

ENSAYO
**CONCEPTOS BÁSICOS, ETAPAS DE LOS
PROYECTOS DE INVERSIÓN EN SALUD**

Materia:
FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Maestra: MAYWALIDA CANDELARIA HERNANDEZ ORDOÑEZ

PRESENTA LA ALUMNA:

Brenda Iraís González Barrios

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

**3 er. Cuatrimestre "A" Maestría en Administración en
Sistemas de Salud**

**Comalapa, Chiapas
9 de Junio de 2020**

INTRODUCCIÓN

Los proyectos surgen generalmente con el propósito de cubrir necesidades humanas. Una vez que se tiene identificada la necesidad es importante encontrar una solución a ésta, es decir, se requiere una idea que permita dar atención al problema. Para que esta idea se convierta en un proyecto de inversión, es necesario llevar a cabo varios estudios sobre factores que pueden afectar el éxito del proyecto y, con base en todos ellos tomar la decisión de seguir adelante o no con el proyecto.

En el presente ensayo abordaremos conceptos generales acerca de los proyectos de inversión, la importancia que tiene la etapa de la pre inversión, estudios que deben realizarse, entre otros.

Antes de iniciar la ejecución de un proyecto es importante contar con los elementos necesarios y suficientes que permitan tomar una decisión informada sobre llevar a cabo o no un proyecto de inversión.

PROYECTOS DE INVERSIÓN

Todo proyecto nace de una necesidad que satisfacer.

Un proyecto de inversión se refiere a un conjunto de planes detallados que tienen por objetivo aumentar la productividad de alguna empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de los fondos en un plazo razonable. Una inversión requiere de una base metodológica que la sustente.

Existen distintos tipos de proyectos y muchas maneras de clasificarlos, para este ensayo mencionaremos 3 de ellos:

1. Según su procedencia de capital:

- **Proyectos públicos:** se financian en su totalidad con fondos públicos o que provengan de instituciones gubernamentales. Por ejemplo el sistema de agua potable
- **Proyectos privados:** se financian en su totalidad con fondos públicos o que provengan de instituciones gubernamentales. Por ejemplo una inversión inmobiliaria
- **Proyectos mixtos o sociales:** Combinan las dos formas de financiación: la pública o de entidades estatales y la privada. Por ejemplo una universidad con área comercial

2. Según el sector: por citar los proyectos de construcción, proyectos de energía, proyectos de minería, proyectos de transformación proyectos de medioambiente, proyectos industriales, proyectos de servicios, proyectos de banca o finanzas, etc.

3. Según el ámbito: Proyectos de ingeniería, proyectos económicos, proyectos fiscales, proyectos legales, proyectos médicos, proyectos matemáticos, proyectos artísticos, proyectos tecnológicos, proyectos informáticos, etc.

PREINVERSIÓN:

Antes de iniciar la ejecución del proyecto es importante contar con los elementos necesarios y suficientes que permitan tomar una decisión informada sobre llevar a cabo o no un proyecto de inversión. Este punto implica la preparación y la evaluación de un proyecto. El objetivo es analizar la factibilidad de la inversión y determinar cómo puede brindar la mayor ganancia posible en un plazo establecido.

La preinversión abarca el desarrollo de diversos estudios e investigaciones. Con estas tareas se buscan reducir los costos y los riesgos e incrementar los beneficios de la inversión.

En esta fase se desarrollan las siguientes etapas:

- **Idea:** En esta etapa se hace una primera llegada al problema, necesidad, oportunidad y se analiza su posible solución.

- Perfil: En esta etapa se realiza una preparación y evaluación de las posibles alternativas de solución, apoyándonos principalmente de información secundaria. Es en este momento donde podemos descartar algunas alternativas y seleccionar las posibles soluciones dando paso a la siguiente etapa.
- Pre-factibilidad: Se realiza una evaluación completa y profunda de las alternativas identificadas en la etapa de perfil y de las posibles soluciones. Aquí podemos descartar las ideas no factibles y seleccionar la alternativa que es técnica y económicamente mejor y poder pasar a la etapa de factibilidad o diseño.
- Factibilidad: aquí se perfecciona y precisa la mejor alternativa identificada en la etapa de Pre-factibilidad sobre la base de información primaria recolectada, y con esto pasar a la fase de inversión del proyecto (Díaz, 2016).

EVALUACIONES:

Es un estudio económico que tiene por objeto conocer su rentabilidad económica financiera y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos con que se cuenta a la mejor alternativa disponible. Una inversión inteligente requiere de un proyecto bien estructurado y evaluado, que indique la pauta a seguirse como la correcta asignación de recursos, igualar el valor adquisitivo de la moneda presente en la moneda futura y estar seguros de que la inversión será realmente rentable, decidir el ordenamiento de varios proyectos en función a su rentabilidad y tomar una decisión de aceptación o rechazo.

ESTUDIOS ESPECÍFICOS DE LOS PROYECTOS:

- Estudio de mercado: Son las acciones que se ejecutan con la finalidad de conocer la respuesta del mercado ante un nuevo producto o servicio.
- Estudio Técnico: Este proceso busca determinar la viabilidad técnica de la elaboración del producto, las inversiones necesarias para realizar dicha producción como en tecnología, infraestructura, personal y materiales.
- Estudio financiero: Aquí se define si el proyecto es viable. Se detectan los recursos económicos para llevar a cabo el proyecto.
- Estudio de organización: Se define como se hará la empresa, o cambios que deben realizarse en caso de que la empresa ya esté formada.

OBJETIVOS:

Los objetivos son de gran importancia, para que no existan desviaciones y errores. Sirven para conocer el resultado del proyecto. Deben ser ideas claras de las personas, para que no exista divagación. Estos pueden ser a corto, mediano o largo plazo dependiendo el proyecto a realizar.

DEMANDA:

Es verificar la posibilidad real de introducir un producto en un mercado determinado tomando en cuenta el riesgo que conlleva. Esta se da en función del precio del bien o servicio que se asigne, del ingreso que cuenten, de preferencias y gustos del cliente, entre otras particularidades.

OFERTA:

Es la cantidad de unidades de un bien o servicio que las empresas están en disposición de ofrecer en un mercado a un precio determinado. El análisis de la oferta ayudará a poder definir, medir y conocer las condiciones existentes en el mercado de ese bien o servicio con el que deseamos entrar a competir.

TIPO DE MERCADO:

Entendemos por mercado como un proceso que se da cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio. Existen diferentes tipos de mercado:

-Mercado de consumo: Son aquellos mercados donde se llevan a cabo transacciones de bienes y servicios adquiridos por el consumidor final.

-Mercados según el espacio geográfico: Agrupa y define los mercados según la localización geográfica de los consumidores.

- Local: Es el más reducido en su clasificación, abarca los consumidores del perímetro municipal o provincial. Ejemplo, Una panadería de la localidad, una pequeña tienda de ropa.
- Regional: Es un poco más amplio que el local anterior. Ejemplo la misma panadería del caso anterior, pero distribuyendo pan a otras panaderías a varias provincias o municipios cercanos.
- Mercado nacional: Es el caso que se da cuando los compradores potenciales se extienden por todo el país. Ejemplo una empresa de transporte que preste servicio a lo largo y ancho de la geografía de determinado país, una empresa productora de productos alimenticios cuya distribución abarca el país, etc.
- Mercado internacional: Cuando una empresa extiende su actividad por diversos países. Mediante la exportación o bajo las figuras de franquicias, transnacionales. Ejemplo Bimbo, Pepsi, Zara, Puma, etc.

-Mercados según la naturaleza del comprador:

- Mercado de consumidores: Dirigido al comprador que busca satisfacer sus necesidades mediante la adquisición de un bien o servicio de consumo.
- Mercado industrial: Es un tipo de mercado bien específico, dirigido a empresas que compran bienes y servicios para poder realizar sus operaciones. Ejemplo: venta de materia prima como cemento, bloques, equipos en el ramo de la construcción, etc.
- Mercado de revendedores: Es un tipo de mercado bien amplio, conformado por empresas que compran bienes y servicios con la intención de volver a venderlos a un

precio superior para obtener un beneficio. Ejemplo: los supermercados, tiendas de ropa, etc.

- Mercado institucional: Formado por las diferentes instituciones que forman parte del Sector Público. Ejemplo organizaciones de gobierno, hospitales públicos, etc.

-Mercado según la competencia:

Clasificación que se hace de acuerdo al tipo de competencia que opera en la oferta y la demanda, Es decir si existen muchos o pocos compradores y vendedores.

- Competencia perfecta
- Competencia imperfecta
- Monopolio
- Monopolio natural
- Oligopolio
- Monopsonio
- Competencia monopolística

INTERRELACIÓN ENTRE EL ESTUDIO DE MERCADO Y LOS OTROS ESTUDIOS DE PROYECTO:

Un proyecto debe ir avalado por diversos estudios planteados de manera profunda, que den soporte a la decisión de ejecutar o no dicho proyecto; es acá donde el estudio de mercado tiene una gran relevancia, sin embargo no es el único estudio a realizar; de él se desglosan una diversidad de estudios adicionales, los cuales ayudarán a integrar toda la información de manera detallada para formular un juicio respecto de la conveniencia y factibilidad en diferentes aspectos para llevar a cabo el proyecto. En esta fase es indispensable contar con información confiable, así como con la participación de especialistas en cada tema.

CONCLUSIÓN

En la actualidad, los proyectos de inversión han tenido un gran impacto en las pequeñas y medianas empresas, ya que se ha demostrado que mientras más organización y planificación se tenga ante un proyecto, se podrá identificar que tanta rentabilidad tendrá este, tanto en corto, mediano o largo plazo.

Todo proyecto tiene como objetivo final el obtener una ganancia, y en este proceso, se debe tener un especial cuidado de recabar toda la información necesaria, realizando los distintos tipos de estudio como estudios de mercado, financiero, etc, para así poder determinar su rentabilidad.

Finalizo comentando que mientras más ideas de proyectos existan, más posibilidades de asignar eficientemente los recursos habrá. Si muchas ideas no muestran ser rentables en su evaluación, se gana saber que hay que dejar de preocuparse de ellas, por lo menos hasta que las condiciones resulten favorables.

BIBLIOGRAFÍA

Matias Riquelme, (jul,2019), ¿Cuáles son los tipos de mercado?, recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-mercado.html>,

Díaz Gina, (5,Abril,2016), Ciclo de vida del proyecto, Creación de proyectos, recuperado de:
<https://www.creaciondeproyectos.com/ciclo-vida-del-proyecto/>

Alvarado Roldán Ma. Lizbeth, Morin Maya Eduardo, Octubre 2018, GUÍA PARA LA PREPARACIÓN DE PROYECTOS POR FASES (PPF), 2018, recuperado de:
[https://www.cepep.gob.mx/work/models/CEPEP/metodologias/documentos/Guia_Preparaci%C3%B3n_Proyectos_Fases_General_\(CEPEP\).pdf](https://www.cepep.gob.mx/work/models/CEPEP/metodologias/documentos/Guia_Preparaci%C3%B3n_Proyectos_Fases_General_(CEPEP).pdf)

López William, Noviembre 2009, Gerencia de proyectos, recuperado de:
<https://es.slideshare.net/wlopezaltarza/estudios-del-proyecto>

Ramírez Ivan, Enero 2019, Conceptos e importancia de los proyectos de inversión, recuperado de:
<https://www.efectodigital.online/post/2019/01/27/conceptos-e-importancia-de-los-proyectos-de-inversi%C3%B3n>