



Mi Universidad

NOMBRE DEL ALUMNO: Dulce Suleyma López Ramírez

TEMA: El medio ambiente físico

PARCIAL: I

MATERIA: Mercadotecnia en salud

NOMBRE DEL PROFESOR: Gerardo Garduño Ortega

MAESTRIA: Administración en sistemas de salud

CUATRIMESTRE: 2

Lugar y Fecha de elaboración: frontera Comalapa 13/04/24

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, se prolonga continuamente

Ambiente físico



Aplicaciones mercadológicas en la atención médica



Actualmente las organizaciones se enfrentan a mercados más amplios y complejos. Para diseñar una estrategia de mercadotecnia se requiere investigar las necesidades de los clientes, administrar la información, segmentar respondiendo a la pregunta ¿Qué características poseen los clientes que atenderé?

Influencias tecnológicas



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.

Influencias culturales



El objetivo fundamental de las identidades culturales desde el grupo étnico hasta la nación no es hacer frente al enemigo sino ocuparse del extranjero. Se favorece todo lo que suponga un fortalecimiento de la unidad socio-cultural

EL MEDIO AMBIENTE FISICO

La seguridad

Ambiente social

Al disponer la mujer de menos tiempo, los productos han de ser más fáciles de usar (por ejemplo, alimentos preparados) y más cómodos de adquirir, lo que exige nuevos y más eficientes sistemas de distribución, con horarios adaptados a los tiempos de trabajo



Ambiente jurídico

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.



Ambiente económico



Estas variables determinan la capacidad de compra e influyen en las pautas de consumo: El ingreso es el factor que determina de modo más directo la capacidad de compra del mercado. El tipo de interés del dinero influye en las decisiones de compra, ahorro e inversión.

Ambiente ecológico



En México 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



México ha vivido en la última década cambios políticos, generacionales, de explosión tecnológica y de globalización que han impactado en forma profunda la relación médico paciente y que han llevado al incremento de enfermedades crónico-degenerativas que obligan a los hospitales de la red nacional de salud a enfrentar nuevos retos, siendo la calidad el más importante de ellos.

Dentro de la relación entre el personal de salud y la población, la Comisión Nacional de Arbitraje Médico (CONAMED; 1996) tiene un rol prioritario al contribuir a resolver las controversias entre usuarios y prestadores de servicios, derivadas de la atención médica y prevenir la mala práctica médica.



Mercadotecnia en el 1er. Nivel de atención médica.

EL MEDIO AMBIENTE FISICO

El marketing digital también en una estrategia para promover salud, no solo puede usarse para comercializar productos nocivos, pero se requiere en primer lugar capacitar profesionales de salud con herramientas para la conformación de un plan de acción digital.



Mercadotecnia hospitalaria

Los derechos del consumidor sanitario



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 no sólo de los consumidores sino de cualquier persona

Consumismo Sanitario Vs Consumismo en Salud



Consumismo en salud

En un clásico texto de esa época, Katona (1968) parte, por ejemplo, de la creencia de que la base fundamental del desarrollo del fenómeno del consumo ha sido el incremento del ingreso familiar



Mary Douglas insiste: —mientras no sepamos por qué y para qué la gente necesita lujos [vale decir, bienes más allá de los indispensables para la supervivencia]

Referencias:

- Ayuso Murillo, D. y Grande Sellera, R. F. (Dir.). (2014). La apertura de un hospital. Ediciones Díaz de Santos.
- 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