

## CONTENIDO

1. Introducción.....	5
2. Contextualización.....	6
2.1. Oportunidad de diseño.....	6
3. Marco teórico.....	6
3.1. Objetivo General.....	6
3.2. Objetivos Específicos.....	6
3.3. Justificación.....	7
3.4. Límites y alcances del proyecto. ....	8
4. Metodología Design Thinking.....	9
5. Comprender.	
5.1.1. Asados y elemento comunes.....	10
5.1.2. Investigación asado a la llanera. ....	13
5.1.3. Insumos y técnica. ....	14
5.1.4. Cortes sugeridos para asados. ....	16
5.1.5. Propiedad organoléptica de la carne.....	17
6. Observar	
6.1.1. Actividad de un asado a la parrilla en casa. ....	20
6.1.2. Actividad de una Raclette en apartamento. ....	22
6.1.3. Propiedades Organolépticas de la carne asada en plancha y parrilla.....	23
6.1.4. Segmentación del cliente. ....	24
6.1.5. Mapa de empatía CANVAS. ....	25
6.1.6. Perfil grupo de personas. ....	27
6.1.7. Reflexiones. ....	28
6.2. Variables	
6.3. Determinantes. ....	30
6.4. Requerimientos. ....	30
7. Validar	
7.1. Comprobación función. ....	33
7.2. BROCO. ....	39
7.3. Producto. ....	40
7.4. Actividad. ....	42
8. Implementar	
8.1. Comprobaciones. ....	47
8.2. Conclusiones. ....	52
8.3. Bibliografía. ....	53