



# Experto aboga por mercadotecnia en salud al servicio del bien social

17 MAR 2011 Salud



El Dr. Luis Diego Calzada y el M.Sc. Héctor González Morera (centro), acompañaron al Dr. Heberto Priego Álvarez en su disertación (foto Jorge Carvajal).

La mercadotecnia ligada al sector salud permite brindar aportes a la comunidad, con el objetivo principal de buscar la solidaridad y el compromiso para mejorar la calidad de vida de las personas, así lo afirmó el especialista en la materia Dr. Heberto Priego Álvarez quien ofreció una conferencia en la UCR.

El profesor e investigador Priego quien proviene de la [Universidad Juárez Autónoma de Tabasco](#) y es presidente de la [Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud](#) se presentó el lunes 7 de marzo en la Sala de audiovisuales de la Facultad de Medicina para presidir la conferencia *Mercadotecnia en Salud, Conceptos y Aplicaciones*.

Priego comentó que la mercadotecnia es una actividad que persigue llenar las necesidades humanas, ante lo cual existen mitos y realidades como por ejemplo que la calidad de los servicios de salud es algo implícito, pero según aclaró, la verdad es que el uso de la mercadotecnia fomenta una filosofía de calidad total en dichos servicios.



Heberto Priego Álvarez es médico, y cuenta con dos doctorados uno en Ciencias sociales y salud, y otro en Salud pública y metodología de la investigación biomédica, ha ocupado cargos en administración sanitaria federal y estatal en México (foto Jorge Carvajal).

---

“La realidad es que la mercadotecnia en este campo procura una orientación social de los servicios de salud, pues pertenecemos al sector público y no al privado, sabemos que el bien común es el objetivo que se persigue”, acotó Priego.

El Dr. Priego también enumeró los objetivos del marketing en salud y mencionó ideas como la maximización en la satisfacción de los consumidores, mejoramiento en la producción y comercialización de los servicios sanitarios, atraer recursos y regular el nivel de la demanda.

“El marketing es una herramienta de la que se puede hacer uso para mejorar las condiciones de vida de las personas y conseguir resultados beneficiosos. Con la mercadotecnia podemos impulsar el interés en satisfacer las necesidades que existen en salud”, manifestó Priego.



La Sala de Audiovisuales de la Facultad de Medicina reunió a especialistas en salud que siguieron con atención las declaraciones del Dr. Heberto Priego Álvarez (foto Jorge Carvajal).

### **Esfuerzos desde la academia**

A la conferencia también asistieron el decano de la Facultad de Medicina, Dr. Luis Diego Calzada Castro, y el vicerrector de Administración, M.Sc. Héctor González Morera.

Calzada Castro hizo énfasis en el aporte que se puede ofrecer a las comunidades con iniciativas como la mercadotecnia desarrolladas en el sector salud, como forma de contribuir al bienestar social.

Por su parte, González Morera señaló que la Universidad de Costa Rica siempre ha procurado estimular la innovación y la participación conjunta entre instituciones nacionales e internacionales en cuanto a iniciativas que busquen la actualización y el mejoramiento según las necesidades del país, comprometiéndose con la creatividad, la productividad y la solidaridad.

Por último, el Dr. Heberto Priego Álvarez afirmó que la clave de la mercadotecnia en salud es la determinación de las necesidades y los valores de la población meta.



**[Otto Salas Murillo](#)**  
Periodista Oficina de Divulgación e Información  
[otto.salasmurillo@ucr.ac.cr](mailto:otto.salasmurillo@ucr.ac.cr)

