

PROYECTO DE INVERSIÓN		
<b>Objetivo:</b> Que el alumno elabore un estudio de mercado de un producto o servicio.		
Competencia específica	<p>III. Proponer proyectos de inversión para nuevas unidades de producción y para empresas en marcha.</p> <p>IV. Formular y evaluar proyectos y programas de inversión y/o mejora a través de un análisis estratégico del entorno y la aplicación de técnicas y métodos de mercado, técnico y financieros, para atender las necesidades de la organización y el desarrollo económico de la región.</p>	
<b>Materias que involucra:</b>	<p>Estudio de Mercado</p> <p>Desarrollo Local y Regional</p> <p>Economía aplicada a los negocios</p> <p>Teoría y Desarrollo Organizacional</p>	<p>Jair Reséndiz Jiménez</p> <p>Esther Botho Clemente</p> <p>Gricelda Espinoza González</p> <p>Francisco Javier Rangel Chavarria</p> <p>Esther Botho Clemente</p> <p>Rocío Landaverde Trejo</p> <p>Olivia Trejo Díaz</p> <p>Martha Becerril Falcón</p> <p>Adrián Valdés Dorado</p>

Índice del trabajo impreso

<b>Resumen (200 palabras)</b>
<b>Abstract</b>
<b>Introducción</b>
<b>Antecedentes</b>
<b>1. Metodología del Proyecto</b> 1.1 Planteamiento del problema 1.2 Justificación 1.3 Objetivo general del proyecto 1.4 Método (fuentes de información, herramientas y técnicas)
<b>2. Filosofía organizacional</b> 2.1 Misión 2.2 Visión 2.3 Valores 2.4 Políticas
<b>3. Análisis del sector</b> 3.1 Análisis internacional del sector y rama 3.2 Análisis nacional del sector y rama 3.3 Análisis estatal del sector y rama 3.4 Análisis local del sector y rama
<b>4 Aspectos de Mercado</b> 4.1 Objetivo del estudio 4.2 Descripción del área y segmento del mercado ( <b>geográfico, demográfico, psicográfico y por comportamiento</b> ) 4.3 Descripción del producto o servicio 4.3.1 Nombre y descripción 4.3.2 Beneficios 4.4 Diseño del Producto 4.4.1 Tamaño, color y sabor 4.4.2 Tipo de envase primario, secundario y embalaje 4.4.3 Etiqueta y marca 4.5 Análisis de la Demanda 4.5.1 Factores determinantes de la Demanda (cinco principales) 4.5.2 Demanda actual y potencial 4.5.3 Proyección de la demanda 4.6 Análisis de la Oferta 4.6.1 Factores determinantes de la Oferta (cinco principales) 4.6.2 Oferta actual y potencial 4.7 Relación Demanda – Oferta 4.7.1 Mercado potencial insatisfecho 4.8 Análisis de los Precios 4.8.1 Análisis Histórico 4.8.2 Precios promedio al mayoreo y menudeo 4.8.3 Proyección de los precios 4.9 Comercialización 4.9.1 Plan de mercadotecnia 4.10 Conclusiones del estudio de mercado
<b>Literatura Consultada</b>
<b>Anexos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio de Mercado (cuestionario, tamaño de muestra)</li> <li>• Manuales de la empresa.</li> </ul>