

## CONTENIDO

|  | Pág. |
|--|------|
| INTRODUCCIÓN                           | 8    |
| MARCO TEÓRICO                          | 10   |
| OBJETIVOS                              | 12   |
| CAPÍTULOS                              |      |
| 1. ANÁLISIS DEL MERCADO                | 13   |
| 1.1. CONTEXTO GEOGRÁFICO               | 13   |
| 1.2. TENDENCIAS DE CONSUMO             | 13   |
| 1.3. TIPOS DE CONSUMIDORES             | 14   |
| 1.4. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO        | 15   |
| 2. EMPRESA                             | 16   |
| 2.1. APORTES DEL PROYECTO A LA EMPRESA | 16   |
| 2.2. IMAGEN EMPRESARIAL                | 16   |
| 2.3. DISEÑO APLICADO A LA EMPRESA      | 20   |
| 2.4. VISIÓN EMPRESARIAL                | 23   |
| 3. PRODUCTO                            | 24   |
| 3.1. REFERENTES AUTÓCTONOS             | 24   |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 3.2. COMPETENCIA EN EL MERCADO | 27 |
| 3.3. PROCESO PRODUCTIVO        | 30 |
| 3.4. VARIABLES DE DISEÑO       | 30 |
| 3.5. PRESENTACIÓN FINAL        | 34 |
| 3.6. COMPROBACIONES            | 35 |
| FORMATOS UTILIZADOS            | 36 |
| 1. SISTEMA DE REGISTRO         | 36 |
| 2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN     | 36 |
| 3. CRONOGRAMA                  | 37 |
| CONCLUSIONES                   | 39 |
| BIBLIOGRAFÍA                   | 40 |
| ANEXOS                         | 41 |