



ALUMNA: MARIA ADILENE RODRIGUEZ COTA.

MATERIA: MERCADOTECNIA EN SALUD

TRABAJO: CUADRO SINOPTICO.

FECHA:

15/07/2021

TAPACHULA CHIAPAS 15 DE JULIO DE 2021

EL MEDIO AMBIENTE FISICO

AMBIENTE FISICO

Los ambientes de las mercadotecnia son todas las fueras externas e interna del mercado que afectan el negocio, comprender estos factores de influencia ayuda a la comunicación con el público y a oportunidad de acerca a atender las necesidades de los usuarios

AMBIENTE SOCIAL

Es el ambiente más fuerte al momento de colocar en juego los factores de influencia del comportamiento de sus clientes. La cultura de una región o de un país es lo que es más poderoso al momento de montar una estrategia de marketing

La estrategia que esa marca va a usar depende de la cultura de cada región.

AMBIENTE JURIDICO

Es muy obvia la forma como este ambiente afecta la estrategia de administración de marketing de una empresa, las Leyes e imposición fiscal afectan directamente la forma en la que la empresa funcionará y la estrategia depende de eso.

Este sea el ambiente más delicado de todos, está lleno de complicaciones y es difícilmente negociable.

AMBIENTE ECONOMICO

La economía afecta no solo la forma cómo se realizan las inversiones en la empresa sino también el comportamiento de consumo de tu público.

Puede afectar también el proceso de fijación de precios y llegar al punto de interferir en dónde el producto o servicio será ofertado.

AMBIENTE ECOLOGICO

Puede hasta parecer que no, pero este es un ambiente que puede afectar, y mucho, la estrategia del negocio.

Hay aspectos para tener en cuenta como catástrofes naturales, temporadas de lluvia, verano, entre otros en los que se puede agudizar la demanda de servicios de salud

INFLUENCIAS ETNICAS

Este tema es de especial importancia en las Instituciones de Salud, derivado de la gran diversidad de pacientes que se atienden, por lo que la empresa debe concentrarse en conocer sus necesidades y atenderlas de acuerdo a las posibilidades de la misma, tomando en cuenta, cultura, religión idioma y considerando las cuestiones de inclusión social.

INFLUENCIAS TECNOLOGICAS

La tecnología impacta considerablemente en la vida de todo el mundo, y de las instituciones de salud no son la excepción, con las nuevas tecnologías es posible optimizar el tiempo y generar mayor productivas y en el caso de los sistemas de salud los equipos médicos de alta tecnología generan diagnósticos más certeros que permiten guiar a actuación del personal de salud hacia el tratamiento más adecuado para cada paciente.

MERCADOTECNIA EN EL 1 NIVEL DE ATENCION MÉDICA

En tanto que la población mexicana en general opinó que el principal problema de los servicios, tanto públicos como privados, es la mala calidad (40%), antes que la falta de recursos (36%) y la falta de acceso (11%), más del 58% de quienes si habían utilizado servicios de salud durante el año anterior calificaron la calidad de la atención recibida como buena.

MERCADOTECNIA HOSPITALARIA

La Mercadotecnia en Salud o Sanitaria, entendida como la "orientación Administrativa que procura un proceso de intercambio entre clientes y profesionales, con el objeto de solventar necesidades, satisfacer deseos y expectativas en materia de salud" (Priego-Alvarez, 1995) adquiere vital importancia para la mejor prestación de los servicios

Como herramienta de gestión, la mercadotecnia habrá de detectar las necesidades de salud no satisfechas buscando suplirlas con servicios nertinentes

CONSUMISMO EN SALUD

El conocimiento o deseo de conocimiento está relacionado con el grado de información que posee el consumidor para poder discernir en una elección de compra. Muchas tomas de decisiones sólo obedecen a simples elementos informativos como: precio, nombre e imagen de marca. Los grados de ambos conceptos pueden ser altos o bajos, y dan pié a cuatro combinaciones que son aplicables a la compra de servicios de salud.

CONSUMISMO SANITARIO

El consumo sanitario implica el gasto por el uso que se hace del producto de salud (objeto concreto o servicio que ha incorporado trabajo humano y cuyo valor de utilidad está dado por su capacidad por satisfacer una necesidad o resolver un problema de salud).