

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**10 de junio de 2020.**

**Conceptos básicos, etapas de los proyectos de inversión en salud y mercado de los proyectos de servicios en salud.**

**Formulación y evaluación de proyectos.**  
Maywualida Candelaria Hernández Ordoñez

**Presenta el alumno:**

**Lucy Regina Domínguez castillo.**

**Grupo, semestre y modalidad:**

**3er cuatrimestre “A” Maestría en administración en sistema de la salud.**

## 1.1 Tipos De Proyectos de Inversión:

Pueden ser propias y diferentes que la distigue entre una y otra por que es una idea de una cosa que se piensa hacer por la cual se establece y se determina un conjunto de medios necesarios con esfuerzo llevado a su ejecución buscando beneficios, los mismos para su rentabilidad que pueden ser económicos financieros o sociales.

Los principales tipos de proyectos es necesario especificarlos y definir el área o el sector donde la competencia se desarrolle existen muchos tipos de proyectos dentro de ellas se encuentran según el grado de dificultad de su consecuencia.

Cuando se habla de proyecto siempre es necesario especificar algo más que permita definir el área o sector donde sus competencias se desarrollarán. Existen muchos **tipos de proyectos**, pero los más comunes son:

- **Proyectos simples:** aquellos cuyas tareas no tienen demasiada complejidad y que se pueden realizar en un tiempo relativamente corto.
- **Proyectos complejos:** son los que demandan mayor planificación o cuyas tareas son numerosas y requieren de una organización distinta a la un proyecto simple.

### **Proyectos de inversión privada:**

Este proyecto es realizado por empresas inversionistas que pretenden obtener ganancias o el capital invertido al final del proyecto y su rentabilidad.

### **Proyectos de intervención pública:**

En este proyecto el estado es el que invierte de sus recursos y los coloca para su ejecución no solo es económica sino también el impacto que el proyecto da en la mejora del bien social del grupo beneficiado en dado caso puede ser que un proyecto no sea económicamente rentable pero el impacto puede ser grande de modo que el regreso total o regreso social permita que recupere la inversión puesta por el estado.

### **Proyecto de investigación social:**

Es único que genera un impacto en el bienestar social donde no se mide el retorno económico es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto si su beneficio sigue generando beneficio a la sociedad aun cuando termine el periodo de ejecución del proyecto. Se logran clasificar proyectos privados con impactos, crear nuevas unidades de negocio o creación de nuevos productos, o empresa .obtener cambios en negocios existentes es decir cambiar maquinarias modelos con flujo comparador de precio de ingreso y ahorro que genera el cambio

### **Proyectos de infraestructura:**

Se relaciona en obras civiles de infraestructura de uso económico mejora la calidad de servicio en ahorrar el recurso por menor en enfermedades por presión en centros existentes con equipamiento persistentes.

## **Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales:**

En este caso se trabaja con diversas líneas como por ejemplo participación ciudadana, mejora la gestión pública vigilancia ciudadana entre otros la inversión es en activo físico ya sea obra civil o equipamiento limitado logra habilidades de gestión de la comunidad con diseños de planes de desarrollo local o territorial ambiental de pendiendo del proyecto se mide por evaluación actual y futura del logro de capacidad y esfuerzo comunitario para el desarrollo local.

### **1.2 Áreas en que se utilizan los proyectos de investigación**

#### **Personal:**

Reclutamiento de personal clasifica y asigna tareas para estos mismo aplican la investigación de operación sin contar el hecho que se aplica la autosistematización y disminución de costos, busca sacar el máximo provecho del personal disminuyendo costo y aumentar la productividad.

#### **Mercado y producción:**

Es uno de los más fuertes de la aplicación ya que en esta sección se puede aplicar casi en su totalidad por su demanda y la actividad en la producción las cuales son importantes con modelos matemáticos para poder contar y cumplir las expectativas en la producción del mercado y la producción para tener confianza para movernos en la planeación y el control de la producción.

#### **Compras y materiales:**

Tanto las cantidades y las fuentes de suministros con costo fijo, variable remplazo de equipos sustitución de material saber si rentar o compran.

#### **Manufactura:**

La mezcla óptima de manufactura el tráfico de material control de calidad y sobretodo la planeación y el control de la producción en base a las matemáticas proyectadas.

#### **Finanzas y contabilidad:**

Tópico como lo son en el capital requerido de largo plazo en inversión alternas análisis del flujo en efectivo entre otros se encuentran muy estrechamente entre otras y como se realizara cierta actividad. Planeación: es lo que se utiliza para controlar el avance de cualquier proyecto que procede a múltiples actividades ya sea simultaneas o las cuales hay que esperar para para ejecutarse.

### **1.3 Pre inversión**

Es la fase de planificación de un proyecto. Se efectúan estudios para determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto, en la cual hay un nivel de identificación, de perfil del proyecto, de pre-factibilidad y factibilidad del proyecto La pre inversión tiene como objetivo evaluar la conveniencia de realizar un Proyecto de Inversión Pública en particular, es decir, exige contar

con los estudios que sustenten que es socialmente rentable, sostenible y concordante con los lineamientos de política establecida por las autoridades correspondientes

#### 1.4 Evaluaciones

Es lo más importante del proyecto para alcanzar el éxito y así tener buenos resultados del proyecto. Mejora la toma de decisiones, que puede hacerse efectiva tanto en la fase de planificación como en etapas posteriores o, incluso, al final del proyecto. Una buena evaluación proporciona información valiosa para introducir las reformas convenientes.

#### 1.5 Estudios específicos de los proyectos

Los objetivos específicos detallan los procesos necesarios para la completa realización del trabajo de los proyectos. Se presenta de forma detallada los resultados que se pretenden alcanzar a través de la investigación, debe describir las etapas de la búsqueda en la secuencia de la ejecución. Se debe relacionar el objeto del trabajo con sus particularidades con mayor delimitación.

Los objetivos específicos se relacionan directamente con los objetivos generales, detallando los procesos necesarios para su realización. De esta forma, los objetivos específicos sirven como una guía de la manera como será abordado el trabajo.

Los objetivos específicos deben presentar en detalle las metas del proyecto. Así se relaciona el objeto estudiado con sus particularidades y se identifican los pasos a seguir para cumplir el objetivo general.

#### 1.6 Objetivos

El **objetivo general** es un enunciado que resume la idea central y finalidad de un trabajo. Debe contener la hipótesis o el problema que será investigado en el trabajo, así como la delimitación del tema.

El **objetivo específico** presenta de forma detallada los resultados que se pretenden alcanzar a través del trabajo. Debe describir las etapas de la búsqueda en la secuencia de la ejecución. También debe relacionar el objeto del trabajo con sus particularidades, con mayor delimitación.

#### 1.7 Demanda

La **demanda** es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado. Por medio de la ley de la **demanda**, se determina que al subir el precio de un bien o servicio, la **demanda** de éste disminuye (a diferencia de los cambios en otros factores que determinan un corrimiento de la curva en sí.)

#### 1.8 Oferta

La oferta, en economía, es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos del proyecto.

Más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente.

Con la diversificación y tecnificación de la economía, el concepto de oferta ha ido en evolución constante a lo largo de tiempo. Desde una única unidad de venta (por ejemplo, la oferta de pan en la Edad Media era única y a un precio fijo), hasta contar con verdaderas discriminaciones de precios, en función de calidad, la cantidad, el lugar donde se ofrezca e incluso al mercado objetivo al que vaya destinado.

En cualquier sistema económico, ya sea de economía planificada o libre mercado, la oferta juega un papel fundamental en la determinación del precio, ya que es la interacción de esta con la demanda en ese momento la que podrá trasladar al precio la cuantificación y valoración de los productos y servicios a las necesidades de los demandantes.

Por otra parte, en ocasiones la oferta no viene dada por acciones del mercado, sino que viene impuesta por alguna institución (Estado, Administración, Organización...) para poder suplir unas necesidades. Esto se produce aunque no haya demanda, e incluso en ocasiones los productores pactan ofrecer unos mismos bienes a un precio similar, rompiéndose la cadena de libre mercado y quebrando la competencia.

## 1.9 Tipo de mercado

### 1. Mercado de competencia perfecta:

Se trata de mercados en los cuales interactúan tal cantidad de consumidores, ofertas y marcas, que ninguno de ellos es capaz de influir por sí solo en el precio de los productos. La competencia siempre está a la orden del día y los bienes y servicios son, por lo general, iguales o similares.

### 2. Mercado monopolista:

Son espectros comerciales en los que una sola marca se encarga de la venta de un producto o servicio. Esta situación se explica básicamente por el alto número de barreras de entrada que se imponen a las empresas que aspiran a competir.

### 3. Mercado de competencia imperfecta:

Es el mercado intermedio entre el de monopolio y el de competencia perfecta. Se puede presentar en dos variantes: o bien cuando existen muchas empresas que ofrecen productos similares (no idénticos), o bien cuando se presenta un alto número de compradores pero pocos vendedores.

### 4. Mercado de monopsonio:

Hablamos en este caso de mercados en los que los consumidores tienen un rol protagónico. Es decir, tras sus decisiones comerciales, son capaces de cambiar, o al menos de influir, en el precio de los productos. Obviamente, para que esto sea así la demanda debe ser muy superior a la oferta. Los clientes, pues, tienen un altísimo poder de negociación en este modelo.

## 1.10 Interrelación entre el estudio de mercado y los otros estudios del proyecto.

¿Qué es el Mercado?

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales:

1.- Se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, y como es aquí donde concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios el mercado es un lugar físico.

2.- El mercado también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios. Es la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado sectorial.

Esta referencia es analizable, se puede cuantificar, delimitar e inclusive influir en ella.

El objetivo del Estudio de Mercado en un proyecto consiste en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a conseguir a determinado precio.

A través del Estudio de Mercado de un proyecto se puede identificar la demanda real del producto, así como aspectos relacionados con producto, precio o tarifa, demanda, oferta y la comercialización o plaza.

Por tanto, es importante realizar un Estudio de Mercado para identificar no solo los atributos valorados por el cliente o identificar el segmento al que se va a dirigir el proyecto, sino para determinar si la demanda existente justifica la implementación del proyecto.