



**UNIVERSIDAD  
DEL SURESTE**

**NOMBRE DE LA ALUMNA:**

**LORENA DEL CARMEN HERNANDEZ DE LA  
CRUZ**

**NOMBRE DEL TEMA:**

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

**1ER PARCIAL**



**NOMBRE DE LA MATERIA:**

**FORMULACION Y EVALUACION DE  
PROYECTOS**

**NOMBRE DE LA PROFESORA:**

**DRA. ANDREA PULIDO ARGUELLO**

**3ER CUATRIMESTRE**

# SELECCIÓN DEL PROYECTO Y ESTUDIO DE MERCADO DE LOS PROYECTOS

## 01

---

### Proyectos de expansión.

- Aumentan la capacidad productiva existente.

## 02

---

### Proyectos de modernización

Sustituyen tecnología obsoleta por una más eficiente.

## 03

---

### Proyectos de reemplazo

Sustituyen activos que han llegado al final de su vida útil.

## 04

---

### Proyectos nuevos

Creación de una nueva empresa, producto o servicio.

## 05

---

### Proyectos sociales

- Buscan beneficios sociales más que económicos (educación, salud, etc.).



# CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS



## 01

---

### **Identificación**

- Detección de necesidades u oportunidades.

## 02

---

### **Formulación y evaluación**

Desarrollo del plan y análisis de viabilidad.

## 03

---

### **Financiación**

Búsqueda y gestión de recursos financieros.

## 04

---

### **Ejecución**

Implementación del proyecto.

## 06

---

### **Cierre**

Finalización o renovación del proyecto.

## 05

---

### **Operación**

Funcionamiento del proyecto, generación de beneficios.

# ESTUDIO DE FACTIBILIDAD



## 01

---

### Técnica

¿Se puede hacer técnicamente?

## 02

---

### Económica

¿Es rentable?

## 03

---

### Financiera

¿Hay recursos suficientes?

## 04

---

### Legal

¿Cumple con normas y leyes?

## 05

---

### Ambiental y social

¿Tiene impactos negativos?



# ***METODOLOGIA PARA LA ELABORACION DE UN PROYECTO***

- Diagnóstico del problema/oportunidad
- Objetivos del proyecto
- Análisis de mercado
- Diseño técnico
- Análisis financiero
- Evaluación de riesgos
- Informe final del proyecto



## ***ESTUDIO DE MERCADO***

Analiza la relación entre producto, consumidores y competencia:

- Identifica a los clientes potenciales.
- Determina el nivel de demanda actual y futura.
- Estudia a los competidores y sus estrategias.
- Evalúa el precio, distribución y promoción adecuados

# ***ESTRUCTURA DE MERCADO***

Clasificación según número de oferentes y tipo de producto:

- Competencia perfecta: Muchos oferentes, productos homogéneos.
- Monopolio: Un solo oferente.
- Oligopolio: Pocos oferentes, productos similares o diferenciados.
- Competencia monopolística: Muchos oferentes, productos diferenciados.

## ***PRODUCTO***

Elementos clave:

- Características físicas y funcionales
- Ciclo de vida del producto (introducción, crecimiento, madurez, declive)
- Valor agregado y diferenciación
- Marca y presentación



# DEMANDA

Cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir:

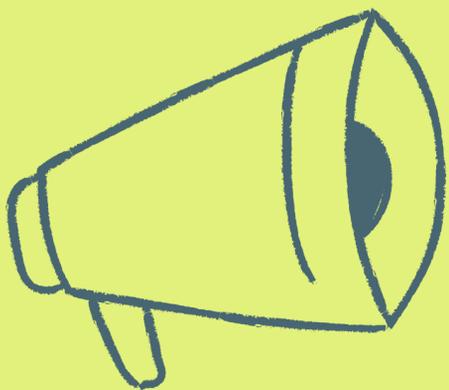
- Demanda actual: Consumo presente.
- Demanda potencial: Consumo futuro esperado.
- Factores que la afectan: precio, ingreso, preferencias, publicidad, etc.



# OFERTA

Cantidad de bienes o servicios que las empresas están dispuestas a vender:

- Depende de: costo de producción, precio del bien, número de productores, etc.
- Se analiza para identificar cuánta competencia existe en el mercado.



# ***ESTRATEGIAS DE MERCADEO***

Acciones para posicionar y vender el producto:

- **Producto:** Calidad, diseño, marca.
- **Precio:** Estrategias de penetración, skimming, descuentos.
- **Plaza (distribución):** Canales de venta (directos/indirectos).
- **Promoción:** Publicidad, promociones, redes sociales, relaciones públicas.

