***Define: ¿qué es un proyecto?***

Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo.

***Investiga y Describe el Ciclo de Vida de un proyecto y describe sus etapas***

**Programación**

Es el comienzo del ciclo, aquí se definen los grandes objetivos que se pretenden alcanzar con el proyecto, se dan los grandes lineamientos, se define el espacio en el que se ha de intervenir, se establecen los tiempos, en línea general. Se definen los principales actores del proceso, principalmente el ejecutor, los beneficiarios finales, y los actores institucionales.

**Identificación**

Se elabora la “prefactibilidad” enfocando entre otros los siguientes aspectos:

* Pre factibilidad técnica
* Pre factibilidad económica
* Pre factibilidad legal
* Pre factibilidad ambiental

En esta fase se definen también los eventuales estudios suplementarios que deben ejecutarse antes de pasar a la fase de “Factibilidad”. Se elaboran varias soluciones posibles para resolver la problemática planteada, determinando sus costos estimados.

De esta fase se toma la decisión de proseguir o no con el detalle del proyecto, y en caso que la respuesta sea afirmativa, se puede definir también cuál de las varias soluciones presentadas en la Fase anterior deberá ser profundizada.

**Instrucción**

Se examinan todos los aspectos importantes del proyecto. Ya la definición de la solución es mucho más detallada y precisa. Se ajusta el Marco Lógico con la participación de los beneficiarios.

La pertinencia de la idea de proyecto en cuanto a los problemas, y su factibilidad suelen ser cuestiones claves para estudiar y definir. Los costos de la intervención se definen con una precisión de más o menos el 20 – 20 %.

**Financiación**

El ejecutor del proyecto, o el beneficiario presenta su proyecto a una o más entidades financieras que potencialmente podrían estar interesadas en el proyecto. Una vez que se logra el acuerdo, el financiador y el beneficiario del proyecto firman un convenio formal que estipula los arreglos financieros esenciales para la ejecución.

**Ejecución**

Los ejecutores del proyecto utilizan los fondos puestos a disposición por el Financiador y los suyos propios para implementar en forma directa o a través de la contratación de empresas especializadas el proyecto. Esta fase suele implicar contratos de estudios, de asistencia técnica, de servicios o de suministros. Se monitorea el avance real del proyecto para que se pueda adaptar el proyecto a los cambios contextuales.

**Evaluación**

La evaluación consiste en el análisis de los resultados obtenidos a través de la implementación del proyecto. Utilizando los indicadores objetivamente medibles establecidos en el Marco Lógico se determina si los objetivos específicos y el objetivo general han sido alcanzados totalmente o parcialmente. Se determina la pertinencia, el impacto del proyecto, la eficiencia, eficacia y sostenibilidad del proyecto con la finalidad de hacer, si es necesario los ajustes. Las evaluaciones pueden ser:

* De medio término, durante la ejecución del proyecto;
* Al final de la implementación del proyecto;
* Un tiempo después de que el proyecto está operando.

De estas evaluaciones se podrán formular recomendaciones y conclusiones para integrar en la planificación y la ejecución de proyectos comparables en el futuro.

***Desarrolla el concepto de Evaluación de Proyectos, ¿qué implica?, ¿Cuáles son sus beneficios? ¿qué debe de considerar quien participe formulando y evaluando proyectos de inversión?***

La evaluación de un proyecto es una herramienta, la cual, al comparar flujos de beneficios y Costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto o no; es decir, si es o no es rentable, además. si siendo conveniente, convienen postergar su inicio. Al evaluar, entre otras cosas, se debe decidir cuál es el tamaño más adecuado del proyecto.

Los estudios de Mercado, los técnicos y los económicos entregan la información necesaria para estimar los flujos esperados de Ingresos y Costos que se producirán durante la vida útil del proyecto en cada una de las alternativas posibles.

La Evaluación de Proyectos sólo considerará los flujos de beneficios y Costos reales atribuibles al proyecto, expresados en Moneda de un mismo momento. Cabe señalar que, al realizar la evaluación de un proyecto, no deben tomarse en cuenta los flujos pasados ni las inversiones existentes.

En presencia de varias alternativas de Inversión, la evaluación de proyectos es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas. seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo son, con el fin de llegar a una eficiente asignación de Recursos.

***Investiga y Describe los tres niveles de profundidad en un estudio de Evaluación de Proyectos***

**Perfil o gran visión:** Identificación de la idea, el cual se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. En términos monetarios solo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de terreno.

**Estudio de prefactibilidad o anteproyecto:** Este estudio profundiza la investigación en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleara, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto, y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

**Proyecto definitivo:** Contiene básicamente toda la información del anteproyecto, pero aquí son tratados los puntos finos.

***Investiga y menciona por lo menos tres organizaciones y/o programas de fomento a la inversión e incubación. Describe los beneficios de acercarse a ellos***

**Secretaria de fomento económico SEFOE (Yucatan) - Fomento a la Inversión**

* Apoyo personalizado de un promotor.
* Atención de visitas de inversionistas con agenda de negocios.
* Enlace con empresas locales para la compra de insumos.
* Facilidades de gestión para la búsqueda y obtención de terrenos y naves industriales.
* Vinculación con el sector académico.
* Vinculación con despachos consultores especializados en materia jurídica, contable y administrativa.
* Orientación y gestión para la obtención de permisos federales, estatales y municipales.
* Asesoría sobre fondos y programas gubernamentales de apoyo al desarrollo industrial.
* Promoción y organización para asistir a eventos nacionales e internacionales.
* Otros apoyos de acuerdo al proyecto de inversión.

**Secretaría de Desarrollo Económico SEDECO (Hidalgo) - Programa de Fomento a las Inversiones**

El programa opera brindando atención personalizada y especializada a potenciales inversionistas que desean instalar una nueva planta productiva en el Estado, o bien, que pretenden ampliar la ya existente.

Se brinda asesoría en temas de alta especialización como obtención de derechos para extracción de aguas subterráneas, construcción de subestaciones eléctricas, realización de estudios de impacto ambiental, entre otros, además de evaluar los beneficios que el proyecto conlleva en materia de generación de empleos y derrama de inversión, para generar un “traje a la medida” en materia de incentivos y estímulos.

**Club Emprendedor - Programa para la incubación de empresas**

* Capacitación y asesoría constante con especialistas en los diferentes temas.
* Contamos con una secretaria dedicada totalmente a ayudar a nuestros socios en la elaboración de su proyecto en computadora, insertar, tablas, imágenes, contestar correos electrónicos.
* Internet por Megacable
* Dos líneas telefónicas para realizar llamadas locales, nacionales y a Estados Unidos
* Contamos también con capacidad streaming por internet que permite compartir experiencias y entrevistas con especialistas y tomar cursos de actualización en línea.

***Describe el objetivo principal de un estudio de mercado, sus etapas y los beneficios de realizarlo.***

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

* **Identificación del problema**: Análisis de la situación.
* **Definición de los objetivos de la investigación**: Qué se pretende saber y a dónde se quiere llegar. Se trata principalmente de detectar las necesidades y deseos de los consumidores antes de lanzar un nuevo producto. Es un punto clave, ya que una mala definición de objetivos puede llevar a la empresa no solo a malgastar sus recursos, tiempo y dinero, sino también a obtener resultados que le lleven a tomar decisiones equivocadas.
* **Diseño de la investigación**: Implica decidir qué información se usará, cómo se tratará y qué tipo de análisis se realizará para obtener las conclusiones necesarias.
* **Obtención de la información o recogida de datos**: La información puede ser primaria, propia de la empresa, o secundaria, informes y estadísticas ya publicadas. La información primaria puede estar ya en poder de la empresa o puede ser necesario recabar más a través de encuestas, entrevistas en profundidad, dinámicas de grupo con clientes potenciales...
* **Clasificación y tratamiento de datos:** Generalmente a través de métodos estadísticos que implican una tabulación y homogeneización de la información obtenida.
* **Análisis e interpretación de los datos:** En función lógicamente de los parámetros que se pretende estudiar y de las conclusiones que es necesario extraer para la toma de decisiones.
* **Conclusiones y elaboración de un informe:** Sobre los cuales se tomarán las decisiones oportunas.

***Define oferta y demanda***

**Oferta:** Exposición pública que se hace de las mercancías en solicitud de venta. Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado, el precio de los demás y la tecnología disponible.

**Demanda:** Disposición de un agente económico para pagar, pudiendo hacerlo, el precio de una determinada mercancía. Cantidad que se está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado. La cantidad demandada de un determinado bien o servicio depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio, los precios de los demás bienes o servicios, el nivel de renta y la riqueza del sujeto demandante, así como los gustos y preferencias de los consumidores.

***¿En qué se basa la Estrategia Comercial de un proyecto?***

***Define PRECIO y describe por lo menos dos métodos para calcularlo.***

Cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio. Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar o disfrutar un bien o un servicio.

* Mercado perfecto / competencia perfecta (CP): Se fijan por la actuación conjunta de todos los compradores y vendedores; individualmente los participantes son independientes, son precio-aceptantes.
* En los mercados imperfectos: cada participante tiene poder para fijar el precio de lo que produce.
  + En monopolios: se fija un precio mayor a los de CP y se produce menos.
  + En oligopolios: los precios se fijan según la reacción de los competidores.

***Investiga ¿Qué es un canal de distribución?***

Formalmente podría considerarse a los canales de distribución como circuitos definidos y cuyo objetivo final es facilitar el producto por parte de los productores para que los clientes puedan disfrutar de él al adquirirlo. Por otra parte, la distribución suele clasificarse atendiendo al objeto protagonista del canal: bienes consumibles, bienes industriales o servicios.

Otro tipo de clasificación separa los canales en distribución directa, si es la realizada sin intermediación entre fabricante y consumidor, o indirecta si incluye puntos intermedios en la cadena. La elección de una modalidad u otra dependerá de diversos factores como el precio del producto, el público objetivo o el tamaño de la compañía.