

<b>Objetivo:</b>		
Evaluar los resultados de los estudios previos para definir la viabilidad del proyecto.		
COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN DE COMPETENCIAS	
Competencia específica 4. Formulación y Evaluación de Proyectos	<p>Proponer proyectos de inversión para nuevas unidades de producción y para empresas en marcha.</p> <p>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>	Evaluación Económica y Financiera  Comercio Exterior  Comercialización  Expresión Oral y Escrita  Calidad	Mtro. Eloir López Nube  Mtro. Miguel Ángel Vázquez  Mtra. Marlene Martín Torres  Lic. Jair Reséndiz  Lic. Fernanda Macías  Lic. Olivia Trejo Díaz  Lic. Edilberto Hernández  Ing. Israel López Mendoza  Ing. José Luis Pérez

## Índice del Trabajo Impreso

<b>Resumen (200 palabras)</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 (geográfico, demográfico, psicográfico y por comportamiento)
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 Conclusiones del estudio de mercado
<b>5. Estudio Técnico</b>
5.1 Tamaño óptimo
5.2 Localización óptima
5.3 Ingeniería del proyecto
5.4 Aspectos legales
5.5 Resultados del Estudio Técnico
<b>6. Estudio Financiero</b>
6.1 Integración de activo fijo
6.1.1 Tabla de depreciación

6.2 Integración de activo diferido
6.2.1 Tabla de amortización
6.3 Costos de Producción
6.4 Costos de administración
6.5 Costos de distribución
6.6 Costos financieros (en su caso)
6.7 Ingresos
6.8 Capital de trabajo
6.9 Estado de resultados
6.10 Flujo neto de efectivo
6.11 Balance general
6.12 Cuadro de origen y aplicación de los recursos
6.13 Resultados del Estudio Financiero
<b>7. Evaluación Económica y Financiera</b>
7.1 Objetivo del estudio
7.2 Resumen e Interpretación de razones financieras (al 5° año)
7.2.1 Margen neto de utilidad
7.2.2 Rendimiento de la inversión
7.3 Punto de equilibrio
7.4 Determinación y cálculo de la TREMA
7.5 Evaluación del criterio de la Tasa Interna de Retorno TIR
7.6 Evaluación del criterio Valor Anual Neto o Valor Presente Neto VAN
7.7 Análisis de sensibilidad y riesgo
7.8 Indicadores de impacto social y Análisis ambiental
<b>8. Comercialización</b>
8.1 Plan de ventas
8.2 Campaña publicitaria
8.2.1 Objetivo de marketing y comunicación
8.2.2 Tema de campaña publicitaria
8.2.3 Target de la campaña
8.2.4 Promesa básica
8.2.5 Justificación y soporte
8.2.6 Tono o estilo
8.2.7 Bocetos finales
8.2.8 Selección de medios
8.2.9 Calendarización y presupuesto requerido
8.3 Resultados y evidencias de ventas (empresa propia o similar)
<b>9. Calidad</b>
9.1 Control estadístico de la calidad
9.2 Sistema de gestión de la calidad
<b>10. Conclusiones</b>
Literatura Consultada
Anexos
Estudio de Mercado (cuestionario, tamaño de muestra)
Estudio Técnico (procedimiento de método de macro y micro localización, distribución de planta, manifiesto de impacto ambiental)
Estudio Financiero (programa de financiamiento y requisitos, Proyecciones y bases de cálculo).
Manuales de la empresa.
Administración de Proyectos
Material publicitario