



**Maestría en Administración en
Sistemas de Salud**

FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

**UNIDAD I: Selección del proyecto y
estudio de mercado de los proyectos**

LA SUPER NOTA

DR. YUZSEF PRIEGO MORENO

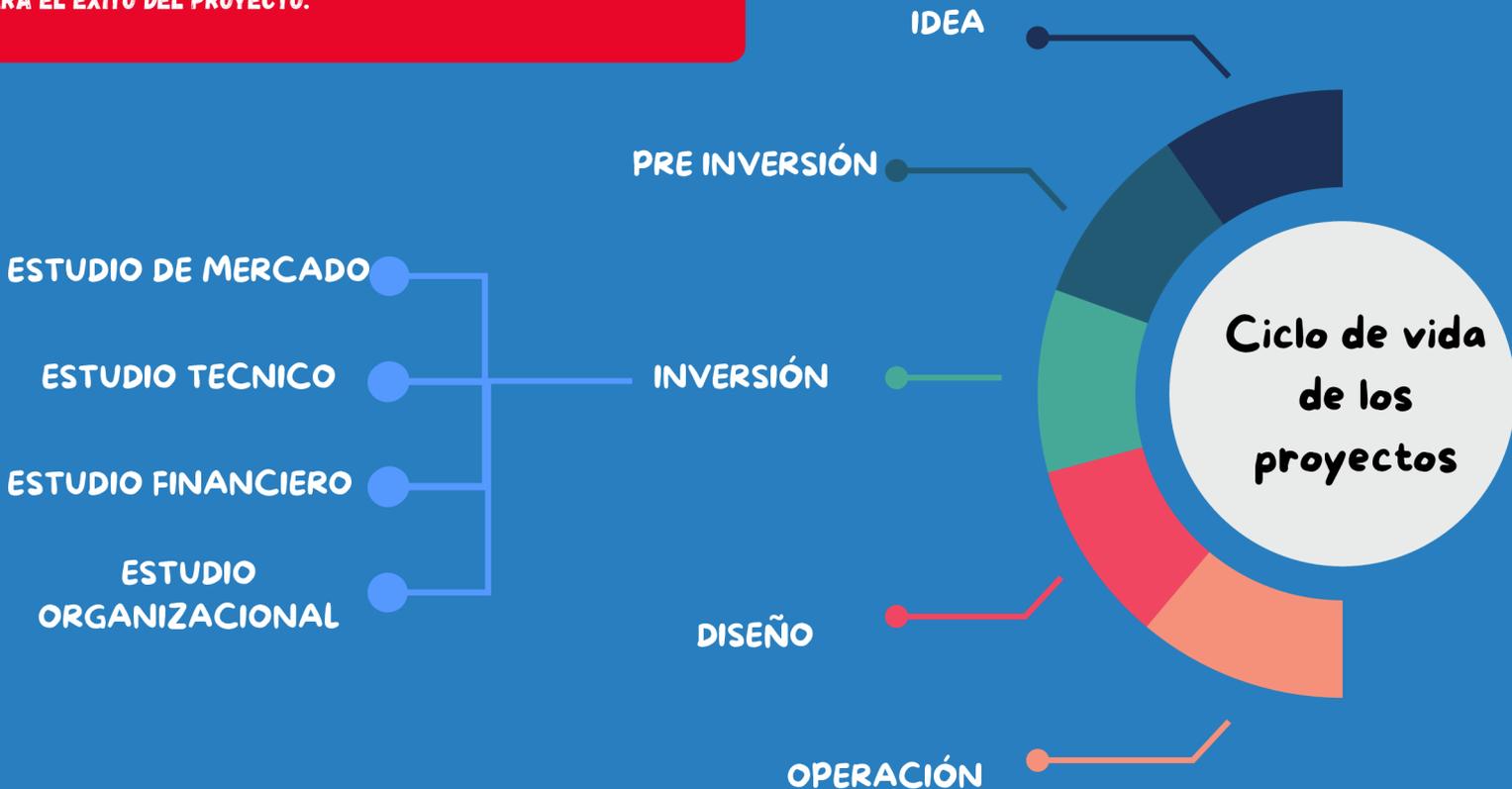
FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

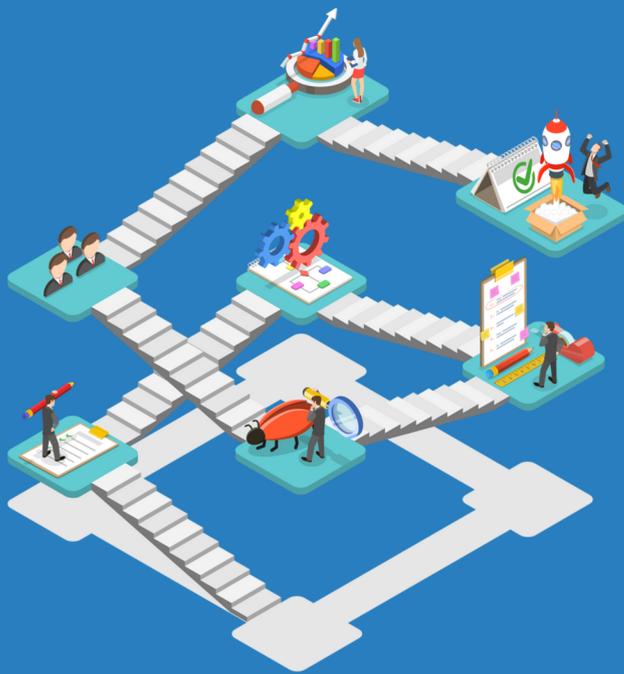


La inversión es el proceso mediante el cual se destinan recursos a un proyecto con la esperanza de obtener una rentabilidad futura.



EL CICLO DE VIDA DE UN PROYECTO DESCRIBE LAS FASES QUE ATRAVIESA UN PROYECTO DESDE SU INICIO HASTA SU FINALIZACIÓN. CADA FASE REQUIERE DE DIFERENTES RECURSOS, CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES, Y LA CORRECTA GESTIÓN DE CADA UNA ES ESENCIAL PARA EL ÉXITO DEL PROYECTO.





1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

EL PRIMER PASO EN CUALQUIER PROYECTO ES LA DEFINICIÓN DEL MISMO. ESTA FASE CONSISTE EN ESTABLECER CLARAMENTE LOS OBJETIVOS, EL ALCANCE Y LAS LIMITACIONES DEL PROYECTO.

2. PLANIFICACIÓN

LA PLANIFICACIÓN ES LA FASE EN LA QUE SE TRAZAN TODOS LOS PASOS NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO.

3. EJECUCIÓN

EN LA FASE DE EJECUCIÓN SE LLEVA A CABO LA MOVILIZACIÓN Y LAS ACTIVIDADES SE REALIZAN SEGÚN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO.

4. MONITOREO Y CONTROL

EL MONITOREO Y CONTROL SE LLEVA A CABO SIMULTÁNEAMENTE CON LA EJECUCIÓN. EL OBJETIVO ES ASEGURAR QUE EL PROYECTO AVANZA CONFORME AL PLAN Y HACER LOS AJUSTES NECESARIOS SI SE PRESENTAN DESVIACIONES.

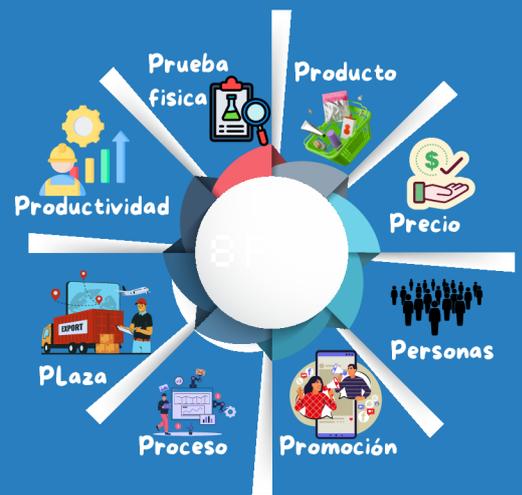
5. CIERRE

EN ESTA FASE SE DOCUMENTA EL RESULTADO FINAL, SE ENTREGAN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS COMPROMETIDOS Y SE HACE UNA EVALUACIÓN DE TODO EL PROCESO.



EL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA ES FUNDAMENTAL PARA CONOCER A LOS JUGADORES CLAVE EN EL MERCADO Y CÓMO SE POSICIONAN FRENTE A TU PRODUCTO. ESTE ANÁLISIS AYUDA A ENTENDER LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS COMPETIDORES, LO QUE TE PERMITE IDENTIFICAR OPORTUNIDADES PARA DIFERENCIARTE Y SUPERAR A TUS RIVALES.

Las estrategias de marketing son fundamentales para el éxito de cualquier proyecto, ya que ayudan a posicionar un producto en el mercado, atraer a los consumidores y alcanzar los objetivos de venta y rentabilidad. Segmentación, Posicionamiento y Diferenciación. Las estrategias de marketing comienzan con la segmentación del mercado, el posicionamiento del producto y su diferenciación frente a la competencia



LA LEY DE LA DEMANDA ESTABLECE QUE, CETERIS PARIBUS (ES DECIR, MANTENIENDO CONSTANTES TODOS LOS DEMÁS FACTORES), CUANDO EL PRECIO DE UN PRODUCTO AUMENTA, LA CANTIDAD DEMANDADA TIENDE A DISMINUIR, Y CUANDO EL PRECIO DISMINUYE, LA CANTIDAD DEMANDADA AUMENTA. ESTO OCURRE PORQUE LOS CONSUMIDORES BUSCAN MAXIMIZAR SU UTILIDAD AL OBTENER EL MAYOR BENEFICIO POSIBLE POR UN PRECIO DADO.

