



**Nombre del alumno:** CIELO MAYTE LÓPEZ GUILLÉN.

**Nombre del profesor:** MTRA. MAYWALIDA CANDELARIA HERNÁNDEZ ORDOÑEZ

**Nombre del trabajo:** ENSAYO DE “ANTECEDENTES Y CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA, CARACTERIZACIÓN DE LA RELACIÓN DEMANDA-OFERTA Y FACTORES”

**Maestría:** EN ADMINISTRACIÓN EN SISTEMAS DE SALUD.

**Materia:** FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

**Grado:** 3ER CUATRIMESTRE.

FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS; A 13 DE JUNIO DE 2020.

## ANTECEDENTES Y CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA, CARACTERIZACIÓN DE LA RELACIÓN DEMANDA-OFERTA Y FACTORES.

Un proyecto de inversión es el plan técnico económico que tiene como objetivo principal el beneficiar a la sociedad, pero antes de llevar a cabo el proyecto debe pasar por una serie de evaluaciones y aunque dicho plan este puesto en marcha sigue la estrecha vigilancia de no cometer errores.

Estos proyectos implican varios recursos como son humano, tecnología, materiales entre otros. Por eso hoy en día como profesionales es indispensable conocer las técnicas que permitan tener noción sobre todas las fases que lleva la planificación del proyecto, conocer alternativas, costos y beneficios que genera la inversión.

Para comenzar se debe conocer sobre el papel que juega el oferente en un proyecto y es que se dice que el oferente puede ser una empresa o una persona que ofrece un servicio, pero el objetivo principal de este es obtener ganancias, en este caso también existe una contra parte que es el demandante es decir el que requiere el servicio o producto que el oferente propone. Algunas de las características de un oferente es un elemento más que integra la oferta al igual puede ser que no sea fabricante solamente puede ser un intermediario.

Para continuar debemos saber que dentro de un proyecto se debe tomar la decisión de la ubicación esta es a largo plazo con repercusiones económicas que es importante tener en cuenta. Para poder elegir la ubicación hay que analizar los factores económicos, sociales, tecnológicos, el mercado, entre otros. Así mismo hay que tener presente que existen determinantes de la ubicación y que son importantes por ejemplo, la materia prima, transporte, disponibilidad, costo, comunicación, etc. Ante lo mencionado permite producir resultados óptimos o en su caso indicar la mejor de las alternativas que permita tomar decisiones; cabe mencionar que una vez puesto en marcha resulta prohibitivo cambiar de ubicación.

En si la ubicación adecuada es donde va dirigido el proyecto sin menospreciar que debe estar al alcance todo aquel recurso que este programado a utilizarse.

Por otra parte en el estudio técnico sobre el tamaño de un proyecto, es decir la capacidad es el que involucra el máximo de unidades (productos y/o servicios), aquí se pueden determinar diferentes maneras de capacidad como la de diseño que es el máximo nivel posible de producción o prestación de servicio, capacidad instalada es la capacidad disponible de manera permanente,

por el contrario la capacidad utilizada es la parte de la capacidad instalada que ya está siendo utilizada.

Respecto a la tendencia de un proyecto comprendo que es la manifestación del consumo, mercado y estilo de vida que indica el tipo de innovación que sugiere el plan, estos pueden llevarse a cabo en la imaginación, deseos o consumo tanto como en los casos de la oferta del mercado.

La tendencia en si permite encontrar las oportunidades de innovación pero esto se da mediante la comprensión del mercado y del amplio consumo. Es importante el análisis de las tendencias que permitirá generar nuevas ideas que va a permitir tener originalidad y creatividad del producto y/o el servicio, de igual manera aquí muestra la importancia de conocer al consumidor ya que mediante eso podemos comprender y tener una mejor idea para así lograr satisfacer las necesidades, también permitirá tener una visión a futuro sobre el panorama y permitir un mejor desarrollo del plan.

Para analizar debidamente las tendencias es necesario definir claramente la idea principal del proyecto, lo siguiente es tener claro el objetivo de innovación podría ayudar anotar todas las palabras claves que se relacionen con lo que se pretende innovar, posterior a ello hay que tener en cuenta que no se debe desviar el proyecto ante la idea principal de innovación.

Como todo proyecto debe contar con el conocimiento científico esto para sustentar aun mayor el proyecto se dice que los supuestos teóricos tratan de buscar explicaciones nuevas y estas se apoyan mediante las disciplinas para poder generar esos conocimientos, como ya se mencionó los proyectos deben contar con una manera sistemática de trabajar y deben estar sustentados por una propuesta conceptual y metodológica. La elaboración de un proyecto según (Toro, J. 2008) "Se debe tener en cuenta los intereses que mediante la producción del conocimiento se puede identificar algunas teorías que dan soporte a la planificación y el diseño de los proyectos de desarrollo, ellas son las técnicas, la práctica y la crítica".

Se dice que cuando la empresa comienza a crecer los involucrados deben replantear la realización de un nuevo proyecto para que el plan pueda estar al alcance de todos, es ahí donde surge el pronóstico del proyecto ya que permite hacer una suposición de resultados futuros y así apoya a evaluar los proyectos existentes y los que están por crearse. Por lo tanto el pronóstico también cuenta con partes como es la base la cual apoya especialmente estudiando el historial de la producción de los proyectos, por con siguiente está el análisis de la tendencia,

anteriormente ya se había hablado sobre este tema, pero en el de pronóstico aterriza principalmente en el producto o servicio, es donde determina que tanta demanda tiene y si es viable que continúe en el mercado o no. Dentro de estas partes existe una herramienta importante para el pronóstico y es el análisis del punto de equilibrio que calcula el número de productos o servicios que deben ser adquiridos por los consumidores para poder cubrir los costos del proyecto ayuda a conocer que tan viable es el producto. Finalmente está el análisis de beneficios en base a los costos es una técnica de organización que da la facilidad de relacionar los costos y los beneficios de un proyecto; este análisis puede ayudar a elegir entre varios proyectos que se tengan pensado realizar.

Por lo que respecta a la demanda puedo decir que es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores piensan o quieren adquirir en el mercado, en el sistema de salud también se presenta lo que es la demanda del servicio pero para poder entender se tiene que hablar de los tipos de demanda la primera es la demanda total y esto quiere decir que las instituciones se sienten complacidos con la cantidad de trabajo y resultados, esto se puede medir mediante la satisfacción del usuario, también existe la demanda potencial o latente es cuando una parte de los usuarios no está satisfecho y no puede ser complacido por alguna otra oferta. La demanda excesiva es cuando la institución ya no puede tener un mayor control a lo que el usuario necesita, por consiguiente esta la demanda expresada, para mí punto de vista es más formal ya que se hace de forma clara y detallada por parte de la población. En cuanto a la demanda inducida por la oferta según la autora (García, A. 2009) “aquella producida como consecuencia del desconocimiento completo de las características del producto o servicio, de parte de los agentes del proceso”.

Al hablar de la oferta del producto se dice que es cuando el producto es presentado con un precio menor al habitual a los consumidores, y en ocasiones se aplican mediante la competencia ya que es una guía para mantener el precio en el mercado e igual depende mucho de la demanda.

Como ya se mencionó anteriormente en la oferta del producto lo principal es el precio y para el autor (Narváez, O. 2009) “El precio constituye un aspecto esencial en el proceso de producción y comercialización de bienes y servicios”. (Pág. 151). Opino que este tiene una estrecha relación entre la oferta y la demanda. Cabe hacer mención que se determina el precio por medio de la demanda, y se fijan por lo político, el mercado y por la competencia.

¿Puede ser cambiante el precio?, claro que si depende mucho del cambio del diseño del producto por lo que el costo de producción incrementa y por lo tanto el producto debe tener una mejora.

Así mismo existe la segmentación del mercado que en si es la división de consumidores por elementos con características en común y de acuerdo al grado de necesidades. Para llevar a cabo la segmentación se requiere de varios pasos, el primer paso se dirige más a la observación que llevara a la búsqueda de oportunidad de mercado, el segundo paso es la determinación del mercado viable, el paso tres se encarga de determinar los puntos importantes que ayudaran a realización de la división del mercado dado los objetivos, en el paso cuatro encontramos la división de los mercados lo cual tenemos una matriz de segmento, por consiguiente en el paso cinco se va a determinar y planear las acciones de competencia por cada segmento, para así continuar con el paso seis donde se habla de trabajar de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de cada división que se logró obtener y finalmente se llega al último paso donde se tiene que elegir con que segmentos se va a generar la competencia en el mercado.

Una vez que ya tenemos claro sobre la segmentación, definiremos sobre la importancia que tiene la comercialización del producto y/o servicio y se dice que esto ocurre cuando los antes mencionados comienza a llegar a las manos de los consumidores, para el autor (Chiode, L. 1996) “la comercialización opera como un mecanismo de coordinación de las transferencias entre los distintos integrantes de la cadena productor- consumidor” (Pág.2) Entonces en la comercialización implica la distribución y según el autor (Chiode, L. 1996) “los canales de distribución es la forma en que llegan los productos desde el fabricante hasta el usuario final” (Pág. 9).

Por consiguiente también la comercialización se relaciona con la venta, se entiende que es la búsqueda del consumidor o usuario que quiera adquirir el producto y/o servicio a cambio de un precio determinado. También se puede decir que la venta es ceder la propiedad de un producto a cambio de una compensación. Para lograr una buena venta requiere tiempo, estrategias y sobre todo planificación, para poder Identificar clientes o prospectar, conseguir negocios y cerrar las ventas.

Finalmente dentro de todo proyecto se debe tener en cuenta la importancia de analizar las oportunidades y riesgos, para así tener un mejor control, ya que al analizar encontramos problemas existentes que se deberán abordar para lograr resolverlos mediante el plan de acciones y dentro de ello conocer las oportunidades que pueden ayudar a mejorar las adversidades que se presenten.

En definitiva cada concepto es extenso ya que se debe tomar en cuenta minuciosamente las fases que se tienen que llevar a cabo, el analizarlos permite tener un amplio conocimiento para así algún día llevar a cabo un proyecto de inversión que permita satisfacer las necesidades.

## REFERENCIAS

(TORO, J. 2008) "Formulación y evaluación de proyectos" En contribuciones a la economía. En <http://www.eumed.net/ce/2008a/>

(GARCIA, A. 2009) "El balance entre la oferta y la demanda en salud". En <https://www.medigraphic.com/pdfs/infodir/ifd-2011/ifd1111f.pdf>

(NARVAEZ, O. 2009) "Formulación y evaluación de proyectos". En [http://www.esap.edu.co/portal/download/m%C3%B3dulos\\_pregrado/tecnolog%C3%ADa\\_en\\_gesti%C3%B3n\\_p%C3%BAblica\\_ambiental/semestre\\_v/1\\_for\\_y\\_eva\\_de\\_proyectos.pdf](http://www.esap.edu.co/portal/download/m%C3%B3dulos_pregrado/tecnolog%C3%ADa_en_gesti%C3%B3n_p%C3%BAblica_ambiental/semestre_v/1_for_y_eva_de_proyectos.pdf)

(CHIODE, L. 1996) "Desarrollo y gestión de micro emprendimientos en áreas rurales". En [https://www.agro.uba.ar/unpuente/img/contenidos\\_pdf/modulo4.pdf](https://www.agro.uba.ar/unpuente/img/contenidos_pdf/modulo4.pdf)

"¿Qué es el pronóstico de un proyecto?, 2015". En

<https://www.impulsapopular.com/gerencia/que-es-el-pronostico-de-un-proyecto/>