

UNIVERSIDAD DEL SURESTE



NOMBRE DE LA PROFESOR: Mtro. Gerardo
Garduño Ortega

NOMBRE DE LA ALUMNA: Gladis Alcazar Rincón

MATERIA: Mercadotecnia en Salud

TEMA: Ensayo

FECHA: 21 de enero 2022

INTRODUCCION

En este ensayo se comprenderá como se distribuyen los productos de salud, como se da la comunicación en salud la cual ésta situación pasa por el reconocimiento de un planteamiento en la estrategia comunicativa, y como un producto o servicio es de calidad cuando satisface las necesidades y expectativas del cliente o usuario , también se hace mención de los tipos de ambiente que existen y como la sociedad se adapta a cada uno de ellos, y la importancia que da la Secretaria de Salud al desarrollo de la medicina Mexicana para tener calidad y seguridad en la atención de cada ciudadano, y como las autoridades federales han utilizado estrategias para abordar temas de salud, educación y alimentación por medio de programas. Así también se hace mención de las necesidades básicas de cada individuo, según el psicólogo Abraham Maslow y por último se da a conocer los derechos del consumidor sanitario.

DESARROLLO:

La distribución de producto de salud es el canal de ventas, sugiere un camino o ruta por el que circula el flujo de productos desde su creación hasta el final de su consumo. El punto de partida es el productor y el punto final o destino es el consumidor. La distribución exclusiva supone la concesión al intermediario de la exclusiva de ventas en un determinado territorio o área de mercado. La distribución intensiva tiene lugar cuando se quiere llegar a mayor número posible de puntos de ventas con las más altas exposición del producto.

Los procesos comunicativos adquieren una especial relevancia en una sociedad donde la lógica dominante apela al consenso establecido mediante el diálogo, una adecuada reflexión en este sentido incidirá sobre el planteamiento estratégico, primero, porque puede suponer una modificación de los objetos en función de una diferente sensibilidad ética y en segundo porque una responsabilidad derivada de la ética social comunicativa conduce a la ética discursiva.

La relación comercial se da a través de cadenas de distribución haciéndose necesario el uso de especificaciones definidas, garantías, muestras, que tengan un papel equivalente a la antigua reunión entre el fabricante y el usuario.

El medio ambiente físico: esto lleva a un menor crecimiento de la población y a una inversión en la pirámide poblacional.

Ambiente social: incremento de los recursos económicos y de nivel cultural, así como la paulatina disponibilidad de más tiempo libre de grupos cada vez más numerosos de la sociedad mexicana, ha originado un cambio en los estilos de vida, mejor consumo en cantidad, pero a la vez, más selectivo en calidad.

Ambiente jurídico: tiene lugar a un proceso de privatización de sectores o actividades que habían estado tradicionalmente en el sector público.

Ambiente económico: el ingreso es el factor que determina de modo más directo, la capacidad de compra del mercado.

La Secretaría de Salud y el Hospital General de México ha sido base de los desarrollos de la medicina mexicana, promotores del cambio e impulsores de los grandes avances en la investigación y educación médica del siglo XX. La Secretaria de Salud se encuentra inmersa en el proceso de cambio con el objeto de responder con calidad y calidez a estos retos. Se puede considerar a la calidad como una filosofía integradora de las distintas

actividades de la organización y como generadora de un modo de hacer que se torna imprescindible para alcanzar el reto de la competitividad, la calidad de atención médica , por su parte tiene como finalidad otorgar atención medica al usuario con oportunidad, conforme a los conocimientos médicos y principios médicos urgentes, con satisfacción de sus necesidades de salud y expectativas, por parte del prestador de servicios y de la institución.

El Sistema Nacional de Salud en México ha emitido respuesta para abordar la complejidad de las necesidades de su población a través de la Secretaria de Salud sobre quien recae la función rectora. Las autoridades federales a través de la Secretaria de Salud son responsables por la rectoría y la evaluación de la atención de salud. La dirección de Urgencias Epidemiológicas y Desastres de la SSA se coordina con todas las instituciones que intervienen en la repuesta y mitigación de los desastres naturales (Sistemas Nacional de Protección Civil, la Seguridad Social, Cruz Roja Mexicana y organizaciones no gubernamentales)

La Comisión Nacional de Arbitraje Médico (CONAMED) tiene un rol prioritario al contribuir a resolver las controversias entre usuarios y prestadores de servicios derivados de la atención médica y prevenir la mala práctica médica.

Hay que lograr que los programas de salud con enfoque de mercadotecnia social puedan conseguir efectos duraderos y destacar los resultados obtenidos para motivar a los usuarios del mismo y ganar en credibilidad. Todos los avances que se logran en el marketing lateral es la aplicación práctica del proceso de pensamiento lateral al marketing con la finalidad de encontrar ideas innovadoras para el desarrollo de nuevos productos y servicios.

Katona, parte de la creencia de que la base fundamental del desarrollo del fenómeno del consumo ha sido el incremento del ingreso familiar. Katona trataba de demostrar que el milagro del consumo se debía a diversas fuerzas, los cambios en la composición de la población, en la educación y en las costumbres, en las nuevas actitudes y aspiraciones.

El psicólogo norteamericano Abraham Maslow (1975) estableció una escala funcional de necesidades, muy utilizada en la investigación comercial y en la sociología del consumo hasta hoy en día. Para Maslow, las necesidades básicas tienen un carácter instintivo, y se ordenan, por si mismas en una jerarquía perfectamente definida según un principio de potencia relativa. Maslow distingue cinco grupos de necesidades básicas estas son:

1.- Necesidades Fisiológica: son de origen biológico y están orientadas hacia la supervivencia del hombre; se consideran las necesidades básicas e incluyen cosas como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio.

2.- Necesidades de Seguridad: seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos, familiar, de salud y contra el crimen de la propiedad personal.

3.-Necesidades de amor, afecto y pertenencia: El amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social y están orientadas, a superar los sentimientos de soledad y alienación.

4.- Necesidades de estima: Orientadas hacia la autoestima, el reconocimiento hacia la persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; al satisfacer estas necesidades, las personas se sienten seguras de sí misma y valiosas dentro de una sociedad; Maslow señaló dos necesidades de estima: una inferior que incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, y dignidad; y otra superior, que determina la necesidad de respeto de sí mismo, incluyendo sentimientos como confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad.

5.- Necesidades de auto-realización: son las más elevadas y se hallan en la cima de la jerarquía; Maslow describe la auto-realización como la necesidad de una persona para ser y hacer lo que la persona "nació para hacer", es decir, es el cumplimiento del potencial personal a través de una actividad específica.

El derecho a la protección a la vida, salud y seguridad es el más importante de todos, por el valor esencial de la vida, la salud y la seguridad no solo de los consumidores sino de cualquier persona. El pacto internacional de Derechos Civiles y Políticos establece que el derecho a la vida es inherente a la persona humana, que este derecho estará protegido en la ley, que nadie podrá ser privado de la vida arbitrariamente, está reconocido el derecho a la vida en la Convención Americana sobre derechos humanos.

CONCLUSION

En este ensayo pude comprender la importancia de la mercadotecnia en el sistema de salud y como se distribuyen los productos de salud, los tipos de ambientes que existen y como se adapta a cada individuo, y que cada producto o servicio es de calidad cuando sabemos que satisface las necesidades de las personas, Nola Pender identifica en el individuo factores que se relacionan con la toma de decisiones o conductas favorecedoras de la salud, y aprendí sobre las necesidades que estableció Abraham Maslow, la Teoría de la Motivación humana, necesidades y factores que motivan al ser humano, también el derecho a la protección a la vida, salud y seguridad de cualquier persona los cuales se establecen en la constitución política.

BIBLIOGRAFIA

Fischer, Laura y Espejo Jorge. (2017). Mercadotecnia. Ciudad de México: McGraw Hill.
(Libro UDS)

http://files.franklin-yagua.webnode.com.ve/200000092-e266ae35e3/Teoria_Maslow_Jose_Quintero.pdf