

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7.pág.
UNIDAD DE ANÁLISIS	8.Pág.
La empresa	8.pág.
Materias Primas	10.pág.
Tecnología instalada	13.pág
Procesos	14.pág
Productos	16.pág
Análisis productos	18.pág
Puntos de venta	20.pág
Publicidad	22.pág
JUSTIFICACIÓN	23.pág
ESTRATEGIA	24.pág
MARCO TEÓRICO	26.pág
MIS OBJETIVOS	27.pág
General	27.pág
Específicos	27.pág
USUARIO	28.pág
Análisis de usuario	29.pág
ESTADO DEL ARTE	35.pág
Referentes	35.pág
Competencias	38.pág
DISEÑO INDUSTRIAL	43.pág
Mi Aporte	43.pág

GENERACIÓN DE ALTERNATIVAS	46.pág
Alternativa 1	47.pág
Alternativa 2	48.pág
Alternativa 3	49.pág
Alternativa 4	50.pág
MATRIZ DE EVALUACION DE ALTERNATIVAS	51.pág
Bocetos	52.pág
Renders	56.pág
Planos Técnicos	68.pág
PRODUCTO FINAL: LA ESTRATEGIA	73.pág
SISTEMA DE REGISTRO	76.pág
Criterios de Evaluación	76.pág
Cronograma	77.pág
Plan de análisis de los resultados (Límites y Alcances)	78.pág
BIBLIOGRAFÍA	79.pág