



**MAESTRIA EN ADMINISTRACION
EN SISTEMAS DE SALUD**

FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS
CUADRO SINOPTICO

UNIDAD IV: ESTUDIO TECNICO ESTUDIO FINANCIERO Y SU EVALUACION

LICENCIADA EN ENFERMERIA
SONIA ROBLERO DIAZ

AGOSTO DEL 2020

UNIDAD IV

DEMANDA POR EL SERVICIO

La curva de demanda, relaciona el precio de un bien y la demanda de ese bien, entendida la demanda.

Esto Significa

Que la cantidad de bienes que los consumidores estarían dispuestas a consumir para cada precio.

OFERTA DEL PRODUCTO

Elementos para crear una oferta irresistible:
1. producto o servicio
2-beneficos

- 3-promesas y experiencias
- 4. bonus
- 5. presión de tiempo
- 6.precio
- 7.facilidad de pago.
- 8. Garantía

LOS PRECIOS

Es un concepto económico y supone el valor final al que el consumidor adquirirá el producto o servicio en un mercado concreto.

- El precio del producto deberá, por lo menos, cubrir dicho coste.
- Identificar productos sustitutivos y complementarios para poder tomar su precio como referencia.

SEGMENTACION DEL MERCADO

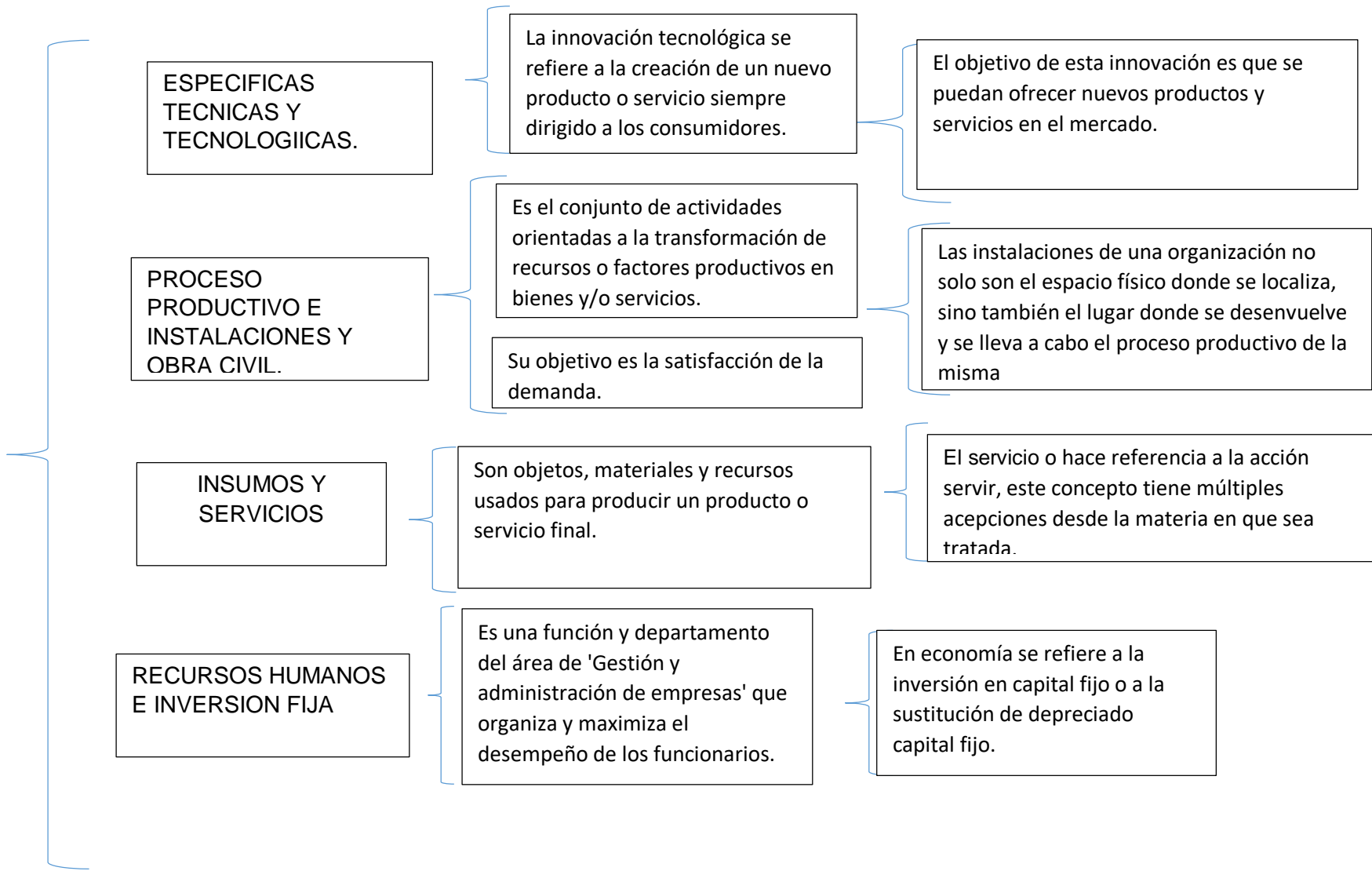
Es un método por el cual se pueden dividir a los clientes.

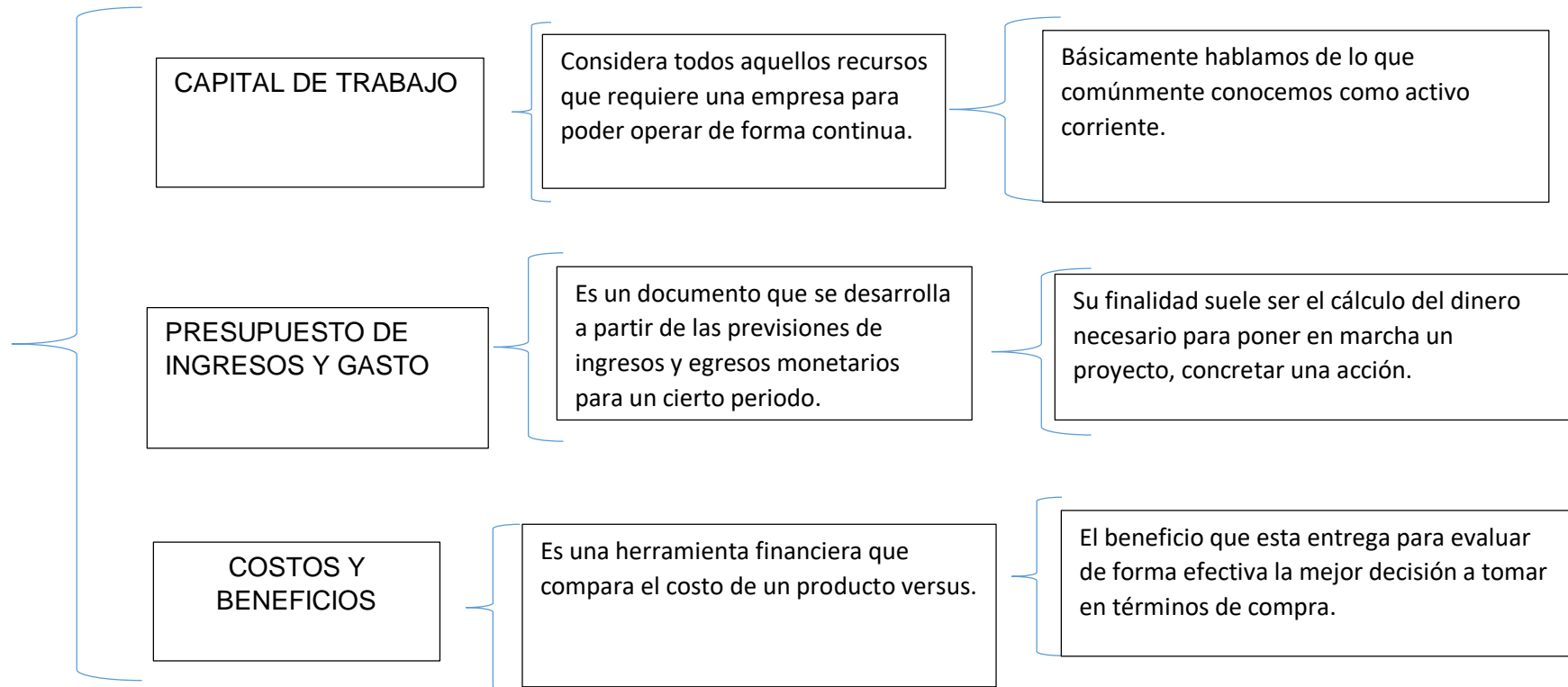
La segmentación como término general puede dividirse en otras grandes categorías como segmentación por ubicación, u otras categorías más precisas como segmentación por edad.

LOCALIZACION

La localización de nuestro negocio no podemos basarnos en creencias o corazonadas que no poseen un razonamiento beneficioso para la empresa.

Es necesario atender a cuestiones logísticas o comerciales que aporten cosas positivas a nuestro negocio.





PARTICIPACION DEL FORO 3

1. DESCRIBA DE MANERA PERSONAL CADA UNO DE LOS PUNTOS DE LA OFERTA DEL PRODUCTO

- PRIMERO NECESITAMOS DEFINIR SI VA A SER PRODUCTOS QUE VAMOS A PROPORCIONAR O SERVICIO COMO POR EJEMPLO SERVICIOS DE ENFERMERIA, YA QUE EL OBJETIVO ES OFRECER LO QUE NOSOTROS TENEMOS A LOS DEMAS A UN COSTO ACCESIBLE Y CRECER ECONOMICAMENTE.
- HAY QUE TRABAJAR EN LOS BENEFICIOS ASI COMO EN GASTOS Y CONSTOS.
- HAY QUE CUIDAR EN HACER PROMESAS EN EL NEGOCIO YA QUE CADA PROMESA NECESITA DE UNA GRAN RES´PONSABILIDAD PARA PODER AYUDAR A LA PERSONA.
- HAY QUE TENER LA EXPECTATIVA DE LLAMAR A LOS CLINETES COMO HACIENDO REGALOS O RIFAS PARA LLAMAR LA ATENCION.

- EN CUALQUIER NEGOCIO SABEMOS QUE DAR FIADO NO NOS HACE PROSPERAR, SIEMPRE HAY QUE MANEJAR TIPOS DE PAGO.

- HAY QUE ESTUDIAR EL MERCADO EN DONDE NOS VAMOS AMETER YA QUE EL OBJETIVO ES NO DAR BARATO Y NO DAR CARO, SI NO QUE ESTABLECER LOS PRECIOS A COMO ESTA EN EL MERCADO.

- HAY QUE OFRECERLE EN CUALQUIER PRODUCTO LAS GARANTIAS PARA QUE EL CLIENTE NO SIENTA MUCHO SU ECONOMIA.

2. ¿CÓMO SE COMBINA EL MERCADO Y EL PRECIO DEL PRODUCTO O SERVICIO?

EL OBJETIVO ES ENCONTRAR LA MANERA DE QU ELOS PRECIOS SEAN JUSTOS Y CON LA COMPETENCIA DEL MERCADO YO PIENSO EN LA ESTRATEGIA DE DAR UN POCO MAS BARATO DE LOS DEMAS Y ASI SACAMOS MAS GANANCIA EN POCO TIEMPO, POR QUE SI DAMOS CARO, UNO NOS COSTARIA SACAR EL PRODUCTO Y EN

SEGUNDA NO NOS DEJARIA MUCHAS GANANCIAS EN CUENESTION DE PRODUCTOS, YA QUE EN LOS SERVICIOS DEBEN DE SER ESTABLECIDO LOS PRECIOS.

3. ¿UN SERVICIO MEDICO O DE SALUD, FARMACIA, ETC. COMO DEBE REALIZAR LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO (PUNTO DE VISTA PERSONAL)

EN MI PUNTO DE VISTA ASI COMO SON CONSULTAS Y SE DEBE DE VER EN QUE POBLACION ESTAMOS Y GARANTIZAR UN BUEN PRECIO, YA QUE SABEMOS COMO ESTA LA ECONOMIA EN NUESTRO PAIS Y EN LA REGION, LA CUESTION ES SER UN POCO MAS BARATO PARA QUE LAS PERSONAS NOS BUSQUEN POR UNA ECONOMIA ESTABLE Y UNA BUENA ATENCION, YA QUE ESTANDO UN CONSULTORIO JUNTO A UNA FARMACIA, SABEMOS QUE DEBIDO AL MEDICO NUESTRA FARMACIA TIRARIA A UN PRECIO ECONOMICO, PARA QUE ASI VENDAMOS UN POCO MAS Y LAS GANANCIAS SERIAN MAS VISIBLES EN CUENTION DE SACAR EL PRODUCTO PRONTO.

4. ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL UTILIZACIÓN DE LOS PRONÓSTICOS?

- ESTE NOS HACE REFERENCIA A LA VIABILIDAD DE LA DEMANDA, LO CUAL SU OBJETIVO ES CRECER Y TENER ACOSTECIMEINTOS EN EL FUTURO.

5. CUÁLES SON LOS DISTINTOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN Y COMO PUEDEN APLICARSE A UN SECTOR DE SALUD?

- LA SEGMENTACIÓN, NORMALMENTE, SE DIVIDE EN CUATRO GRANDES SUBCATEGORÍAS:

- COMPORTAMIENTO: LA MAYOR PARTE DE LAS VECES RELACIONADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS Y CÓMO SE USA UN DETERMINADO PRODUCTO.
- UBICACIÓN: PAÍS, REGIÓN, COMUNIDAD, PROVINCIA, CIUDAD, PUEBLO, ÁREA, ETC.

- DEMOGRAFÍA: EDAD O ETNICIDAD.
- PSICOGRAFÍA: ESTILO DE VIDA Y OPINIÓN.

EN EL SECTOR SALUD SE PUEDE IMPLEMENTAR AL COMPORTAMIENTO Y LAS NECESIDADES QUE LLEVAN LOS PACIENTES PARA ASÍ DRALES UNA UBICACIÓN SI SU SITUACION ES FRAVE Y VER QUE ESTILO DE VIDA LLEVA ESA PERSONA.

6. ¿CÓMO PUEDE AFECTAR LA DISTRIBUCIÓN EN LAS VENTAS?

LA DISTRIBUCIÓN DEBE DE CONSIDERAR LA ENTREGA CORRECTA DEL PRODUCTO, EN EL LUGAR ADECUADO Y EN EL MOMENTO OPORTUNO, CON EL MENOR COSTO POSIBLE. CREA VALOR PARA CLIENTES, SOCIOS Y PROVEEDORES QUE SE EXPRESA EN TIEMPO Y LUGAR. SU IMPORTANCIA SE DEBE:

- COSTOS, AYUDA A EVITAR LA DISMINUCIÓN DE LOS MÁRGENES DE UTILIDAD.

- LÍNEAS DE DISTRIBUCIÓN Y APROVISIONAMIENTO. –

PENETRACIÓN DE MERCADOS, INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN Y LAS UTILIDADES.

7. ¿PUEDE EXISTIR UN PROCESO DE PRODUCCIÓN EN UN SERVICIO?

- CLARO QUE SI POR QUE EL OBJETIVO DE UN SERVICIO ES VER LA PRODUCTIVIDAD CONTINUA DEL INGRESO DE LA ECONOMIA Y SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y EN LOS SERVICIOS SON LO MISMO QUE UN BIEN, PERO DE FORMA NO MATERIAL O INTANGIBLE,

8.-¿CUÁL ES LA UTILIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS?

ESTE ORGANIZA Y MAXIMIZA EL DESEMPEÑO DE LOS FUNCIONARIOS, O CAPITAL HUMANO, EN UNA EMPRESA U ORGANIZACIÓN CON EL FIN DE AUMENTAR SU PRODUCTIVIDAD, LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

HUMANOS ES SUMAMENTE IMPORTANTE EN UNA EMPRESA U ORGANIZACIÓN PORQUE ADMINISTRA EL RECURSO HUMANO, POR LO TANTO, EL RECURSO MENOS PREDECIBLE Y DINÁMICO.