



**NOMBRE DEL ALUMNO: L.E. STEFANY  
HERNANDEZ CRUZ**

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

**NOMBRE DEL PROFESOR: LIC. GERARDO  
GARDUÑO**

**CUATRIMESTRE: 2°**

**FECHA: 10 DE ABRIL DEL 2024**



# EL MEDIO AMBIENTE



El incremento de los recursos económicos y del nivel cultural, así como la paulatina disponibilidad de más tiempo libre de grupos cada vez más numerosos de la sociedad mexicana, ha originado un cambio en los estilos de vida.

## AMBIENTE FISICO



## AMBIENTE SOCIAL

La tasa de natalidad no para de disminuir, mientras que la esperanza de vida, como consecuencia de los avances en el tratamiento de las enfermedades, esto lleva a un menor crecimiento de la población y a una inversión en la pirámide poblacional, con un mayor número de adultos mayores y menor en jóvenes.

La evolución de las principales magnitudes macroeconómicas: ingreso nacional, tipo de interés, inflación, desempleo, tipo de cambio, balanza de pagos y carga fiscal.

## AMBIENTE JURIDICO



## AMBIENTE ECONOMICO

La desregulación puede hacer más difícil la predicción de las estrategias de los competidores, los comportamientos del consumidor y la evolución de los cambios legales y sociales.

La calidad de la atención médica, por su parte, 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 ECOLOGICO



## SEGURIDAD

La degradación progresiva del medio ambiente ha creado conciencia colectiva sobre la importancia de proteger al planeta y ha llevado a los poderes públicos y a entidades de diversa índole a fomentar el ahorro de energía y el reciclado de productos, así como a establecer regulaciones en el uso de los recursos naturales, el desarrollo de procesos industriales o el empleo de productos contaminantes.

Grupo étnico designa a una población que: se autoperpetua principalmente por medios biológicos, comparte valores culturales fundamentales, exteriorizados en formas culturales unitarias explícitas, constituye un campo de comunicación e interacción, posee un grupo de miembros que se auto identifican y son identificados por otros como pertenecientes a una categoría distinguible de otras categorías del mismo orden

## INFLUENCIAS CULTURALES

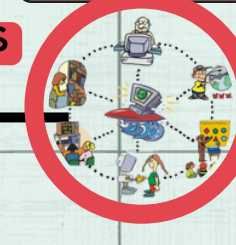


## INFLUENCIAS ETNICAS

La comunidad debe ser mantenida «pura» frente a la «impureza» de lo extranjero. Para asegurar la existencia de la unidad cultural se proyectan unos límites: territoriales, morales, organizativos etc.



## INFLUENCIAS TECNOLOGICAS



## CONSUMISMO EN SALUD

Es un acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere neutrales respecto del sistema) en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de autoidentificación, y en la selección y consecución de políticas de vida individuales.

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.





# BIBLIOGRAFIA

- **CHONG, LUIS. (2009). PROMOCIÓN DE VENTAS. CIUDAD DE MÉXICO: GRÁNICA.**
- **FAIZAL GEAGEA, E. Y FAIZAL GEAGEA, E. (2013). GERENCIA DE HOSPITALES E INSTITUCIONES DE SALUD. ECOE EDICIONES.**
- **FISCHER, LAURA Y ESPEJO JORGE. (2017). MERCADOTECNIA. CIUDAD DE MÉXICO: MCGRAW HILL.**
- **GARCÍA CERDEÑO, ANTONIO, «UNA APROXIMACIÓN HACIA LA TEORÍA DE LA VENTA», SEGUNDA PARTE, ESIC MARKET, 63, ENERO-MARZO DE 1989, PP. 63-82.**
- **SANTESMASES, MIGUEL. (2016). FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA. CIUDAD DE MÉXICO: GRUPO EDITORIA PATRIA.**
- **ANTOLOGIA UDS**