



Evaluación de proyectos de inversión

**Lic. Yaneth del Rocio
Espinosa**

Andres Martínez Lopez

**9º Lic. Administración y
estrategias de negocios**

Estudio de la demanda

Es la recopilación de datos en base a las necesidades del consumidor para ver qué tan factible es sacar el producto al mercado.

La demanda se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.

La demanda real es la cantidad de productos que una organización puede adquirir, en cuanto a los ingresos que obtienen.

Estudio de la oferta

Se trata de analizar los distintos productores (competencia) en el ámbito geográfico de interés así como la cantidad producida.

La oferta es la cantidad de bienes producidos por la empresa y que pone a disposición de los consumidores para satisfacer las necesidades.

La oferta se clasifica en:

Oferta mercado libre

Oferta oligopólica

Oferta monopólica

Segmentación de mercado

Es como se divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias.

Mediante la segmentación de mercado, la empresa puede adaptar sus campañas de ventas y sus estrategias de marketing con el fin de que estén dirigidas específicamente a los segmentos identificados.

Análisis de factibilidad

Es el análisis financiero, económico y social de una inversión, con esto vemos que tan factible es sacar un producto al mercado ya que se estudian las diferentes variables

El proyecto de factibilidad se puede ejecutar en 4 estudios básicos:

Estudio de factibilidad de mercado

Estudio de factibilidad técnica

Estudio de factibilidad medio ambiental

Estudio de factibilidad económica-financiera.

El objetivo central del estudio de factibilidad se basa en la necesidad de que cada inversión a acometer esté debidamente fundamentada y documentada donde las soluciones técnicas, medio ambientales y económicas-financieras sean las más ventajosas para el país.