

# Índice de Proyecto de Inversión

## Mayo-Agosto 2019

### Tercer Cuatrimestre “Estudio de Mercado”

PROYECTO DE INVERSIÓN					
<b>Objetivo:</b>  El alumno desarrollará estudios de mercado mediante el uso de herramientas de análisis de oferta y demanda, procedimientos de determinación de la muestra y métodos de recopilación y análisis de la información, para elaborar informes que serán la base de proyectos					
<b>Competencias específicas</b>	Formular y evaluar proyectos de inversión, mediante metodologías de diagnóstico, estudios de mercado, técnicos, financieros y herramientas de evaluación para contribuir al cumplimiento de planes estratégicos, al desarrollo organizacional y regional.				
<b>Materias que involucra:</b>	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 50%;"><b>Estudio de Mercado</b></td> <td style="width: 50%;">Mtra. Mariana Fuentes Sosa Mtra. Norma Angélica Martín Peña</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Desarrollo Sustentable</b></td> <td>Mtra. Olivia Trejo Díaz Mtro. Huber Baltazar Trejo Leal Mtro. Rogelio Ferral Moreno</td> </tr> </table>	<b>Estudio de Mercado</b>	Mtra. Mariana Fuentes Sosa Mtra. Norma Angélica Martín Peña	<b>Desarrollo Sustentable</b>	Mtra. Olivia Trejo Díaz Mtro. Huber Baltazar Trejo Leal Mtro. Rogelio Ferral Moreno
<b>Estudio de Mercado</b>	Mtra. Mariana Fuentes Sosa Mtra. Norma Angélica Martín Peña				
<b>Desarrollo Sustentable</b>	Mtra. Olivia Trejo Díaz Mtro. Huber Baltazar Trejo Leal Mtro. Rogelio Ferral Moreno				

Índice del trabajo impreso
<b>Resumen (200 palabras)</b>
<b>Abstract</b>
<b>Introducción</b>
<b>Antecedentes del sector.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (Según el sector de la actividad / primario, industrial, servicio)</li> </ul>
<b>1. Metodología del Proyecto.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>1.1 Planteamiento del problema orientado a la sustentabilidad</li> <li>1.2 Justificación</li> <li>1.3 Objetivo general del estudio de mercado</li> <li>1.4 Metodología (tipo de investigación)               <ul style="list-style-type: none"> <li>1.4.1 Herramientas cualitativas y/o cuantitativas de investigación</li> </ul> </li> </ul>
<b>2. Aspectos de Mercado.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Determinación del segmento de mercado</li> <li>2.2 Tamaño del mercado potencial</li> <li>2.3 Cálculo del tamaño de muestra</li> </ul>
<b>3. Descripción del producto.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Marca (Branding)</li> <li>3.2 Características del producto</li> <li>3.3 Beneficios del producto</li> <li>3.4 Dimensiones (tamaño, color, sabor)</li> <li>3.5 Tipo de envase, empaque y/o embalaje (packaging)</li> <li>3.6 Etiqueta</li> </ul>

# Índice de Proyecto de Inversión

## Mayo-Agosto 2019

### Tercer Cuatrimestre “Estudio de Mercado”

<p><b>4. Prototipo:</b> (incluir descripción y agregar evidencia en el documento de cada uno de los puntos)</p> <p>4.1 Prototipo sketching (realización del producto en boceto)</p> <p>4.2 Prototipo digital (de boceto, pasar a diseñar en digital)</p> <p>4.3 Prototipo Físico (se deberá realizar - objeto tangible semejante al producto)</p>
<p><b>5. Análisis de la demanda.</b></p> <p>5.1 Fundamento de participación en el mercado (tabla + justificación)</p> <p>5.2 Determinación de la demanda del proyecto (unidades y términos económicos)</p> <p>5.3 Proyección de la demanda del proyecto (mínimo 5 años)</p>
<p><b>6. Análisis de la oferta.</b></p> <p>6.1 Principales productores y productos competidores</p> <p>6.2 Perfil de los competidores directos (locales)</p>
<p><b>7. Determinación de precios.</b></p> <p>7.1 Estrategia de precio</p> <p>7.2 Determinación del precio de venta</p> <p>7.3 Proyección de los precios</p>
<p><b>8. Normatividad y Estrategias de acuerdo al producto:</b> <i>(Desarrollo sustentable)</i></p> <p>8.1 Leyes (enunciar leyes correspondientes)</p> <p>8.2 Artículos (enunciar artículos correspondientes)</p> <p>8.3 Estrategias: (Una de cada una)</p> <p>8.3.1 Estrategias económicas</p> <p>8.3.2 Estrategias socioculturales</p> <p>8.3.3 Estrategias ambientales</p>
<p><b>9. Resultados de la investigación de mercado.</b></p>
<p><b>10. Conclusiones del estudio de mercado.</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Anexos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Técnicas de investigación de mercados:</b> (poner las que utilizaron)           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta, entrevista, observación, prueba de mercado, focus group, sondeo.</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Evidencia Fotográfica:</b> (práctica de campo – aplicación de encuestas)</li> <li>➤ <b>Leyes y Artículos:</b> <i>(Desarrollo sustentable)</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de la ley &amp; número de artículo.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Literatura Consultada.</b></li> </ul>

Actualizó Comité EBC Mayo – Agosto 2019

Mtra. Mariana Fuentes Sosa  
Mtra. Norma Angélica Martín Peña

Vo.Bo.

**Mtro. Oliver García Ramírez**  
Director del P.E. de TSU en Amón.  
e Ing. en Desarrollo Empresarial

**Mtro. Francisco Javier Rangel Chavarría**  
Líder del Cuerpo Académico

**Mtro. Eloir Francisco López Nube**  
Coordinador del Comité EBC (Educación  
Basada en Competencias)