



Súper Nota.

Nombre del Alumno: María José Hernández Méndez.

Nombre del Tema: El medio ambiente físico.

Parcial: I.

Nombre de la Materia: Mercadotecnia en Sistemas de Salud.

Nombre del Profesor: Gerardo Garduño Ortega.

Nombre de la Maestría: Administración en Sistemas de Salud.

Cuatrimestre: II.

El medio ambiente físico.

Ambiente Físico:

Tiene que ver con las características de la población de un determinado lugar.



Puede ser estudio de edad, ocupación, sexo, densidad, natalidad y otros factores.

Este punto es muy importante para la identificación de oportunidades relacionadas con el público objetivo.

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.



Ambiente Social:

Una persona es líder de opinión cuando la gente se identifica con ella y es influenciada por su forma de pensar o actuar.



El ambiente social involucra: Valores, estilos de vida, influencias.



En base a los estilos de vida, creencias y demás valores que tenga la sociedad en sí, se inclinan a la elección de ciertos productos para consumo.

Ambiente Económico:

El ingreso es el factor que determina de modo más directo la capacidad de compra del mercado.



Cuanto más igualitaria sea la distribución del ingreso, mayor será la capacidad global de compra de productos de consumo.

Ambiente Ecológico:

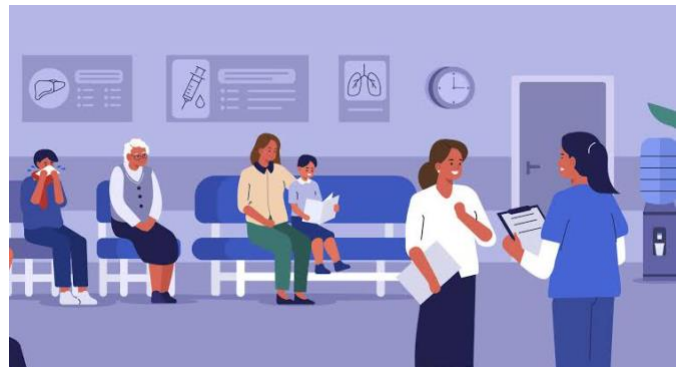
El medio ambiente ha adquirido una importancia creciente en los últimos años, existe mayor conciencia social sobre prejuicios que causan algunos productos y procesos industriales.



En México existe una legislación que incluye normas para la protección del medio ambiente y obliga a las empresas a adaptar sus productos y procesos de fabricación a las especificaciones adecuadas para disminuir su efecto negativo en el entorno.

LA SEGURIDAD.

México ha vivido en la última década cambios políticos, generacionales, de explosión tecnológica y de globalización que han impactado en la profunda relación médico – paciente y que han llevado al incremento de enfermedades crónico degenerativas que obligan a los hospitales a enfrentar nuevos retos, siendo la calidad el más importante de ellos.



La calidad es una entidad alcanzable que se puede medir y que es rentable.

La calidad como valor implica hacer algo bien desde la primera vez con los recursos con que se cuenta en el menor tiempo posible y con esto generar satisfacción en la atención de los usuarios que consumen un servicio de salud.



Influencias Culturales.

La importancia del entorno cultural:

Las variables culturales influyen directamente en la preferencias y comportamientos de compra de los consumidores y por tanto afectan directamente a las políticas de producto y comunicación.



Influencias Étnicas.



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 o culturales

Influencias Tecnológicas.

Los avances e innovaciones en los campos de la electrónica y computación han revolucionado los procesos de producción, las comunicaciones y la transmisión y tratamiento de la información.



La tecnología desempeña una función cada vez más importante en la mercadotecnia, ya que esta es cambiante y puede convertirla en un proceso más sofisticado, lo que permite que múltiples negocios, marcas puedan mantenerse al día con las experiencias del cliente o usuario que adquiere un producto o servicio.

Bibliografía: Mercadotecnia en sistemas de salud. (s. f.). Recuperado 12 de abril de 2023, de <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/e62d627326beb7e3dc25eb532da79b1e.pdf>