



## Súper nota

*Nombre del Alumno: Juventino Méndez Díaz*

*Nombre del tema: 3.5.3.- Distribución de productos de salud. 3.5.4.- Comunicación en salud. 3.5.5.- Pláceme, el componente de calidad. UNIDAD IV El medio ambiente físico*

*Parcial: I ro*

*Nombre de la Materia: Mercadotecnia en sistemas de salud*

*Nombre del profesor: Mtro. Gerardo Garduño Ortega*

*Nombre de la Licenciatura: Maestría en administración en sistemas de salud*

*Cuatrimestre: 2do*



### 3.5.3.- Distribución de productos de salud.

- a) canal de ventas
- b) Productor
- c) consumidor



### 3.5.4.- Comunicación en salud.

**Comunicación Social y Salud:** Adquieren una especial relevancia en una sociedad donde la lógica dominante apela al consenso establecido mediante el diálogo



### 3.5.5.- Pláceme, el componente de calidad.

El comprador podía determinar en qué grado el producto o servicio satisfacía sus necesidades.



## UNIDAD IV El medio ambiente físico



### 4.1.- Ambiente físico.

- población mexicana:
  - A) Estabilidad en el número de matrimonios.
  - B) La mayor inestabilidad de la familia.
  - C) Los movimientos migratorios internos.



### 4.2.- Ambiente social.

- Se ha visto una mayor incorporación de la mujer a las actividades productivas en



### 4.5.- Ambiente ecológico.

- En México existe una legislación: Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente



### 4.4.- Ambiente económico.

- Influyen
  - A) El ingreso
  - B) El nivel de empleo
  - C) El tipo de interés
  - D) La carga fiscal



### 4.3.- Ambiente jurídico.

- se observa, por una parte, un menor empeño los poderes públicos por establecer controles y normas de conducta sectores económicos.



#### 4.6.- La seguridad.

- Alianzas estratégicas internas y externas ofrece el crecimiento de las instituciones del país apegados a la calidad y seguridad de la atención.



#### 4.7.- Influencias culturales.

- Tales ataduras están conectadas al orden fáctico (natural) del mundo, que no puede ser cambiado por la acción voluntaria de los individuos, sino que es considerado como algo dado.



#### 4.8.- Influencias étnicas.

- entendiéndose por ello las relaciones que se dan entre individuos y grupos de diversas procedencias : nacionales, raciales o culturales .



#### 4.10.- Aplicaciones mercadológicas en la atención médica.

- la social y la comercial.

##### 4.10.1.- Mercadotecnia en el 1er. Nivel de atención médica.

- promoción de la salud, prevención de enfermedades y atención ambulatoria a la morbilidad

##### 4.10.2.- Mercadotecnia hospitalaria.

- Marketing vertical



#### 4.9.- Influencias tecnológicas.

Los avances han revolucionado, las comunicaciones y la transmisión y tratamiento de la información



#### 4.11.- Consumismo en salud.

- Su evolución en una mítica y opulenta «sociedad de consumo de masas», encarnación misma del sueño americano



#### 4.11.1.- Consumismo Sanitario Vs Consumismo en Salud.

- No hay dudas de que consumir es una parte integral y permanente de todas las formas de vida que conocemos.



#### 4.11.2.- Los derechos del consumidor sanitario.

- En este sentido, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos establece que el derecho a la vida es inherente a la persona humana