



Nombre del alumno: L.E. Eva Gómez Gutiérrez

Nombre del profesor: Mtro. Andrés Alejandro Reyes Molina.

Maestría: en Administración en Sistemas de Salud

Materia: Formulación y Evaluación de Proyectos.

Nombre del trabajo: UNIDAD III ANTECEDENTES Y CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA, CARACTERIZACIÓN DE LA RELACIÓN DEMANDA-OFERTA Y FACTORES; UNIDAD IV ESTUDIO TÉCNICO ESTUDIO FINANCIERO Y SU EVALUACIÓN.

UNIDAD III
ANTECEDENTES Y
CARACTERÍSTICAS
DE LA OFERTA,
CARACTERIZACIÓN
DE LA RELACIÓN
DEMANDA-OFFERTA
Y FACTORES,
UNIDAD IV ESTUDIO
TÉCNICO ESTUDIO
FINANCIERO Y SU
EVALUACIÓN

Demanda por el servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes que los consumidores estarían dispuestas a consumir para cada precio • Consumimos los bienes en función de la satisfacción que generan • los bienes financieros no se comportan de la misma forma que los bienes destinados a satisfacer necesidades
Oferta del producto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producto o servicio 2. Beneficios 3. Promesas y experiencias 4. Bonus (regalos) 5. Presión de tiempo 6. Precio reducido 7. Facilidades de pago 8. Garantía
Los precios	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo fijar el precio de un producto <ul style="list-style-type: none"> • Coste del producto • Identificar productos sustitutivos y complementarios • ¿Cuál es el valor diferencial de nuestro producto? ¿Qué lo diferencia del producto de la competencia? Si tiene gran valor, el cliente lo detectará y no le importará pagar algo más si satisface mejor sus necesidades
Segmentación del mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento: La mayor parte de las veces relacionado con necesidades específicas de determinado producto. • Ubicación: País, región, comunidad, provincia, ciudad, pueblo, área, etc. • Demografía: Edad o etnicidad. • Psicografía: Estilo de vida y opinión.
Comercialización y distribución	<ul style="list-style-type: none"> • La importancia de la estrategia de distribución de productos <ul style="list-style-type: none"> a) Intenta definir las variables de costo implicadas b) Impactará el precio de venta real del producto c) El margen de ganancia d) El presupuesto de comercialización e) La manera en que se vende el producto • Estrategia de distribución extensiva <ul style="list-style-type: none"> a. Canales de distribución amplios y variados b. Eliminar el esfuerzo adicional en la parte de compra del consumidor.
Oportunidades y riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo es una situación que puede conducir a un daño • Oportunidad puede conducir a una situación de ventaja • Tres tipos de organizaciones <ul style="list-style-type: none"> • Empresas y organizaciones en los niveles de análisis de riesgos y oportunidades • Organizaciones expuestas a eventos que alteran su status quo. • Empresas por medio de un sistema de gestión estandarizado (e.g. ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001)
Localización	<ul style="list-style-type: none"> • Factores de localización industrial <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a materias primas • Mano de obra cualificada • Mano de obra cualificada • Comunicaciones y transportes • Ayudas o beneficios fiscales • Factores de localización comercial <ul style="list-style-type: none"> • Coste del establecimiento • Proximidad a la demanda • Local visible • Comunicaciones y facilidad de acceso • Actividades complementarias
Especificaciones técnicas y tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación dirigida a la comercialización del producto o servicio • Innovación a las actividades científicas, financieras y comerciales • Tres características esenciales: eficiencia, la competitividad y la calidad.
Proceso productivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acopio/ etapa analítica <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima al menor costo • Costes de transporte y almacén • El gerente o el jefe de producción indicará el objetivo de producción 2. Producción/ etapa de síntesis <ul style="list-style-type: none"> • La materia prima se transforma en el producto real de la empresa • Observar los estándares de calidad y controlar su cumplimiento. • Trabajo de observación del entorno 3. Procesamiento/ etapa de acondicionamiento <ul style="list-style-type: none"> • Adaptación del producto para un nuevo fin • Comercialización • Transporte, almacén y elementos intangibles
Instalaciones y obra civil	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar donde se desenvuelve y se lleva a cabo el proceso productivo • El diseño y la distribución de las instalaciones • Construcción de las infraestructuras y estructuras • Comunicaciones; carreteras, túneles, puentes, vías férreas, presas, etc. • La industria de la construcción se divide en: diseño y construcción
Insumos	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de insumos <ul style="list-style-type: none"> • Insumos informáticos • Insumos médicos • Insumos para la salud • Insumos agrícolas • Insumos de una oficina administrativa • Características de los insumos <ul style="list-style-type: none"> • Productos acabados que sirven para crear otros elementos • Se usan frecuentemente en el área de producción y generalmente tienen que ser reemplazados o repuestos constantemente
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Acción servir, actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes, heterogéneos nunca podrán ser idénticos, brindar la posibilidad de agradecimiento o queja • Los prestadores del servicio deben cumplir con lo pactado
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Organiza y maximiza el desempeño de los funcionarios • Importancia del departamento de recursos humanos
Inversión fija	<ul style="list-style-type: none"> • Es la inversión en activos físicos tales como maquinaria, terrenos, edificios, instalaciones, vehículos o tecnología <ul style="list-style-type: none"> • Estudios Técnicos y Jurídicos • Estudios Económicos y Ambientales • Gastos de Organización • Gastos de Montaje • Instalación, Pruebas y Puesta en Marcha • Uso de Patentes y Licencias • Capacitación • Gastos Financieros durante la instalación
Inversión diferida	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizan sobre la compra de servicios <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de inversiones diferidas
Capital de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos que requiere una empresa para poder operar de forma continua (activo corriente)
Presupuesto de ingresos y gastos	<ul style="list-style-type: none"> • Documento que se desarrolla a partir de las previsiones de ingresos y egresos monetarios para un cierto periodo <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto de gastos -La planificación • La coordinación • Lo ideal es que tu presupuesto empresarial tenga el siguiente orden: <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto de ventas • Presupuesto de cobros (cuentas por cobrar) • Presupuesto de compras • Presupuesto de pagos (cuentas por pagar) • Presupuesto de gastos administrativos • Presupuesto de gastos de ventas • Depreciación • Presupuesto de efectivo (flujo de caja proyectado) • Presupuesto operativo (estado de resultados proyectados)
Costos y beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Herramienta financiera que compara el costo de un producto Vs el beneficio, para evaluar de forma efectiva la mejor decisión a tomar en términos de compra. • Tener conocimientos de mercado, de las necesidades y requerimientos del proyecto, y de los recursos disponibles para su aplicación antes de calcular su efectividad. <ul style="list-style-type: none"> $C/B = \frac{\text{Ingresos totales netos}}{\text{Costos totales}}$

Bibliografía

Molina, A. A. (2020). Formulación y evaluación de proyectos. *Universidad del Sur*, 1-33.