles emocionales pueden decantar en el padecimiento de éste mal. Adicionalmente habla sobre tratamientos alternativos, entre ellos incluido el yoga. Afirma, a su vez, que en México lo padece más de el 20% de la población y que el 84% son mujeres jóvenes.

La doctora Martínez expone que las causas de la inflamación del colon suelen ser desconocidas, pues al realizar exámenes físicos muchas veces no se ven signos de alguna causa o enfermedad concreta que pueda estar afectando el colon. Por esto, suele catalogarse como una dolencia o trastorno relacionado con factores como la dieta o la vida emocional del paciente, menciona específicamente alteraciones como el estrés, la ansiedad y la misma depresión, afirmando que la parte emocional se ve reflejada directamente en el sistema digestivo. Por ello, quienes sufren del síndrome de color irritable deben integrar a sus vidas actividades que disminuyan el estrés y la ansiedad, entre ellos el contacto con la naturaleza, la lectura, la jardinería y especialmente el yoga.

Además, la doctora afirma que el síndrome es una enfermedad crónica y episódica, algunos días el paciente se siente muy bien y de repente puede experimentar una recaída sin razón aparente. Es una malestar que debe ser tratado pues puede terminar desarrollando otros padecimientos como el reflujo, empeorando así la calidad de vida de la persona.

Como se puede evidenciar, el síndrome del colon irritable es una enfermedad que padecen muchas personas, ésta afecta y deteriora la calidad de vida del paciente haciéndolo sentir dolor e incomodidad. En muchas de las ocasiones el tratamiento provisto no provee los resultados esperados, pues no es un problema directamente del cuerpo sino que es producido por la mente y las emociones.

El yoga representa una alternativa muy útil ya que toda la práctica se enfoca en el estómago, pues es de allí de donde proviene la fuerza para llevar a cabo las posturas. Además, la respiración ayuda a relajar los músculos estomacales al igual que las torsiones y las meditaciones. Igualmente, existen posturas específicas para el sistema digestivo, el colon y el estómago en general.

Como se ha analizado anteriormente y en este pequeño apartado, el yoga es un medio alternativo que trae beneficios inmensos para la salud física de las personas. Calmando sus mentes van a poder traer paz y salud a sus cuerpos, obteniendo así un bienestar holístico que conlleva a la incorporación de la práctica al estilo de vida del individuo.

Es muy importante poder encontrar y estudiar estos elementos que permite que se puedan encontrar nuevas oportunidades en el mercado, pues aunque es bien sabido que el yoga es una disciplina que procura traer un bienestar para la persona, los efectos físicos que se consiguen con su práctica no son conocidos por todos.

9. Objetivo general:

- Diseñar una campaña de comunicación integrada para incrementar el número de inscripciones mensuales y practicantes para el servicio de yoga en In Life Studio.

10. Objetivos específicos:

- Promover una actitud de apertura frente a los beneficios para salud que trae consigo la práctica de yoga.
- Lograr que los usuarios creen que la práctica de yoga mejora su salud y permite elevar la calidad de vida.
- Hacer que los usuarios sientan que deben incorporar el yoga a su estilo de vida

11. La estrategia

1. El concepto: los beneficios que trae el yoga para la salud.
2. El tema de campaña: el yoga **SI** cambia tu vida
3. Tono: curiosidad

La estrategia estará directamente ligada a la curiosidad, se quiere apelar a la curiosidad de las personas para llamar su atención y generar cambios en sus creencias y comportamientos. Hacer posible que vean al yoga como una opción para tratar sus dolores y trastornos; será importante primero incentivar la curiosidad sobre la práctica, que será satisfecha por medio de la utilización de las diferentes herramientas de la comunicación para posteriormente, lograr que se den la oportunidad de probar la práctica.

Según el autor Hendrie Weisinger del libro *El genio del instinto* publicado en el 2009, se afirma que la curiosidad forma parte de los instintos básicos del ser humanos, es aquello que impulsa para entender, estudiar, dominar y conocer el mundo que se habita. La curiosidad tiene a su vez una función evolutiva, la cual promueve que las personas se acerquen y sientan intriga por todo aquello que pueda traer beneficio a sus vidas. En el caso de las empresas ésta es un elemento fundamental, pues por un lado la empresa debe sentir curiosidad por sus clientes y ésta

debe proveer información de valor que sea llamativa y apele a la curiosidad de los mismos. Cuando un individuo ve algo llamativo su instinto es ir e inspeccionar aquello que llamó su atención, es en ese momento en donde el marketing y la estrategia entran a jugar un papel fundamental.

Luis Maram reconocido publicista, consultor y analista mexicano, afirmó en el año 2013, que la curiosidad es una herramienta muy útil de la cual puede hacer uso el mercadeo y las empresas, para llegar a sus clientes de una manera creativa y útil, pues se convierte en una forma de persuadir, lo cual los lleva a interactuar con la marca. El publicista da los ejemplos de algunas marcas, entre ellas Dove, que usó una estrategia para promover la compra de sus jabones. Se fabricó una tarjeta en donde se veía la espalda de una mujer, en ella se debía llevar a cabo un raspado ya fuera con la uña o una moneda para descubrir el mensaje, cuyo fondo reposicionaba el uso de ese jabón en particular frente a otros, pues si se usaban otros jabones se va a herir y reseca la piel.



Imagen extraída de <http://www.coloribus.com/adsarchive/directmarketing/dove-scratch-card-18782955/> el 15 de noviembre de 2015

La curiosidad es útil pues el deseo que lleva a un individuo a averiguar sobre una cosa, situación o persona, cuando se siente la necesidad es la de saber más de aquello que la despertó. Cuestionar a los usuarios es muy importante, ya que exalta en ellos el deseo de saber más sobre ello que se les plantea, el elemento visual y las palabras son herramientas muy buenas que llevan al cliente a interesarse por lo que se está ofreciendo

La curiosidad es una buena guía para la presente estrategia pues lo que se quiere es cautivar la atención de los consumidores desde el primer momento apelando a su interés. El uso de frases, preguntas e imágenes llamativas serán la base de la estrategia para llevar a los usuarios a experimentar lo que es el yoga. Se apela además a un tema de interés mundial como lo es la salud, el bienestar y la calidad de vida, y como se mencionó anteriormente la curiosidad entra a jugar un papel importante cuando se trata de temas que traerán cosas buenas para la vida.

11.1 Mensaje: El yoga **SI** cambia tu vida.

La selección del mensaje es un elemento vital, en este caso se quiere promover un cambio o una transformación en la vida de las personas por medio de la práctica e incorporación del yoga a sus vidas. Se quiere hacer un énfasis en el **SI** pues es una palabra positiva que invita y abre puertas, es un mensaje claro, sencillo que promoverá la recordación de las personas que interactúen con la marca y la estrategia en torno a ella.

12. Herramientas y medios

Todas las acciones y los canales de la comunicación integrada están relacionados unos con otros, el incentivo más grande de la campaña es el de la **promoción de ventas**, por medio del cual los clientes interesados podrán asistir a una sesión gratis de yoga, podrán informarse más a fondo sobre cómo el yoga puede ayudarlos a sanar sus vidas y a aliviar sus malestares. Para los usuarios inscritos al gimnasio se les dará la oportunidad de traer a algún amigo o familiar que tenga alguna dolencia física, la idea es que la persona tenga una clase de prueba y pueda informarse sobre el yoga y por qué es útil para mejorar su condición actual. Por otro lado, para

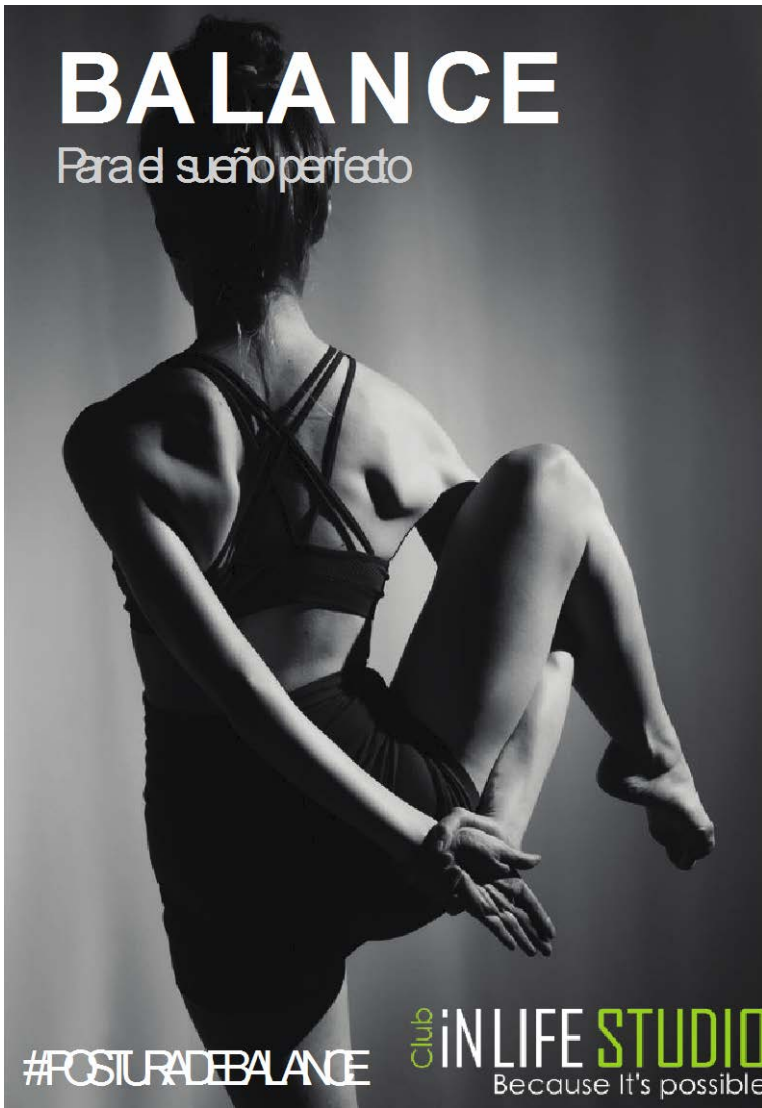
aquellos que no sean aún clientes y no vayan por medio de la invitación, van a encontrar la posibilidad de reservar una clase gratis, igualmente deben padecer de alguna dolencia para poder probar personalmente los efectos del yoga. Es una promoción que durará del 10 al 15 de noviembre, cada día lo ideal es que 5 personas puedan tomar la clase para que el instructor pueda estar pendiente de cada uno y asistirlos en sus necesidades y dudas. Al finalizar la campaña y las clases de prueba se realizará un descuento de un 20% para los nuevos estudiantes que deseen inscribirse al programa de yoga.

Por otro lado, el **punto de venta** es la mejor herramienta por medio de la cual se puede promocionar la campaña y el servicio mismo desde el mismo lugar, es decir In Life Studio; se tendrán elementos como volantes que los usuarios pueden llevar a casa con toda la información sobre la promoción y los beneficios de la misma, otro de los elementos serán los pendones que llamarán la atención de los usuarios e incentivarán la curiosidad de los mismos. Similar a la herramienta anterior es posible encontrar el **mercadeo en lugares afines**, por medio de esto se pretende llevar la promoción a otros lugares en donde se puedan encontrar personas con las necesidades propuestas en la segmentación, se deben promover alianzas con quienes manejen el lugar para alcanzar una ganancia mutua y que ellos ayuden a promover la promoción en sus negocios. Es importante resaltar que se tendrá un acercamiento diferente a los clientes nuevos, el volante de dicha promoción es personal y los invita a inscribirse a una clase gratis dentro de la promoción. Los lugares estimados son los centros de medicina alternativa que NO ofrezcan servicio de yoga, consultorios médicos (gastroenterólogos) y tiendas naturistas, lo ideal es que las personas que ayudan a promover la promoción en su negocio reciban un descuento especial en su inscripción, ya sea a yoga o a otro de los servicios que ofrece el lugar. Son sitios afines ya que también trabajan en pro del bienestar de sus usuarios y todos recorren diferentes caminos para alcanzar un mismo fin.

12.1 **Volantes punto de venta:** Son volantes informativos que apelan a la curiosidad del usuario, están diseñados para que la imagen de una postura a blanco y negro o sepia junto con una breve frase estén al tiro, al verse intrigado por la pose va a dar vuelta al volante y en el retiro encontrará la información sobre la promoción, una de las dolencias y por qué el yoga puede ser la solución .

TIRO

RETIRO



BALANCE

Para el sueño perfecto

#POSTURADEBALANCE

Club **iN LIFE STUDIO**
Because It's possible

EL YOGA SI CAMBIA TU VIDA



¿POR QUÉ EL YOGA?

Las posturas y la respiración te ayudan a calmar tu mente y a concentrarte mejor

Existen posturas específicas para incentivar el sueño

Trae paz a tu vida bajando niveles de estrés y ansiedad

SANA TU VIDA

Entre el 10 y el 15 de noviembre

Trae a un amigo o familiar que tenga alguna dolencia o malestar físico para probar una clase de yoga gratis.

Inscríbete llamando al 4785349 o por medio de nuestra página web: www.inlifestudio.com/yogasalud

Cupos limitados, no te lo puedes perder

SABÍAS QUE

Las causas más frecuentes del insomnio son el estrés y la ansiedad

Entre uno 40% de los adultos han padecido o padecen insomnio

Es un factor que contribuye a la depresión y puede inducir en hábitos nocivos



TIRO

RETIRO



**RUEDA
EXTENDIDA**
Para eliminar las migrañas

#RUEDAEXTENDIDA

Club **INLIFE STUDIO**
Because It's possible

EL YOGASI CAMBIA TU VIDA



¿POR QUÉ EL YOGA?

Las posturas traen mayor oxigenación al área de la cabeza

Existen posturas específicas para ayudar a combatir las migrañas

Verás efectos permanentes sin tener que recurrir a píldoras o medicamentos

SANA TU VIDA

Entre el 10 y el 15 de noviembre

Tráe a un amigo o familiar que tenga alguna dolencia o malestar físico para probar una clase de yoga gratis.

Inscríbete llamando al 4785349 o por medio de nuestra página web:
www.inlifestudio.com/yogasalud

Cupos limitados, no te lo puedes perder

SABÍAS QUE

La aparición de migrañas está relacionada directamente con las emociones

Son la segunda dolencia que más afecta a los colombianos

Es considerada por la OMS como una enfermedad altamente discapacitante

Club **INLIFE STUDIO**
Because It's possible

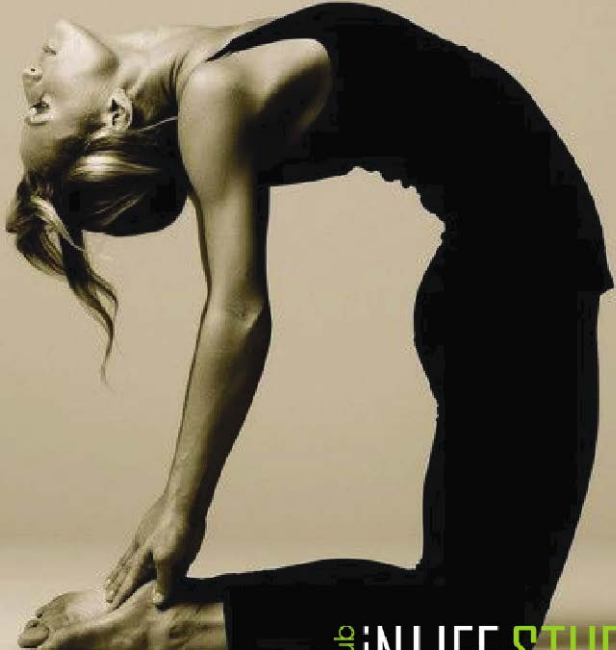
Volante No. 3 Colon irritable

TIRO

RETIRO

CAMELLO

Para una digestión perfecta.



#POSEDECAMELLO

Club **iNLIFE STUDIO**
Because It's possible

EL YOGA SI CAMBIA TU VIDA



¿Por qué el yoga?

Las posturas promueven el funcionamiento normal del sistema digestivo

La respiración profunda y en movimiento reduce los niveles de ansiedad

Existen posturas específicas para ayudar a las dolencias estomacales

Sana tu vida

Entre el 10 y el 15 de noviembre

Trae a un amigo o familiar que tenga alguna dolencia o malestar físico para probar una clase de yoga gratis.

Inscríbete llamando al 4785349 o por medio de nuestra página web: www.inlifestudio.com/yogasalud

Cupos limitados, no te lo puedes perder

Sabías que

84% de los casos de colitis nerviosa afectan a la población femenina.

Esta asociado con problemas emocionales como el estrés y la ansiedad

En muchos de los diagnósticos no se encuentran problemas físicos por lo tanto las medicinas sugeridas no suelen tener los efectos esperados

iNLIFE STUDIO
Because It's possible

12.2 Volante externo: Su propósito es llegar a personas que aún no conocen el gimnasio, solo tendrá una cara en donde podrán encontrar toda la información pertinente a la promoción.

¿Quieres curar
tus migrañas y
cambiar tu vida
al mismo
tiempo?

SANA TU VIDA

ENTRE EL 10
Y EL 15 DE
NOVIEMBRE

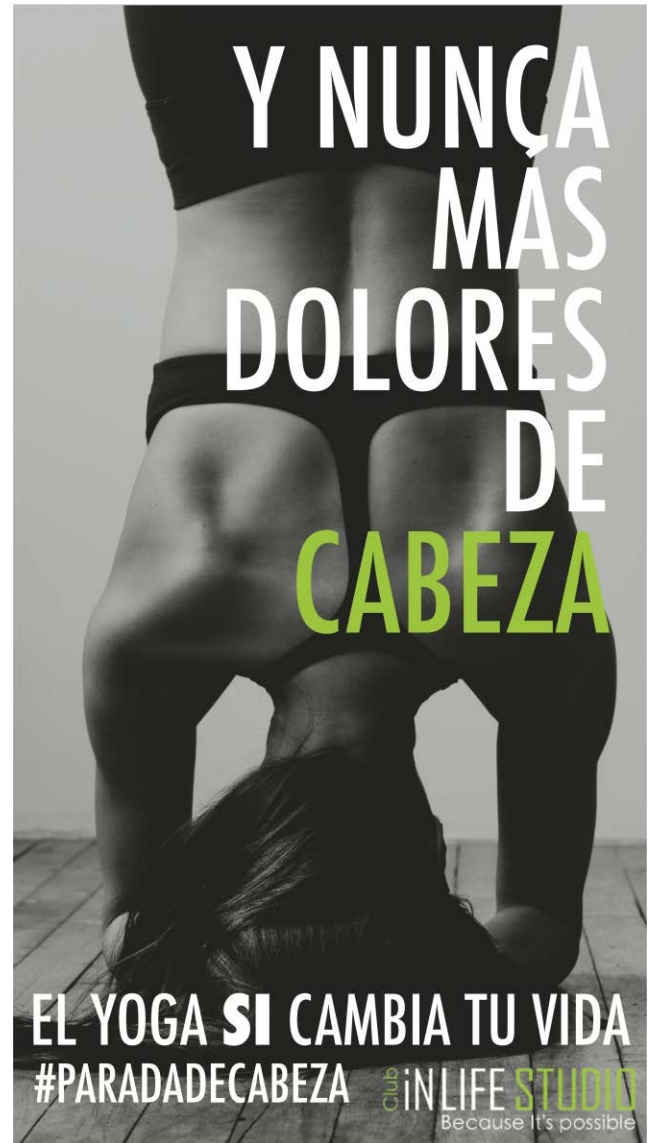
EL YOGA SI CAMBIA TU VIDA

Prueba una de nuestras clases de yoga **GRATIS** y experimenta cómo el yoga **SI** puede cambiar tu vida

Inscríbete llamando al **4785349** o por medio de nuestra página web:
www.inlifestudio.com/yoga/salud
Cupos limitados, no te lo puedes perder.
Dirección: carrera 17 # 122 - 45

Club INLIFE STUDIO
Because It's possible

12.3 Pendones punto de venta: su propósito es el de llamar la atención de las personas que ingresan al centro deportivo. Están compuestos por una imagen de una postura de yoga junto con una frase afirmativa sobre el efecto que tiene la misma sobre el cuerpo humano.



Aunque la promoción es una buena base para cumplir con los objetivos propuestos, ésta necesita del apoyo de otras herramientas para poder cumplir con las metas. **Las redes sociales** son vitales para dar a conocer promociones y eventos, por medio de éstas es posible abarcar a más personas y son una herramienta que permite una comunicación bidireccional con los clientes, la constante publicación y movimiento de la red ayuda a dar una mayor difusión a la información que se quiere divulgar y permite que se lleve a cabo una tarea de medición para poder saber cuantas personas han sido informadas. Adicionalmente, el contacto con los clientes es muy importante ya que es la interacción bidireccional por medio de la cual se pueden responder a preguntas y brindar información de manera directa y puntual. Lo que se quiere hacer con las redes es dar información y publicidad sobre la promoción; cuando, donde, cómo inscribirse, beneficios, información sobre los trastornos etc. Además es una herramienta que permite proveer contenido de valor y alta información sobre el yoga y su práctica, las diferentes posturas etc. Más importante aún es la difusión online y el “voz a voz” que permiten las redes, lo ideal es presentar contenido de valor y llamativo que las personas quieran compartir en sus muros y dar a conocer a sus amigos, de ésta manera se forma una cadena por medio de la cual muchos más van a poder familiarizarse con la práctica y con el negocio de In Life.

12.4 Facebook: se quiere llevar a cabo una campaña muy visual que involucre fotografías de posturas, sus nombres y beneficios, el concepto será “Las cinco posiciones (no sexuales) que te cambiarán la vida”. De ésta manera se apelará a la curiosidad del usuario y se impactarán sus sentidos a nivel visual.

POSE DEL NIÑO

Ayuda a calmar el sistema nervioso, a tener un mejor descanso y un sueño profundo.



EL YOGA SI CAMBIA TU VIDA

Club iNLIFE STUDIO
Because It's possible

#POSEDELNIÑO

POSTURA ANGULAR

Alivia la ciática y los dolores artríticos.



EL YOGA SI CAMBIA TU VIDA

Club iNLIFE STUDIO
Because It's possible

#POSTURAANGULAR

CAMELLO

Perfecciona el sistema circulatorio. Previene la colitis y mejora la digestión.



EL YOGA SI CAMBIA TU VIDA

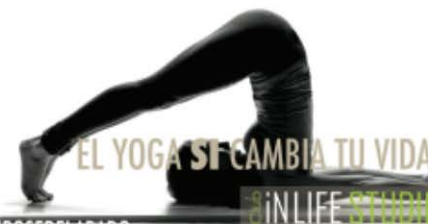
Club iNLIFE STUDIO

#POSEDECAMELLO

Las cuatro
posiciones
(no sexuales)
que te
cambiarán
la vida

ARADO

Seda el sistema nervioso autónomo e induce a una relajación reparadora oxigenando el cerebro.



EL YOGA SI CAMBIA TU VIDA

Club iNLIFE STUDIO

12. 5 Testimonios estudiantes: son un medio que permite que los usuarios creen en lo que se está publicando, que lean y se informen sobre lo que otras personas han vivido con la práctica y más importante aún, cómo han cambiado sus vidas y sanados trastornos que les causaban malestar y dolor. Los testimonios sirven tanto para las redes sociales (Facebook, Instagram) y para el mercadeo directo, enviándolo a través de un correo electrónico.

Sana Tu Vida

Juanita Gamboa
Practicante hace dos años

“Desde la primera clase empecé a sentirme diferente, mi ánimo era distinto. Yo sufría mucho del estómago y un tiempo después de que empecé, mi digestión cambió y ya no tengo problemas con eso. Gracias al yoga comencé a tener consciencia sobre mi cuerpo, por lo que cambie mi dieta”

Maria Alejandra Prieto
Practicante hace cinco meses

Empecé a hacer yoga hace cinco meses y rápidamente noté el cambio en mi vida. Yo siempre tuve muchos problemas para dormir y ya había intentado todo: pastillas, té, etc.; hasta que caí en una depresión que me afectó en todas las partes de mi vida. Hasta que un día, una de mis mejores amigas me llevó a una clase de yoga y ahí quedé enganchada. Hoy duermo sin problema y bien, puedo decir que el yoga me ayudó a superar mi depresión y mi insomnio.”

EL YOGA SI CAMBIA TU VIDA

iN LIFE STUDIO
Because It's possible

12.6 Instagram: se publicarán imágenes similares a las de Facebook pero su contenido tendrá frases que relacionan el yoga con la salud. Se ha evidenciado en las redes sociales que las frases motivacionales tienen una gran acogida en los usuarios, por lo tanto es una vía de llegar a sus mentes y corazones de manera exitosa, pues sabrán que diariamente tendrán su frase del día.

Frases motivacionales

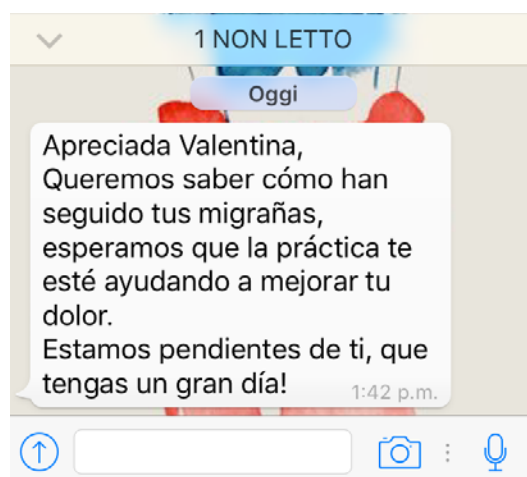


Retomando el tema de la interacción directa o personal con el cliente, el **mercadeo directo** permite llegar a estos a través de diferentes canales, al tener la base de datos con los clientes que se inscriben al gimnasio es mucho más sencillo contactarlos; ya sea por un correo electrónico, un mensaje de texto, por Whatsapp o incluso con un envío personalizado a sus hogares. Finalmente, al haber terminado la promoción se llevará a cabo un evento, herramienta propia de las **relaciones públicas** para dar cierre a la campaña, integrar a los nuevos usuarios y darles la bienvenida a la comunidad In Life. La idea es filmar fragmentos de las clases de prueba, recopilar testimonios y grabar el evento para poder hacer un video promocional del servicio de yoga de In Life Studio y lograr la viralización en las redes sociales e Internet generando un buen feedback, información y reconocimiento.

12.7 Mensajes personalizados: los mensajes son la vía de comunicación más cercana a nivel digital, es importante enviar mensajes que llamen la atención de las personas y estar en contacto constante con ellas. Para la presente estrategia se enviará primero una imagen de una postura para que llame la atención del usuario, posteriormente se mandará el mensaje con toda la información correspondiente a la promoción. Después de asistir a las clases las personas podrán dejar sus datos anotados junto con su malestar, de ésta manera se podrá dar un seguimiento en donde se vea reflejado el interés que tiene el estudio por la salud de sus clientes.

Whatsapp o mensaje de texto

Mensaje de seguimiento:

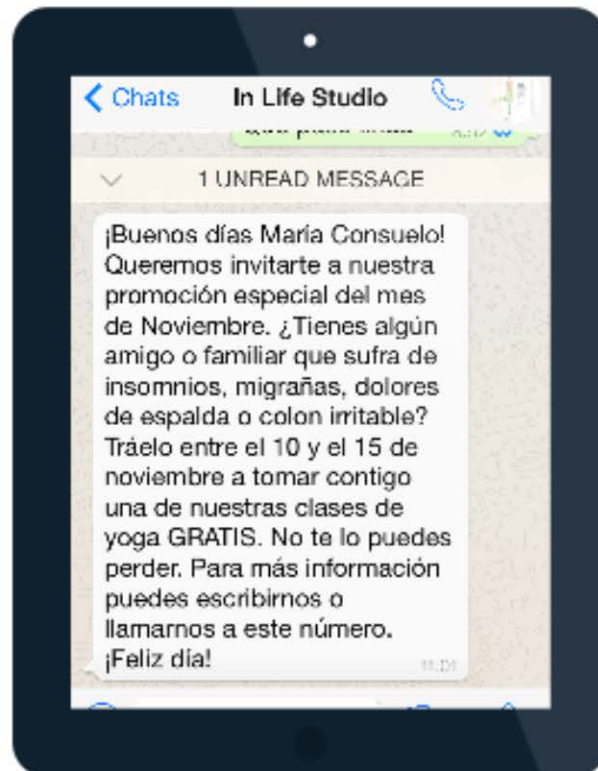


Mensaje promocional:



1

2



Correo electrónico: es otro medio útil para dar a conocer la información sobre la promoción. Podrá contener imágenes o algunos testimonios o simplemente constituirá un medio informativo para que los usuarios se enteren sobre la promoción del momento.



Para: **Maria Rivera** ▾

Cc:

Asunto: **Sana Tu Vida**

De: valentina marin – valem93@hotmail.com

Estimada María,

Queremos invitarte a la promoción del mes de Noviembre "**Sana Tu Vida**". |

¿Tienes algún amigo o familiar que sufra de insomnios, migrañas, dolores de espalda o colon irritable?

Tráelo entre el 10 y el 15 de Noviembre a tomar junto a ti una de nuestras clase de yoga **GRATIS**.

No te lo puedes perder.

Para más información puedes escribirnos o llamarnos.

Date la oportunidad de sanar tu vida con el yoga.

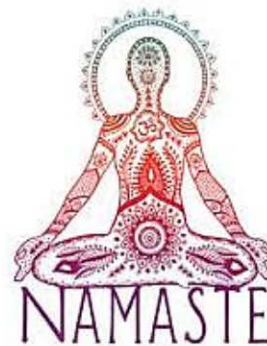
Horario de atención: lunes a viernes de 6:00 a.m. a 8:30 p.m. - Sábado de 8:00am a 2:00p.m.

In Life Studio

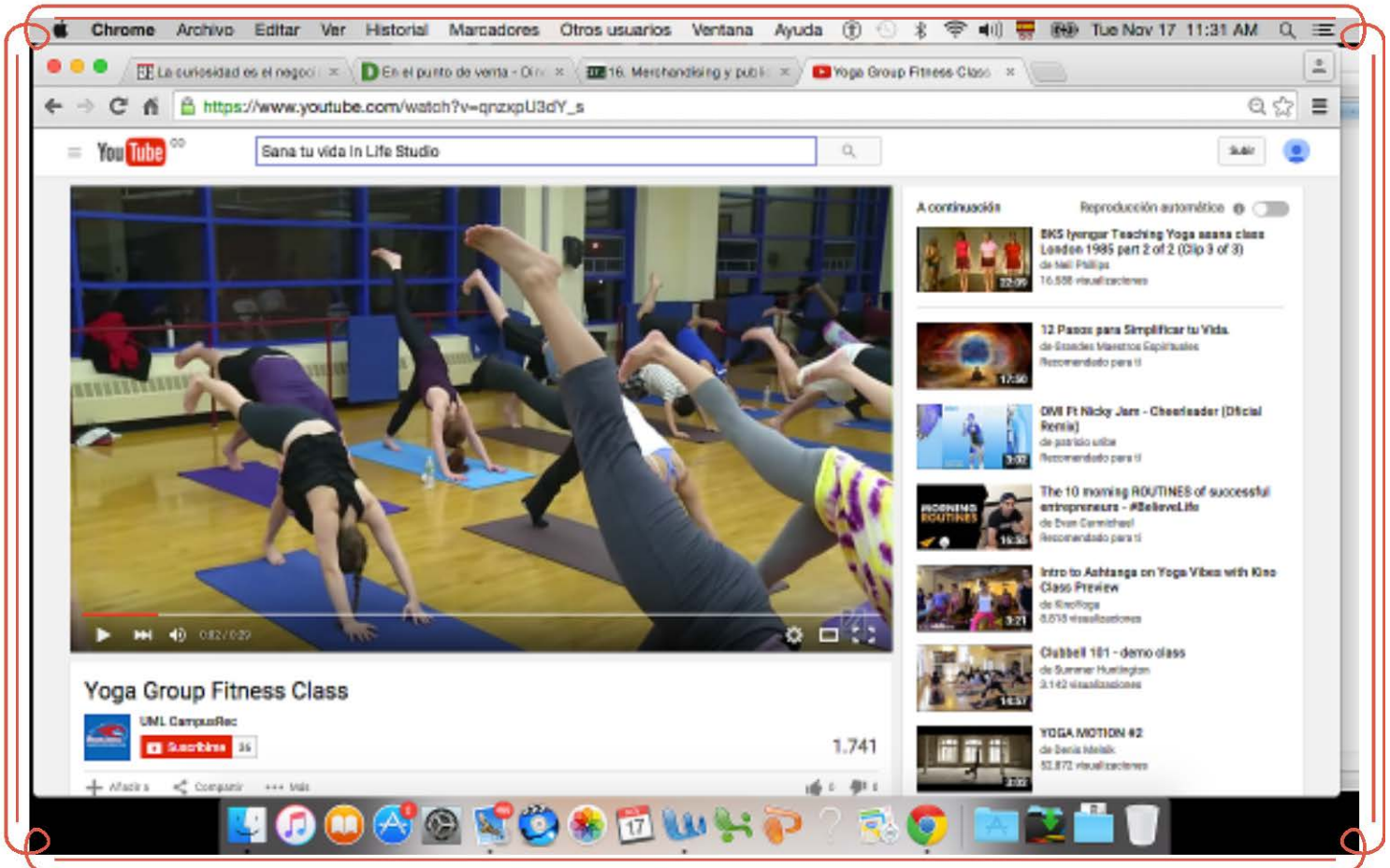
Carrera 17A # 122-45, Bogotá

Tels: 4785349 - 3004553566

www.inlifestudio.com email: contacto@inlifestudio.com



Video promocional



13. Infografía: Herramientas y medios

SANA TU VIDA

CON

EL YOGA



لا اله الا الله محمد بن عبد الله
Hamsa, Amn.

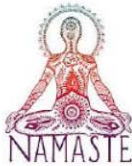
ENTRE EL 10 Y EL 15 DE NOVIEMBRE

<p>Usuario</p> <p>¿Tienes algún amigo o familiar que sufra de insomnio, migrañas o colon irritable?</p> <p>Llévalo a In Life para probar una clase GRATIS de yoga</p> 	<p>Cliente potencial</p> <p>¿Quiere decirle adiós al insomnio para siempre?</p> <p>Ven a In Life Studio y prueba una clase de yoga GRATIS</p> 
<p>Punto de venta</p> <p>Para usuarios Última semana de octubre y primera de noviembre Volantes Pendones</p> 	<p>Lugares afines</p> <p>Consultorios médicos Tiendas naturistas Medicina alternativa Volante Captar nuevas audiencias</p>
<p>Mercadeo directo</p> <p>Comunicación bidireccional Información Correos Mensajes</p> 	<p>Redes sociales</p> <p>Difusión rápida Mayor alcance Informar Compartir Facebook Instagram</p> 
<p>Relaciones Públicas</p> <p>Evento cierre de promoción 18 de noviembre 2015 10:00 am - 11:00 am Seguimiento - Video</p>	<p>Club inLIFE STUDIO Because It's possible</p>

MEDIOS

Y

CARACTERÍSTICAS



<p>Volantes punto de venta</p> <p>3 tipos Insomnio 20 Migraña 20 Colon irritable 20</p> <p>FRENTE: curiosidad, imagen logo</p> <p>REVERSO: mensaje, ¿sabías qué?, por que el yoga, sana tu vida</p>	<p>Volante externo</p> <p>Pregúnta Información Mensaje Logo 80</p> 
<p>Take one</p> <p>Caja llamativa Tres entradas Punto de venta Voltantes</p>	<p>Pendones</p> <p>Imagen Frase Logo Mensaje 2</p>
<p>Comunicación Digital</p> <p>Posiciones que cambian la vida</p>  <p>Frases motivacionales</p> <p>Testimonios de practicantes</p> <p>Video </p>	<p>comunicación Directa</p> <p>Mensajes de texto Whatsapp Correo electrónico Mensajes personalizados Tres semanas antes</p> <p>!Buen día!</p>
	<p>Club inLIFE STUDIO Because It's possible</p>

14. Conclusiones

El yoga se ha convertido en una tendencia en occidente, la realidad es que cada vez más personas se aventuran a descubrir todas las grandes cosas y beneficios que dicha práctica tiene para ofrecer. La sociedad de hoy en día se ha convertido en una que no permite que el individuo tenga tiempo para concentrarse en sí mismo, en cultivar su ser y procurar su bienestar. Por el contrario, el estrés, la velocidad y la ansiedad son componentes comunes en la vida diaria de las personas, generando, muchas veces sin que nadie se de cuenta, un deterioro en la calidad de vida y el bienestar de la gente que se ve reflejado con el pasar de los años.

Es muy común encontrar que cada vez es más la gente joven que sufre de trastornos causados por el estrés, y está comprobado que dolencias como las migrañas, el insomnio y los problemas estomacales están en gran medida relacionados con las emociones y el funcionamiento del sistema nervioso. Puede que no sean enfermedades terminales, pero si deterioran la vida de las personas y les generan temor y malestar en su día a día afectando todos los aspectos, desde las relaciones hasta la vida laboral o el estudio.

Son cada vez más las personas que buscan conectarse con su parte espiritual, desean conocer sus cuerpos a profundidad y sus mentes tratando de encontrar una mejoría real en sus vidas, por ello es un excelente momento para que los negocios enfocados hacia el bienestar integral de la persona aprovechen la llegada y popularización del yoga, ahora cada vez más conocido en países como Colombia. Además que se presta para que ahora las personas tengan más opciones para poder encontrar las mejores maneras de relajarse y devolverle un poco el equilibrio a la vida diaria. Es una ganancia mutua pues los negocios ganan económicamente y los individuos ganan en calidad de vida y bienestar.

Para un negocio como In Life cuyo núcleo es la persona y su salud física por medio de los ejercicios dedicados a fortalecer el cuerpo, se presenta una oportunidad única en donde se puede enfocar el yoga y su práctica hacia su cuerpo. Es común pensar que la práctica va muy dirigida hacia el interior y la relajación sin realmente conocer los beneficios a nivel de salud y cuerpo que

se puede encontrar en ella y ese es un gran valor que puede aportar un negocio a la percepción del yoga en la ciudad de Bogotá. Muchas veces se llevan a cabo diferentes posturas pero no se sabe la profundidad y el efecto que la práctica de las mismas causan en el cuerpo, conllevando a que no se realicen de una manera conciente tratando de maximizar su efecto y duración.

Se ha encontrado la posibilidad de dar un valor agregado a la idea que se tiene de yoga, promoviendo así que se genere una nueva actitud frente a la práctica y la percepción que se tiene de la misma. Atrayendo así a un mayor número de personas a conocer el yoga y cambiar sus vidas. La curiosidad será un elemento muy importante pues es aquel primer factor de atracción que podrá generar un enganche que promoverá que las personas quieran probar por si mismas la experiencia.

Se seleccionaron las herramientas y medios con el fin de generar una integración entre ellos, que sean complementos unos con otros aportando fuerza y valor a la campaña. Son herramientas de gran utilidad que permiten apelar a los usuarios de diversas maneras y a través de los sentidos y emociones de los mismos, el elemento visual es fundamental para generar impacto en las personas, y el tema de la salud es muy llamativo pues es lo que muchos buscan hoy en día.

Es muy importante poder identificar necesidades hoy en día, poder conocer a los clientes de una manera profunda y satisfacer sus deseos y expectativas. El tema de la salud es vital hoy en día, pues como se ha mencionado, el deterioro de la misma es cada vez más rápido y desde una edad más temprana, ello constituye una necesidad fundamental en la vida de los seres humanos, el de poder tener salud y bienestar. Igualmente es de gran utilidad conocer sobre las nuevas tendencias que se están formando en ésta época, pues constituyen un mar de posibilidades para las organizaciones y negocios. La comunicación y el mercado son ciencias que permiten identificar las tendencias y necesidades del momento, por medio de ellas es posible comunicarlas y darlas a conocer al público, siempre generando más contenido, información verídica y procurando el bien de los usuarios y de la organización.

Ha llegado el momento de volver a centrarse en el bienestar propio procurando tener una buena vida, ligada a la salud y el bienestar. Los negocios deben apoyar el acercamiento que desean

llevar a cabo con el usuario empleando la comunicación y sus herramientas, pues por medio de las mismas es posible atraer, persuadir y finalmente fidelizar a más usuarios al negocio creciendo así económicamente y posicionándose en el mercado.

15. Anexos

Transcripción entrevistas:

1. María Consuelo Rivera

Valentina: Buenas tardes María Consuelo ¿cómo estas?

María: Hola Valentina ¿cómo estas? ¿cómo te ha ido?

Valentina: Muy bien gracias. María Consuelo quisiera saber a qué te dedicas

María Consuelo: Valentina yo soy decoradora de interiores, tengo mi propia oficina, pero trabajo ya esporádicamente. Me gusta mucho todo lo que sea manualidades, me gustan también mucho las actividades sociales, voy a empezar a hacer un curso de “coaching” y hago varios temas relacionados con relajación, con meditación, con un poquito de conocer la parte espiritual y conocer un poco más allá de lo que somos los humanos.

Valentina: Que bueno, y ¿cuáles son tus pasatiempos? cuéntame qué te gusta hacer en tus tiempos libres.

María Consuelo: Pues mira, la verdad que vario un poco. Me gusta de pronto pintar, pinto un poco la madera me gusta la jardinería bastante, y también me gusta tomar cursos sobre los diferentes temas de relajación, de espiritualidad, leo bastante sobre estos temas y bueno, trato de entrar un poco más en el tema espiritual.

Valentina: ¿practicar algún deporte o haces algún ejercicio físico de preferencia?

María Consuelo: Si, me gusta hacer Pilates, tengo un poco de problema con la rodilla, tengo que tener cuidado cuando lo practico, pero me gusta mucho el Pilates quisiera entrarme más de lleno en esta materia, pero pues he ido poco a poco por el tema de las rodillas.

Valentina: Muy bien, y quisiera saber si tienes algunos hábitos alimenticios determinados, o si sigues alguna dieta determinada.

María Consuelo: Pues mira, en realidad yo como de todo pero poco, no como en exceso nada. Carne roja es muy, muy poca la que consumo, como más pescado y los vegetales crudos me gustan mucho. No tomo mucho lácteo, muy poco lácteo, lo sustituyo con leche de almendras, bueno pues trato de comer lo más sano posible.

Valentina: Y cómo cuidas tu de tu salud tanto física como mental y espiritual

María Consuelo: Bueno tengo la oración, oro además de orar hago meditación y relajación. Estoy entrando en un tema que se llama Ho ponopono y me ha llamado la atención porque pues es algo diferente, es como una filosofía distinta por medio de la cual uno va sanando su espíritu, se va sanando la emoción y bueno, estoy como entrando en diferentes materias.

Valentina: y a cerca de esto, ¿te gusta informarte y leer?, ya sean libros o por Internet, ¿cómo te informas respecto a estos temas?

María Consuelo: Me informo en todas las formas que puedo, me informo por libros, por Internet, me informo por personas que me cuentan. Soy inquieta en este sentido me gusta investigar un poco y practicarlo, a ver en donde me siento mejor.

Valentina: Y de lecturas, ¿cuáles son las lecturas de tu preferencia?

María Consuelo: Leo mucho sobre espiritualidad, leo también bastante sobre la vida después de la muerte, ósea, no es que lea sobre fantasmas ni nada de esas cosas, sino lo que trasciende, que puede suceder, porque definitivamente somos un todo, estoy convencida de que todos estamos unidos, de una manera u otra estamos todos vinculados y unidos con el universo, con la naturaleza, entre nosotros mismos. Entonces considero muy importante tratar de que nos sanemos, de que hablemos, de que hagamos reuniones donde tratemos estos temas que son vitales para trascender cuando dejemos este mundo.

Valentina: Muy interesante, y que productos te interesa consumir, es decir, te interesan los productos orgánicos hechos a manos, como es tu estilo de vida en torno al consumo.

María Consuelo: Pues la verdad para que te digo mentiras, soy consumista, me gusta consumir. En la parte de comida pues prefiero si lo orgánico pero, ósea un 70% orgánico y un 30% consumo normal. En la parte de vestir pues me encantarían las fibras naturales pero cada día se consiguen menos, cada día son más costosas, más difíciles de encontrar pero trato de buscarlas realmente trato de buscar lo que sea más natural. Definitivamente no puedo con los poliésteres y cosas de esas, soy absolutamente alérgica a esto pero pues lastimosamente cada día es más difícil encontrar las fibras naturales.

Valentina: Finalmente me gustaría saber un poco a cerca de tus opiniones sobre lo que es la práctica del yoga, la meditación, la espiritualidad en comparación con el estilo de vida que se esta teniendo en la sociedad actual. ¿cuál es tu opinión con respecto a estos temas?

María Consuelo: Pues mira, la realidad es que si en los colegios desde que los niños están pequeños se les inculcara algo, algo de lo que significa la espiritualidad, de lo que puede ser el yoga o cualquier otra filosofía de ésta índole, que se adentre dentro del ser, hacia el espíritu, dentro de nosotros mismos, yo te aseguro que esta sociedad sería otra totalmente diferente. La realidad es que el materialismo y el consumismo es lo que tiene a esta sociedad en el caos que estamos viviendo.

Valentina: Y cómo te ha influenciado de manera positiva lo que hablabas a cerca de la meditación y la práctica de Pilates.

María Consuelo: Pues total, porque los problemas que uno puede tener, porque todos tenemos problemas cotidianamente ya sean más grandes más pequeños, de diferente índole, pues con el tema de la oración, la meditación, de mirar un poco más allá, pues realmente la vida se hace mucho más llevadera y mucho más amable para uno y para los demás.

Valentina: Bueno muchas gracias por compartir este tiempo conmigo, que estés muy bien.

2. Juanita Gamboa

Valentina: Buenas tardes Juanita ¿cómo estas?

Juanita: Bien gracias ¿y tu?

Valentina: Muy bien gracias, te quería hacer unas preguntas a cerca de algunas de tus actividades interés y opiniones.

Juanita: Dale

Valentina: Bueno, primero me gustaría saber tu a qué te dedicas

Juanita: Yo estudio diseño en los Andes

Valentina: ¿En qué semestre vas?

Juanita: En sexto

Valentina: ¿te ha gustado la carrera?

Juanita: Si, me encanta. Antes estudiada administración, pues hice un semestre de administración en el CESA y después me cambie.

Valentina: Y por qué te gusta más el diseño

Juanita: porque, no se, va más como con mi personalidad, no me veía en una oficina como trabajando en un computador nunca, entonces pues si, iba más como con lo que yo quería, diseño es súper amplio y como que puedes no se hacer publicidad, un proyecto y así, entonces me parece mejor.

Valentina: ¿cuáles son tus pasatiempos? Qué te gusta hacer en tus tiempos libres

Juanita: Pues lo primero es estar con mis amigas, mis amigas son muy importantes entonces me encanta salir con ellas, ver películas con ellas, ir a cine o a comer helado. Me gusta mucho pintar, no lo hago muy seguido pero si, y ver series me encantan también las series.

Valentina: ¿Haces algún deporte o tienes alguna práctica física de tu preferencia?

Juanita: Si, pues ahorita estoy haciendo un ejercicio por videos que se llama Insanity, son rutinas entonces son dos meses de rutinas todos los días, pero pues yo no lo estoy haciendo todos los días porque en verdad es muy, muy pesado, entonces lo hago día de por medio o dos veces a la semana, pues cada vez que puedo.

Valentina: ¿Y tienes alguna otra práctica?

Juanita: Si, hago una práctica de respiración que se llama Sudarshan Kriya y pues que te ayuda a relajarte, te ayuda a calmar la mente y a estar más tranquilo, y también medito como después de la práctica del Kriya siempre que puedo medito.

Valentina: Por cuanto tiempo meditas

Juanita: Pues depende de cuanto tiempo tenga, pero normalmente 20 minutos

Valentina: Y ¿tienes una dieta determinada? Como es tu rutina alimenticia.

Juanita: Pues ahorita hace como un mes deje la carne, ahorita estoy llevando una dieta vegetariana entonces no estoy comiendo ni carne ni pollo ni pescado, nada de mariscos, pero si como huevo y leche y queso.

Valentina: ¿cómo te ha ido con esta dieta?

Juanita: Pues al principio fue muy duro, porque no sabía bien que comer, como con que sustituir la carne, entonces la primera semana me dio durísimo y me sentía súper cansada todos los días. Pero después ya, como que entendí que tenía que comer bien y empecé a comer granos y a sustituir la carne por garbanzos, lentejas, frijoles, quínoa

Valentina: ¿Por qué tomaste ésta decisión?

Juanita: Pues primero no le veía sentido a comer carne de animal, pensando que ellos están sufriendo para que nosotros comamos y también como porque me hacía sentir mejor, hubo un tiempo en que intente como dejarla pero no puede, y me di cuenta de que comer carne me hacia tener como una digestión muy lenta, mientras que cuando no comía carne estaba más energética estaba mejor, entonces pues fue como por eso.

Valentina: Ósea, respetas mucho a la naturaleza también y a los otros seres vivos.

Juanita: Si, si, y también como parte de la meditación y la práctica me di cuenta de que todo en el universo se conecta.

Valentina: Tomando como base todo lo que has contado anteriormente, ¿cómo te preocupas por encontrar el bienestar en tu vida? ¿cómo procuras cuidar de ti?

Juanita: Pues como con todo, haciendo deporte, con la meditación, todo hace parte como de ese bienestar que quiero tener. Digamos para mi es muy importante la espiritualidad, entonces como que estando bien en mi parte espiritual he intentado llevar el resto de partes de mi vida hacia eso, hacia ese bienestar; entonces comer mejor, pues hacer deporte y estar como más saludable más activa formar parte de mi diario vivir.

Valentina: Y cuéntame, qué te gusta leer

Juanita: Pues yo tengo como épocas, algunas leo libros, otras es más como de artículos y de Internet, como de ver Blogs y cosas así. Pero tampoco soy como pues la que más lee, pero me gusta no se como leer noticias, el periódico

Valentina: Te parece importante estas informada sobre lo que pasa en el mundo.

Juanita: Si, si, si aparte más si es como un tema que me interesa, digamos no se lo de los migrantes y cuando los desplazaron de Venezuela, hay me metí a investigar por todos lados a ver que era lo que estaba pasando, pues es un tema que en verdad me interesa y me parece muy relevante.

Valentina: Quisiera saber tu qué opinas a cerca de temas como el yoga, la meditación, espiritualidad, en contraste con el estilo de vida que estamos teniendo en la sociedad actualmente y el consumo.

Juanita: Pues a mi, como en mi experiencia personal, me paso que empecé a meditar, y pues yo no es que haga mucho yoga, pero yo voy a una fundación que se llama El Arte de Vivir y en esa fundación pues uno va y puede hacer la práctica del Kriya y antes de la práctica uno hace yoga, pero pues no siempre lo hago. Pero pues todo eso, que me llevo a conectarme con mi parte espiritual y empezar a meditar y todo eso, empezó a cambiar mi estilo de vida, como que empezó a despertarme en cosas, como en cosas que yo simplemente antes como que no

veía o no me parecían relevantes, como por ejemplo, el hecho de comer carne. Como que todo eso me llevo a conectarme no sino conmigo, sino con todo el mundo.

Valentina: Ósea comenzar ésta práctica de la meditación y el Kriya, podrías decir que han cambiado tu vida de manera positiva.

Juanita: Si total, además no solo en mi estilo de vida como de lo material sino de lo mental. Darse cuenta de lo que uno hace, cómo uno es, las cosas que uno dice.

Valentina: Te ha ayudado a estar más presente en el momento, es decir en el aquí y el ahora

Juanita: Si como a estar 100% presente con todo.

Valentina: Y que opinas del estilo de vida actual en comparación con todas estas prácticas

Juanita: Pues yo creo que cada vez esta despertando más la gente, como que cada vez se van dando más cuenta de que estamos yendo por el lado que no es. Entonces lo que yo creo es que no hay un estilo determinado ahorita, sino que hay gente que no esta muy conectado con su espiritualidad o de pronto no le importan tanto muchas cosas, sino que simplemente viven la vida sin esperar nada o preocuparse por nada, pero también siento que hay mucha gente que esta empezando a preocuparse, y cada vez son más los que empiezan a preocuparse y a despertarse.

Valentina: Muchas gracias por darme este tiempo Juanita, que estés muy bien

3. Gloria Mercedes López

Valentina: Buenas tardes Gloria Mercedes ¿cómo estas?

Gloria M: Muy buen gracias

Valentina: Que bueno me alegra mucho, quisiera saber a qué te dedicas

Gloria M: Yo soy asesora financiera por un lado, y por otro lado soy consteladota familia, organizacional, coach y acabo de terminar una formación en liberación de memoria celular.

Valentina: ¿Me podrías contar un poco en que consiste todo lo que nos acabas de contar?

Gloria M: Finalmente siempre he creído en todo lo que es el crecimiento humano, la evolución y como la toma de conciencia y eso me fue llevando desde muy pequeña a leer muchos libros e informarme sobre la parte tibetana y luego hace ocho años encontré las constelaciones familiares y me encanto, porque fue como una manera de darme cuenta de que yo formo parte de un sistema familiar y que las resonancias que hay en ese sistema, las cosas no resueltas, los dolores, los secretos emergen en las generaciones siguientes, y bueno uno a veces se queda en la vida trabado y no encuentra la manera de soltarse y las constelaciones me parecen una manera maravillosa para poder hacerlo. Y eso me fue llevando a otras cosas, después hice formación en constelaciones organizacionales y lo último que hice fue la parte de liberación de memoria celular, esto es que todas las memorias están en nuestro cuerpo, nuestro cuerpo tiene una gran sabiduría pero no nos hemos conectado nunca con él, entonces es lograr esa conexión con el cuerpo y como va uno

encontrado los nudos, las contracciones en el cuerpo, los recuerdos dolorosos y las cosas que finalmente hacen que nuestra vida no este en armonía, en paz y tranquilidad.

Valentina: ¿cuáles son tus pasatiempos? Pues qué te gusta hacer en tus tiempos libres

Gloria M: Me encanta leer, es un pasatiempo que me fascina, me gusta caminar me encanta la naturaleza. Disfruto mucho a mi nieto, realmente cada vez más me gusta más el silencio, como pocas personas, lugares tranquilos.

Valentina: Y ¿tienes algún deporte o prácticas de tu preferencia?

Gloria M: No realmente no, deportista ya no soy, pero camino ese es mi ejercicio, lo hago cerca de mi casa, pero cuando un fin de semana puedo subir a una montaña o algo así lo hago.

Valentina: ¿Tienes una dieta determinada? Cómo son tus hábitos alimenticios

Gloria M: No realmente no, he sido vegetariana cuando voy a retiros y me va muy bien con eso, pero realmente no tengo esa disciplina. Pues me cuido en cosas, en excesos de grasa o azúcar pero no tengo una dieta estricta.

Valentina: ¿cómo cuidas tu de tu salud de una manera integral, es decir del ámbito físico, mental y espiritual?

Gloria M: Yo soy una convencida de que el cuerpo finalmente cuando se enferma manifiesta lo que el alma esta que clama y que grita, yo pienso que si yo aprendo a manejar mis emociones y logro entender las cosas que fui grabando como en mi vida desde niña y las voy desatando y las voy sanando y solucionando mi cuerpo no se enferma, en eso es en lo que más creo. De todas maneras por eso me ejercito y camino, trato de comer sana siempre que puedo, pero a lo que más le creo es que si yo estoy en paz internamente mi cuerpo lo manifiesta y no se enferma.

Valentina: Anteriormente decías que te gusta leer, ¿qué clase de lecturas haces?

Gloria M: Pues ahora si realmente leo todo lo que me despierta conciencia, he leído a Eckhart Tolle, Bert Hellinger que es el creador de las constelaciones familiares, ahora no me acuerdo de todo lo que me he leído, pero todo tiene que ver con conciencia, ahora estoy leyendo los libros de Joan Garriga que es un español que llevo a España las constelaciones y realmente me inspira montones, leo todo lo que me inspira y me ayuda a generar cambio en mi vida, realmente eso es lo que más me gusta.

Valentina: Ahora quisiera saber sobre tus opiniones a cerca de la práctica de yoga, la meditación y la espiritualidad en contraste a la vida que se esta llevando hoy en día en la sociedad actual.

Gloria M: Yo nunca he practicado yoga, he practicado la meditación trascendental, pero realmente como que todavía no he encontrado un lugar preciso, lo que yo si hago por las mañanas es respirar y como encontrar esa conexión con Dios, con esa fuerza mayor y de vida y agradecer, es como mi rutina, agradecer por todas las bendiciones que recibo. Pienso que en la meditación, la práctica de yoga y la espiritualidad, lo que yo siento es que en la rutina diaria cuando no se tiene esa conexión con Dios o con esa fuerza mayor esta como invadido por todo lo cotidiano ¿no? El corre, corre, e hacer las cosas sin darse el espacio para darse cuenta de que uno es más que eso, que realmente uno es un ser divino que viene a manifestar esa divinidad acá en la tierra. En esto que estamos viendo de tanto caso, tanta guerra que siempre hemos vivido en violencia, realmente yo creo que uno si se tiene que detener a mirarse hacia adentro, a sanarse hacia adentro y a encontrar esa paz interna para que esa paz pueda salir afuera, para que la relación con mis hijos sea armónica, para que la relación con mi gente que trabaja conmigo sea armónica, para que si salgo al tráfico y alguien se atraviesa yo no entre en seguida en reacción sino que tenga otra manera de comportarme frente a las situaciones de la vida.

Valentina: ¿Tu crees que estas prácticas, incluida la respiración, pueden ayudarlo a uno encontrar un bienestar integral para su vida y el día a día?

Gloria M: Totalmente, yo pienso que si, el solo respirar, cuando uno esta en una situación el solo detenerse y respirar ya lo pone a uno en otro lugar y la mente se calma y las cosas son diferentes cuando uno respira. Entonces si creo que todo esto si mejora la calidad de vida, lo que pasa es que no tenemos ni la costumbre ni el hábito pero eso ya esta llegando con mucha fuerza a nosotros, a estos países.

Valentina: Es verdad, cada día hay más gente que esta buscando como la paz.

Gloria M: Todos estamos cansados del conflicto de la violencia y la guerra, la verdad que si y no solo porque lo vemos en el mundo, lo vemos en nuestras familias en todas partes, en las universidades, oficinas, en la calle, como esa rabia y esa sensación de conflicto. Yo pienso que si, lo que siento es que finalmente cuando uno medita y se silencia creo que lo que uno hace es conectarse con esa fuerza divina llena de amor y desde allí uno logra ya vivir el día desde otro lugar.

Valentina: Muchas gracias por tu tiempo Gloria.

4. Ana Profesora de yoga

Valentina: Buenos días ¿cómo estas?

Ana: Hola buenos días

Valentina: Quisiera saber a qué te dedicas

Ana: Yo soy diseñadora gráfica y soy instructora de yoga también

Valentina: cuales son tus pasatiempos, pues qué te gusta hacer en tus tiempos libres

Ana: Bueno en mis tiempos libre practico más yoga, voy a cine, leo y también tomo clases de piano.

Valentina: ¿cómo llegaste a hacer yoga? Cual es tu recorrido con respecto a la práctica

Ana: Bueno cuando yo estaba en la universidad empecé a buscar el yoga como con un interés de manejar estrés, porque estaba teniendo un momento de cargas con la universidad con tareas con cosas, entonces hay comencé a buscarlo y así fue como llegue.

Valentina: Y manejas una dieta determinada o tienes hábitos alimenticios determinados

Ana: No tengo una dieta así súper rigurosa, intento no comer carnes rojas especialmente, pero todavía como proteína pescado y pollo mas o menos, la carne roja si la evito como totalmente. Traro de evitar como azucares refinados y harinas, aunque a veces también las como.

Valentina: ¿Cómo ha influenciado la práctica en tu salud y bienestar?

Ana: La práctica en mi salud un montón, por ejemplo yo tenía problema de rodillas porque corría, ahora no he vuelto a correr, y el desgaste corriendo de la rodilla ha sido terrible, hacer yoga me ha ayudado a fortalecer los músculos alrededor entonces eso hace que la articulación este mejor. La respiración ha mejorado un monto, la postura, los hábitos alimenticios igual, porque a pesar de que no tenga una dieta súper rigurosa, al hacer yoga hay cosas que uno quiere evitar no queremos estar pesados al momento de hacer ejercicio, entonces cambia.

Valentina: Ahora mencionabas que te gusta leer, ¿qué clase de lecturas haces?

Ana: Yo leo como literatura de novelas y eso también leo mucho pues sobre filosofía del yoga.

Valentina: Nos podrías contar un poco sobre de que se trata la filosofía del yoga

Ana: Bueno pues el tema de filosofía es más como el fin por el que uno hace yoga y la finalidad es realmente muy espiritual, es una búsqueda espiritual muy personal. Digamos que no es como las religiones como que a veces quieren imponer un montón de mandamientos y cosas sino que igual los tienen pero son diferentes, están los yamas y niyamas que serían como los mismos diez mandamientos de la religión católica, pero digamos que la óptica de la iglesia ha sido más de imposición y pecado, acá digamos que esta un poco más abierto con lo que es el libre albedrío, entonces estén como esos principios que en últimas son lo mismo; no violencia, no robar, amor, no mentir todo eso pero ya es una cosa más de decisión y de búsqueda personal que tu haces.

Valentina: Quisiera saber tu que opinas a cerca de lo que es la práctica del yoga, la meditación y la espiritualidad en comparación con el estilo de vida actual

Ana: Pienso que esa búsqueda espiritual es necesaria y además debe ser muy individual, no creo que sea algo que deba ser impuesto sino muy personal. El yoga es una herramienta para ir buscando ese camino y emprender esa búsqueda, la meditación para mi es una parte fundamente, porque precisamente en este momento en el que vivimos que todo el mundo anda súper acelerado y hay un montón de prioridades diferentes, en donde las personas están buscando el dinero, el éxito profesional y todo eso a veces se deja de lado la esencia y el ser

y eso finalmente termina desgastándolo a uno. La meditación es otra herramienta aparte del yoga que realmente te ayuda a balancear esos pesos y a romper con esa rutina del estilo de vida actual.

Valentina: Cómo ha traído este estilo de vida o estas herramientas bienestar a tu vida, cómo han sido esos cambios.

Ana: Bueno pues principalmente lo que estaba buscando que era manejar mi estrés y todo es lo he logrado como mejorar y además, estas cosas como que te ayudan mucho a estructurar tu esquema mental y para mi desde que hago yoga ha sido más fácil el planear metas y estructurar los procesos para cumplir esas metas. Eso me parece como lo más importante, por eso a veces siento que el yoga se vuelve como un estilo de coaching para la vida de uno.

5. María Alejandra Prieto:

Valentina: Buenas tardes María Alejandra ¿cómo estas?

María: Muy bien gracias

Valentina: Quisiera saber tu a qué te dedicas

María: Yo soy estudiante de ingeniería industrial, ya voy en el último semestre.

Valentina: Qué te ha gustado de la carrera

María: Todo, es muy amplia, todos los temas que uno ve y todas las cosas que se pueden hacer dentro de una empresa desde la ingeniería industrial. Ayudar a la sociedad por medio de multinacionales.

Valentina: Y ¿cuáles son tus pasatiempos? ¿qué te gusta hacer en tus tiempos libres?

María: Bueno me encanta hacer ejercicio, meditar, hacer yoga, leo mucho estar con mi familia mis amigas. Formo parte de un voluntariado que se llama TECHO, me encantan los voluntariados.

Valentina: ¿Tienes deportes o prácticas de tu preferencia?

María: Practico Pilates, yoga y medito y a veces spinning

Valentina: Cómo te han servido estas prácticas para tu diario vivir

María: Me relajan mucho, me hacen sentir como relajada, no tener preocupaciones, poder estabilizar mi mente y mi cuerpo.

Valentina: ¿Tienes una dieta determinada?

María: No pues yo como de todo

Valentina: ¿Cómo todas estas prácticas ya han ayudado a tener una mejor salud, una mejor calidad de vida? ¿Influyen de alguna manera en tu salud física mental y espiritual?

María: Pues cuando comencé a meditar y hacer yoga deje de fumar, ya no me gusta tanto tomar, siento que ya no me llena eso. En cuanto a dieta si mantengo la misma de siempre,

siempre he comido saludable pero digamos, me encanta el dulce, pero no es como una dieta desbalanceada o algo así.

Valentina: ¿Qué productos consumes?

María: Bueno pues depende, para la fruta me gusta ir a sitios únicamente frutas, como Sutrifruver, Frutiver, esos sitios que son especializados en fruta, me parece que tienen mejor mercado. En cuanto a cereales, digamos, no consumo mucho para el desayuno o algo así, prefiero los jugos de frutas, zumos de espinaca, banano, manzana que son muy sanos. No como mucha comida procesada a menos que este en la universidad o no tenga tiempo.

Valentina: ¿Tienes lecturas de tu preferencia?

María: Me encanta leer novelas, me gusta mucho, mucho, mucho, pero también leo cosas sobre negocios, sobre cosas de mi carrera, cómo comercializar cómo venderse a uno mismo, toda la parte de motivación me gusta.

Valentina: Bueno, finalmente quisiera saber cuales son tus opiniones a cerca del yoga, la meditación y la espiritualidad en contraste con el estilo de vida actual.

María: Bueno ósea, es que aquí hay muchas perspectivas, digamos yo nací en una familia completamente católica, entonces claramente ver el contraste es muy grande. Claramente hay mucha gente que dice que es la “nueva era”, la nueva generación de que uno no encuentra lo que quiere en la religión entonces se mete a otras cosas, para mi no es eso sino que tanto la meditación como el yoga te hace encontrarte a ti mismo, sin la necesidad de escuchar a otros sino oyéndote a ti, entonces es recibir una retroalimentación de tu vida, retroalimentación de todo lo que haces diariamente a partir de ti mismo, darte cuenta de lo que tu quieres, lo que tu sientes sin tener a nadie que te lo este repitiendo o un libro que te lleve a eso. Entonces me parece que estas prácticas te ayudan en ese sentido a estabilizarte, a tener un equilibrio como a encontrar algo más allá en la vida, una paz.

Valentina: Cómo crees que estas prácticas puedan traer beneficios a las personas hoy en día.

María: Me parece que vivimos en un mundo lleno de cambios, en un mundo que va muy rápido, que en cada momento esta cambiando y si tu te dejas llevar por esos cambios, por esa masa nunca te vas a encontrar a ti mismo. Entonces una forma de encontrar esa estabilidad es oyéndote, y me parece que la meditación, yoga, Pilates te brinda esa facilidad de mantenerte en ti mismo. Creciendo claramente como persona pero no dejándote llevar por el mundo que te esta rodeando, no viéndote influenciado por algunas cosas que tal vez no sean necesarias, dejando de lado la importancia a cosas banales como el trago, el cigarrillo, cosas que realmente no van a influir en nada positivamente. Yo creo que es un balance muy bueno.

Valentina: ¿Cómo llegaste tu a estas prácticas? ¿qué te llevo a buscar esa paz o ese equilibrio en tu vida?

María: Creo que siempre he tenido ese algo, esa necesidad de encontrar algo diferente, algo más allá de la religión. Pero creo que comenzó en el gimnasio, porque allá había clases de yoga pero eran clases muy superficiales, entonces comencé a buscar información, comencé a ver videos en YouTube sobre la meditación, que ten enseñan cómo hacerlo desde tu casa,

creo que eso es una facilidad que tienen estos temas, que tú puedes leer sobre ellos, que llegaron a occidente y puedes entenderlos de una manera más fácil y cercana. Fue realmente una cosa de la vida llegar a esto.

Valentina: Bueno muchas gracias María Alejandra, que estés muy bien.

6. Roberto Cuellar:

Valentina: ¿A qué te dedicas?

Roberto: Principalmente, a lo que me dedico es a encontrar los caminos para ser feliz, y eso significa para mí aprender a amarme y poder desde ese amor servir a los demás, eso es a lo que fundamentalmente he decidido día a día. Eso tiene también muchas aristas, primero esa búsqueda personal y en segundo lugar un poderla transmitir en mi familia, y después en distintos ámbitos en que lo pueda externalizar, que ya consiste más en mi labor y mi trabajo.

Valentina: ¿En qué consiste tu trabajo?

Roberto: Con respecto a mi trabajo, fundamentado gran parte en el coaching consiste en generar conversaciones que sean poderosas para las personas, muchas veces hablamos con las personas pero no conversamos y a través de la conversación no generamos espacios en donde la persona pueda darse cuenta de cosas que le están sucediendo en su vida, que de otra manera no se podría dar cuenta, sino a través de conversaciones muy profundas y con significado. Entonces el coaching lo que hace es permitirle a la persona darse cuenta, generar “insights” ser más conciente de sí mismo a través de escucharse por medio de las preguntas que hace el coach. Entonces lo que yo hago en mis sesiones es básicamente escuchar a las personas y en esa misma escucha poder descubrir cuáles son las preguntas o que no se está haciendo la persona, o que no se quiere responder la persona, desde ahí mi habilidad consiste en poder lanzar esas preguntas en el momento indicado, en el tono que es y de la mejor manera para que las personas puedan permitirse escuchar lo que no han querido escuchar, eso es el coaching y ese es mi trabajo.

Valentina: ¿Cómo llegaste a eso?

Roberto: Llegué al coaching porque soy educador, autodidacta y como mi propósito como lo compartía en la primera respuesta tiene que ver con encontrar los caminos para ser feliz, llegué a esta herramienta porque considero que es una herramienta que me ha ayudado a mí a descubrirme y también me ha permitido ayudar a que otros se descubran e inicien su proceso para conseguir bienestar, felicidad, armonía, entonces he tomado cursos, pero básicamente el conocimiento lo he conseguido a partir de la experiencia. Y mi sitio donde he probado ha sido en un colegio, con jóvenes y con niños que quizás es la población que más lo reta a uno en términos de coaching, llevo practicándolo más de 10 años en este campo, posteriormente empecé con adultos y hoy en día lo práctico con adultos, niños y jóvenes de diferentes características.

Valentina: ¿Cuáles son tus pasatiempos? ¿Qué haces en tus tiempos libres?

Roberto: Con respecto a mis pasatiempos, pues tengo unos personales, el deporte; para mí el deporte es una oportunidad de estar conmigo mismo, de relajarme de cumplir metas también porque me gusta competir, practico el triatlón entonces hago natación, hago ciclismo y

atletismo y eso pues abarca gran parte de lo que hago en términos de deporte. Por otro lado, también me gusta tomar curso, hacer cursos con mi pareja sobre técnicas y herramientas que aporten a mi proyecto de vida. Pero el principal es pasar tiempo con mi familia, ese es el pasatiempo más rico, es compartir con ellos, estar juntos, jugar o no hacer nada sino simplemente estar compartiendo es para mi algo fundamental.

Valentina: ¿Tienes algún deporte o práctica de tu preferencia?

Roberto: El deporte de mi preferencia es el futbol, jugué muchos años futbol, pero hoy en día el deporte de mi preferencia es el triatlón como mencione anteriormente. Sin embargo me fascina el futbol y me encanta verlo, ya no lo practico porque no es tan sano para mi y la edad que tengo.

Valentina: ¿cómo ha sido tu recorrido con la práctica de yoga.

Roberto: Mi recorrido y mi práctica de yoga, digamos que he empezado a cambiar a comprender de una manera diferente que significa el yoga, y cada vez he dejado de comprenderlo como una práctica y he empezado a tener la comprensión de que el yoga es una manera de vivir, por lo tanto se practican las distintas ramas pero al final es un estilo de vida yoguica que me permite ser más conciente, y como decía en la primera respuesta poder encontrar esos caminos que me conducen a sentirme pleno, a tener paz, entonces ese camino empezó primero por mi pareja, ella fue la primera que me llevo a una práctica y desde hay me empezó a llamar mucho la atención. Después me fui a vivir a la India y en India tuve una inmersión importante en la línea de Satyananda yoga, después estuve viajando por otros sitios y conociendo otras líneas, después me inicie en el camino del Kriya yoga que es la que practico actualmente y la que me invita todos los días a no verlo como una práctica sino como un sentido de vida que permean todos los aspectos de mi vida, así la concibo y la vivo.

Valentina: ¿De que manera te ayudo a mejorar tu vida?

Roberto: El yoga me ha ayudado a subir mucho mi energía vital, creo que los ejercicios que tienen que vienen practicando desde hace miles de años me permiten poder tener mi energía vital alta, eso significa poder tener suficientes recursos internos, a nivel energético para poder afrontar los retos que tengo en mi día a día. Cuando esos recursos internos se agotan, me queda mucho más difícil poder asumir una dificultad o enfrentar un problema con conciencia, con toda la intención de poderlos solucionar, y el yoga desde ahí siento que tienen unas herramientas muy prácticas, fáciles y contundentes que hacen que la energía vital de la persona este siempre elevada, que haya exceso de esa energía y siempre este vibrando en frecuencias altas, y eso permita que uno pueda tener más acceso a niveles de conciencia que hace que la vivencia humana sea más manejable. Me ha permitido concretamente tener más paz, establecer mejores relaciones, poder conocer mejor mi cuerpo y cuidarlo más. Eso ha sido un gran aprendizaje para mi, yo no incluía mi cuerpo dentro de mi proceso de aprendizaje, el yoga me ha invitado a ser mucho más conciente de lo que pasa en mi cuerpo y cómo a través de el genero procesos de aprendizaje y también encuentro caminos hacia la paz.

Valentina: ¿Tienes alguna dieta determinada o hábitos alimenticios de tu preferencia?

Roberto: No tengo una dieta determinada, tengo unos hábitos que he venido construyendo en los últimos diez años. Esos hábitos son ser muy conciente de qué es lo que como, soy

vegetariano tengo mi familia, es vegetariana también, mi esposa y mis hijas. Somos muy abiertos en términos de reconocer la diversidad que hay en ese aspecto y de no limitarnos a creer que todo el mundo tiene que ser vegetariano. Mi dieta es una elección personal, entonces decido no consumir carnes también decido todos los días tratar de no comer inconscientemente, no comer cuando no tengo hambre, no comer con ansiedad. Y ese es como mi hábito, ponerle atención a mi cuerpo y darle lo que necesita, entonces en ese sentido trato de comprar y consumir los alimentos más sanos que consiga asimismo, trato de agradecerlos y bendecirlos en el momento que llegan, entonces me fascina la comida saludable, vegetariana y sobretodo la comida cuando la puedo consumir con toda la conciencia y agradecimiento.

Valentina:¿Cómo cuidas de tu salud de una manera integral?

Roberto: La salud para mí hace parte integral de este camino de vida hacia el encuentro con mi paz interno, básicamente la cuido primero cuidándome en todos los sentidos; cuidando mi mente, en qué invierto mis tiempos de pensamiento, con qué nutro mi mente con lecturas, con conversaciones que decido tener. Cómo cuido mi cuerpo a través del deporte, cómo cuido mi tiempo y qué hago en ese tiempo, entonces para mí se vuelve como un todo, no es como cuido mi salud solamente cuidando mi cuerpo, es cuido mi vida y como cuido mi vida estoy cuidando mi salud, y cómo cuido mi vida, teniendo un propósito de vida claro y todos los días trabajando para llegar a ese propósito de vida. Es un concepto de integrar mi salud a mi proyecto de vida.

Valentina:¿Cuales son las lecturas de tu preferencia?

Roberto: Hoy en día no soy una persona que lea mucho, trato de aprender más de la vivencia que de la conceptualización, tuve una época en la que leía mucho pero hoy en día prefiero no tener tanta información sino poderla verificar en la acción. Entonces trato de buscar más experiencias que libros, y si leo y tengo tiempo me gusta leer mucho sobre el budismo, es una práctica que me conecta mucho y que me nutren, entonces sería los textos budistas los que son de mi preferencia.

Valentina:¿Cuales son tus opiniones con respecto a la práctica de yoga, la meditación y la espiritualidad en contraste con el estilo de vida actual?

Roberto: Siento que no hay un contraste cuando uno entiende que uno puede ser un yogui en Wall Street o puede ser un yogui en Nueva Delhi. Como el yoga no es una práctica sino que es una vivencia diaria independientemente de lo que uno viva, puedo estar en India haciendo yoga y meditando todo el día, pero al mismo tiempo puedo estar en Bogotá haciendo coaching, tener un restaurante, tener a mi familia y ser un yogui, entonces en ese sentido creo que no hay contraste porque el yoga mismo está inmerso en cualquier tipo de vida, lo que invita a hacer es que uno sea consciente de ser yogui en cualquier tipo de vida, no importa que hago sino desde dónde lo hago, y en ese desde dónde lo hago el yoga trae muchas técnicas y posibilidades para aplicar en cualquier contexto y en cualquier situación. Entonces desde hay el yoga es completamente pertinente en cualquier mundo, ya sea en éste actual en donde hay una gran velocidad y donde las cosas funcionan muy rápido, o también en el mundo donde la gente quiere vivir en un ashram o un monasterio en silencio. En ambos se aplica con igual fuerza y con los mismos resultados.

Valentina: ¿cómo crees que éstas practicas ayudan a las personas a mejorar su estilo de vida?

Roberto: La vivencia del yoga ayuda a mejorar el estilo de vida en la medida que permite ampliar la mirada sobre la vida de uno mismo. Cuando uno amplía la mirada uno encuentra más aspectos de uno mismo para seguir trabajándose, eso es para mí como el gran valor del yoga. El yoga en términos metafóricos es como anduve durante diez años de mi vida caminando con un ojo tapado y el yoga me permitió abrir otro ojo, y esa apertura de otro ojo me ayuda a ver más, a ver más cosas que hay, y en ese ver más puedo decidir que hacer con eso que veo. Si lo cambio, lo transformo, si lo acepto, entonces el yoga es una posibilidad para poderme ver con mayor profundidad, con mayor nitidez y desde esa mirada poder decidir si quiero hacer algún cambio o mejora, aceptación etc. Potencializar aspectos de mí que tengo en mi interior, en ese sentido pienso que es muy valioso y potente para aquellos que lo aceptan como una posibilidad.

Valentina: ¿cómo ha mejorado tu vida desde que tienes un estilo de vida más espiritual?

Roberto: Ha mejorado mi vida en muchos sentidos, me ha permitido ser mucho más congruente con ese propósito de vida que es tener paz y ser feliz, entonces me ha llenado de más alternativas y posibilidades, me permite tener una vida que tenga sentido, significado. He logrado acercar mi vida espiritual a mi vida material, tanto así que la vida material se ha vuelto espiritual. Para mí el gran aprendizaje ha sido acercarlo lo más que pueda a mi vida diaria, a lo que tengo que vivir todos los días, ha sido un gran aprendizaje poder tener una vida espiritual que esta inmersa en el mundo y la vivo todos los días en el aquí y el ahora.

16. Bibliografía

Agudelo, C & Villegas, F (2015). *LA INVESTIGACION PSICOGRAFICA y SU APLICACION EN EL MERCADEO*. Universidad del Valle, Cali, Colombia. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/7851/1/La%20investigacion%20psicografica%20y%20su%20aplicacion%20en%20el%20mercadeo.pdf>

Ávila, R. (1997). *Relaciones públicas, estrategias y tácticas de comunicación integradora*. Recuperado de: <http://ravilia.webs.com/Libros%20y%20publicaciones/RR%20PP%20-%20Estrategias%20y%20Tacticas%20de%20Comunicacion%20Integradora.pdf>
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs277/es/>

Black, S.(1994). *El ABC de las relaciones públicas*. Ed. Gestión, Barcelona.

Calle, R. (1999). *El gran libro del yoga*. Recuperado de: <file:///Users/valem93/Downloads/23.pdf>

Ciudad Yoga. (2013). *Beneficios Físicos y Fisiológicos*. Recuperado de: <http://ciudadyoga.com/beneficios-fisicos-y-fisiologicos/>

Dinero, (2006, 29 de septiembre). En el punto de venta. *Revista Dinero*. Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/mercadeo/articulo/en-punto-venta/36952>

Fernández, C. (2014, 15 de agosto). Dolores afectan a siete de cada diez colombianos. *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/salud/los-dolores-que-sufren-los-colombianos/14391636>

Galazar, K. (2011, 25 de mayo). Control emocional para reducir colitis nerviosa. *Salud y medicinas*. Recuperado de: <http://www.saludymedicinas.com.mx/centros-de-salud/hemorroides-y-enfermedades-colorrectales/articulos/control-emocional-para-reducir-colitis-nerviosa.html>

Gamboa, L. F. & Cortés, D (1999). “Una discusión en torno al concepto de bienestar”, Borradores de investigación, N°1, Facultad de economía, Serie Documentos ISSN 0124-4396

García, M. (2002). El bienestar subjetivo. *Escritos de psicología* 50(6), p. 18-39. Recuperado de: http://escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num6/escritospsicologia6_analisis1.pdf

González, A. M. (1999). *ORIGEN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL ESTILO DE VIDA EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR*. Universida de León, León, España. Recuperado de: http://consumo-inc.gob.es/publicac/EC/1999/EC51/EC51_04.pdf

Guillaume Erner (2010): *Sociología de las tendencias*. Gustavo Gili, Barcelona

Guzmán, H. (2012, 14 de mayo). Moda o tendencia, dónde está la diferencia. *Proyecto Moda*. Recuperado de: <http://www.proyectomoda.com/moda-o-tendencia-donde-esta-la-diferencia/>

Hernández, C. (2009). *HISTORIA DEL YOGA*. Universidad de Kuming, Yunnan, China. Recuperado de: <http://comentariosmedicos.com/documentos/historiadelyoga.pdf>

iProfesional. (2008, 28 de mayo). *Cúales son las 13 tendencias que hoy definen al consumidor*. Recuperado de: http://www.iprofesional.com/notas/66772-Cules-son-las-13-tendencias-que-hoy-definen-al-consumidor?page_y=800

Kotler, P & Lane, K. (2009). *Dirección de Marketing*. ED. PEARSON EDUCACIÓN, México

Maram, L. (2013, 23 de enero). Tres ejemplos para aprovechar la curiosidad en el marketing. *Luis Maram, Inspiring Marketing*. Recuerpado de: <http://www.luismaram.com/2013/01/23/tres-ejemplos-para-aprovechar-la-curiosidad-en-el-marketing/>

Meerman, D. (2007). *“The new rules of marketing”*. John Wiley & Sons Inc. New Jersey.

Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Edita: Publicaciones de la Universidad Jaume I, Castellón de la Plana, España.

Moraño, X. (2010, Septiembre). Segmentación del mercado. Recuperado de: <http://marketingyconsumo.com/segmentacion-de-mercados.html>

Muñiz, R. (2010). *Marketing en el siglo XXI*. Recuperado de: <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>

Organización Mundial de la Salud. (2012, Octubre). Cefaleas. Recuperado de: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs277/es/>

Pallomba, R. (Julio, 2002). Calidad de vida: conceptos y medidas. (presidencia). *Taller sobre calidad de vida y redes de apoyo de las personas adultas mayores*. CELADE, Chile. Recuperado de: http://www.cepal.org/celade/agenda/2/10592/envejecimientorp1_ppt.pdf

Rey, G. (2012, 12 de febrero). Insomnio, la pesadilla que ataca a jóvenes. *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12590321>

Rodríguez, A Catrejón, C & Cid, M. (2010). *Multiculturalismo y mercados*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/librosgratis/2010c/738/Los%20nuevos%20consumidores%20Tendencias%20valores%20y%20estilos%20de%20vida.htm>

Rodriguez, M.V. (2008). *YOGA Y INSOMNIO*: Instituto Yoga Kai Palermo Soho Buenos Aires. Recuperado de: <http://www.yogakai.com/insomnio.htm>

Santoyo, R. (2012). *Antología. Comportamiento del consumidor*. Recuperado de: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1217/estilo_vida.html

Schiffman, Leon G., *Comportamiento del consumidor*, Prentice Hall, México, Séptima edición, 2001, G-12.

TIS Consulting Group. (2012). *Segmentación de mercado: estrategias básicas para identificar segmentos y elegir un mercado meta*. Recuperado de: <http://tisconsulting.org/es/news/market-segmentation-basic-strategies/>

Thompson, I. (2005, Agosto). La segmentación del mercado. *Promonegocios.net*. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>

Thompson, I. (2006, Febrero). La promoción de ventas. *Promonegocios.net*. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-de-ventas.html>

Umaña, J.D. (2013, 23 de noviembre). Ese dolor que comparten 860 millones de personas. *El Colombiano*. Recuperado de: <http://www.elcolombiano.com/ese-dolor-que-comparten-860-millones-de-personas-BAEC-271110>

Veilgaard, H. (2008). *"Anatomía de una tendencia. Una mirada fascinante a los patrones de su origen"*. Ed. Mc Graw Hill, México DF.

Weisinger, H. (2009). *El genio del instinto*. Ed. FT PRESS, Londres

Yoga Integral. (2008, Agosto). Entrevista a Swami Mitreyananda. Recuperado de: <http://www.yogaintegral.biz/queeselyoga.pdf>