

ÍNDICE DE PROYECTO DE INVERSIÓN

Competencias específicas	III. Proponer proyectos de inversión para nuevas unidades de producción y para empresas en marcha. 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 mercadeo, técnico y financieros, para atender las necesidades de la organización y el desarrollo económico de la región.	
Materias que involucra:	Estudio de Mercado	Mtra. Esther Botho Clemente Mtro. Jair Reséndiz Jiménez Lic. Mariana Fuentes Sosa
	Teoría y Desarrollo Organizacional	Mtra. Olivia Trejo Díaz Mtra. Martha Becerril Falcón Lic. Juliana Cruz Fuentes Ing. Adrián Valdés Dorado
	Desarrollo Local y Regional	Mtra. Esther Botho Clemente Lic. Juliana Cruz Fuentes Lic. Rocío Landaverde Trejo Lic. Francisco Javier Rangel Chavarría
	Economía aplicada a los Negocios	Lic. Rocío Landaverde Trejo Lic. Rogelio Ferral Moreno Lic. Omar Roldán Palafox
Objetivo:	Que el alumno elabore un estudio de mercado de un producto o servicio.	

Índice del trabajo impreso

Resumen (200 palabras)
 Palabras clave (máximo 4)
 Introducción
 Antecedentes del sector (Internacional, Nacional, Estatal y Local)

1. Metodología del proyecto

- 1.1 Planteamiento del problema
- 1.2 Justificación
- 1.3 Objetivo general del proyecto
- 1.4 Método (qué, dónde, cuándo, cuánto, quién, cómo, con qué)

2. Análisis de factores externos del sector

- 2.1 Político y ecológico
- 2.2 Económico
- 2.3 Social, cultural y demográfico
- 2.4 Tecnológico
- 2.5 Proveedores

2.6 Distribuidores
3 Aspectos de mercado
3.1 Objetivo del estudio
3.2 Perfil del segmento(consumidor final o industrial)
3.3 Tamaño del mercado
3.4 Descripción del producto o servicio
3.4.1 Nombre, marca (logo y slogan)
3.4.2 Beneficios
3.4.3 Dimensiones (tamaño), color y sabor
3.4.4 Tipo de envase primario, secundario y embalaje
3.4.5 Etiqueta (contenido, lugar de fabricación)
3.5 Análisis de la demanda
3.5.1 Factores determinantes de la demanda (cinco principales)
3.5.2 Determinación de la demanda del proyecto
3.5.3 Fundamento de participación en el mercado
3.5.4 Proyección de la demanda del proyecto
3.6 Análisis de la oferta
3.6.1 Factores determinantes de la oferta (cinco principales)
3.6.2 Principales productores y productos competidores
3.6.3 Perfil de los competidores directos e indirectos
3.6.4 Análisis FODA de los competidores
3.7 Relación demanda – oferta
3.7.1 Mercado potencial insatisfecho
3.8 Análisis de los precios
3.8.1 Precio de venta por tipo de producto
3.8.2 Proyección de los precios
3.9 Comercialización
3.9.1 Canal de distribución
3.9.2 Logística de distribución (ruta y transporte)
3.9.3 Promoción
3.10 Resultados de la investigación de mercado
Conclusiones del estudio de mercado
Literatura Consultada
Anexos
<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario • Base en SPSS (digital) • Manuales de la empresa

Comité EBC Mayo – Agosto 2016.

Mtra. Esther Botho Clemente

Mtro. Jair Reséndiz Jiménez

Lic. Mariana Fuentes Sosa

Vo. Bo.

Comité EBC

Mtro. Eloir López Nube

Director del PE

Mtro. Oliver García Ramírez