



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Docente:

Lic. Garduño Ortega Gerardo

Alumna:

López Sánchez Floricela Nayeli

Trabajo:

Ensayo

Materia:

Mercadotecnia en Salud

Carrera:

Maestría en Administración en Sistemas de Salud

Fecha: 19-01-2022

Comunicación en salud.

La comunicación en salud es aquello que pretende informar y motivar a la población sobre temas de salud más importantes a tratar. Esto, con el fin de sensibilizar a la población a un cambio en su vida cotidiana. Y para la mejora de la misma, contando así con recursos que ayuden a la población a poner en práctica.

La comunicación en salud es muy importante para poder interactuar con los usuarios o pacientes y familiares que hayan ingresado en el hospital a recibir atención médica.

Los derechos del consumidor sanitario.

El derecho a la protección a la vida, salud y seguridad es el más importante de todos, por el valor esencial de la vida, salud y la seguridad no solo de los consumidores sino de cualquier persona.

En la actualidad el derecho a la vida hasta los delincuentes tienen más derechos que las personas civiles. En muchos de los casos los derechos humanos son sobornados para que bajo su delito quede libre.

Comunicación en salud

Desde algunos años, los modelos sobre salud pública han derivado de un planteamiento médico basado en un concepto de salud biológico, que postulaba una etimología fisiológica de la enfermedad y un tratamiento farmacológico o quirúrgico, a un modelo biopsicosocial, donde la etimología de la enfermedad es biológica o psicosocial y, frecuentemente, resultado de una interacción entre ambas.

La comunicación en salud ha sido definida como el arte y las técnicas para informar, influir al público sobre temas de salud relevantes desde la perspectiva individual, comunitaria e institucional.

Se ocupa para la prevención de enfermedades que puedan afectar a los individuos en un futuro. En la comunicación de la salud es importante dar a conocer de todos los tipos de enfermedades que hay en la actualidad esto con la finalidad de proporcionar a la población recursos e instrumentos que los ayude a entender, pero sobre todo proporcionarles informaciones bastantes claras sobre cada asunto para que ellos tengan la capacidad de comprender.

Por otro lado la comunicación en salud tiene que ver con los programas que se pretende llevar a cabo en una población. Cuando nos referimos a esto nos da a entender que es importante la comunicación en las personas que contribuirán en dicha acción para tener

resultados favorables en dado caso que los organizadores no tienen la capacidad de comunicación este proyecto no podrá alcanzar los objetivos que se desea tener.

Según Cuesta, Ugarte y Menéndez, 2006. La comunicación social y salud: son los procesos comunicativos adquieren una especial relevancia en una sociedad donde la lógica dominante apela al consenso establecido mediante el diálogo.

Así entonces la comunicación en salud juega un papel importante que imparte conocimientos, reforzamiento de conductas, valores y normas sociales que puede contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Los derechos del consumidor sanitario

El derecho a la protección de la vida es una manifestación del derecho a la vida que reconocen los principales convenios y tratados internacionales sobre los derechos humanos.

El derecho a la vida es uno de los que dicta la ley muy importante ya que todos los seres humanos tienen el derecho de vivir y no ser privados de su libertad.

Por otro lado cuando un individuo es autorizado con una pena de muerte este debe ser por una causa bastante grave para que sea privado de su libertad.

De igual manera los secuestradores que privan de su libertad a sus víctimas eso es un delito grave que también el delincuente debe pagar con cárcel bajo la autoridad competente.

El derecho a la vida nos da a entender de lo importante que es para cada ser humano tener una vida libre a pesar de los golpes de la vida aun así es maravilloso.

Como ya se menciona en el texto la comunicación en la salud va dirigida en distintas expresiones, como por ejemplo, para que un paciente pueda sentirse cómodo en un hospital los personales de salud tienen el deber de comunicarle toda la verdad al paciente en caso de que presente una enfermedad grave o no.

Es importante la comunicación ya que en base a eso se les facilita más el historial clínico del paciente.

Por otro lado como ya lo mencionamos para que se pueda llevar a cabo alguna gestión pública en la población se necesita la interacción del encargado del programa con la

población, para que tengan la información del tipo de apoyo que se les proporcionara, esto con el fin de evitar problemas a futuro.

Nos es muy útil para impartir pláticas en escuelas con alumnos y en centro de salud con madres de familia con el fin de impartir informaciones útiles para el cuidado personal y de toda la población.

En caso del derecho de la vida en mi opinión es muy importante salvar la vida humana. La ley protege el derecho a la vida aunque en la actualidad están optando generar la ley del aborto, a mi parecer eso es privación a la vida pero también cada quien tiene el concepto distinto de vivir la libertad a la vida.

Entonces en lo ya mencionado, el derecho a la protección de la salud es también una manifestación del derecho humano a la salud que establece el pacto internacional de derechos económicos, sociales y culturales.

Bibliografía

Ayuso Murillo, D. y Grande Sellera, R. F. (Dir.). (2014). La apertura de un hospital. Ediciones Díaz de Santos.

Chong, Luis. (2009). Promoción de ventas. Ciudad de México: Gránica

Faizal GeaGea, E. y Faizal GeaGea, E. (2013). Gerencia de hospitales e instituciones de salud. Ecoe Ediciones.

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

García Cerdeño, Antonio, «Una aproximación hacia la teoría de la venta», segunda parte, EsicMarket, 63, enero-marzo de 1989, pp. 63-82.

Santesmases, Miguel. (2016). Fundamentos de mercadotecnia. Ciudad de México: Grupo editoria patria.

Strang, Roger A., «Sales Promotion – Fast Growth, Faulty Management», Harvard BusinessReview, 54, 4, julio-agosto de 1976, pp. 115-124.