



**Nombre del alumno: Zunun Ortiz Karla Isabel**

**Nombre del profesor: Garduño Ortega Gerardo**

**Nombre del trabajo: Mapa Conceptual.**

**Materia: Mercadotecnia en Salud**

**Grado: I**

**Maestría en Administración en Sistemas de Salud.**

Chiapas a 6 de enero de 2022.

# ESTUDIOS DE CONSUMO EN SALUD

implica todo un proceso de adquisición y utilización de los bienes y servicios de salud a fin de obtener de ellos una satisfacción o utilidad directa en términos de mejora del nivel de bienestar.

## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### ETAPAS EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Es una técnica sistematizada de recopilación e interpretación de hechos y datos útiles a los gerentes de mercadotecnia de una empresa.

- Definición del problema, los objetivos y las oportunidades.
- Diseño de la investigación.
- Obtención de la información y datos.
- Tratamiento y análisis de datos.
- Interpretación y presentación de los resultados.
- Acciones basadas en datos.

### SEGMENTACIÓN DE MERCADO EN LAS INSTITUCIONES

Proceso mediante el cual se identifica las necesidades de los diferentes grupos poblacionales.

### CLASIFICADA EN

- Hipótesis
- Definición, clasificación y medida de las variables
- Fuentes de información
- Encuesta
- Cuestionario
- Diseño

### ENTREVISTAS EXPLORATORIAS

La finalidad principal del estudio exploratorio es el descubrimiento de ideas y conocimientos.

### ESTUDIOS DESCRIPTIVOS

Tiene como finalidad describir las características de ciertos grupos, determinar la frecuencia con que ocurre algo, estimar la relación entre dos o más variables o efectuar predicciones.

### ESTUDIOS EXPERIMENTALES O CAUSALES

Es idóneo para contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa-efecto, por el control que proporciona al investigador

# MERCADOTECNIA EN SALUD

## MERCADOTECNIA

Es una de las ramas administrativas que, en una aproximación personal, es de las más subestimadas. Tiene como objeto mejorar la comercialización de un producto.

## MERCADOTECNIA EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS

Es una especialización de la administración en salud y enfoque de la salud pública que aplica principios y teorías de la mercadotecnia tradicional



## FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA EN SALUD

### INSTITUCIONES HOSPITALARIAS PÚBLICAS Y PRIVADAS.

El hospital es una empresa de servicios y por lo tanto no se debe diferenciar de las otras empresas en sus elementos técnicos administrativos.

### PUBLICO

son financiados con fondos estatales, así que, como resultado, no pueden rechazar a nadie

### PRIVADO

Tienen el derecho a rechazar el tratamiento de una persona.

### TENDENCIAS Y DESVIACIONES ESTACIONALES Y CÍCLICAS.

1. Técnicas de análisis univariable y bivariable
2. Técnicas de análisis multivariable

### DIMENSIONES Y USOS DE LA MERCADOTECNIA SANITARIA

### MEZCLA BÁSICA DE LA MERCADOTECNIA EN LAS INSTITUCIONES

Las etapas que genera la mercadotecnia se basan en el desarrollo de sus actividades de manera lógica y establecida. Analiza las principales actividades de una empresa: creación, distribución, promoción e intercambio de bienes y servicios

### ETAPAS

- ✓ Medio
- ✓ Microentorno
- ✓ macroentorno

### EL PRODUCTO EN LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS.

Cada hospital tiene una estructura propia según sus necesidades y cada país ha establecido diferentes organizaciones acordes con su realidad.

- Consulta ambulatoria (Externa) general y especialista.
- Atención domiciliaria.
- Emergencias.
- Hospitalización.
- Servicios de apoyo y complementación terapéutica.

### ESTRUCTURA DEL PRODUCTO

Proporciona una clasificación jerárquica de los elementos que forman un producto.

- 1.-Producto genérico
- 2.- Producto esperado
- 3.-Producto aumentado
- 4.-Producto potencial

### LOS ESTUDIOS

Es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado

### CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

- Intangibles
- Indivisibles
- Heterogéneos
- No se pueden conservar



---

## REFERENCIAS

---

- Antología UDS.
- Bryan Salazar Lopez, 01 de julio, 2019. Variaciones.com
- Javier Sánchez Galán, 13 de febrero, 2016 Servicio. Economipedia.com
- Laura D. Galvez, 13 de agosto, 2020. Blogcontent.com

# UDS