



NOMBRE DEL ALUMNO: Aguilar López Yovani Leticia

PROFESOR: Lic. Gerardo Garduño Ortega

TRABAJO: Súper nota

UNIDAD: IV medio ambiente físico

Materia: mercadotecnia en sistemas de salud

GRADO: 2° cuatrimestre      GRUPO: "B"

Guadalupe Grijalva a 13 de abril de 2023.

## Introducción

En esta unidad emprenderé a nuevos conocimientos, así como también los métodos o medios los cuales esta conformado un ambiente físico, los cuales nos ayudarán a comprender mejor la forma de organización de cada uno de los temas abarcados en la misma, y al final tener un contexto claro y un buen entendimiento a que se refiere cada uno de ellos.

respuesta combinada sobre la existencia y frecuencia



Ambiente físico

Ambiente social

incremento de los recursos económicos y del nivel cultura



tiene como finalidad otorgar atención médica al usuario con oportunidad, conforme a los conocimientos médicos y principios médicos vigentes, con satisfacción de sus necesidades de salud y de sus expectativas, por parte del prestador de servicios y de la institución



Ambiente jurídico

menor empeño que antes de los poderes públicos por establecer controles y normas de conducta en múltiples sectores económicos



Ambiente 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.

# MEDIO AMBIENTE FÍSICO



Influencias culturales



Ambiente ecológico

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



forja la idea que un individuo tiene de quién es y con quiénes está indisolublemente ligado

relaciones que se dan entre individuos y grupos de diversas procedencias nacionales, raciales o culturales.

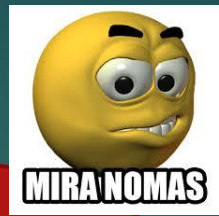
# Influencias étnicas



Los miembros de un grupo étnico a menudo comparten una ascendencia, historia y, a veces, un idioma común.



# Influencias tecnológicas



innovaciones en el campo de las comunicaciones, e incluso tenemos la visión de un futuro tecnológico que nos lleva al cine de ciencia ficción

tecnología es clave para la continua renovación de nuestro modo de vida



# MEDIO AMBIENTE FÍSICO

Aplicaciones mercadológicas en la atención médica

permite orientar el intercambio entre clientes y profesionales de la salud para satisfacer necesidades y expectativas en lo que concierne a la salud, para lograr que se alcance el bienestar individual y social y en esa medida se satisfacen también los objetivos de la organización sanitaria.



busca generar información motivadora y a la vez atractiva, orientada hacia los distintos grupos de la población; con el objetivo de promover la adopción de hábitos para el beneficio de la salud individual y colectiva, particularmente en el mediano y largo plazo

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

Los niveles de mayor atención en el márketing para las instituciones en los que los usuarios o la población adoptante toma los servicios o productos sociales directamente del agente del cambio

prueba de que las instituciones o grupos sanitarios ya no se conforma con prestar la atención y cuidados necesarios a sus pacientes, sino que, además, se pretende ofrecer la mayor calidad, efectividad y comodidad posible para facilitar su completa satisfacción.

acciones que convergen en una estrategia de marketing para hospitales son el marketing de permiso, posicionamiento local, utilización de inteligencia artificial, e-mail marketing, publicidad en buscadores y publicidad en redes sociales.



## Mercadotecnia hospitalaria



## Consumismo en salud.

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 bienestar del nivel de

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

# MEDIO AMBIENTE FÍSICO



## Consumismo Sanitario Vs Consumismo en Salud.

## Los derechos del consumidor sanitario.

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

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

pueden ser reguladas y operadas por conjuntos de instituciones mutuamente independientes.

Consumismo en salud : aplicación o utilización de los bienes y servicios sanitarios a fin de obtener de ellos una satisfacción o utilidad directa en términos de mejora de su nivel de bienestar

consumo sanitario hace referencia a la serie de acontecimientos que se desarrollan desde el momento en que se percibe la necesidad de atención hasta el momento posterior al uso de un servicio de salud.



- \* Información asistencial.
- \* Propia intimidad.
- \* Decidir sobre nuestra salud.
- \* Acceder a nuestro historial clínico.
- \* Respeto de nuestra voluntad.
- \* Sugerir y reclamar.

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

## Conclusión

Toda organización debe cuidar muy bien todos los aspectos del ambiente ya que le proporcionarán información sobre los factores que le rodean y al mismo tiempo le ayudarán a tomar decisiones con más certeza. Conocer su entorno le ayudará a tener una visión de las oportunidades para aprovecharlas y de las amenazas para hacer frente a ellas, si la empresa no estudia su entorno y lo conoce, no sabrá qué aspectos tomar en cuenta en el momento de tomar sus decisiones y esto le puede ocasionar problemas de diferentes magnitudes que afectarán en su funcionamiento.

## bibliografía

Libro en mercadotecnia en sistemas de salud, maestría en administración en sistemas de salud, recuperado el 12/04/20203

Priego-Álvarez, Heberto. Mercadotecnia en salud: Aspectos básicos y operativos.

Villahermosa, Tabasco: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 1995.