



MERCADOTECNIA EN SALUD

SEMANA 3

DOCENTE: DRA. ANDREA PULIDO ARGUELLO

ALUMNO: LIC. GEREMIAS SÁNCHEZ HERNÁNDEZ

CUADRO SINOPTICO

UNIDAD IV

EL MEDIO AMBIENTE FISICO

11 DE ABRIL DEL 2025.

E
L
M
E
D
I
O

A
M
B
I
E
N
T
E

F
I
S
I
C
O

Las organizaciones se mueven en un ambiente muy dinámico, complejo y en constante evolución, mismo que deben identificar, vigilar y a partir de este análisis generar un plan de respuesta ante las fuerzas ambientales e impacto que origina

Concepto de ambiente

Conjunto de condiciones que rodean a un organismo.

Elemento que dirige la actividad de la organización que debe o no hacer en función de la mercadotecnia

Fuerzas:

- ✓ **Fuerzas internas** son controlables por la Organización.
- ✓ **Fuerzas externas** no son controlables y debe conjugar acciones que le permitan maximizar impactos positivos y minimizar impactos negativos.

Ambiente de la mercadotecnia

El ambiente de mercadotecnia ofrece tanto oportunidades como amenazas.

- ✓ **El microambiente** consiste en las fuerzas cercanas a la compañía que afectan su habilidad de servir a sus clientes, éstas incluyen: compañía, proveedores, intermediarios, clientes, mercados exteriores, competidores y público.
- ✓ **El macro ambiente** se compone de las fuerzas más grandes de la sociedad, que afectan a todo el microambiente, incluye las fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

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 comunes que afectan el entorno natural :

- ✓ Escasez o excedente de materias primas
- ✓ Fluctuación en el coste de la energía
- ✓ Cambio en la calidad del aire
- ✓ Desastres naturales
- ✓ Cambio climático
- ✓ Cambio en las políticas gubernamentales

Algunas estrategias concretas

- **Narrativa de diseño:** Crea espacio para que cuente una historia que conecte emocionalmente con tus clientes
- **Zonas de Exploración:** Áreas para interactuar con productos.
- **Colores Estratégicos:** Uso de colores que influyen en emociones.
- **Optimización de Flujo:** Recorrido intuitivo para clientes.
- **Elementos Multisensoriales:** Aromas, música y texturas

Ambiente social

- Influencia de valores, opiniones y creencias
- 'Marketing' social:
- ✓ Interno
- ✓ Externo
- ✓ Interactivo

Ambiente jurídico

- ❖ Impacto de leyes
- ❖ Complicaciones legales

Ambiente económico

Los mercados integrados por personas requieren un **poder adquisitivo** para satisfacer sus necesidades, deseos o anhelos

Ambiente ecológico

Implica tener en cuenta los entornos culturales, políticos, económicos, tecnológicos y sociales

Seguridad

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

Influencias Culturales

- ✓ **Sistema** de valores y prácticas establecidos que se distribuyen y comparten colectivamente.
- ✓ **Factor** que desempeña un papel importante en el diseño y planificación de las campañas de marketing y estrategias de las empresas multinacionales en todo el mundo

Influencias Étnicas

El marketing étnico reconoce que la cultura influye profundamente en el comportamiento del Consumidor comprendiendo los matices culturales.

Influencias Tecnológicas

La tecnología ha tenido un impacto significativo en cómo vemos el marketing digital hoy en día. Los avances en inteligencia artificial, aprendizaje automático y macro datos han permitido personalizar la publicidad, establecer objetivos precisos y aplicar estrategias de marketing más eficaces.

Aplicaciones mercadológicas en la atención medica

Herramienta de gestión sanitaria procura la orientación de las instituciones hacia el mejoramiento en la calidad de vida y la mayor satisfacción de sus clientes, haciéndola más sensible hacia las demandas de los usuarios. El mejoramiento de la calidad a un nivel organizacional amplio, se orienta a obtener el máximo beneficio de los productos (procesos de atención) en favor de los clientes externos considerando en ello la perspectiva del cliente interno.

COMENTARIO

Ofrece una visión integral sobre cómo el medio ambiente físico y las estrategias de marketing pueden influir en el éxito de las organizaciones en un mundo dinámico y competitivo, la atención a estos aspectos es vital para adaptarse y prosperar en un entorno empresarial en constante evolución.

La adaptación a estas fuerzas externas no solo es necesaria para la supervivencia, sino que también puede ser un motor de innovación y ventaja competitiva.

Sobre todo en el ámbito sanitario de la salud, que se ofertan calidad en la atención a través de procesos, desde su inicio de recepción hasta su culminación de estancia a su demanda de necesidades ofertadas.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

(S/f). Academia.edu. Recuperado el 11 de abril de 2025, de [https://www.academia.edu/31947575/MEDIO AMBIENTE DE LA MERCADOTECNIA](https://www.academia.edu/31947575/MEDIO_AMBIENTE_DE_LA_MERCADOTECNIA)

Health Marketing [@healthmarketing]. (s/f). *Marketing médico | procesos de atención | Daniel Figueroa Linares*. YouTube. Recuperado el 11 de abril de 2025, de <https://www.youtube.com/watch?v=FPuNLKKgmpU>

