

**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**CAMPUS VILLAHERMOSA**

**MAESTRIA EN ADMINISTRACION  
EN SISTEMAS DE SALUD**

**“MERCADOTECNIA EN SISTEMAS  
DE SALUD”**

**DOCENTE:** GERARDO GARDUÑO ORTEGA

**ALUMNO:** MARIANA LÓPEZ SANDOVAL

**PARCIAL:** 1RO **CUATRIMESTRE:** 2DO

**SUPER NOTA**

## Unidad .2. Investigación de Mercados

### ¿Qué es?

Qué es una estrategia de marketing en salud? Una estrategia de marketing en salud engloba una serie de acciones online y offline encaminadas a incrementar tu posicionamiento en el mercado de la salud y, por ende, aumentar tus chances de promover tus servicios médicos



¿Qué debemos medir? Existen muchas formas para dar a conocer o promocionar su clínica, desde la publicidad tradicional: flyers, volantes, lonas, anuncios espectaculares, suscripción en directorios telefónicos, entre otros; y la publicidad en Internet.

### Estudios explorativos descriptivos y casuales

Así como los estudios exploratorios sirven fundamentalmente para descubrir y prefigurar, los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

La investigación exploratoria puede seguir a la investigación descriptiva o causal. Por ejemplo, la investigación descriptiva o casual produce hallazgos que son difíciles de interpretar para los gerentes. La investigación exploratoria puede aportar ideas que ayuden a comprender dichos hallazgos.

### Segmentación de mercado en las instituciones hospitalarias

La segmentación del sistema de salud es entendida como la presencia de diversos subsistemas responsables de atención en salud de diferentes grupos poblacionales y ausencia de coordinación entre los sistemas institucionales públicos, privados y de seguridad social, los sistemas de salud deben responder a necesidad



A diferencia de la segmentación, la cual se refiere a una división sin coordinación de los subsistemas de salud desde un punto de vista del financiamiento, gestión y operación de los servicios de salud; la fragmentación, es la división sin coordinación de funciones (colección de ganancias) o de agentes (proveedores

En los estudios descriptivos, el investigador se limita a medir la presencia, características o distribución de un fenómeno dentro de la población de estudio como si de un corte en el tiempo se tratara.

## ¿Qué es?

### **Estudio de consumo de salud**

¿Qué es un estudio de consumidor?  
Es la investigación que pretende identificar la inclinación, la motivación y el comportamiento de compra de los clientes objetivo.

La sociología del consumo es la rama de la sociología que se centra en el estudio de las pautas de compra y el uso de bienes y servicios que realiza una comunidad. Esto, desde una perspectiva cultural e ideológica.



### **Diagnostico de salud y situación**

**La atención hospitalaria comprende las actividades asistenciales, diagnósticas, terapéuticas y de rehabilitación y cuidados, además de las de promoción de la salud, educación sanitaria y prevención de la enfermedad, cuya naturaleza aconseja que se realicen en este nivel.**

### **¿Qué es el consumo en salud?**

**El consumo en salud, también conocido como consumo sanitario, implica todo un proceso de adquisición y utilización de los bienes y servicios de salud a fin de obtener de ellos una satisfacción o utilidad directa en términos de mejora del nivel de bienestar**

### ***Tendencias y desviaciones estacionales y cíclicas***

El modelo de variación estacional, estacionaria o cíclica permite hallar el valor esperado o pronóstico cuándo existen fluctuaciones (movimientos ascendentes y descendentes de la variable)