



Mi Universidad

Súper Nota

Nombre del Alumno: Dana Belén Rivera Escobar

Nombre del tema: Introducción y generalidades de proyectos de inversión; estudio de mercado

Parcial: I

Nombre de la Materia: Evaluación de proyectos de inversión

Nombre del profesor: Yaneth del Rocío Espinosa

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategias de negocios

Cuatrimestre: 9no.

Lugar y Fecha de elaboración: Comitán de Domínguez a 18 de mayo del 2023

Introducción y generalidades de proyectos de inversión

“Un proyecto es un plan de acción para la utilización productiva de los recursos económicos de que dispone un sistema productivo”



Características

- Tienen objetivos y metas y persiguen un resultado
- Tienen fase de planificación, una de ejecución y una de entrega
- Cada proyecto es único en su tipo e incluye tiempo, recursos, costos y grado de calidad
- Utilizan una serie de metodologías tanto cualitativas como cuantitativas

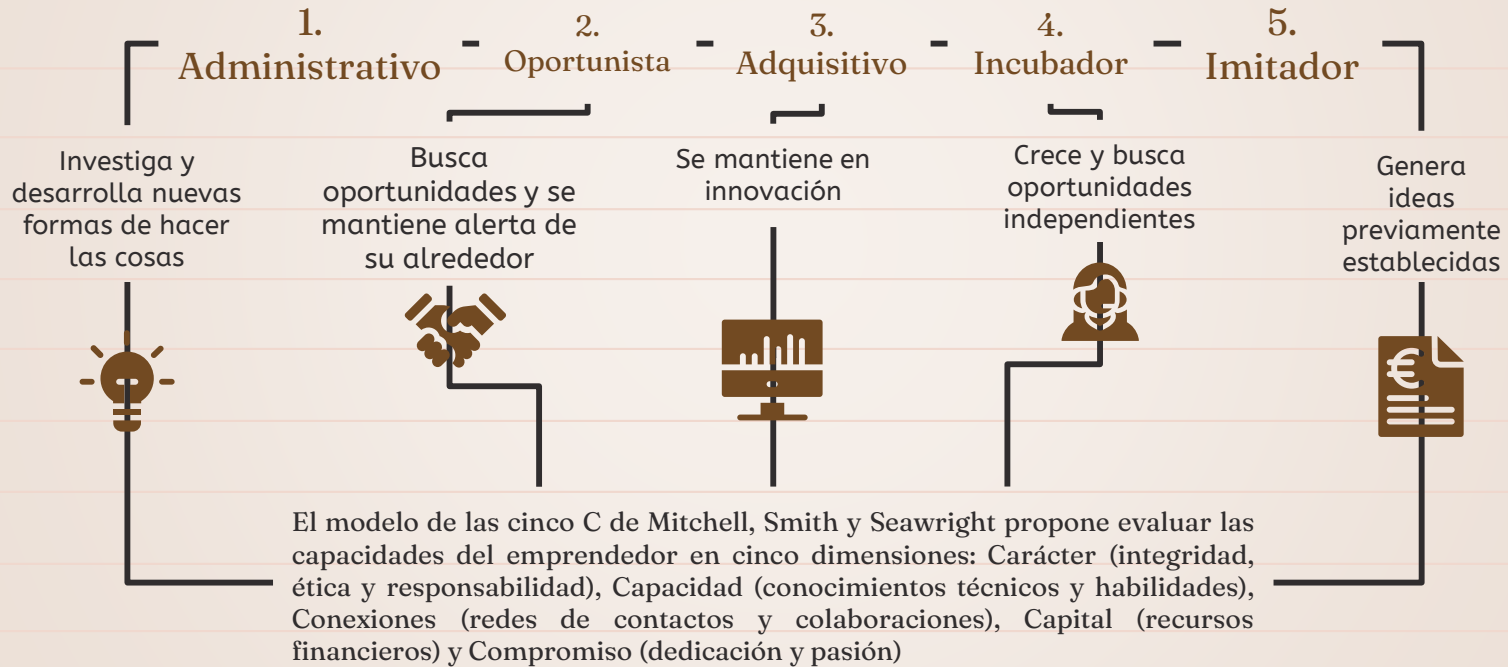
Fases estratégicas

Identificación de las alternativas	Se establecen las estrategias de la empresa y se procede al desarrollo para concretar proyectos
Diseño y evaluación	Organización y modelización de la información referente a cada proyecto
Elección del mejor programa de inversión	Elegir el mejor programa a partir de las alternativas
Implantación, seguimiento y control	El programa de inversión elegido se desarrolla el presupuesto global, o genera

Ciclo de vida

La idea	Se identifican los problemas que puedan resolverse y las oportunidades de negocio que puedan aprovecharse
Preinversión	Estudios necesarios realizar antes de tomar la decisión de la inversión
Inversión	Se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios
Operación	Periodo permanente de producción de bienes o a la prestación de un servicio

Tipos de emprendedores y su evaluación



Demanda

Cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos y pueden comprar a un determinado precio en un período de tiempo específico



Oferta

Analizar y comprender las características, preferencias y necesidades de los consumidores, así como la competencia, con el objetivo de identificar oportunidades y desarrollar estrategias efectivas para el éxito de un producto o servicio



Factibilidad

Evaluación de viabilidad y oportunidad de un producto o servicio en términos de demanda, competencia, rentabilidad y sostenibilidad



Segmentación

Proceso de dividir a los consumidores en grupos más pequeños y homogéneos con el objetivo de entender sus necesidades y preferencias específicas



Distribución

Forma en que los productos o servicios son entregados a los consumidores, considerando aspectos como canales de distribución, logística y estrategias de comercialización



Productos

Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad



Estudio de mercado



Bibliografía

- da Silva, D. (2021, February 3). Segmentación de mercado: cómo personalizar tus estrategias de marketing. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/segmentacion-de-mercado/>
- Antología educativa UDS. Evaluación de proyectos de inversión