

Planeación por Proyectos

Los proyectos en general se caracterizan por ser parte integral de la planeación y se refiere a anticiparse a las decisiones futuras, nos permiten visualizar contextos futuros, pueden evaluarse e inclusive su flexibilidad permite re-planear en caso de ser necesario. Ya que pueden verse influidos por factores externos como la tecnología, cambios en los estilos de vida y gustos de los consumidores, economía, mercados cambiantes, etc. Antes de formularlo, se proyecta en el mercado actual y se investiga el mercado futuro; las fases para su estructuración son las siguientes:

- 1. Identificación del empresario y el proyecto.** Conocer capacidad empresarial como solvencia económica, capacidad de endeudamiento, de financiamientos, etc.
- 2. Identificación del producto o servicio.** Información en torno al bien que se va a diseñar y a ofrecer.
- 3. Estudios previos o antecedentes generales existentes sobre el bien o servicio.** Reunir la mayor cantidad de información sobre él, para estructurar el proyecto.
- 4. Estudio de mercado, comercialización y ventas.** Efectuar un estudio de mercado que permita diseñar estrategias de mercadotecnia.
- 5. Propuesta técnica:** estudio técnico, estrategia de marketing, estudio económico y financiero. Abarca el resultado y propuesta del proyecto en su conjunto, incluyendo aspectos de producción, compra de tecnología, capacitación y adiestramiento de personal, infraestructura, estrategias de comercialización, etc.

Planeación por Proyectos

6. Evaluación financiera o privada, y evaluación social o económica.

Se refiere expresamente a la viabilidad del proyecto, a lo redituable y rentable del mismo.

7. Plan de acción y cronograma de ejecución. Define todas las actividades que deben realizarse para implementarlo y el tiempo que durará.

Referencia:

Hernández, A. (2014) Planeación por proyectos. Facultad de Mercadotecnia Universidad Autónoma de Coahuila.