

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	1
1. MARCO TEORICO	2
1.1 Diseño en la empresa.	2
1.2 Globalización económica y cultural.	4
1.3 Diseño + Empresa.	5
1.4 Implantación y ventajas del diseño en la empresa.	6
1.5 Departamento de diseño, investigación y desarrollo.	7
1.6 Departamentos en la empresa	7
1.6.1 Departamento de Producción.	7
1.6.2 Departamento de Marketing.	8
1.6.3 Departamento de Finanzas.	9
1.6.4 Departamento de Administración.	9
2. PLANTEAMIENTO INVESTIGACION.	11
2.1 Oportunidad de Diseño.	12
2.2 Objetivo General.	12
2.3 Objetivos Específicos.	12
3. MARCO CONCEPTUAL.	13
3.1 Inducción del departamento de diseño en la empresa	13
3.1.1 Misión.	15
3.1.2 Visión.	15
3.1.3 Objetivo General.	15
3.1.4 Objetivos Específicos.	15
3.1.5 Valores.	16
3.2 Diseño Estratégico.	17
3.3 Oportunidad en la empresa – FRUVITAL S.A.	18
3.3.1 Cultura Organizacional.	19
3.3.2 Imagen corporativa FRUVITAL S.A.	23
3.3.3 Marca.	25
3.4 Consumidores y mercado.	28
3.5 Análisis de mercado.	29
3.6 Factores influyentes en el comportamiento de la demanda.	32

3.7 Análisis producto.	35
3.7.1 Proceso de elaboración.	38
3.7.2 Diferenciación del producto.	40
3.7.3 Empaque.	41
3.7.4 Precio.	42
3.7.5 Canales de distribución.	43
3.8 Análisis competencia.	45
3.9 Diagnóstico de la empresa.	49
3.9.1 P.C.I.	49
3.9.2 P.O.A.M.	50
3.9.3 D.O.F.A.	51
3.9.4 Análisis de vulnerabilidad.	52
3.10 Estrategias.	53
3.11 Estrategia global.	53
3.12 Desarrollo de la estrategia.	53
3.13 Enfoque de la estrategia.	55
4. DISEÑO CONCEPTUAL.	56
4.1 Concepto diseño FRUVITAL.	57
5. DISEÑO FORMAL.	59
5.1 Concepto llevado a forma.	61
6. PROPUESTAS IMAGEN FRUVITAL.	64
6.1 Diseño logotipo final.	65
7. EMPAQUE.	69
7.1 Propuestas.	72
7.2 Modelos de comprobación.	75
7.3 Propuesta final.	77
7.4 Etiqueta	78
7.5 Planos técnicos	79
8. POPUESTA EXHIBIDOR	80
8.1 Escenarios de uso	83
9. PRODUCCION ENVASE.	84
9.1 Material.	84
9.2 Propiedades.	84
9.3 Producción.	85
10. ESTRATEGIA PROMOCIONAL.	86

10.1	Atributos.	86
10.2	Estrategia comercial.	87
10.3	Promoción.	87
10.4	Mecánica Lanzamiento.	88
10.5	Ciclos de vida del producto.	89
11.	POSTERS PROMOCIONALES	90
12.	BIBLIOGRAFIA	92
13.	ANEXOS	93
13.1	Cronograma actividades	93
13.2	Cotizaciones Empresas	95