




20 DE OCTUBRE DEL 2022

PLANEACIÓN ESTRATEGICA
ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS

Azucena Carranza
UNIVERSIDAD DEL SURESTE
LIC. EN NUTRICIÓN



DIAGNÓSTICO ACTUAL

EL IMSS CUENTA CON CAMPAÑAS DE SALUD COMO LO SON:

LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA
PREVENIMSS

SU SITUACIÓN ACTUAL SE BASA EN COMO ESTAS TIENEN DE PROPOSITO EL PREVENIR A TIEMPO CIERTAS ENFERMEDADES.

POR EJEMPLO EL PREVENIMSS NOS DICE QUE NOS MIDAMOS Y CHEQUEMOS, COMER BIEN PARA NO LLEGAR A TENER OBESIDAD O DESNUTRCIÓN.

IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

LA MISIÓN DE ESTAS CAMPAÑAS ES HACER QUE LAS PERSONAS PUEDAN EVITAR EL CONTRAER ENFERMEDADES, O EN ESTE CASO EN LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA, DETECTAR A TIEMPO SI SE TIENE LA ENFERMEDAD.

SU VISIÓN ES QUE ESTO PUEDA LLEGAR A VARIOS MEDIOS Y ASÍ PUEDAN TODOS TENER UNA INFORMACIÓN ADECUADA.

LOS VALORES DENTRO DE LA INSTITUCIÓN SON EL RESPETO, LA RESPONSABILIDAD.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

DENTRO DE ESTO, LOS MEDIOS QUE USAN PARA LA INFORMACIÓN SON EN TELEVISORAS, RADIOS, MEDIANTE FOLLETOS, CARTELES PARA QUE ASÍ PUEDA LLEGAR A TODA LA PLOBACIÓN.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

LOS OBJETIVOS ESTRATEGICOS COMO YA DIJE, SE BASAN EN EVITAR QUE TANTAS PERSONAS LLEGUEN A CONTRAER LA ENFERMEDAD, QUE ESTOS PUEDAN TENER UNA INFORMACION ADECUADA Y ESTAR ENTERADOS DE COMO SE DEBE TRATAR.

PLAN DE ACCIÓN U OPERATIVO

PARA ESTO SE REQUIERE UN EQUIPO QUE ESTÉ BIEN COORDINADO POR UN BUEN ASESOR, QUE SEA RESPONSABLE, GANAS DE TRABAJAR EN CONJUNTO Y UN SINFÍN DE IDEAS BUENAS PARA PODERLAS PRESENTAR TODAS Y SOBRE ESO TRABAJAR. EMPEZAR PARA IDEAR UNA INFORMACIÓN PARA CADA MEDIO Y QUE ESTA SEA LLAMATIVA Y AL MISMO TIEMPO INFORMATIVA PARA LA PERSONA.

SEGUIMIENTO

DESPUES DE QUE TODA LA CAMPAÑA YA ESTE EN USO Y DISPOSICION, SE DEBE SEGUIR DANDO PROMOCION PARA LAS NUEVAS GENERACIONES O TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE AUN NO ESTEN ENTERADAS.