



Mi Universidad

Super NOTA

Nombre del Alumno: Martha Alicia García Gutiérrez

Nombre del tema: El medio ambiente físico

Nombre de la Materia : Mercadotecnia en salud

Nombre del profesor: GERARDO GARDUÑO ORTEGA

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

2do Cuatrimestre

San Cristóbal de las casas, Chiapas a 11 de abril del 2024

La tasa de natalidad no para de disminuir, como consecuencia en el tratamiento de las enfermedades

El salinismo en México los cambios culturales y sociales

La desregularización y la privatización



LA SALINIDAD EN LA AGRICULTURA

Es un problema global que afecta a la agricultura. Considerada una amenaza para la producción sustentable de alimentos, la salinización de suelos aumenta el riesgo de erosión y causa mermas hasta en un 50% en los rendimientos de los cultivos.

Existen dos causas de salinización de suelos:

- 1- Las naturales, como suelos cercanos a fuentes salinas como las costas.
- 2- Por acciones humanas como: deforestación, sobrepastoreo, agricultura.



Influencias étnicas

La evolución de las principales macroeconómicas



EL MEDIO AMBIENTE FISICO



Influencias culturales son los rasgos socioculturales raza, lengua etc

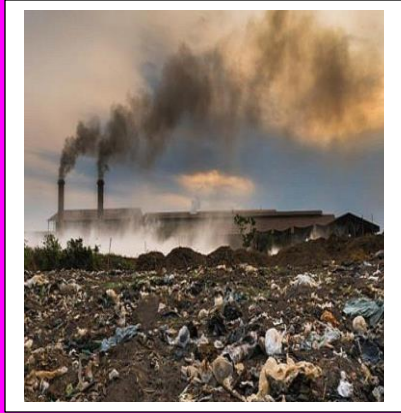
La seguridad



ACCIONES ESENCIALES DE SEGURIDAD DEL PACIENTE

- 1 Identificación del Paciente
- 2 Comunicación efectiva
- 3 Seguridad en el proceso de medicación
- 4 Seguridad en los procedimientos
- 5 Reducción del riesgo de infecciones Asociadas a la Atención de la Salud (IAAS)
- 6 Reducción del riesgo de daño al paciente por causa de caídas
- 7 Registro y análisis de eventos centinelas, eventos adversos y cuasi fallos
- 8 Cultura de seguridad del paciente

Ambiente ecológico



Influencias tecnológicas



Aplicaciones mercadológicas en la atención médica



Mercadotecnia en 1er nivel de atención

PRIMER NIVEL ATENCIÓN

<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Puerta de Entrada al Sistema de Salud ■ Contacto con la Población ■ Síntesis de la Información ■ Promoción, Prevención, Curación, Rehabilitación. ■ Urgencias y Emergencias ■ Responsabilidad de la salud de los individuos: <ul style="list-style-type: none"> ■ Universal ■ Continua ■ Integrada ■ Efectiva 	<p>TIPOLOGIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Puestos de Salud ■ Centros de Salud A, B, C ■ Consultorios Médicos ■ Dispensarios Médicos ■ Unidades Móviles
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Mi P Ministerio de Salud Pública

Mercadotecnia hospitalaria

Cientes meta
Posicionamiento deseado

<p>PRODUCTO</p> <p>Significa la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variedad - Calidad - Durabilidad - Características - Marca - Estética - Innovación 	<p>PRECIO</p> <p>Es la cantidad de dinero que los clientes están pagando para obtener el producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Precio de lista - Descuentos - Subsidios - Política de pago - Condiciones de crédito
<p>PLAZA</p> <p>Incluye actividades de la empresa orientadas a que el producto esté disponible para los clientes meta.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Canales - Cobertura - Distribución - Promoción - Logística 	<p>PROMOCIÓN</p> <p>Se refiere a las actividades que motivan los ventas del producto y persuaden a los clientes sobre el producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publicidad - Ventas personales - Promoción de ventas - Relaciones públicas

Consumismo en salud



Consumismo sanitario y consumismo en salud

- Servicio de la humanidad
- Buscar el bien del paciente
- Beneficio personal VS beneficio del paciente
- Comercializado la medicina
- Deseo desmesurado de lucro económico

Derechos del consumidor sanitario

NUESTROS DERECHOS COMO CONSUMIDORES

- DERECHO A PODER CONSUMIR LO NECESARIO PARA VIVIR.**
- DERECHO A ELEGIR ENTRE DISTINTOS PRODUCTOS, AQUEL QUE RESULTE MEJOR PARA MI.**
- DERECHO A CONOCER LO QUE ESTOY POR COMPRAR Y LA FORMA DE PODER HACERLO**
- DERECHO A QUE LOS PRODUCTOS Y COSAS QUE USO SEAN SEGUROS Y NO ME LASTIMEN.**
- DERECHO A QUE NOS RESUELVAN LOS PROBLEMAS QUE PODAMOS TENER CON ALGO QUE COMPRAMOS**
- DERECHO A JUNTARNOS Y AGRUPARNOS CON OTRAS PERSONAS PARA RECLAMAR POR LOS PROBLEMAS QUE PODAMOS TENER COMO CONSUMIDORES.**
- DERECHO A QUE NOS EDUQUEN COMO CONSUMIDORES.**
- DERECHO A QUE NOS TRATEN CON RESPETO Y DIGNIDAD EN LOS COMERCIOS A PESAR DE SER CHICOS.**
- DERECHO A TENER UN AMBIENTE LIMPIO Y SALUDABLE.**

Presidencia de la Nación | Ministerio de Economía y Finanzas Públicas | SECRETARÍA DE COMERCIO

www.consumidor.gub.ar | @DefensaConsumidorArgentina | #DNDConsumidor | 0800-666-1515