

# LISTA DE COTEJO PARA PROYECTO DE INVERSIÓN (Avance Parcial 2)

## DATOS GENERALES

Nombre del(a) alumno(a): FESLO PRIETO HUERTA  
 GRUPO: 706B CARRERA: Ing Ambiental

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA

NOMBRE DEL CURSO:  
FORM Y EVAL DE PROYECTOS

NOMBRE DEL DOCENTE:  
Erasto Del Angel Perez

FIRMA DEL DOCENTE

## DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

PRODUCTO:  
PROYECTO DE INVERSIÓN: Estud de Mercado

FECHA:  
25/10/25

PERIODO ESCOLAR:  
AGOSTO DICIEMBRE 2025

CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)		Página	Se supera	Se cumple	Se menciona someramente	No Cumple
			10	8.5	7	0
MUESTRA HOJA DE CONTENIDO (contenido, tablas, figuras y resumen con palabras clave)			✓			
Indicador	Descripción		✓			
Introducción	La relevancia del proyecto dentro del sector, en el que se desarrollo. Turismo, Servicios, Productos, otros		✓			
Justificación	Razones de ¿Por qué propones este proyecto?, ¿A quién ayuda? ¿que problema se resolverá?		✓			
IDEA DE PROY	Producto		✓	✓		
	Lugar O Sitio De Producción		✓	✓		
	Competidores			✓		
	Mercado Meta			✓		
Cronograma para la puesta en marcha del proyecto				✓		
Producto o servicio	Se menciona que producto (s) o servicios se ofrece y sus características, propuesta de estudio de mercado (poblacion y cuestionario con aspectos a evaluar		✓			
Naturaleza y uso del producto a ofertar	Clasificación del producto (Solo si aplica) con base en; vida de anaquel, consumo, oportunidad, conveniencia, comparación, especialidad o no buscados		✓			
Número de productores (oferta)	Determina cuantos negocios hay relacionados con el tipo de producto o servicio que ofreces, escribiendo nombres			✓		
Localización	se indica donde están ubicados, lugares, distancias, que ventajas tienen ese negocio con respecto a sus clientes			✓		
Capacidad instalada y utilizada	Si es el caso, describir o inferir su capacidad de producción y la oferta actual en volumen, identificando si este tiene las condiciones para incrementar su capacidad (sino cuentas con datos suficientes, estímalos)		✓			
Calidad y precio de los productos.	Realizar y Describir un analisis de precios de los productos existentes en el mercado, calidad en relación a características, presentación del producto y los precios que maneja (analisis subjetivo realizado)		✓			
Planes de expansión	se investiga y/o determina si tiene planes de expansión o crecimiento o si este puede crecer en un futuro		✓			
Inversión fija y número de trabajadores	Describe que inversiones tiene en físico y cuanta gente tienen trabajando		✓			
Canales de distribución y venta	Describir de que forma de venden los productos en el mercado, identificando las formas de transacción (mayoreo menudeo, por paquetería, locales, entre otros)		✓			
Estrategia de introducción al mercado	Hablando de tu proyecto: localizacion geográfica, presentacion del producto o servicio,, definir canal(es) de ventas, precios, promociones, estrategias comerciales, ventajas comparativas		✓			

## EVALUACIÓN DE UNA EXPOSICIÓN TEMÁTICA

ADATOS GENERALES			
Nombre del(a) alumno(a): <u>Fexo Prieto Huerta</u>			
GRUPO:	706B	CARRERA:	Ing Ambiental
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA		NOMBRE DEL CURSO: Formulación y evaluación de proyectos	
NOMBRE DEL DOCENTE: Erasto Del Ángel Pérez		FIRMA DEL DOCENTE	
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN			
PRODUCTO: Presentación oral usando una tic		FECHA: <u>20/10/25</u>	PERIODO ESCOLAR: Agosto- Diciembre 2025

%	CRITERIO	DEFINICIÓN	SI	NO	OBS
2	Hoja de presentación	Se exhibe una hoja de presentación del trabajo con preguntas detonadoras	✓		
2	Hoja de contenido	Se presentan los temas que el expositor va a desarrollar	✓		
4	Objetivo	Se presenta el objetivo del trabajo	✓		
6	Desarrollo	Los temas y la forma de abordar mostraron congruencia	✓		
4	Conclusión	El autor presenta una conclusión sobre el tema tratado en la exposición	✓		
4	Bibliografía	Presenta una bibliografía y referencias en el texto	✓		
4	Profundidad y Explicación	El expositor explicó con claridad cada uno de los temas. Maneja los temas a profundidad, pero sin salirse del tema	✓		
4	Respondió preguntas	El expositor respondió correctamente todas las preguntas o dio una respuesta adecuada	✓		
30	CALIFICACIÓN				

28/30

# FyEVAL DE PROY PII

Lee y responde el siguiente cuestionario

Se ha registrado el correo del encuestado (221u0395@alumno.itssat.edu.mx) al enviar este formulario.

FyEVAL DE PROY PII

Elige la respuesta correcta

Nombre y apellidos \*

Fesco Prieto Huerta

02 Parcial

Lee y elige tu respuesta correcta

El Mercado es \*

3 puntos

- ☒ Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados
- ☐ La cuantificación de la demanda potencial insatisfecha del producto en estudio
- ☐ Oferta, demanda, precios y comercialización

El análisis de Mercado se refiere a \*

4 puntos

- ☐ Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados
- ☒ La cuantificación de la demanda potencial insatisfecha del producto en estudio
- ☐ Oferta, demanda, precios y comercialización

El estudio de Mercado comprende el análisis de \*

3 puntos

- ☐ Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados
- ☐ La cuantificación de la demanda potencial insatisfecha del producto en estudio
- ☒ Oferta, demanda, precios y comercialización

En relaciona la oportunidad (de vender un producto es), una demanda insatisfecha es \*

3 puntos

- ☐ Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados
- ☒ Es una cantidad de producto o servicio que no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado
- ☐ Demanda de bien social y nacionalmente necesario y demanda de bienes no necesario o de gusto

En relaciona a la necesidad, un producto puede ser: \*

3 puntos

- ☐ Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados
- ☐ Es una cantidad de producto o servicio que no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado
- ☒ Demanda de bien social y nacionalmente necesario y demanda de bienes no necesario o de gusto

De acuerdo al destino del producto puede ser \*

3 puntos

- ☒ Demanda de bienes finales y bienes intermedios
- ☐ Es una cantidad de producto o servicio que no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado
- ☐ Demanda de bien social y nacionalmente necesario y demanda de bienes no necesario o de gusto

La oferta se refiera a \*

3 puntos

- ☒ La cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado
- ☐ Cantidad de producto o servicio que no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado
- ☐ Cantidad de productos o servicios que es probable que el mercado consuma a futuro



El precio de refiere a \*

3 puntos

- ☒ Cantidad monetaria en la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio
- ☐ Cantidad de producto o servicio que no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado
- ☐ Costo de producción de un bien o servicio que el mercado consumirá a futuro

Un canal del comercialización es \*

3 puntos

- ☒ La ruta que toma un producto para pasar del productor al consumidor final
- ☐ Cantidad de producto o servicio que no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado
- ☐ Costo de producción de un bien o servicio que el mercado consumirá a futuro

En un canal de comercialización, pueden existir dos tipos de intermediarios \*

2 puntos

- ☒ Comerciantes y agentes
- ☐ Coyotes y revendedores
- ☐ importadores y distribuidores

Los tres objetivos de la comercialización son: \*

3 puntos

- ☒ Cobertura del Mercado, control sobre el producto y costos
- ☐ Cobertura del mercado, costos de producción y control de los clientes
- ☐ Alinear a agentes, comercializadores y clientes

Una estrategia de comercialización se refiere a \*

3 puntos

- ☒ Las actividades que se implementan para la introducción del producto al mercado
- ☐ Precio, Plaza, Producto y promoción
- ☐ Lo que hace el cliente para conseguir adquirir y bien o servicio

En la estrategia de la comercialización, las 4p se refiera a \*

2 puntos

- ☐ Las actividades que se implementan para la introducción del producto al mercado
- ☐ Lo que hace el cliente para conseguir adquirir y bien o servicio
- ☒ Al manejo del precio, plaza, producto y promoción con el proposito de promover una mayor comercialización

Intersección entre la oferta y la semanda en la que donde hay una cantidad de producto \* 2 puntos  
que se vende a un precio al cual se esta dispuesto a pagar.

- ☒ Precio de Equilibrio
- ☐ Punto de equilibrio
- ☐ Equilibrio de la oferta y la demanda

Este formulario se creó en INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA.

Google Formulario