



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 DESNUTRICIÓN.

## 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.