



Mi Universidad

SUPER NOTA

Nombre del Alumno: Felipe Antonio Morales Hernández

Nombre del tema: Unidad IV

Parcial 1

Nombre de la Materia: Mercadotecnia en Salud

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega

Nombre de la Maestría: Maestría en sistemas de salud

Cuatrimestre: Segundo

UNIDAD IV EL MEDIO AMBIENTE FÍSICO

4.1.- Ambiente físico.

La tasa de natalidad

Uno para de disminuir, mientras que la esperanza de vida, como consecuencia de los avances en el tratamiento de las enfermedades, se prolonga continuamente.



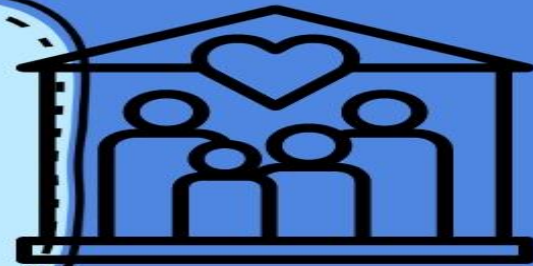
a) Estabilidad en el número de matrimonios.

La proporción de personas casadas en México (de 12 años de edad en adelante) ha registrado una tendencia ligeramente al alza, aunque dentro de una cierta estabilidad



b) La mayor inestabilidad de la familia

En el año 2010 la tasa de divorcios por cada 100 matrimonios alcanzó el 20.4%, contrastando con el 7.4% del año 2000. Esto ha dado lugar a un cambio importante en el número de personas que habitan un hogar



c) Los movimientos migratorios internos

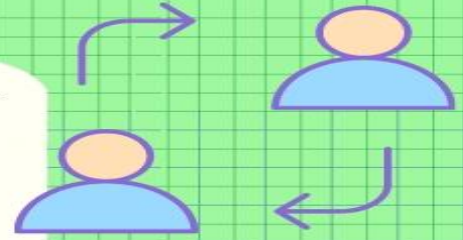
En el año 2010 las estadísticas mostraban una tendencia descentralizadora de la población, el país tuvo una inmigración internacional del 3.3 % y una tasa de emigración internacional del 4.6%.



4.2. – AMBIENTE SOCIAL.

1)

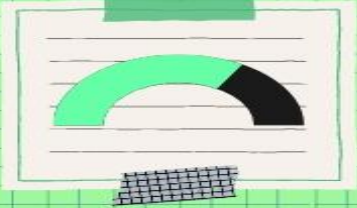
Los cambios culturales y sociales experimentados en la sociedad occidental han sido sustanciales en las últimas décadas.



2)

El ritmo de estos cambios

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



3)

incorporación de la mujer

La mujer dispone ahora de menos tiempo, pero de mayores recursos para hacer compras, a la vez que aumentan los ingresos familiares. Al disponer la mujer de menos tiempo, los productos han de ser más fáciles de usar (por ejemplo, alimentos preparados) y más cómodos de adquirir



4)

El incremento de los recursos económicos

así como la paulatina disponibilidad de más tiempo libre de grupos cada vez más numerosos de la sociedad mexicana, ha originado un cambio en los estilos de vida.



5)

En general, el mexicano promedio practica más deportes, se preocupa por su físico, se interesa más por la moda y se preocupa en mayor medida por la naturaleza y el medio ambiente.



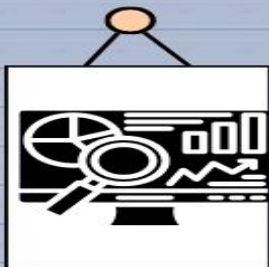
4.3.- AMBIENTE JURÍDICO

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.



4.4.- Ambiente económico.

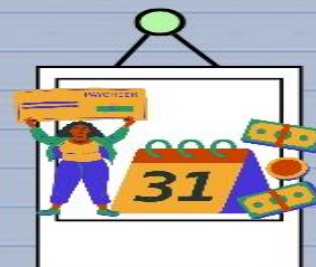
El análisis del entorno



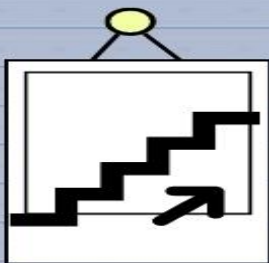
El análisis del entorno económico contempla la evolución de las principales magnitudes macroeconómicas: ingreso nacional, tipo de interés, inflación, desempleo, tipo de cambio, balanza de pagos y carga fiscal.

El ingreso

El ingreso 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.



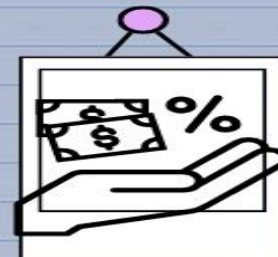
El nivel de empleo



El nivel de empleo determina las expectativas de ingresos familiares. Si se produce una elevada tasa de desempleo se reduce la capacidad de compra y el mercado es más sensible al precio de los productos.

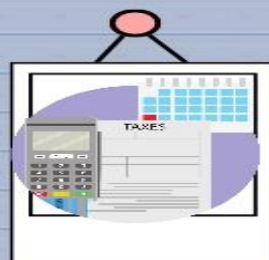
El tipo de interés

El tipo de interés influye en las decisiones de compra, ahorro e inversión. Una elevación del tipo de interés reducirá las compras a plazo y fomentará el ahorro.



La carga fiscal

La carga fiscal determina la capacidad de compra disponible por el mercado, una vez deducidos de sus ingresos brutos los impuestos correspondientes. El tipo de cambio, por su parte, hará más baratos o caros los productos extranjeros.



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

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 impacto negativo en el entorno. E

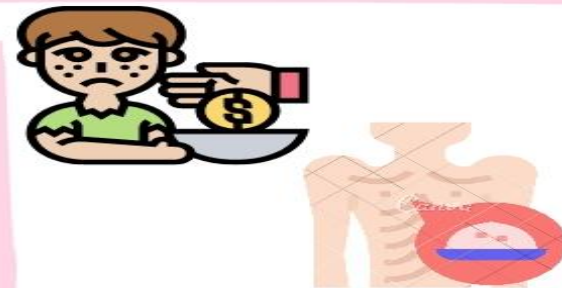


4.6.- La seguridad



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

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



La calidad como valor implica hacer algo bien desde la primera vez con los recursos con que se cuenta y en el menor tiempo posible.

4.7.- Influencias culturales.

En las sociedades primitivas la identidad colectiva se funda y se construye en torno al lugar y se 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.



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!

4.8.- Influencias étnicas.

un grupo étnico designa a una población que: a) —se autoperpetua principalmente por medios biológicos||; b) —comparte valores culturales fundamentales, exteriorizados en formas culturales unitarias explícitas||; e) —constituye un campo de comunicación e interacción||; d) —posee un grupo de miembros que se auto identifican y son identificados por otros como pertenecientes a una categoría distinguible de otras categorías del mismo orden||

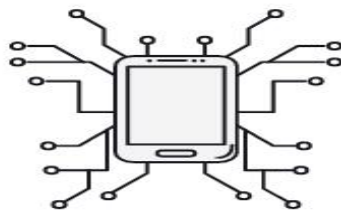


4.9.- Influencias tecnológicas.

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 transmisión, 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.

Por otra parte, los avances científicos en los campos de la biología, química, física, energía, etc., permiten desarrollar nuevos y mejores productos que pueden atender de modo más efectivo las demandas actuales y satisfacer las necesidades no cubiertas o latentes del mercado



La red Internet permite el acceso a innumerables bases de datos de diferentes tipos (bibliotecas, culturales, empresas de servicios

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,



Dos son las dimensiones de la mercadotecnia en salud:

social procura mejorar la calidad de vida con un enfoque ético y colectivo.

comercial :media un interés netamente económico.

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



El punto de partida para conocer al consumidor sanitario, insumo indispensable para la mejor prestación sanitaria, es su identificación como cliente, no como paciente (Priego Álvarez, 2015).

La Organización Mundial de la Salud manifiesta que la nutrición es la ingesta de alimentos en relación con las necesidades dietéticas del organismo.



4.10.1.- MERCADOTECNIA EN EL 1ER. NIVEL DE ATENCIÓN MÉDICA.



1

4.10.1.El Sistema Nacional de Salud en México ha emitido respuestas para abordar la complejidad de las necesidades de su población a través de la Secretaría de Salud sobre quien recae la función rectora.

LEYES GENERALES:

Ley General de Salud y la Ley del Seguro Social.

2



3

SECRETARÍA DE SALUD (SSA)

son responsables por la rectoría y la evaluación de la atención a la salud.



LAS SECRETARÍAS ESTATALES DE SALUD (SESA)

son responsables de la organización y operación de los servicios de salud para la población no asegurada.

4

5

TRES NIVELES DE SERVICIOS PERSONALES DE SALUD

El primer nivel lleva a cabo acciones de promoción de la salud, prevención de enfermedades y atención ambulatoria a la morbilidad más frecuente brindada por médicos generales y personal de enfermería, con el apoyo de la comunidad.



EL SEGUNDO NIVEL DE ATENCIÓN

brinda las especialidades básicas en hospitales generales o de especialidad y cuenta con servicios de apoyo diagnóstico de imagenología y laboratorio.

6



7

TERCER NIVEL

es especializada, de mayor complejidad y aunada a actividades de investigación clínica y básica y en este grupo se encuentran los 12 Institutos Nacionales de Salud.



4.10.2.- Mercadotecnia hospitalaria.

En los tiempos actuales varios y complejos son los retos que tiene que enfrentar la salud pública a nivel global y además en cada uno de los contextos. El consenso internacional se ha convertido en una poderosa arma para poder enfrentarlo.



Hay que innovar para posicionar conductas saludables; ir de la —copia|| sistemática de un proyecto a otro a la creatividad. Innovar es encontrar nuevas soluciones a problemas y necesidades que ya existen, de manera distinta y para ello hay que explotar la imaginación .



El marketing digital también en una estrategia para promover salud, no solo puede usarse para comercializar productos nocivos, pero se requiere en primer lugar capacitar profesionales de salud con herramientas .



una serie de técnicas dar un salto lateral, y siguiendo un proceso metódico, cualquier persona puede comenzar a hacer marketing lateral. Marketing vertical: definición del mercado y, aplicando las estrategias de segmentación y posicionamiento.

4.11.- CONSUMISMO EN SALUD.

En el largo ciclo de bienestar económico y social que va desde la salida de la Segunda Guerra Mundial hasta finales de los años setenta aparece un relativo declive de la visión utilitarista neoclásica del concepto de consumo, que tiende a ser desplazada por una visión directamente lineal y evolucionista del crecimiento económico.



Maslow

Maslow, las necesidades básicas tienen un carácter instintivo, y se ordenan, por sí mismas, en una jerarquía perfectamente definida según un principio de potencia relativa

Grupo de necesidades

1) las necesidades fisiológicas,

asociadas a la homeóstasis o equilibrio normal y constante del organismo humano.

2) necesidades de seguridad

preferencia por la pervivencia estable en el mundo;

3) necesidad de posesividad y amor

ligadas al deseo del individuo de establecer relaciones afectivas con su entorno humano.

4) necesidades de estima personal

auto-precio, reflejo de la evaluación que la persona hace de sí misma con respecto a los otros

5) necesidades de auto-desarrollo

realización, producidas por el impulso del hombre a explicitar sus potencialidades creativas.



4.11.1.- CONSUMISMO SANITARIO VS CONSUMISMO EN SALUD.

● consumo es un hecho banal, incluso trivial. Todos lo hacemos a diario, en ocasiones de manera celebratoria, cuando ofrecemos una fiesta, festejamos un acontecimiento importante o nos gratificamos por un logro particularmente relevante.



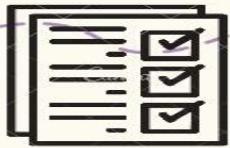
el —consumismo|| es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere —neutrales|| respecto del sistema).

El —consumismo|| llega cuando el consumo desplaza al trabajo de ese rol axial que cumplía en la sociedad de productores. Mary Douglas insiste: —mientras no sepamos por qué y para qué



4.11.2.- 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, la salud y la seguridad no sólo de los consumidores sino de cualquier persona.



● 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 (artículo 12)

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 (artículo 12)

