

ÍNDICE

0. INTRODUCCIÓN

1. CAPÍTULO I. PLATEAMIENTO DEL PROBLEMA

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Síntomas del Problema
- 1.3 Causas
- 1.4 Pregunta de Investigación
- 1.5 Objetivo General
 - 1.5.1 Objetivos Específicos
- 1.6 Justificación
- 1.7 Hipótesis
- 1.8 Importancia del Estudio
- 1.9 Alcances
- 1.10 Limitaciones
- 1.11 Delimitación del campo de investigación
- 1.12 Definición de términos

2. CAPÍTULO 2. MARCO HISTÓRICO REFERENCIAL

- 2.1 Mezcal
- 2.2 Origen del Mezcal
 - 2.2.1 Origen Popular
- 2.3 Materia Prima
 - 2.3.1 Maguey
 - 2.3.2 Maguey Tobalá (Agave potatorum Zucc, Amarilidáceas)
- 2.4 Elaboración del Mezcal
- 2.5 Tipos de Mezcal
- 2.6 Industria del Mezcal
- 2.7 Denominación de Origen
 - 2.7.1 Tratado con la Comunidad Europea de Bebidas Espirituosas
 - 2.7.2 Norma Oficial Mexicana del Mezcal
- 2.8 Mezcal vs. Tequila

3. CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO

- 3.1 Identidad Corporativa
- 3.2 Imagen Corporativa
- 3.3 Mix de Imagen de Oscar Smith
 - 3.3.1 Identidad CGS
 - 3.3.2 Imagen de Contacto

- 3.3.3 Tipos de Contacto
- 3.3.4 Proceso Estratégico de la Imagen de contacto
- 3.3.5 Conocimiento del Cliente
- 3.3.6 Solución Satisfacción
- 3.4 Los signos de Identidad de Joan Costa
 - 3.4.1 Nombre
 - 3.4.2 Logotipo
 - 3.4.3 Símbolo
 - 3.4.4 Gama Cromática
 - 3.4.5 Importancia y significado del color
- 3.5 Manual de Identidad Visual

4. CAPÍTULO 4. PROCESO CREATIVO

- 4.1 Perfil del Cliente o Público Meta
 - 4.1.1 Necesidades del consumidor
- 4.2 Proceso Creativo para dar origen al Nombre
- 4.3 Manual de Fundamentos
 - 4.3.1 Misión
 - 4.3.2 Visión
 - 4.3.3 Filosofía
- 4.4 Resultado de la propuesta de diseño: desarrollo de los Identificadores Visuales ó Creativo Grafico Sensoriales del Mezcal “El Ensueño”
 - 4.4.1 Nombre
 - 4.4.2 Logotipo
 - 4.4.3 Envase
 - 4.4.4 Etiqueta
 - 4.4.5 Gama Cromática

5. CAPÍTULO 5. APARTADO METODOLÓGICO

- 5.1 Tipos de Investigación
 - 5.1.1 Investigación cuantitativa
 - 5.1.2 Investigación cualitativa
- 5.2 Decisiones Muestrales
 - 5.2.1 Conducta de compra
 - 5.2.2 Otros Preparativos
 - 5.2.3 Imagen de Contacto y su aplicación
 - 5.2.4 Tipos de contacto
- 5.3 Entrevistas a Profundidad: Análisis de resultados.
 - 5.3.1 Resultados

6. CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

6.1 Comprobación de Hipótesis

6.2 Conclusiones

7. BIBLIOGRAFÍA

8. ANEXO A

9. ANEXO B