PORTADA

1. ÍNDICE
2. RESUMEN EJECUTIVO
3. ANTECEDENTES
4. JUSTIFICACIÓN
5. MARCO CONCEPTUAL
6. OBJETIVOS
   1. OBJETIVO GENERAL
   2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS
7. PLAN ESTRATÉGICO
   1. MISIÓN
   2. VISIÓN
   3. VALORES
8. CLIENTES
   1. DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS
   2. PERFIL DEL CLIENTE
9. PRODCUTO OFRECIDO
10. PRODUCCIÓN
    1. RECURSOS PRODUCTIVOS
       1. RECURSOS HUMANOS
       2. RECURSOS MATERIALES
       3. RECURSOS TECNOLÓGICOS
    2. PROCESOS
11. PRECIOS
    1. FIJACIÓN DEL PRECIO
12. ANÁLISIS SITUACIONAL
    1. ANÁLISIS FODA
13. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
    1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN
       1. OBJETIVO GENERAL
       2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS
    2. CÁLCULO DE LA MUESTRA
    3. DISEÑO DE LA ENCUESTA
    4. ANÁLISIS DE RESULTADOS
    5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INV. DE MERCADOS
14. PLAN DE MARKETING
    1. PRODUCTO
       1. IMAGEN DEL PRODUCTO
       2. PACKAGING
       3. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO
    2. PRECIO
       1. ESTRATEGIA DE PRECIO
    3. PLAZA
       1. CANAL DE DISTRIBUCIÓN
    4. PROMOCIÓN
       1. PUBLICIDAD
          1. FOLLETOS
          2. TRIPTICOS
          3. SPOTS
       2. MERCHANDISING
       3. VENTAS PERSONALES
15. PLAN DE FINANCIAMIENTO
    1. ANÁLISIS ECONÓMICO
       1. ANÁLISIS FINANCIERO
       2. PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES
       3. PRESUPUESTO
16. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO
17. BIBLIOGRAFÍA
18. ANEXOS