



MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LOS SISTEMAS
DE SALUD

MATERIA
MERCADOTECNIA EN SALUD

DOCENTE
MTRA. ROCIO GUADALUPE AGUILAR AVENDAÑO

TAREA
ENSAYO

ESTUDIANTE
SONIA LUZ GASCA MENDEZ

TAPACHULA, CHIAPAS
03 DE JULIO DEL 2021

Actualmente nuestras actividades diarias giran en torno al consumo de productos o uso de servicios que brindan estabilidad a nuestra vida diaria., con lo anterior me refiero a que solemos depender de lo que el mercado nos ofrece. El mercado desde años ha sido una vía indispensable de intercambio, y., para que este siga funcionando de manera habitual y en beneficio para todos, ha sido objeto de estudio. La mercadotecnia se consolida como un factor primordial ya que gracias a ella se ha logrado identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y/o deseos del consumidor.

Bien., al hablar de la salud dentro del tema de la mercadotecnia hay que recalcar que no hablamos como tal de un producto, si no de un servicio. Debemos tener en cuenta que la mercadotecnia en el sector salud se ha convertido en un aliado necesario que ha dado respuesta a los diferentes paradigmas que se presentan en la actualidad y conducir a la población hacia el conducto final que sería el bienestar (la salud). Existe una disciplina dentro de la mercadotecnia la cual nace en el año de 1971 conocida como “Mercadotecnia Social” la cual ha demostrado que posee un gran potencial en el campo de la salud pública.

Según Philip Kotler nos habla de mercadotecnia social como: “el uso de principios y técnicas de mercadotecnia para influenciar a la gente para: aceptar, rechazar, modificar o abandonar algún comportamiento para beneficio del individuo o grupo de la sociedad”. Ejemplo de ello ha sido el gran auge que tuvo la mercadotecnia en la pandemia que estamos enfrentando, desde la importancia del lavado de manos, el uso de cubrebocas, la sana distancia, la difusión de las campañas de vacunación, entre otras pequeñas acciones que han dado paso a un objetivo en común, el disminuir el número de casos de contagio., y que consigo trajo la producción masiva y venta de productos de higiene y equipos de protección.

Con lo anterior se demuestra que su propósito es “vender” ideas con la finalidad de promover cambios sociales que están enfocados a la prevención de enfermedades y promoción de estilos de vida saludables. Todo hospital funge como imagen de prestación de los servicios en cuanto a la salud, pero al hablar sobre el producto hospitalario., este suele ser complejo y difícil de medir ya que están en función a las características de cada paciente, lo cual los hace especial a

cada uno de ellos. Es ahí donde aparecen los profesionales de la salud, quienes intervienen como actores dentro de la mercadotecnia y que buscan solucionar las necesidades que presenta el individuo. Los profesionales de la salud pueden producir servicios de manera individual, o agruparse., a dicha unión se le denomina equipo multidisciplinario.

Cabe hacer mención el alto impacto que han tenido los programas de promoción a la salud., y el progreso que se ha obtenido es gracias al mercadeo., el cual nace dentro del sector salud debido a la necesidad de diseñar programas de calidad que realmente generen un alto impacto mediante el análisis de la población y sus características. El diagnóstico en cuanto a los servicios de salud es utilizado como un instrumento de gran valor para la planeación de programas y tiene como finalidad identificar los problemas de salud que aquejan a una población delimitada geográficamente. Un diagnóstico tradicionalmente se conforma por diferentes elementos sustanciales, considerados claves para comprender el estado de salud de la población. Entre ellos tenemos los daños a la salud, los factores determinantes, y el resultado con el que se cuenta para dar una atención oportuna.

Con todo lo que hemos visto hasta el momento, creo que ha quedado clara la idea de la importancia que tiene la mercadotecnia en el sector público. Como trabajadores de hospitales, sabemos y reconocemos que trabajar con los usuarios no suele ser una de las actividades más fáciles que tengamos en nuestro trabajo, sino lo contrario, es de las mas complejas que pueden existir. Tengamos en cuenta que cada individuo es un mundo, diferentes padecimientos, dolencias, necesidades e incluso historias que nosotros a primera vista no conocemos. Cada aspecto hasta el mas insignificante es importante para poder generar bienestar en los pacientes. Por ello y a través de la mercadotecnia se espera lograr el cambio, teniendo en mente que cada uno de nosotros somos principales difusores de la salud, para lograr el cambio en la comunidad primero debemos poner el ejemplo y trabajar en equipo para lograr la meta que los programas dedicados a la salud buscan.

Webgrafía

- <https://revistapym.com.co/destacados/definicion-mercadeo-lo-que-lo-que-fue-lo-que-puede-ser/>
- <https://www.cump.edu.mx/articulos-de-interes/mercadotecnia-vida-diaria/>
- https://www.uv.mx/cendhiu/files/2018/02/Manual_Mercadotecnia.pdf