

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

PRESENTA: YEYMI ELIZABETH RODRIGUEZ HERNANDEZ |

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD

MATERIA: FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS UNI: 2 Y 3

DOCENTE: MAESTRO ANDRES ALEJANDRO REYES MOLINA

LOS SERVICIOS DE SALUD QUE OFRECE EL PROYECTO DEMANDA

2.1. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

ES LA ACCIÓN O CONJUNTO DE ACTIVIDADES DESTINADAS A SATISFACER UNA DETERMINADA NECESIDAD DE LOS CLIENTES, BRINDANDO UN PRODUCTO INMATERIAL Y PERSONALIZADO.

2.2. CARACTERÍSTICAS

Intangibles: no se pueden ver ni tocar, indivisibles: reunidas en el mismo sitio, heterogéneas: diversas y variadas y no conservables: no almacenan los servicios.

2.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y SUSTITUTOS

Se utiliza en reemplazo de otro. Esto significa que los bienes sustitutos compiten entre sí en los mercados.

2.4. VIABILIDAD DEL SERVICIO EN EL MERCADO

Ayuda a determinar el espacio de un producto o servicio en el mercado, analizando los diferentes factores como los clientes actuales, tipo de potenciales, y la competencia en el mercado para determinar el éxito de cualquier producto o servicio.

2.5. CONSUMIDORES

Persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad.

2.6. ACCESIBILIDAD

Es la característica que permite que los entornos, los productos, y los servicios sean utilizados sin problemas por todas las personas, para conseguir los objetivos para los que están

2.7 DETERMINANTES

Recurso humano, el tipo de producto, localidad, el precio, etc. (factores internos); pero otros no los puede controlar, como son los aspectos sociales, legales, competitivos, etc. (factores externos).

2.8. PRONOSTICOS

Es el proceso de estimación en situaciones de incertidumbre.se refiere a la estimación de series temporales o datos instantáneos

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

3.1 OFERENTES

PERSONA O EMPRESA QUE BRINDA UN PRODUCTO O SERVICIO, CON EL OBJETIVO DE OBTENER GANANCIAS Y AL MISMO TIEMPO SATISFACER LAS PROPIAS NECESIDADES DEL USUARIO

3.2 UBICACIÓN

- PROXIMIDAD, ATRACTIVO Y FACILIDAD PARA LOS CLIENTES.
- PRESENCIA DE LA COMPETENCIA.
- PROXIMIDAD A LOS PROVEEDORES

3.3 CAPACIDAD

CONJUNTO DE ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS ENFOCADAS A LA ADMINISTRACIÓN Y CREACIÓN DE CONOCIMIENTO MEDIANTE EL ANÁLISIS DE DATOS EXISTENTES EN UNA ORGANIZACIÓN O EMPRESA

3.4 TENDENCIAS

- LA ALCISTA ES DE CONSECUCIÓN CONTINUA
- LA TENDENCIA BAJISTA ES UNA CONSECUCIÓN DE PICOS Y VALLES PERO DE MANERA BAJA.