

ADMINISTRACION EN SISTEMAS DE SALUD.

ENSAYO.

MTRO. MAYWALIDA CANDELARIA HERNANDEZ..

PRESENTA LA ALUMNA:

ANEYDI RICARDA JUAREZ MARROQUIN

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

3o. Cuatrimestre “A” Maestría

Frontera Comalapa, Chiapas

10 de junio de 2020.

INTRODUCCION.

El tema a tratar es sobre los proyectos de inversión, ya que es la forma más práctica de implementar la estrategia mediante la combinación de un conjunto de recursos disponibles con el fin de lograr un rendimiento futuro.

Esto representa el primer paso en la implementación de la estrategia integral si consideramos la planificación como la elaboración de un plan completo, todo proyecto deben de ser preparados al nivel de factibilidad, para poder compararlos y decidir su ejecución, considerando que es un proceso de elaboración y mejoramiento continuo, cuyo objetivo del proyecto es generar un impacto positivo en el problema como la pobreza o curar enfermedades. Puede decirse que todo proyecto tiene un ciclo de vida o etapas o fases mediante las cuales se desarrolla como la concepción de idea, pre-inversión, inversión y operación. Ya que con ella se busca una mejora en el bienestar social, pero también conseguir una rentabilidad económica y financiera, con el fin de recuperar la inversión del capital inicial, pero para ello se pasa por varios procesos lo cual lo trataremos a fondo.

TIPOS DE PROYECTOS DE INVERSION.

Es un plan de organización para utilizar recursos disponibles con el fin de lograr un rendimiento futuro, por lo general el rendimiento que se busca es económico. Y se dividen en tres:

Tipos de Inversión privada: son aquellos cuyo fin es rentabilizar la inversión de forma económica. Por este motivo el capital proviene de empresa y organizaciones privadas, que buscan poder recuperarlo y obtener un beneficio financiero a futuro. Dentro de esta inversión hay variedad de subtipos de donde se invierta el capital:

- Nuevos productos o mercados.
- Expansión de productos o mercados existentes.
- Proyecto de sustitución para continuar con las operaciones.
- Proyecto de sustitución para la reducción de los costes.

Tipo de inversión pública: son gestionados por el estado, con fondos públicos. Por lo tanto el beneficio no es únicamente económico, sino también social, hay cuatro que forman parte y son:

- ❖ Proyecto de infraestructura.
- ❖ Proyecto de desarrollo empresarial.
- ❖ Proyectos ambientales.
- ❖ Proyectos sociales.

Tipos de proyectos de inversión social: serían los mismos que inversión pública la única diferencia es que este tipo el fin es puramente social, y que los fondos pueden provenir de organizaciones privadas o públicas. De infraestructura, ambientales, sociales, desarrollo local, etc.

AREAS EN QUE SE UTILIZA LOS PROYECTOS DE INVERSION.

Un empresario estará pensando de cualquier inversión que pretenda hacer a corto , mediano o largo plazo, lo cual debe de contener:

El estudio de mercado.

El estudio técnico.

El estudio financiero.

El estudio de organización.

PRE-INVERSION.

Pre- es el sustantivo de inversión y alude a una anterioridad temporal o local, mientras que inversión es el uso de un recurso o caudal para obtener algún beneficio en el futuro.

Tiene como objetivo evaluar la conveniencia de realizar un proyecto de inversión pública es decir, exige contar con los estudios que sustenten que es socialmente rentable.

La fase implica la preparación y la evaluación de un proyecto, el objetivo es analizar los costos y los riesgos e incrementar los beneficios de inversión.

EVALUACIONES:

Es una fase fundamental que a través de este proceso de valoración se analizan todos los elementos que intervienen en el proyecto con el fin de determinar su viabilidad y eficacia y establecer las medidas de mejora necesarias a lo largo del proceso ya que hay que comprobar que el proyecto evoluciona conforme al plan diseñado. Así mismo detectar amenazas y oportunidades y tomar las decisiones oportunas en cada momento.

ESTUDIOS ESPECIFICOS DE LOS PROYECTOS.

Gerencia de proyectos: todo proyecto de inversión genera efectos.

Conceptos: es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad.

Objetivos: aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida.

Estudio de mercado: el objetivo es estimar las ventas, lo primero es definir el producto o servicio.

Estudio técnico: diseñar como se producirá aquellos que venderás.

Estudio financiero: están las ventas, inversión, gastos que salieron de los estudios anteriores.

Estudio de organización: consiste en definir cómo será la empresa.

Ciclo de vida del proyecto: la selección de los mejores proyectos que permite mediante elaboración de estudios.

Pre inversión, inversión, estudio definitivo, ejecución y montaje, puesta en marcha, operación, evaluación de resultados, rentabilidad de la inversión, cálculo de la tasa.

OBJETIVOS.

Son los resultados deseados que se esperan alcanzar con la ejecución de las actividades que integran un proyecto, empresa o entidad, medibles o cuantificables. Realista.

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 un servicio, la demanda disminuye.

Existen diferentes tipos de demandas como las insatisfechas, satisfechas y las satisfechas no saturadas.

Las demandas según su necesidad y según su temporalidad y la de destino.

OFERTA.

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado, demanda y oferta.

Tipos de oferta: Oferta competitiva o de mercado libre: es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia.

Oferta oligopólica: se caracteriza porque el mercado se halla controlado por solo unos cuantos productores o prestadores de servicios.

Oferta monopólica: se encuentra dominada por un solo productor o prestador del bien o servicio, que le impone calidad, precio y cantidad.

Balance entre oferta y la demanda:

Siempre que la demanda sea mayor que la oferta se le puede llamar también demanda potencial insatisfecha y su valor será la base de la mayoría de la inversión necesaria.

TIPOS DE MERCADO.

Los tipos de mercado según sean los criterios aplicados, a saber según su extensión:

Mercado total: conformado por la totalidad del universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Mercado potencial: conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio o un bien están en condiciones de adquirirlas.

Mercado objetivo: está conformado por los segmentos del mercado potencial que a sido seleccionado en forma específica como destinatarios de la gestión.

INTERRELACION ENTRE EL ESTUDIO DE MERCADO Y LOS OTROS ESTUDIOS DEL PROYECTO.

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.

Atara ves 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 de 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 dirigir el proyecto, si no para determinar si la demanda existentes justifica la implementación del proyecto.

CONCLUSION.

Concluyo que un proyecto se emplea en muchos contextos y todo depende del significado que la persona o inversionista le dé, ya que lo que se busca es conseguir una mejora en el bien estar social así mismo el máximo beneficio posible sobre la menor inversión, ya que pueden ser proyectos de inversión privadas, como parte de técnicas del Marketing dando lugar a las transacciones de los compradores. Ya que es preciso ver el estudio de grado de rivalidad o competencia en el mercado o producto de los competidores y de la naturaleza y fuerza de la ventaja competitiva que ostenta cada competidor para poder proceder a la colocación de recursos.