

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)