



**SÚPER NOTA**

**NOMBRE DEL ALUMNO : SILVIA MORALES CRUZ**

**NOMBRE DEL TEMA : UNIDAD IV**

**PARCIAL : II**

**NOMBRE DE LA MATERIA : MERCADOTECNIA EN SISTEMAS DE SALUD**

**NOMBRE DEL PROFESOR : GERARDO GARDUÑO ORTEGA**

**NOMBRE DE LA MAESTRIA : EN ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS DE SALUD**

**CUATRIMESTRE : II**

## UNIDAD IV: EL MEDIO AMBIENTE FÍSICO

### AMBIENTE FÍSICO:

LA TASA DE NATALIDAD NO PARA DE DISMINUIR, ESTO LLEVA A UN MENOS 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.



TAMBIEN SE OBSERVAN OTROS CAMBIOS IMPORTANTES EN LA POBLACIÓN MEXICANA, QUE TIENEN UNA CONSIDERABLE REPERCUSIÓN SOBRE LOS HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE DETERMINADOS PRODUCTOS:

- ESTABILIDAD EN EL NÚMERO DE MATRIMONIOS
- LA MAYOR INESTABILIDAD DE LA FAMILIA
- LOS MOVIMIENTOS MIGRATORIOS INTERNOS.



### AMBIENTE SOCIAL:

SE HA VISTO UNA MAYOR INCORPORACIÓN DE LA MUJER A LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS EN MÉXICO. LA MUJER DISPONE AHORA DE MENOS TIEMPO, PERO DE MAYORES RECURSOS PARA HACER COMPRAS, A LA VEZ QUE AUMENTAN LOS INGRESOS FAMILIARES.



### AMBIENTE JURÍDICO:

ACTUALMENTE SE OBSERVA, UN MENOR EMPEÑO QUE ANTES DE LOS PODERES PÚBLICOS POR ESTABLECER CONTROLES Y NORMAS DE CONDUCTA EN MÚLTIPLES SECTORES ECONÓMICOS. SI BIEN LA DESREGULACIÓN PROPORCIONA NUEVAS OPORTUNIDADES DE MERCADO, TAMBIÉN PLANTEA NUEVOS RETOS A LAS EMPRESAS.



### AMBIENTE ECONÓMICO:

- EL INGRESO ES EL FACTOR QUE DETERMINA DE MODO MÁS DIRECTO LA CAPACIDAD DE COMPRA DEL MERCADO.
- EL NIVEL DE EMPLEO
- EL TIPO DE INTERÉS DEL DINERO
- LA CARGA FISCAL



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.



## LA SEGURIDAD:

EL ESTABLECIMIENTO DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS INTERNAS Y EXTERNAS OFRECE LA POSIBILIDAD DE LOGRAR EL CRECIMIENTO DE LAS INSTITUCIONES DEL PAÍS APEGADOS A LOS PRINCIPIOS DE CALIDAD Y SEGURIDAD DE LA ATENCIÓN. EL RETO ACTUAL ES LA CALIDAD TOTAL QUE LLEVA A OPTIMIZAR RECURSOS.



## INFLUENCIAS CULTURALES:

EL OBJETIVO FUNDAMENTAL DE LAS IDENTIDADES CULTURALES, NO ES HACER FRENTE AL ENEMIGO SINO OCUPARSE DEL EXTRANJERO. SE FAVORECE Y SE REFUERZA, LA COMUNIDAD DEBE SER MANTENIDA "PURA" FRENTE A LA "IMPUREZA" DE LO EXTRANJERO. PARA ASEGURAR LA EXISTENCIA DE LA UNIDAD CLTURAL SE PROYECTAN UNOS LÍMITES: TERRITORIALES, MORALES, ETC.



## INFLUENCIAS ÉTNICAS:

LA AFIRMACIÓN CARTESIANA, PODRIAMOS DECIR QUE AQUELLO QUE ESTÁ MEJOR DISTRIBUIDI EN EL MUNDO, AÚN POR ENCIMA DEL SENTIDO COMÚN, ES LA IDENTIFICACIÓN INTERÉTNICA.



UN GRUPO ÉTNICO DESIGNA A UNA POBLACIÓN QUE:

- SE AUTOPERPETUA PRINCIPALMENTE POR MEDIOS BIOLÓGICOS
- COMPARTI VALORES CULTURALES
- CONSTITUYE UN CAMPO DE COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN
- POSEE UN GRUPO DE MIEMBROS QUE SE AUTO IDENTIFICA Y SON IDENTIFICADOS.



## 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.



## APLICACIONES MERCADOLÓGICAS EN LA ATENCIÓN MÉDICA:

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



LA SEGUNDA MEDIA UN INTERÉS NETAMENTE ECONÓMICO.



## MERCADOTECNIA EN EL 1ER. NIVEL DE ATENCIÓN MÉDICA:

EN EL SECTOR PÚBLICO EXISTEN 3 NIVELES DE SERVICIOS PERSONALES DE SALUD. EL PRIMER NIVEL LLEVA ACABO ACCIONES DE PROMOCIÓN A 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 IMAGENOLÓGÍA Y LABORATORIO.



LA ATENCIÓN QUE SE BRINDA EN EL TERCER NIVEL ES ESPECIALIZADA, DE MAYOR COMPLEJIDAD Y AUNADA A ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN CLÍNICA Y BÁSICA Y EN ESTE GRUPO SE ENCUENTRAN 12 INSTITUTOS NACIONALES DE SALUD.



LOS SERVICIOS DE SALUD ESTÁN FINANCIADOS POR DISTINTAS FUENTES DE ACUERDO A SU PERTENENCIA A LOS SUB-SISTEMAS PÚBLICOS, DE LA SEGURIDAD SOCIAL O PRIVADO. EL SECTOR SALUD SE CARACTERIZA POR SU NIVEL RELATIVAMENTE BAJO DE GASTO PÚBLICO.

## MERCADOTECNIA HOSPITALARIA:

HAY QUE POSICIONAR LA INNOVACIÓN EN LAS ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA QUE SE EMPLEAN PARA PROMOVER LA SALUD, HAY QUE INNOVAR PARA POSICIONAR CONDUCTAS SALUDABLES, EN LOS PROYECTOS DE MERCADOTECNIA PARA PROMOVER LA SALUD, HAY QUE EMPLEAR LA TECNOLOGÍA Y REDES SOCIALES, UTILIZAR NUEVOS CANALES PARA LLEGAR HASTA DONDE SE ENCUENTRA NUESTRO PÚBLICO META.

## CONSUMISMO EN SALUD:

EL CONSUMO, AÚN ESTANDO EVIDENTEMENTE DETERMINADO POR LAS FUERZAS DEL MERCADO, TAMBIÉN REMITE A FACTORES PSICOLÓGICOS, QUE CONJUNTAMENTE TIENDEN A CONFORMAR LA CONDUCTA DEL CONSUMO.



PARA MASLOW, LAS NECESIDADES BÁSICAS TIENEN UN CARÁTER INSTINTIVO, Y SE ORDENAN POR SI MISMAS, EN UNA JERARQUÍA PERFECTAMENTE DEFINIDA SEGÚN UN PRINCIPIO DE POTENCIA RELATIVA.



### CONSUMISMO SANITARIO Vs CONSUMISMO EN SALUD:

EL CONSUMISMO ES UN TIPO DE ACUERDO SOCIAL QUE RESULTA DE LA RECONVERSIÓN DE LOS DESEOS, GANAS O ANHELOS HUMANOS EN LA PRINCIPAL FUERZA DE IMPULSO Y DE OPERACIONES DE LA SOCIEDAD, UNA FUERZA QUE COORDINA LA REPRODUCCIÓN SISTÉMICA, LA INTEGRACIÓN SOCIAL, LA ESTREIFICACIÓN SOCIAL Y LA FORMACIÓN DEL INDIVIDUO HUMANO.



### LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR SANITARIO:

EL DERECHO A LA PROTECCIÓN DE LA VIDA, SALUD Y SEGURIDAD ES EL MÁS IMPORTANTE DE TODOS, POR EL VALOR ESENCIAL DE LA VIDA, LA SALUD Y LA SEGURIDAD NO SOLO DE LOS CONSUMIDORES SINO DE CUALQUIER PERSONA.



CABE ADVERTIR, QUE AL ESTABLECER EN FORMA EXPLÍCITA EL DERECHO BÁSICO DEL CONSUMIDOR A LA PROTECCIÓN DE LA SALUD, DICHO PRECEPTO ESTÁ IMPONRIENDO EN FORMA IMPLÍCITA A LOS PROVEEDORES LA OBLIGACIÓN DE RESPETAR LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES.



SE PREVÉ QUE CUANDO SE TRATE DE PRODUCTOS O SERVICIOS QUE, DE CONFORMIDAD CON LAS DISPOSICIONES APLICABLES, SE CONSIDEREN POTENCIALMENTE PELIGROSOS PARA EL CONSUMIDOR O LESIVOS PARA EL MEDIO AMBIENTE, EL PROVEEDOR DEBERÁ INCLUIR UN INSTRUCTIVO QUE ADVIERTA SOBRE SU CARACTERÍSTICAS NOCIVAS Y EXPLIQUE EL USO RECOMENDADO.



EL PROVEEDOR DEBERÁ REPARAR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS QUE EL INCUMPLIMIENTO A ESTE DEBER DE ADVERTENCIA, CAUSE AL CONSUMIDOR.





*Gracias*

## Bibliografía

ORTEGA, G. G. (2023). *MERCADOTECNIA EN SISTEMAS DE SALUD* . COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS: UDS.