

**NOMBRE DE LA ALUMNA:** Hipólita Jiménez Castro

**NOMBRE DEL DOCENTE:** Gerardo Garduño Ortega

**NOMBRE DEL TRABAJO:** Súper Nota

**MATERIA:** Comercio Internacional

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

1.3. Estudio de factibilidad

1.4. Metodología para la elaboración de un proyecto

**GRADO:** 3er. Cuatrimestre

**GRUPO:** MAS02SSC0321-A

## UNIDAD I SELECCIÓN DEL PROYECTO Y ESTUDIO DE MERCADO DE LOS PROYECTOS

### ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es una condición para el éxito en la implantación de un proyecto, por lo que se debe tener en claro lo que se desea alcanzar; es decir, preguntar qué, lo cual una vez definido, verifica la

factibilidad de que el proyecto pueda ser llevado a cabo por una empresa y cuál es la estructura, tanto legal, organizacional y financiera que se debe adoptar

### SELECCIÓN DEL GERENTE DEL PROYECTO

**ANTECEDENTES Y EXPERIENCIA.** Esto es con el propósito de saber en qué lugares ha trabajado, en qué consistía su labor anterior y cuánta experiencia tiene

**LIDERAZGO Y HABILIDAD ESTRATÉGICA.** Es importante para saber si tiene la visión de cómo hacer las cosas, qué actividad se realizará primero y cuál después

**HABILIDADES TÉCNICAS.** Debemos cerciorarnos de que tiene los conocimientos apropiados para poder realizar el proyecto

**COMPETENCIA INTERNACIONAL/HABILIDAD DE TRATO.** Saber que se puede relacionar con las demás personas de manera respetuosa y con pensamiento ante un entorno global

**CAPACIDAD GERENCIAL COMPROBADA.** Que sea hábil en el proceso de tomar decisiones



## IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

**EXPERIENCIA PROPIA:** Tener el conocimiento, juicio y criterio para poder guiar el proyecto a su mejor consecución

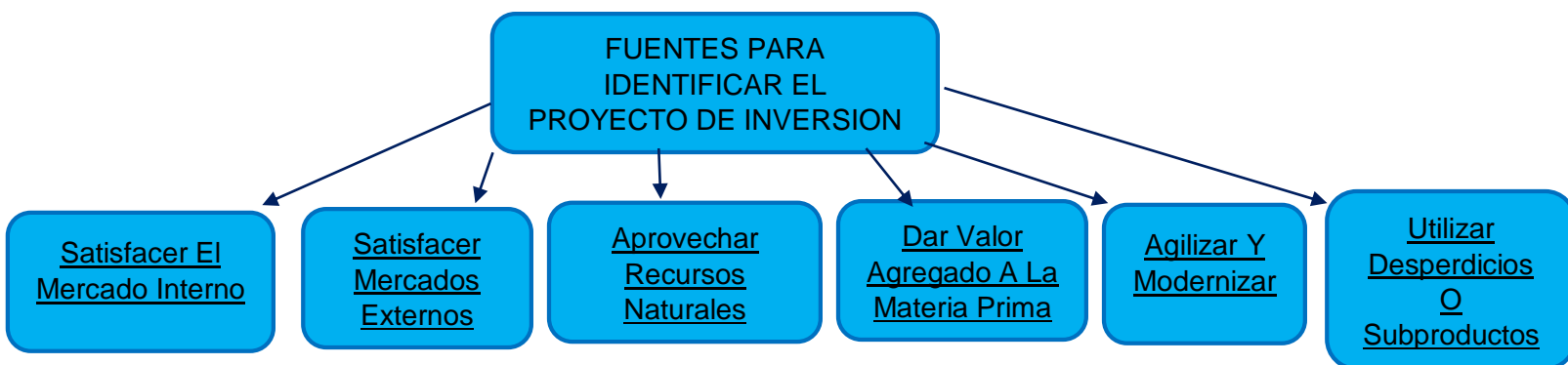
**VISITAS DE CAMPO:** Ir personalmente al lugar donde se piensa realizar un negocio e identificar posibles proyectos

**ESTUDIO Y DIAGNÓSTICOS REGIONALES:** Tener una idea clara del lugar donde se realizará el proyecto, su ubicación, su competencia



**DIAGNÓSTICOS OPERACIONALES:** La forma actual de hacer las cosas, como podría ser tecnología de punta en relación con la actual

**PLANES Y PROGRAMAS:** Tener objetivos establecidos y los procedimientos



## METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO

Identificando la idea de tipo general, lograrla convertir en una de tipo industrial. Este proceso termina cuando al realizar el estudio de prefactibilidad, se llega a la conclusión que la idea

analizada en esas condiciones es viable, se puede innovar sin que ello lleve implícito una invención. Dicho proceso de selección de una buena idea de negocio se inicia observando el entorno que rodea a un ente empresarial, analizando las



necesidades de los consumidores, sus aficiones, también estableciendo contactos con personas creativas se puede ofrecer un producto o servicio de forma diferente a como se venía haciendo, realizando ciertas modificaciones, de manera que se pueda comercializar dentro de un grupo de usuarios distintos

## BIBLIOGRAFIA

1. Pacheco Coello, C. E. (201 ). El proyecto de inversión como estrategia gerencial. México, D.F, Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uvm/116379?page=19>.
2. Sangri Coral, A. (2015). Introducción a la mercadotecnia. México D.F, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uvm/39388?page=33>.
3. Santasmases Mestre, M. (2015). Fundamentos de mercadotecnia. México D.F, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uvm/39413?page=346>