



Mi Universidad

SUPER NOTA.

Nombre del Alumno: Francisco De Jesús Torres Gómez.

Nombre del tema: Unidad III y IV El Medio Ambiente Físico.

Materia: Mercadotecnia en Sistemas de Salud.

Nombre del profesor: Mtro. Gerardo Garduño Ortega.

Nombre de la Maestría: Administración de los Sistemas de Salud.

Cuatrimestre: 2do Cuatrimestre.

14 de Abril de 2023.

3.5.3 DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE SALUD.



“Para ir del productor al consumidor, el bien o servicio elaborado debe pasar a través de algún medio. Este medio es el canal de ventas. El término canal sugiere un camino o ruta por el que circula el flujo de productos desde su creación en el origen hasta llegar a su consumo o uso en el destino final.”

“El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre el productor y el consumidor son los intermediarios. En este sentido, el canal de distribución está constituido por todo aquel conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario.”



3.5.4. Comunicación en salud.



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

3.5.5. Pláceme, el componente de calidad.

“El significado histórico de la palabra calidades el de aptitud o adecuación al uso. El hombre primitivo determinaba la aptitud del alimento para comérselo o la adecuación de las armas para defenderse. Para algunos la relación entre la calidad de un producto o servicio y el precio que el cliente debe pagar no queda suficientemente contemplada en las expresiones anteriores y prefieren definir la calidad como lo hace Peter F. Drucker, dejando así en claro la relación calidad precio, que será, en definitiva, el aspecto diferencial en el que se basará el cliente a la hora de adquirir un producto o un servicio. “



UNIDAD IV EL MEDIO AMBIENTE FÍSICO.

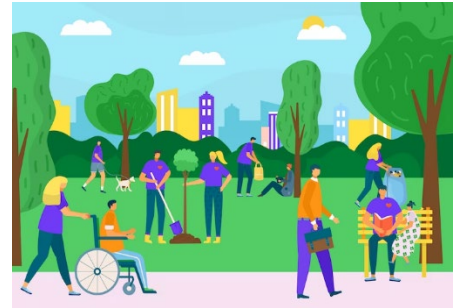


4.1 AMBIENTE FÍSICO.

“La tasa de natalidad no para de disminuir, mientras que la esperanza de vida, como consecuencia de los avances en el tratamiento de las enfermedades, se prolonga continuamente. Esto lleva a un menor crecimiento de la población y a una inversión en la pirámide poblacional, con un mayor número de adultos mayores y menor, en cambio, de jóvenes”.

4.2 Ambiente Social.

“Los cambios culturales y sociales experimentados en la sociedad occidental han sido sustanciales en las últimas décadas. El ritmo de estos cambios en México se ha acelerado a partir del inicio de la década de los noventa, durante el período llamado «salinismo», y se han visto favorecidos por la inmersión de México en los mercados mundiales por medio de los tratados de libre comercio y demás acuerdos de cooperación económica que el país ha firmado en las últimas décadas”.



4.3 Ambiente Jurídico.

“Actualmente se observa, por una parte, un menor empeño que antes de los poderes públicos por establecer controles y normas de conducta en múltiples sectores económicos. Se produce lo que se ha denominado una «desregulación», que da mayor protagonismo a las leyes del mercado y fomenta la competitividad. Por otra parte, tiene lugar también un proceso de privatización de sectores o actividades que habían estado tradicionalmente en el sector público. La privatización de la telefonía, de los servicios ferroviarios, de la banca y otros monopolios son ejemplos de este proceso”



4.4. AMBIENTE ECONÓMICO.

“El análisis del entorno económico contempla la evolución de las principales magnitudes macroeconómicas: ingreso nacional, tipo de interés, inflación, desempleo, tipo de cambio, balanza de pagos y carga fiscal. La inflación también afecta a la capacidad de compra del mercado, y puede alterar las pautas de consumo. Si aumenta, el consumidor puede adquirir una menor cantidad de bienes y servicios por unidad monetaria.”



4.5. AMBIENTE ECOLÓGICO.

“El medio ambiente ha adquirido una importancia creciente en los últimos años, no sólo por la defensa realizada por los movimientos ecologistas y por los partidos «verdes» en algunos países, especialmente en la Unión Europea, sino también por la mayor conciencia social que existe de los perjuicios que causan algunos productos y procesos industriales.”

4.6. LA SEGURIDAD

“México ha vivido en la última década cambios políticos, generacionales, de explosión tecnológica y de globalización que han impactado en forma profunda la relación médico paciente y que han llevado al incremento de enfermedades crónico-degenerativas que obligan a los hospitales de la red nacional de salud a enfrentar nuevos retos, siendo la calidad el más importante de ellos. La compleja situación actual, en la que persisten los problemas de las patologías asociadas a la desnutrición y la pobreza, en conjunción con los males que aquejan a los países ricos y desarrollados como la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles, le confieren a dicho reto características muy particulares.”



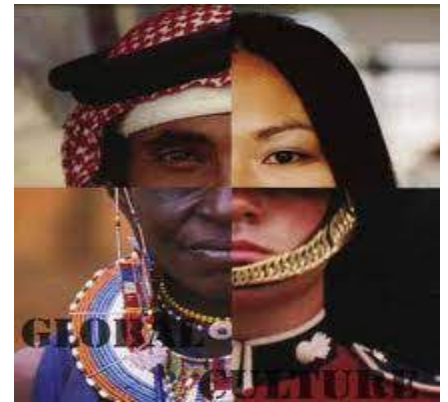
4.7. INFLUENCIAS CULTURALES.



“En las sociedades primitivas la identidad colectiva se funda y se construye en torno al lugar de nacimiento, la lengua, la sangre, el estilo de vida. La fuerza de estos hechos «dados» forja la idea que un individuo tiene de quién es y con quiénes está indisolublemente ligado. Estas ataduras «primordiales», que se fundan en las distinciones directrices: hombre y mujer, viejos y jóvenes, aborigen y extranjero, etc., que son mantenidas a través de procesos de comunicación e intercambio, producen, por un lado, un sentimiento solidario de unidad, una conciencia de unidad que liga a quienes lo experimentan de tal manera que este vínculo supera cualquier otra diferencia, y por otro lado, excluyen a aquellos individuos que no comparten tales ataduras «primordiales».”

4.8. INFLUENCIAS ETNICAS.

“Quizás uno de los fenómenos más comunes en el mundo moderno sea el contacto interétnico, entendiéndose por ello las relaciones que se dan entre individuos y grupos de diversas procedencias nacionales, raciales o culturales. Es un hecho bien conocido que la expansión de las así llamadas civilizaciones y el encogimiento del mundo gracias a los modernos medios de transporte posibilitaron dichos contactos. En este sentido, parafraseando la conocida afirmación cartesiana, podríamos decir que aquello que está mejor distribuido en el mundo, aun por encima del sentido común, ¡es la identificación interétnica”



4.9. INFLUENCIAS TECNOLOGICAS.



“Los avances e innovaciones en los campos de la electrónica y la computación han revolucionado los procesos de producción, las comunicaciones y la transmisión y tratamiento de la información. Hoy en día puede disponerse de varios canales de televisión, bien por transmisión mediante antena convencional, por cable o vía satélite, que ponen al alcance del usuario la información y los programas emitidos desde cualquier parte del mundo.”

4.10 APLICACIONES MERCADOLÓGICAS EN LA ATENCIÓN MÉDICA.

“Actualmente las organizaciones se enfrentan a mercados más amplios y complejos. Para diseñar una estrategia de mercadotecnia se requiere investigar las necesidades de los clientes, administrar la información, segmentar respondiendo a la pregunta ¿Qué características poseen los clientes que atenderé? Y la otra decisión será el cómo se atenderá mejor a los clientes seleccionados, determinando las estrategias de diferenciación y posicionamiento, citados por Kotler”



“Dos son las dimensiones de la mercadotecnia en salud: la social y la comercial. La primera procura mejorar la calidad de vida con un enfoque ético y colectivo. En la segunda, media un interés netamente económico. El término mercadotecnia social fue acuñado por Kotler y Zaltman en 1971 para describir el uso de los principios y técnicas de la comercialización encaminados al apoyo de una causa, idea o conducta sociales. Para Kotler el producto social puede ser una idea, práctica u objeto tangible, en tanto este último se asocia con un cambio de conducta.”

“La Organización Mundial de la Salud manifiesta que la nutrición es la ingesta de alimentos en relación con las necesidades dietéticas del organismo. Una buena nutrición es un elemento fundamental de la buena salud, mientras que una mala nutrición puede reducir la inmunidad, aumentar la vulnerabilidad a las enfermedades, alterar el desarrollo físico y mental, y reducir la productividad. Los expertos sostienen que para tener una buena salud es necesario alimentarse bien, que la salud nos es la ausencia de enfermedad comprende el bienestar físico, mental y social”.

