

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ADMINISTRACIÓN EN SISTEMAS DE LA SALUD

MERCADOTECNIA EN SALUD

Unidad IV

➤ El Medio Ambiente Físico

ASESORA DE LA MATERIA: ANDREA PULIDO ARGUELLO

MAESTRANTE: LIC. ENF. NOEMI MAY DE LA CRUZ

Tabasco; A 09 de Abril del 2025.

Unidad IV

➤ El Medio Ambiente Físico

Ambiente físico

Ambiente social

Ambiente Económico

Ambiente Ecológico

La seguridad

Influencias culturales

Influencias étnicas

Influencias tecnológicas

Aplicaciones mercadológicas en la atención medica

Consumismo en salud

Mercadotécnica en el 1er. nivel de atención medica

Mercadotecnia hospitalaria

Consumismo sanitario vs consumismo en salud

Los derechos del consumidor sanitario

El medio ambiente físico

es un elemento que dirige la actividad de lo que la organización debe o no hacer en función de la mercadotecnia

Las fuerzas internas

son controlables por la organización

las fuerzas externas

no son controlables y es donde el plan de mercadotecnia debe conjugar acciones que le permitan maximizar los impactos positivos del ambiente y minimizar los impactos negativos.

Ambiente físico

Un entorno natural, o entorno físico, se refiere tanto al lugar donde opera una empresa como al lugar donde obtiene los recursos naturales que necesita

Factores que afectan el entorno natural de una empresa

- Escasez o excedente de materias primas
- Una fluctuación en el coste de la energía
- Un cambio en la calidad del aire
- Desastres naturales
- cambio climático
- Un cambio en las políticas gubernamentales

El entorno físico es uno de los factores más subestimados

Crea una narrativa con el diseño

Zonas de exploración

Colores estratégicos

Optimiza el flujo de movimiento

Elementos multisensoriales

Ambiente social

Un entorno social se refiere a la forma en que las empresas y los consumidores responden a las experiencias sociales.

Philip Kotler, el padre del 'marketing' moderno

'marketing' social como "el diseño, implantación y control de programas que buscan incrementar la aceptación de una idea o causa social en determinados grupos objetivo".

Marketing' social externo

se trata de acciones publicitarias para dar a conocer la causa, campañas, eventos

Marketing' social interactivo

el receptor se concibe como un agente activo con capacidad crítica y herramientas para interactuar con la empresa y dar su 'feedback'.

Ambiente jurídico

Leyes e imposición fiscal afectan directamente la forma en la que tu empresa funcionará y tu estrategia depende de eso.

Ambiente económico

Kotler y Armstrong definen que "El entorno económico consiste en factores que afectan el poder de compra del consumidor y sus patrones de gasto"

Ambiente ecológico

en mercadotecnia se refiere a la consideración del impacto medioambiental de los productos y servicios

ventajas que aporta el implementar el marketing verde

La seguridad

La seguridad de la marca se trata de proteger tu marca de cualquier daño.

Influencias culturales

"un sistema de valores y prácticas establecidos que se distribuyen y comparten colectivamente"

Los diferentes tipos de influencia

- ❖ Influencia informativa: para tomar decisiones
- ❖ Influencia normativa: sus miembros adaptan su comportamiento para obtener el reconocimiento de otros miembros.
- ❖ Influencia de la identificación; los miembros del grupo se guían por los valores del grupo porque este tipo de comportamiento genera seguridad y confianza.

1. Mayor control sobre la generación de agentes contaminantes
2. Uso de materiales menos contaminantes
3. Nuevos segmentos de público concienciado con el medio ambiente
4. Mejorar la imagen de marca
5. Mejora el posicionamiento
6. Innovación
7. Fidelización de clientes
8. Reducción de costes
9. Cumplimiento de normativas
10. Ventaja competitiva
11. Atracción de talento
12. Mejora de la salud y bienestar comunitario
13. Incremento de la transparencia y confianza
14. Acceso a nuevos mercados
15. Reducción de riesgos
16. Mejora de la resiliencia empresarial

Influencias étnicas

El marketing étnico reconoce que la cultura influye profundamente en el comportamiento del consumidor

El marketing étnico no se trata sólo de ganancias; se trata de fomentar conexiones, celebrar la diversidad y contribuir positivamente a la sociedad.

Influencias tecnológicas

La tecnología ha tenido un impacto significativo en cómo vemos el marketing digital hoy en día. Ha revolucionado la forma en que las empresas conectan con los consumidores.

Aplicaciones mercadológicas en la atención médica

En la actualidad las aplicaciones de la mercadotecnia al ámbito de los servicios de salud son amplias y en constante crecimiento

Consumismo en salud

El proceso de consumo en salud se inscribe en el contexto del conjunto de actividades que constituyen la vida cotidiana de los individuos.

La integración de la tecnología en el marketing digital

Análisis de datos

Publicidad programática

Personalización

Inteligencia Artificial (IA)