

ÍNDICE DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

INTRODUCCIÓN

Capítulo I. Desarrollo de la Investigación

- 1.1 Planteamiento del problema
- 1.2 Justificación del proyecto
- 1.3 Objetivo general del proyecto
- 1.4 Fuentes a consultar

Capítulo II. Filosofía Organizacional

- 2.1 Misión
- 2.2 Visión
- 2.3 Valores
- 2.4 Organigrama

Capítulo III. Aspectos de Mercado

- 3.1 Objetivo del estudio
- 3.2 Área y segmento del mercado
 - 3.2.1 Geográficas
 - 3.2.2 Demográfico
 - 3.2.3 Psicográficas
 - 3.2.4 Comportamiento
- 3.3 Descripción del producto o servicio
 - 3.3.1 Nombre
 - 3.3.2 Definición
 - 3.3.3 Beneficios
 - 3.3.4 Oportunidades identificadas en el mercado
- 3.4 Diseño del Producto
 - 3.4.1 Tamaño
 - 3.4.2 Color y sabor
 - 3.4.3 Tipo de envase primario y secundario
 - 3.4.4 Tipo de embalaje
 - 3.4.5 Etiqueta
 - 3.4.6 Marca
- 3.5 Análisis de la Demanda
 - 3.5.1 Factores determinantes de la Demanda (5 principales)
 - 3.5.2 Demanda actual y potencial
- 3.6 Análisis de la Oferta
 - 3.6.1 Factores determinantes de la Oferta (5 principales)
 - 3.6.2 Oferta actual y potencial
- 3.7 Relación Demanda - Oferta
 - 3.7.1 Mercado potencial insatisfecho
- 3.8 Análisis de los Precios
 - 3.8.1 Análisis Histórico
 - 3.8.2 Precios promedio al mayoreo y menudeo
 - 3.8.3 Determinación del precio

3.9 Comercialización

3.9.1 Canal de Distribución (Variables para justificar el canal, canales duales, determinación de miembros)

3.9.2 Distribución física (Selección del transporte, logística de distribución)

3.10 Plan de Publicidad

Fundamentar estrategia

3.11 Posibilidades del Proyecto en el mercado

Literatura Consultada

Anexos

- Determinación del tamaño de muestra.
- Determinación de oferta, demanda y precios.
- Cuestionario, Gráficas e interpretaciones.
- Cartas de Intención de compra
- Manual de organización.