

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Nombre de la alumno (a): Alejandra Pérez Álvarez

Nombre del maestro (a): Andrea Pulido Arguello

Nombre de la actividad: Cuadro sinóptico

Nombre de la materia: Mercadotecnia en salud

Maestría de administración en sistemas de la salud.

Unidad VI. El medio ambiente físico.



**EL MEDIO
AMBIENTE FISICO**

**AMBIENTE
FISICO**

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. Por ejemplo, la escasez de madera es un entorno de mercado natural que puede afectar a una empresa de construcción.



**AMBIENTE
SOCIAL**

Un entorno social se refiere a la forma en que las empresas y los consumidores responden a las experiencias sociales. Por ejemplo, una organización podría donar una parte de sus ganancias a organizaciones sin fines de lucro o agencias gubernamentales que ayudan a comunidades necesitadas.



**AMBIENTE
JURIDICO**

Es muy obvia la forma como este ambiente afecta la estrategia de administración de marketing de una empresa. Leyes e imposición fiscal afectan directamente la forma en la que tu empresa funcionará y tu estrategia depende de eso.



**AMBIENTE
ECONOMICO**

Tiene como definición evaluar los factores que influyen en el consumidor y patrones de compra en negocios. Como los ingresos monetarios, el nivel de confianza en la economía, entre otros.

Por otro lado, también hace referencia a la situación económica en la que una empresa puede llevar a cabo sus negocios. Pues la economía puede determinar el éxito de una campaña de marketing.



**EL MEDIO
AMBIENTE FISICO**

**AMBIENTE
ECOLOGICO**

El ambiente ecológico en mercadotecnia se refiere a la consideración del impacto medioambiental de los productos y servicios. Esto implica tener en cuenta los entornos culturales, políticos, económicos, tecnológicos y sociales.



LA SEGURIDAD

La seguridad de la marca se trata de proteger tu marca de cualquier daño. La idoneidad de la marca se trata de apoyar y desarrollar tu identidad de marca específica al comprender qué tipos de contenido coinciden con tu marca y, al mismo tiempo, evitar asociaciones con contenido que no sea adecuado para tu marca.



**INFLUENCIAS
CULTURALES**

La cultura se puede definir como "un sistema de valores y prácticas establecidos que se distribuyen y comparten colectivamente". Es un factor que desempeña un papel importante en el diseño y la planificación de las campañas de marketing y las estrategias de las empresas multinacionales en todo el mundo. Toda empresa que comercializa en diversos países debe tener en cuenta la cultura local; incluyendo lenguaje, religión, normas y tradiciones, entre otras cosas.



**INFLUENCIAS
ETNICAS**

Trasciende la simple traducción de mensajes publicitarios o la inclusión superficial de rostros diversos en las campañas. En su esencia, representa un enfoque estratégico que reconoce, respeta y responde a las diferencias culturales como variables fundamentales en la toma de decisiones del consumidor.



CITAS:

SURESTE, U. D. (ENERO-ABRIL de 2025). *MERCADOTECNIA EN SALUD*. Obtenido de MAESTRIA EN ADMINISTRACION EN SISTEMAS DE SALUD:
https://fileservice.s3mwc.com/storage/uds/biblioteca/2025/03/Zp3tucflIDbc8fNCB2sZ-Libro_de_Consulta._Mercadotecnia_en_salud_Unidad_I_y_Unidad_II.pdf

FUENTES:

<https://glosario.mott.pe/marketing/palabras/ambiente-economico>

REFERENCIAS:

SURESTE, U. D. (ENERO-ABRIL de 2025). *MERCADOTECNIA EN SALUD*. Obtenido de MAESTRIA EN ADMINISTRACION EN SISTEMAS DE SALUD:
https://fileservice.s3mwc.com/storage/uds/biblioteca/2025/03/Zp3tucflIDbc8fNCB2sZ-Libro_de_Consulta._Mercadotecnia_en_salud_Unidad_I_y_Unidad_II.pdf

MARKETING MEDICO

El marketing medico inicia desde que nosotros como personal de salud brindamos un buen trato al consumidor de nuestros servicios, esta estrategia como marketing nos ayuda a que los pacientes se sientan más cómodos, en confianza y tengan la seguridad de querer regresar, esto no solo lo tiene que realizar el que brindara el servicio médico, si no, todos los que están en labor de este mismo, desde el personal de seguridad, hasta el médico, también es de suma importancia tener una buena coordinación entre todos los servicios o áreas que el paciente podría llegar a solicitar, esto nos ayudara a que el servicio sea más eficiente.