



Super Nota

Nombre del Alumno: Presciliano Elifas Roblero Gómez

Nombre del tema: Fundamentos de la mercadotecnia en salud

Parcial: 1ro.

Nombre de la Materia: Mercadotecnia en Salud

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

Cuatrimestre: 2do.

Lugar y Fecha de elaboración: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Marzo 2024

MICROENTORNO

Proveedores

Proveen productos y servicios a tu empresa para garantizar el desarrollo de su modelo de negocio



Intermediarios

Brinda soporte a la compañía en sus planes estratégicos para vender sus servicios o productos

La competencia

Empresa que Ofrece productos o servicios similares a los de la empresa en cuestión

Instituciones comerciales

Intervienen en el sistema completo con el estudio de todas las partes que intervienen puede ser directa e indirecta



MACROENTORNO

Entorno demográfico

Crecimiento de población y estudio estadístico de la población y la manera de cómo se encuentra distribuida

Entorno económico

Contempla la evolución de las principales magnitudes microeconómicas, determinan la capacidad e influyen en las pautas de consumo

Entorno cultural

Incremento de recursos y en general en México se traduce a un mayor consumo en cantidad, es más selectivo y se preocupa por la calidad

Entorno legal y político

Privatización de sectores o actividades tradicionales en el sector público como la telefonía, bancos, etc.

Entorno tecnológico

Evolución de procesos como la computación, comunicación, transmisión y tratamiento de la información

Medio ambiente

Normas para la protección del medio ambiente que obliga a empresas a adaptar sus productos con forme al entorno

