

### ÍNDICE DE PROYECTO DE INVERSIÓN

<b>Competencias específicas</b>	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.	
<b>Materias que involucra:</b>	Estudio de Mercado  <b>Teoría y Desarrollo Organizacional</b>  <b>Desarrollo Local y Regional</b>  <b>Economía aplicada a los Negocios</b>	Mtra. Esther Botho Clemente Mtro. Jair Reséndiz Jiménez Lic. Mariana Fuentes Sosa  Mtra. Olivia Trejo Díaz Mtra. Martha Becerril Falcón Lic. Juliana Cruz Fuentes Ing. Adrián Valdés Dorado  Mtra. Esther Botho Clemente Lic. Juliana Cruz Fuentes Ing. Jaime Martínez Lugo  Lic. Francisco Javier Rangel Chavarria Lic. Rocio Landaverde Trejo Lic. Rogelio Ferral Moreno
<b>Objetivo:</b>	Que el alumno elabore un estudio de mercado de un producto o servicio.	

### Índice del trabajo impreso

Resumen (200 palabras)  
 Abstract  
 Introducción  
 Antecedentes

#### 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. Filosofía organizacional

- 2.1 Misión
- 2.2 Visión
- 2.3 Estructura organizacional
- 2.4 Valores
- 2.5 Políticas

<b>3. Análisis de factores externos</b>
3.1 Políticos
3.2 Económicos
3.3. Sociales
3.4 Tecnológicos
3.5 Ecológicos
<b>4 Aspectos de mercado</b>
4.1 Objetivo del estudio
4.2 Perfil del segmento (consumidor final o industrial)
4.3 Tamaño del mercado
4.4 Descripción del producto o servicio
4.4.1 Nombre, marca (logo y slogan)
4.4.2 Beneficios
4.4.3 Dimensiones (tamaño), color y sabor
4.4.4 Tipo de envase primario, secundario y embalaje
4.4.5 Etiqueta (contenido, lugar de fabricación)
4.5 Análisis de la demanda
4.5.1 Factores determinantes de la demanda (cinco principales)
4.5.2 Determinación de la demanda del proyecto
4.5.3 Fundamento de participación en el mercado
4.5.4 Proyección de la demanda del proyecto
4.6 Análisis de la oferta
4.6.1 Factores determinantes de la oferta (cinco principales)
4.6.2 Principales productores y productos competidores
4.6.3 Perfil de los competidores directos e indirectos
4.6.4 Análisis FODA de los competidores
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 Precio de venta por tipo de producto
4.8.3 Proyección de los precios
4.9 Comercialización
4.9.1 Canal de distribución
4.9.2 Logística de distribución (ruta y transporte)
4.9.3 Promoción
Conclusiones del estudio de mercado
Literatura Consultada
Anexos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados de la investigación de mercados</li> <li>• Cuestionario</li> <li>• Manuales de la empresa</li> </ul>