
Índice	
Capítulo I	6
1. Aspectos Generales	6
1.1 Objetivos	6
1.2 Introducción	7
1.3 Resumen Ejecutivo	7
1.4 Misión de la Empresa	8
1.5 Visión de la Empresa	8
1.6 Filosofía	8
1.7 Origen de la Idea de Negocio	8
Capítulo II	10
2. Justificación y Antecedentes	10
2.1 Justificación	10
2.2 Antecedentes	10
2.2.1 Marco Teórico	11
2.2.2 Análisis Material Textil	13
2.3 Conceptos de Diseño	16
2.3.1 Análisis del estado del arte	16
2.3.2 Factores a intervenir	16
2.3.3 Bocetación	17
Capítulo III	19
3. Aspectos de Mercadeo	19
3.1 El Producto	19
3.1 Visualización del producto/servicio (portafolio)	19
3.2 Instrucciones de pliegue	21
3.3 Modelo	22
3.4 Características del Producto	23
3.5 Ventajas Comparativas o Competitivas	23
3.6 Nombre e Imagen de la Empresa	24
3.7 Brochure	25
3.8 Análisis del Mercado	26
3.8.1 Segmento	28
3.9 Análisis D.O.F.A.	30
3.10 PLAN DE MERCADO	31
3.10.1 Estrategia ofensiva en nuevos mercados	31
3.10.2 Estrategia de Posicionamiento	31
3.11 Precio	32
3.12 Estrategia de ventas	32
3.13 Promoción	34
3.14 Estrategia secundaria de divulgación	34
3.15 Distribución	35
3.16 Bodega	35

3.17 Transporte	35
3.18 Servicio	35
Capítulo VI	36
4. Plan de Producción	36
4.1 Cadena de valor	36
4.2 Plaza	36
4.3 Cadena de Suministros	37
Capítulo V	40
5. Plan Administrativo	40
5.1 Organigrama	40
5.1 Definición y Descripción de Puestos	40
Capítulo VI	41
7. Plan Económico y Financiero	41
7.1 Cuadros de costos	41
7.3 Análisis Financiero	42
7.4 Proyección a 1 año por trimestres.	43
7.5 Proyección a 5 años	44
Capítulo VIII	45
8. Aspectos Legales	45
9. Conclusiones	50
10. Anexos	51
11. Referencias	55
12. Referencias graficas	56
13. Sistema de Registro	58