

SUPER NOTA

EL MEDIO AMBIENTE FISICO

MATERIA: Mercadotecnia en sistemas de salud
MAESTRIA EN ADMINISTRACION EN SISTEMAS DE SALUD
2º CUATRIMESTRE
MTRO. Gerardo Garduño Ortega

Por: Adriana Meza Hernández

13/04/2024

MERCADOTECNIA EN SISTEMAS DE SALUD

EL MEDIO AMBIENTE FÍSICO

AMBIENTE



AMBIENTE FISICO: Los cambios en las tasas de natalidad y mortalidad tienen una implicación enorme sobre el consumo de determinados productos



AMBIENTE SOCIAL: El período llamado «salinismo», se han visto favorecidos por la inmersión de México en los mercados mundiales por medio de los tratados de libre comercio y demás acuerdos de cooperación económica que el país ha firmado en las últimas décadas.



AMBIENTE JURIDICO: Se produce una «desregulación», que da protagonismo a las leyes del mercado y fomenta la competitividad. También un proceso de privatización de sectores que habían estado en el sector público



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.



AMBIENTE ECOLOGICO: ha adquirido una importancia creciente por la defensa realizada por los movimientos ecologistas y por los partidos «verdes» y por la mayor conciencia social que existe de los perjuicios que causan algunos productos y procesos industriales.

INFLUENCIAS



CULTURALES



ETNICAS



TECNOLOGICAS

APLICACIONES MERCADOLÓGICAS EN LA ATENCIÓN MÉDICA.

Dos son las dimensiones de la mercadotecnia en salud: la social (calidad de vida con un enfoque ético y colectivo) y la comercial (interés netamente económico)

EN EL 1ER. NIVEL DE ATENCIÓN MÉDICA

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. están financiados por distintas fuentes de acuerdo a su pertenencia a los subsistemas público, de la Seguridad Social o privado. Se caracteriza por su nivel relativamente bajo de gasto público, encontrándose alrededor del 7% del PIB.



MERCADOTECNIA HOSPITALARIA.

En los proyectos de mercadotecnia para promover salud, hay que emplear la tecnología y redes sociales. El marketing digital también en una estrategia para promover salud, se requiere capacitar profesionales de salud con herramientas para la conformación de un plan de acción digital. marketing lateral es la aplicación práctica del proceso de pensamiento lateral al marketing con la finalidad de encontrar ideas innovadoras para el desarrollo de nuevos productos y servicios. Marketing vertical: definición del mercado modula el producto o servicio para crear variedades yendo de lo general a lo concreto

CONSUMISMO EN SALUD

La búsqueda de la satisfacción de necesidades superiores requiere el concurso de un grupo social y, por tanto, tiene un carácter cívico y convivencial siempre deseable. El consumismo es un atributo de la sociedad

LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR SANITARIO

El derecho a la protección a la vida, salud y seguridad

