

RESUMEN EJECUTIVO

El plan estratégico de marketing de la Comunidad Terapéutica San José Marina, se presenta en la siguiente investigación, con el fin de que dicha organización sea más competitiva y estructurada, producto de una serie de esfuerzos, recolección de información y la participación activa de los directivos. El centro fue fundado en el año de 1.999, por la Doctora Rosa Luna con el interés de formar una clínica médica especializada en prestar servicios de rehabilitación mental. Para iniciar el análisis del presente proyecto se examina los factores ajenos a la organización como base para que la organización se ajuste al escenario actual del país. El ambiente interno fue uno de los factores claves para entender el estado actual de la Comunidad Terapéutica, en esta etapa se determina las fortalezas y debilidades que tiene la organización. Las estrategias de marketing se diseñaron a través de la fase exploratoria, usando datos tanto cuantitativos como cualitativos. La segunda fase de investigación consistió en la etapa descriptiva útil para obtener aquellas percepciones del servicio de un centro de rehabilitación para personas con trastornos de salud mental. La formulación de los objetivos del presente estudio se planteó en base a las necesidades actuales de la institución. Dentro de las tácticas se consideró el producto, precio, plaza y promoción esenciales para el cumplimiento estratégico del estudio. El análisis financiero muestra como la inversión de \$51.230,00 dólares necesarios para las tácticas a realizar arrojan resultados positivos, generando rentabilidad para la Comunidad Terapéutica que servirá para seguir brindando este tipo de ayuda a todas las personas que tengan este tipo de problemas mentales. El impacto de las estrategias planteadas ocasionará un incremento de los ingresos en la institución pudiendo así mantenerla en el mercado que opera y también dar a conocer a más personas de su existencia.

PALABRAS CLAVES:

- **PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING**
- **COMUNIDAD TERAPÉUTICA**
- **SALUD MENTAL**
- **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**
- **ANÁLISIS SITUACIONAL**
- **PARTICIPACIÓN DE MERCADO.**

ABSTRACT

The strategic marketing plan of Therapeutic Community San José Marina, is presented in the following investigation, so that this organization more competitive and structured product of a series of efforts, data collection and the active participation of managers. The center was founded in 1999, by Dr. Rosa Luna with the objective of forming a medical clinic specializing in providing mental rehabilitation. To start the analysis of this project there was considered in first instance factors outside the organization as a basis for the organization to fit the current situation of the country under consideration. The internal environment was one of the key factors in understanding the current state of the Therapeutic Community, at this stage the strengths and weaknesses that the organization is determined. Marketing strategies are designed through the exploratory phase, using as many quantitative and qualitative data. The second phase of research was descriptive stage useful for those perceptions service a rehabilitation center for people with mental health disorders. The formulation of the objectives of this study was proposed based on the current needs of the institution. Among the tactics the product, price, place and promotion essential for the strategic compliance of the study was considered. The financial analysis shows how investing \$ 51,230.00 tactics needed to perform yield positive results, generating profitability for Therapeutic Community will serve to continue providing such assistance to all people who have this kind of mental problems. The impact of the proposed strategies will result in an increase in revenues in the institution and in the market can keep operating and to inform more people of their existence.

KEYWORDS:

- **STRATEGIC MARKETING PLAN**
- **THERAPEUTIC COMMUNITY**
- **MENTAL HEALTH**
- **MARKET RESEARCH**
- **SITUATION ANALYSIS**
- **MARKET SHARE.**

