



**Nombre del alumno:** LGDT. Lucero Suleyma Coronel Guillén

**Nombre del profesor:** Dra. Martha Cecilia Gordillo Domínguez

**Nombre del trabajo:** Mapa conceptual

**Materia:** Formulación de proyectos

**Parcial:** 2do.

**Grado:** 3er. cuatrimestre

**Grupo:** A

Ocosingo, Chiapas a 09 de julio de 2022

# Formulación de proyectos

Es

Un plan de acción para la utilización productiva de los recursos económicos y existen diferentes tipos como.

Son

Según su función de origen

Derivan de un estudio de mercado

En función de su naturaleza

Función de la relación que se establezca.

Son:

Son:

Son:

Son

En relación a su estudio sectorial

Mercado de exportación de bienes para la producción del país.

De nueva inversión

De rehabilitación o de remplazo de activos fijos

De reconversión

De expansión

Mutuamente excluyentes  
Independientes  
Interdependientes

Como

Mercado de exportación de bienes cuya producción no depende de condiciones naturales.

Evaluar un proyecto

Es

Se da la evaluación del proyecto por lo que es necesario saber si es rentable y va generar flujos.

Características

Cuentan con un propósito.  
Se ajustan a un tiempo limitado  
Cuentan con la fase de planificación  
Involucran a una multitud  
Cada proyecto es único  
Utilizan metodologías

Sector primario

Sector secundario

Sector terciario.

Son:

Son:

Son:

Agricultura  
Ganadería  
Silvicultura  
Casa y pesca.

Industria básica

Comunicaciones  
Transporte  
Servicios educativos  
Servicios de salud  
Servicios bancarios

Sustitución de importación.

Sustitución de la producción artesanal.

Crecimiento de la demanda

Demanda insatisfecha.

La decisión de inversión se da en 4 fases

Por su carácter

Por su naturaleza

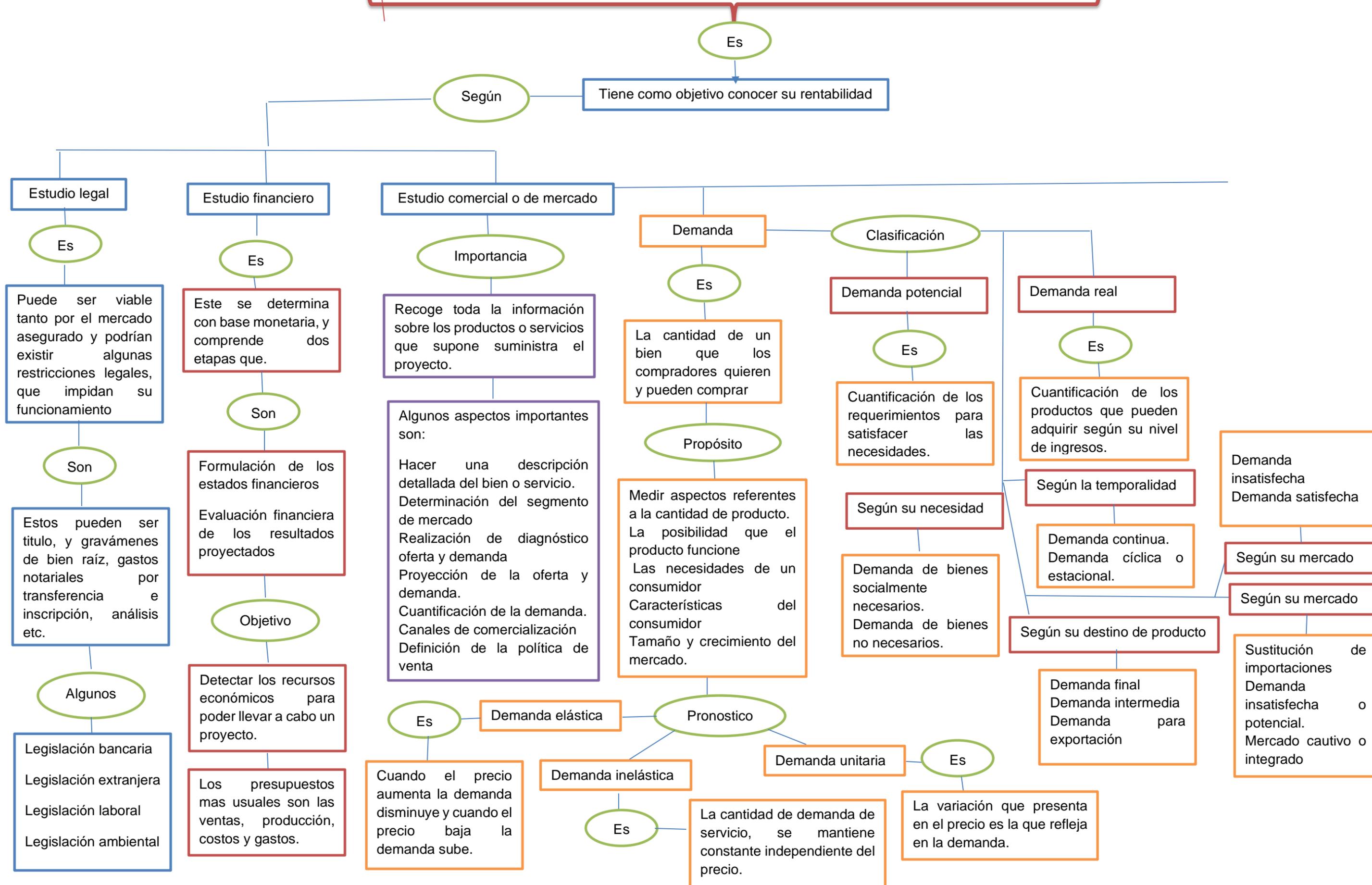
Por su categoría

Por su tipo

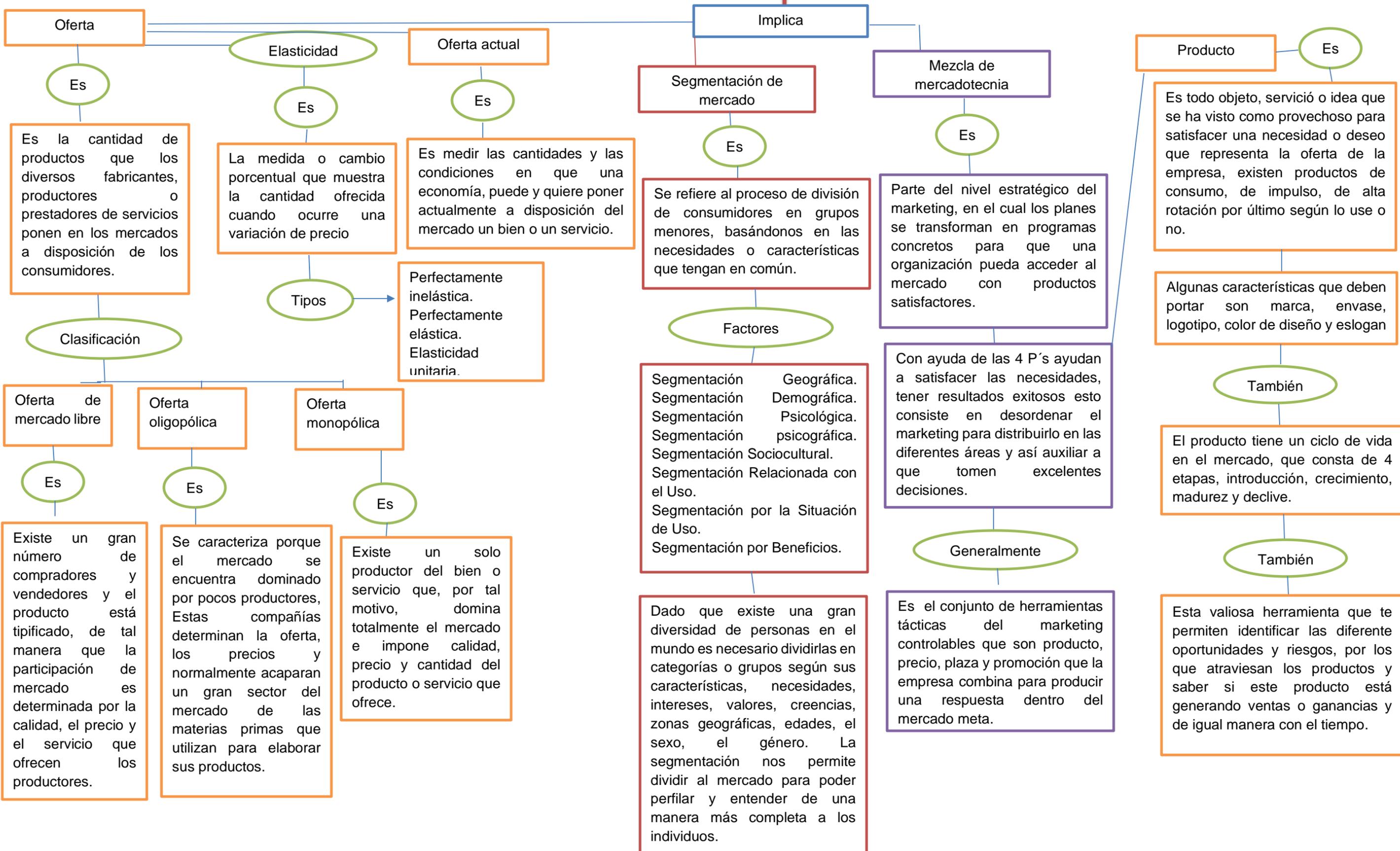
Son:

Identificación de alternativas  
diseño y evaluación  
lección del mejor programa  
implantación,  
seguimiento y control

# Proyecto de inversión



# Estudio de mercado



Oferta

Es

Es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores.

Clasificación

Oferta de mercado libre

Oferta oligopólica

Oferta monopolica

Es

Es

Es

Existe un gran número de compradores y vendedores y el producto está tipificado, de tal manera que la participación de mercado es determinada por la calidad, el precio y el servicio que ofrecen los productores.

Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por pocos productores, Estas compañías determinan la oferta, los precios y normalmente acaparan un gran sector del mercado de las materias primas que utilizan para elaborar sus productos.

Existe un solo productor del bien o servicio que, por tal motivo, domina totalmente el mercado e impone calidad, precio y cantidad del producto o servicio que ofrece.

Elasticidad

Es

La medida o cambio porcentual que muestra la cantidad ofrecida cuando ocurre una variación de precio

Tipos

Perfectamente inelástica.  
Perfectamente elástica.  
Elasticidad unitaria.

Oferta actual

Es

Es medir las cantidades y las condiciones en que una economía, puede y quiere poner actualmente a disposición del mercado un bien o un servicio.

Segmentación de mercado

Es

Se refiere al proceso de división de consumidores en grupos menores, basándonos en las necesidades o características que tengan en común.

Factores

Segmentación Geográfica.  
Segmentación Demográfica.  
Segmentación Psicológica.  
Segmentación psicográfica.  
Segmentación Sociocultural.  
Segmentación Relacionada con el Uso.  
Segmentación por la Situación de Uso.  
Segmentación por Beneficios.

Dado que existe una gran diversidad de personas en el mundo es necesario dividirlos en categorías o grupos según sus características, necesidades, intereses, valores, creencias, zonas geográficas, edades, el sexo, el género. La segmentación nos permite dividir al mercado para poder perfilar y entender de una manera más completa a los individuos.

Mezcla de mercadotecnia

Es

Parte del nivel estratégico del marketing, en el cual los planes se transforman en programas concretos para que una organización pueda acceder al mercado con productos satisfactorios.

Con ayuda de las 4 P's ayudan a satisfacer las necesidades, tener resultados exitosos esto consiste en desordenar el marketing para distribuirlo en las diferentes áreas y así auxiliar a que tomen excelentes decisiones.

Generalmente

Es el conjunto de herramientas tácticas del marketing controlables que son producto, precio, plaza y promoción que la empresa combina para producir una respuesta dentro del mercado meta.

Producto

Es

Es todo objeto, servicio o idea que se ha visto como provechoso para satisfacer una necesidad o deseo que representa la oferta de la empresa, existen productos de consumo, de impulso, de alta rotación por último según lo use o no.

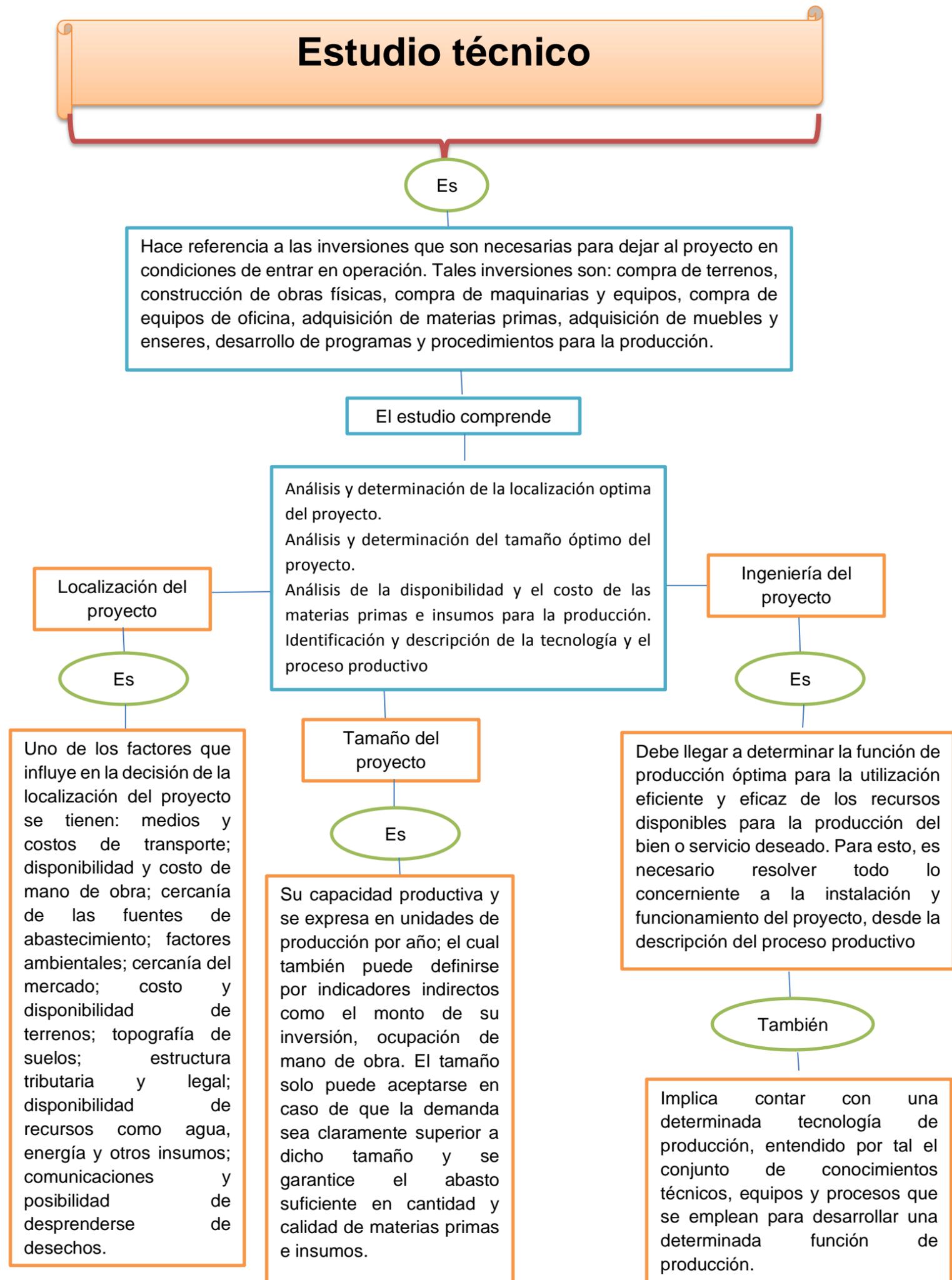
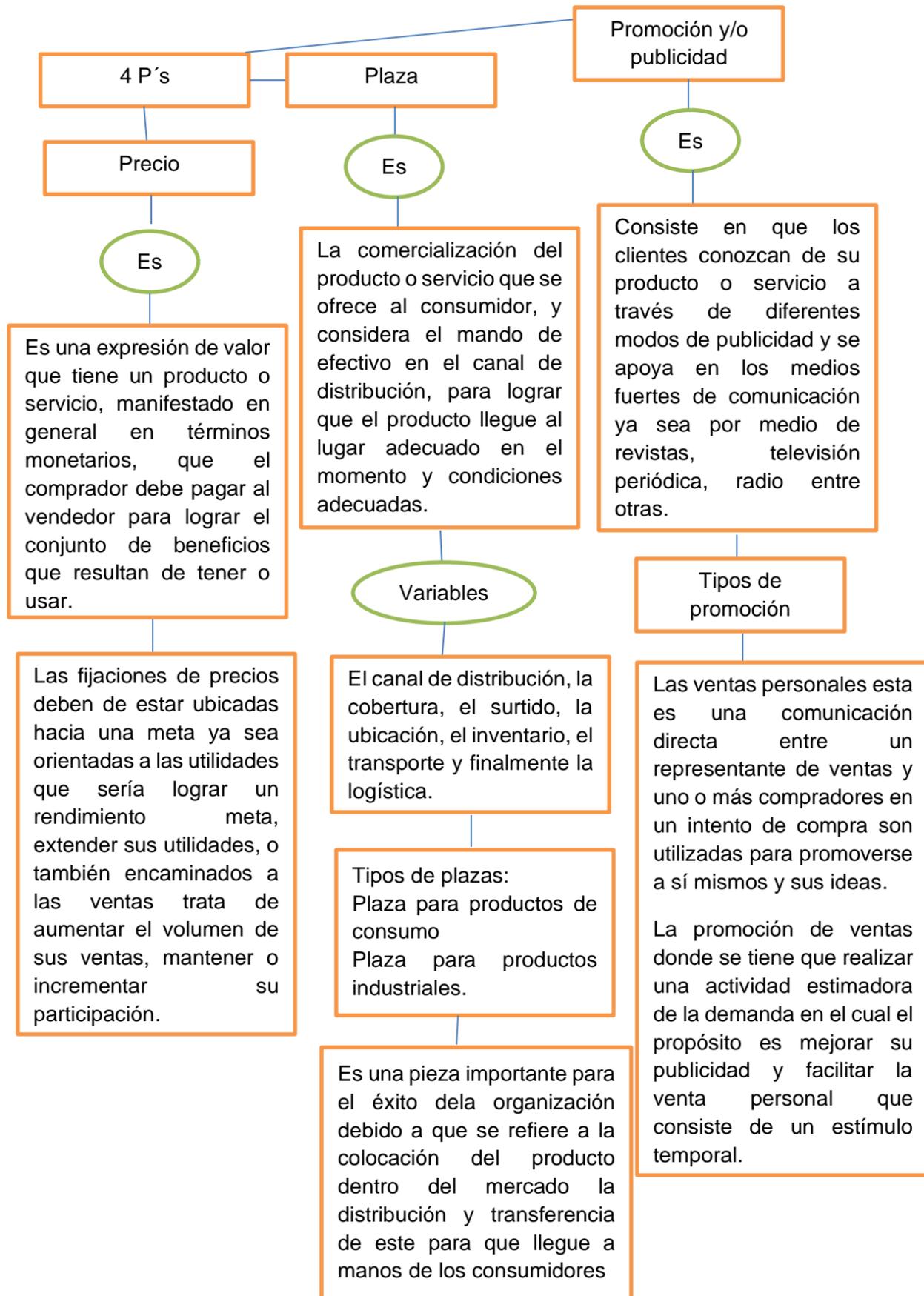
Algunas características que deben portar son marca, envase, logotipo, color de diseño y eslogan

También

El producto tiene un ciclo de vida en el mercado, que consta de 4 etapas, introducción, crecimiento, madurez y declive.

También

Esta valiosa herramienta que te permiten identificar las diferente oportunidades y riesgos, por los que atraviesan los productos y saber si este producto está generando ventas o ganancias y de igual manera con el tiempo.



### Referencias bibliográficas

- Baca Urbina, Gabriel. "Formulación y Evaluación de Proyectos". Ed.McGraw. hill. México, 1977.
  
- Castro, Carmen, Mercadotecnia, Universitaria Potosina, S.L.P, México 1997
  
- Coos Bú, Raúl. "Análisis y Evaluación de proyectos de Inversión". Ed. Limusa. México, 1986.
  
- Hartline, Michael, Estrategia de Marketing,( Thomson :Tercera Edición)
  
- Pimentel, Edmundo. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Aspectos Teóricos y Prácticos. 2008
  
- Semyraz, Daniel. Elaboración y evaluación de proyectos de inversión. Osmar D. Buyatti. Buenos Aires, 2014
  
- Téllez Sánchez, Rubén. "Evaluación Financiera de Proyectos". Ed. Fac. Economía, UNAM. México, 1996.