ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

CREACIÓN DE UNA BEBIDA NATURAL INSTANTÁNEA FRESH VITA QUE AYUDE A REDUCIR EL AUMENTO DE LOS DESPERDICIOS DE ALIMENTOS GENERADOS EN LOS MERCADOS TRADICIONALES DE LIMA METROPOLITANA

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Publicitario

AUTOR:
ALEJANDRA STEFANY GUTIERREZ ESPINOZA
(https://orcid.org/0009-0008-8375-9245)

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en la carrera de Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:
REIKO FIORELLA KAMEYA MILLA
(https://orcid.org/0009-0009-7771-2448)

Asesor
LENY AMELIA PERCCA TREJO
(https://orcid.org/0000-0002-8363-8354)

Lima - Perú
2023

REV INV GUTIERREZ - KAMEYA.docx

My Files

My Files

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:464190144

Fecha de entrega

2 jun 2025, 7:49 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

2 jun 2025, 7:59 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

REV INV GUTIERREZ - KAMEYA.docx

Tamaño de archivo

321.1 KB

37 Páginas

7048 Palabras

42.398 Caracteres

25% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

22% Internet sources
3% Publications
11% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

1 Integrity Flag for Review

Hidden Text
180 suspect characters on 1 page
Text is altered to blend into the white background of the document.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Resumen del Trabajo de Investigación

En el Perú, cada año, una cantidad superior a los 7 millones de toneladas de alimentos es desaprovechada, siendo una parte sustancial de este desperdicio originada en los mercados tradicionales de Lima. La ineficiente gestión de estos desperdicios no solo implica una pérdida económica significativa, sino también consecuencias medioambientales.

El propósito de esta investigación es exponer una alternativa para disminuir el creciente problema de la generación de desechos alimentarios generados en los mercados tradicionales de Lima, mediante la metodología Toulouse Thinking, con el cual se tuvo una mayor comprensión de las necesidades del usuario y su entorno.

Al buscar soluciones para este problema, se identificó una necesidad en las personas de 20 a 40 años que buscan aumentar su consumo de agua, frutas y verduras en su rutina diaria, pero no tienen suficiente tiempo para la preparación. Este insight nos llevó a fusionar esta necesidad con nuestra problemática central, dando lugar a la creación de 'FRESH VITA', una innovadora bebida instantánea natural que aborda simultáneamente la necesidad de practicidad en el consumo de bebidas y alimentos saludables, y el compromiso por reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana.

Durante la validación del trabajo con individuos del público objetivo, los resultados son positivos, con una disposición activa para incorporarla en la rutina diaria. Estos resultados respaldan la pertinencia y aceptación del producto en el mercado, destacando su capacidad para satisfacer las necesidades de quienes buscan una opción

conveniente y saludable, al tiempo que aborda eficazmente el problema crítico de los desperdicios de alimentos en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana.

Palabras clave: desperdicio de alimentos, bebida instantánea natural, sostenibilidad.

TABLA DE CONTENIDO

1. Contextualización del problema…….5
2. Justificación……7
   2.1. Justificación social……...7
   2.2. Justificación práctica……8
   2.3. Justificación metodológica……...9
3. Reto de innovación …….10
   3.1. Preguntas de investigación……...10
   3.2. Objetivos de investigación……10
4. Sustento teórico……...11
   4.1. Estudios previos……11
   4.2. Marco teórico……...15
      4.2.1. Creación de una bebida natural instantánea……..15
      4.2.2. Conceptualización de una bebida natural……..15
         4.2.2.2 Características de una bebida natural instantánea…….16
            4.2.2.2.1 Sostenible……..16
            4.2.2.2.2 Innovación y creatividad……...17
         4.2.2.3 Proceso de elaboración de bebidas naturales……...17
      4.2.3. Recolección de Frutas y Verduras……18
         4.2.3.1. Tipos de Recolección……..18
      4.2.4. Importancia de crear una bebida natural instantánea……19
5. Beneficiarios…….19
   5.1. Directos……..19
   5.2. Indirectos……20
      5.2.1. Arquetipo del Cliente……...20
   5.3. Cantidad de Beneficiarios…….22

6. Propuesta de Valor……...22

6.1 Propuesta de valor……...22

6.2 Segmento de clientes……...23

6.3 Canales…….23

6.4 Relación con los clientes…….23

6.5 Actividades clave…….24

6.6 Recursos clave…….24

6.7 Aliados clave……...24

6.8 Fuentes de ingresos……..24

6.9 Presupuestos……25

7. Resultados……27

8. Conclusiones……28

9. Bibliografía……..29

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Inversión inicial*……25

Tabla 2. *Gastos mensuales*……..26

Tabla 3.
Ingresos……..27

1. Contextualización del Problema

En un ámbito contemporáneo, se ha podido reconocer que, la gestión sostenible de los desechos orgánicos en los mercados es una tarea que involucra tanto a productores, vendedores y consumidores por igual. Cada uno desempeña un papel de vital importancia en la reducción de estos desperdicios y su gestión de manera sostenible (Asociación de Productores Agrícolas, 2023).

Se evidencia que cada año alrededor de más del 13% de los alimentos del mundo se pierden tras la cosecha, al igual que en la cadena de distribución antes de la venta al por menor, es así como, más del 16 % de los alimentos disponibles para los consumidores se desperdicia. Es importante destacar que el desaprovechamiento y la pérdida de alimentos son responsables de una considerable contribución al cambio climático, representando entre 7% y 9% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero en su totalidad (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2022).

La descomposición de alimentos en vertederos provoca un incremento en la liberación de gases de efecto invernadero. La reducción de la cantidad de alimentos perdidos o desperdiciados es de vital importancia en la transformación de los sistemas agroalimentarios, la mejora de la productividad y un mejor aprovechamiento de los recursos naturales. Esto promueve el crecimiento económico y beneficia a toda la sociedad (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2022).

El tema del desperdicio de alimentos en los mercados tradicionales es un asunto que nos debe generar una gran inquietud, ya que, además de dar un mal aspecto al lugar,

también provoca una serie de malos olores que resultan molestos para quienes acuden a realizar sus compras. El Gran Mercado Mayorista de Lima, uno de los que genera mayor cantidad de residuos, a diario desecha un aproximado de 50 toneladas de alimentos y se calcula que al menos más del 70% de estos, son de residuos orgánicos (La Revista Agraria, 2022).

En definitiva, a nivel local, también es notorio las irregularidades en calidad de gestión de desperdicios orgánicos y/o de alimentos por parte de los mercados tradicionales de Lima Metropolitana, dado que, al continuar creciendo y volviéndose cada vez más concurridos generarán mayores residuos, de la misma forma que sus comerciantes, quiénes no encuentran opciones ni formas fáciles para gestionar adecuadamente los desechos orgánicos que terminan creando los malos olores, originando un entorno pestilente y nocivo.

A partir de lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de Dirección y Diseño Publicitario, Publicidad y Marketing Digital, Dirección y Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual Multimedia, se propone la creación de una bebida natural instantánea Fresh Vita que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana. Para la elaboración de esta bebida se plantea recolectar las frutas y verduras que se encuentren en el punto máximo de maduración en los distintos puestos de los mercados de Lima, luego de que los insumos lleguen a la fábrica, procederán a ser desinfectados y posteriormente congelados para conservar los nutrientes, el color y el sabor hasta su uso. Se continúa con el proceso de pulverizado de las frutas y verduras para luego crear los sabores. Por último, son empacados en pequeñas bolsas herméticas, listas para mezclarlas con agua y obtener una bebida instantánea 100% saludable y natural.

Finalmente se concluye que, la gestión de desperdicios de alimentos en los mercados tradicionales es un desafío que requiere la colaboración de vendedores, consumidores y nuevos enfoques de innovación. Un aspecto de suma importancia que merece ser resaltado son las alarmantes cifras que rodean la pérdida y malgasto de alimentos en nuestro país, cuya repercusión es significativa tanto en términos medioambientales como económicos. Por lo tanto, es crucial abordar este tema de manera eficiente.

2. Justificación

El propósito de esta investigación consiste en examinar una situación que afecta significativamente tanto a los vendedores como a los consumidores de los mercados tradicionales en Lima Metropolitana. Para ello, se pretende crear una propuesta original y sostenible como posible solución.

2.1. Justificación Social

Este estudio tiene un alcance significativo en varios aspectos. Desde una perspectiva ambiental, al prolongar la vida de los desechos orgánicos a través de una gestión adecuada, se logra reducir de manera considerable la carga orgánica en los vertederos, lo que, a su vez, minimiza la generación de lixiviados, emisiones de gases y la proliferación de vectores. En términos económicos, su utilización no implica costos significativos, ya que utiliza recursos domésticos comunes, y además, puede considerarse como una oportunidad de negocio para generar ingresos adicionales. Por último, en el ámbito social, este enfoque brinda a la sociedad civil la capacidad de emprender nuevas acciones en busca de lograr un crecimiento sostenible, dando

prioridad a la preservación del medio ambiente, mientras, ofreciendo oportunidades de rentabilidad para aquellos que lo implementen. Muchas veces, la mala administración de desperdicios orgánicos en los mercados tradicionales pueden producir un entorno de caos, olores desagradables y pérdidas económicas, y al mismo tiempo contribuye a la contaminación del medio ambiente (Rodriguez, 2017).

Por esa razón, se ha elegido enfocar la presente investigación en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana, pues se considera que son los lugares en donde diariamente se generan mayor cantidades de residuos orgánicos. Los comerciantes se verán beneficiados al tener mejor gestión y menos pérdidas económicas de los productos orgánicos que desechan diariamente de esta forma mejorarán su lado económico, orden y limpieza en su entorno laboral.

2.2. Justificación Práctica

El propósito de esta investigación es analizar el tema de la reducción de desechos alimentarios en los mercados tradicionales de la zona de Lima metropolitana, motivado por la urgente necesidad de tomar medidas al respecto. En estos mercados se desperdicia más del 25% de la producción de alimentos, los cuales suelen estar en buen estado y podrían servir como alimento para comunidades vulnerables que lo necesiten (Banco de Alimentos del Perú, 2018)

Anualmente, enormes cantidades de alimentos se desperdician, y es de suma importancia que revirtamos esta tendencia. Los consumidores tienen la capacidad de tomar decisiones responsables, los mercados pueden contribuir mediante la donación de excesos de productos, y las tecnologías pueden ayudar a optimizar la gestión del inventario. La propuesta de emprendimiento que presentamos tiene como objetivo

principal contribuir a la disminución de los desechos alimentarios que se producen en los mercados.

2.3. Justificación Metodológica

Con el propósito de encontrar una solución creativa e innovadora a la problemática, se ha utilizado la metodología Toulouse Thinking. Este recurso nos facilita una mayor comprensión de las necesidades del usuario y su entorno mediante cuatro pasos: Investigar, Idear, Desarrollar y Transferir, con el fin de identificar insights que nos lleven a lograr resultados innovadores.

Asimismo, se utilizaron dos encuestas anónimas como herramienta para conocer los dolores y molestias de nuestro público objetivo, y así también informarnos de forma clara y sencilla sobre los conocimientos que tienen con respecto a nuestra problemática.

Del mismo modo, realizamos entrevistas para recolectar datos cualitativos de manera más orgánica. Esta herramienta nos ayudó a obtener información más completa y profunda,ya que también nos permite aclarar dudas que pueden surgir durante esta, y así garantizar respuestas más útiles y eficaces.

También, se hizo uso del Mapa Mental para poder separar la información en diferentes categorías y lograr una estructura ordenada. Esta herramienta gráfica consiste en colocar el tema principal en el centro para luego jerarquizar los temas secundarios y sucesivamente así ir sumando la información o palabras clave que nos permitan un mejor entendimiento del tema.

Finalmente, para encontrar una solución funcional a la problemática, se empleó la herramienta del brainstorming o también conocida lluvia de ideas, esta técnica de

interacción en grupo consiste en soltar diversidad ideas e ir explorando distintas perspectivas, para así llegar a soluciones funcionales, innovadoras y creativas.

3. Reto de Innovación

Reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana.

3.1. Preguntas de investigación

Pregunta General

¿De qué manera se podría reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana?

Pregunta Específicas

P1: ¿Qué ingredientes se necesitaría para la creación de una bebida natural instantánea Fresh Vita que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana?

P2: ¿Qué estrategia publicitaria se necesitaría para la creación de una bebida natural instantánea Fresh Vita que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana?

P3: ¿Qué tan efectivo sería crear una bebida natural instantánea Fresh Vita que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana?

3.2. Objetivos de investigación

Objetivo General

Crear una bebida natural instantánea Fresh Vita que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana.

Objetivos Específicos

O1: Investigar qué ingredientes se necesitaría para la creación de una bebida natural instantánea Fresh Vita que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana.

O2: Plantear qué estrategia publicitaria se necesitaría para la creación de una bebida natural instantánea Fresh Vita que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana.

O3: Analizar qué tan efectivo sería crear una bebida natural instantánea Fresh Vita que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Suárez, J (2020) realizó la tesis *Elaboración de compost mejorado a partir de la valorización de los residuos orgánicos generados en el mercado y parada municipal de la ciudad de Bagua,* para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias con mención en Ingeniería Ambiental, en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, Perú.

El enfoque primordial de esta actividad consistió en la creación de compost enriquecido a partir de desechos orgánicos (verduras y frutas) recolectados en la parada

y el mercado municipal de Bagua. En esta investigación, se ha determinado que el registro de más de 25 locales comerciales dedicados a la venta de frutas y verduras, ha permitido dar inicio a la fase de reducción de residuos orgánicos. Como resultado, se ha logrado disminuir en un 5.96% (equivalente a 8.29 toneladas por año) del total de 138 establecimientos comerciales que generan este tipo de desechos en el Mercado y la Parada Municipal de la Ciudad de Bagua. Esto ha llevado a una disminución de residuos orgánicos sólidos que son destinados al Relleno Sanitario de la ciudad de Bagua durante el año 2018.

La elección de esta tesis se basa en la evidencia de que la mayoría de los desechos orgánicos provienen de los mercados. Esta tesis sostiene que la disminución de estos residuos y su reutilización son altamente beneficiosos para la sociedad.

Sandoval, M (2022) desarrolló la tesis *Plan de negocios para implementar una empresa de producción y comercialización de bebidas espirituosas orgánicas*, para obtener por el Título profesional de licenciado en Administración, en la Universidad de Lima de Lima, Perú.

El fin primordial de este estudio fue establecer, en el contexto de Lima, la demanda del mercado objetivo del proyecto, además de presentar evidencia que respalde la viabilidad y rentabilidad del mismo.

Después de un análisis exhaustivo, se ha determinado que existe una significativa demanda no satisfecha en el mercado, la cual continúa en aumento gracias al creciente interés por los productos orgánicos, motivado por la exploración de un modo de vida más

saludable y sostenible. Además, es importante destacar que el desarrollo de marcas sostenibles en el sector de las bebidas naturales aún se encuentra en niveles bajos.

La justificación de la selección de este tema de tesis radica en la relevancia de desarrollar un plan de negocios que garantice el éxito en la ejecución del proyecto en marcha.

Abugattas y Carnero (2021) desarrollaron la tesis *Proyecto para la producción de una bebida probiótica de aguaymanto y su comercialización al mercado nacional e internacional,* para optar por el Título profesional de Ingeniero Industrial, en la Universidad Católica San Pablo de Arequipa, Perú.

El propósito fundamental fue examinar la viabilidad de implementar una fábrica que produzca bebidas fermentadas a partir de aguaymanto y su posterior exportación a mercados veganos.

En base a nuestras investigaciones, podemos concluir que tanto el mercado peruano como el estadounidense ofrecen un amplio potencial para la comercialización exitosa de la bebida probiótica elaborada a partir del fruto de aguaymanto. Esto se debe a la creciente demanda de productos alimenticios y bebidas que promuevan la salud y fortalezcan el sistema inmunológico.

La elección de este tema de investigación se justifica en la importancia de determinar la infraestructura, procedimientos, suministro de insumos y maquinaria requeridos para llevar a cabo la puesta en marcha de una fábrica de producción

Perrazo, E (2019) desarrolló la tesis *Plan de negocio para la elaboración de pulpa orgánica de fruta congelada de tomate de árbol,* para optar por el Título de Magíster en Administración de Empresas, en la Universidad de las Américas de Quito, Ecuador.

El objetivo central de este estudio fue llevar a cabo una representación del proceso operativo utilizado en la producción de la pulpa de fruta orgánica obtenida del tomate de árbol

Después de un exhaustivo análisis, podemos afirmar que el mercado de productos orgánicos está experimentando un notable aumento y se consolida como una tendencia global, debido a esto, se transforma en un mercado con un amplio potencial, tanto en la actualidad como en el porvenir.

La selección de esta tesis se basa en la creencia de que el proceso operativo abordado en este estudio servirá como una herramienta guía para abordar la solución a nuestro problema.

Navarro, T (2018) desarrolló la tesis *Optimización de los residuos orgánicos provenientes de los mercados de abastos para la mejor de la áreas verdes del municipio del distrito de Cañete,* para optar por el Grado Académico de Maestro en Gerencia Pública , en la Universidad Continental de Lima, Perú.

El objetivo primordial de esta investigación fue desarrollar instrumentos técnicos y prácticos que permitan gestionar y utilizar de forma adecuada los desechos orgánicos en los mercados de abastos del distrito de San Vicente de Cañete, dirigido a los funcionarios de la Gerencia de Servicios a la Ciudad y Gestión Ambiental, así como a la Gerencia de Desarrollo Económico Territorial y Turístico.

Al examinar minuciosamente el asunto, se puede concluir que es necesario establecer un conjunto de normas óptimas para manejar adecuadamente los desechos orgánicos que provienen de los mercados, enfocándose particularmente en los vendedores de verduras y frutas, los restaurantes y los recicladores registrados en la localidad, es de suma importancia asegurar el acatamiento de las regulaciones correspondientes, con el fin de evitar conductas inapropiadas en el manejo de residuos por parte de los comerciantes.

La selección de esta investigación se fundamenta en la idea de que los mercados de abastos producen una cantidad significativa de desechos orgánicos que podrían ser utilizados para lograr metas específicas y, de esta manera, mitigar el impacto ambiental que podrían causar.

4.2. Marco Teórico

4.2.1. Creación de una bebida natural instantánea

Una bebida natural instantánea es un tipo de bebida que se caracteriza por ser sencilla y rápida de preparar, generalmente en formato de polvo o concentrado, y que se disuelve de manera fácil en agua u otro líquido para su consumo inmediato. Estas bebidas suelen estar elaboradas con ingredientes naturales y no contienen aditivos químicos, colorantes artificiales ni conservantes.

Antioxidantes en los alimentos y sus aplicaciones (2018) Para el desarrollo de una nueva bebida se necesita asegurar su calidad en aspectos microbiológicos, fisicoquímicos y sensoriales; estos dos primeros se refieren a la calidad sanitaria y el contenido nutricional de la bebida.

4.2.2. Conceptualización de una bebida natural

Las bebidas naturales se refieren a aquellos productos que se distinguen por estar compuestos de componentes con actividad fisiológica y propiedades beneficiosas para la salud del ser humano.

Antioxidantes en los alimentos y sus aplicaciones (2018) Como docente universitario, es importante que comprendan que un jugo verdaderamente natural consiste únicamente en los componentes naturales de las frutas y vegetales. Antes de ser envasados, estos jugos pasan por un proceso de pasteurización para garantizar que el consumidor reciba un producto seguro y de excelencia en su calidad.

4.2.2.2 Características de una bebida natural instantánea

Las bebidas naturales incluyen dentro de su producción principalmente frutas, verduras, infusiones o extractos de hierbas para potenciar sus efectos beneficiosos para la salud, y edulcorantes con sustitutos de sacarosa y fructosa para preservar la imagen de "bueno para la salud". Estos sustitutos se centraron en el uso de la miel y el aspartamo, entre otros.

Antioxidantes en los alimentos y sus aplicaciones (2018) Estas bebidas deben ser ligeramente dulces y de un color translúcido, con aromas y sabores amplios que cautivan a los consumidores.

4.2.2.2.1 Sostenible

La sostenibilidad es esencial en la creación de nuevos productos como las bebidas naturales, ya que no solo beneficia al medio ambiente y a los consumidores, sino que también brinda la oportunidad a las empresas de liderar en un mercado en constante evolución, que se adapta a las demandas de una sociedad que está adquiriendo una creciente conciencia sobre la relevancia de la sostenibilidad en nuestras vidas.

Envapack (2020) La sostenibilidad ha adquirido una relevancia fundamental en la industria de la producción de alimentos y bebidas, un gran número de consumidores están mostrando una creciente demanda de soluciones sostenibles. Según un reporte del equipo de investigación de mercado Mintel, un porcentaje mayor al 40% de los jóvenes adultos de la generación millennial en Estados Unidos afirman que las marcas que promueven la protección del medio ambiente representan de manera más fiel los principios y valores que caracterizan a su generación.

4.2.2.2.2 Innovación y creatividad

Al ser factores de mercado, resulta crucial considerar tanto las demandas del consumidor como la receptividad ante los productos novedosos. Es aquí donde la evaluación sensorial de bebidas naturales proporciona herramientas en la toma de decisiones para lograr una exitosa introducción al mercado de un nuevo producto, es necesario seguir los siguientes pasos detallados a continuación.

Antioxidantes en los alimentos y sus aplicaciones (2018) La publicidad o el marketing de bebidas naturales debe estar enfocado en crear hábitos alimenticios saludables.

4.2.2.3 Proceso de elaboración de bebidas naturales

El desarrollo de mezclas de bebidas frutales, extractos de frutas, infusiones y edulcorantes de origen natural que contienen beneficios funcionales y de menor precio a considerar en su formulación.

The food tech (2020) La elaboración en grandes cantidades de bebidas naturales requiere de una serie de procedimientos con el fin de preservar sus características naturales, tales como su sabor, textura, color y nutrientes.

La pasteurización, etapa fundamental en el proceso de producción, consiste en someter el jugo o concentrado de fruta a un tratamiento térmico de corta duración (15-30 segundos) con el objetivo de garantizar la mínima alteración del producto envasado, eliminando cualquier microorganismo y desactivando enzimas que puedan afectar la calidad del líquido. Este procedimiento, aunque implica una leve pérdida de vitamina C, asegura la inocuidad del producto final.

Libbys (2018) Durante la preparación de jugos de frutas, la tecnología empleada permite que los jugos mantengan la mayoría de las características nutricionales y de sabor de las frutas, gracias a métodos como la pasteurización, que asegura la excelencia y seguridad alimentaria de los productos.

4.2.3. Recolección de Frutas y Verduras

La recolección de frutas y verduras en los mercados implica la compra a productores o distribuidores, el transporte y almacenamiento en áreas especiales, una correcta exhibición de los productos en los puestos, el etiquetado con información importante, y una buena atención al cliente para facilitar el proceso de selección y compra. Los productos que no logran ser vendidos o se dañan, suelen ser desechados o donados al final del día.

Envase (2021) La etapa de recolección de la fruta es una de las fases laborales más sensibles, ya que sus particularidades influyen en la calidad del producto destinado a la comercialización. Por lo tanto, es esencial conocer la forma adecuada de realizar una recolección exitosa.

4.2.3.1. Tipos de Recolección

Existen dos tipos de métodos de recolección: el manual y el mecanizado, aunque en ciertos cultivos se opta por una combinación de ambos, como es el caso de la cebolla, papa, zanahoria y otras plantas. En estos casos, se utilizan medios mecánicos para facilitar la remoción del suelo durante la cosecha manual. La elección del sistema adecuado para la cosecha depende principalmente del tipo de cultivo, su destino final y, sobre todo, del tamaño del terreno que se va a cosechar. En la recolección de frutas y hortalizas para su consumo fresco, se utiliza mayormente el método manual. Sin embargo, en el caso de hortalizas destinadas a fines industriales y en aquellas cultivadas en grandes terrenos, se prefiere la recolección mecánica.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2021) Cualquier plan o estructura de trabajo que resulte en una disminución en la cantidad de veces que se manipula un producto llevará a la reducción de gastos y contribuirá a la disminución de la pérdida de calidad.

4.2.4. Importancia de crear una bebida natural instantánea

La importancia de elaborar una bebida natural instantánea se debe a la practicidad y accesibilidad que encontramos en esta, permitiendo una ingesta rápida de nutrientes esenciales en nuestro día a día, conservando su valor nutricional y además contribuyendo a minimizar el desperdicio de alimentos.

Beneficios de los jugos naturales de frutas y hortalizas (2018) Los jugos o bebidas naturales contienen una gran fuente de vitaminas, minerales y antioxidantes, son elementos fundamentales que fomentan la salud del sistema digestivo, refuerzan el sistema inmunológico, y brindan al cuerpo una energía saludable sin añadir azúcares ni grasas.

5. Beneficiarios

5.1. Directos

La creación de una bebida natural instantánea xxx que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana, está enfocado en hombres y mujeres entre 20 a 40 años con un nivel socioeconómico A - B que deseen adoptar un estilo de vida saludable, que incorporen en su dieta diaria el consumo de agua, frutas y verduras.

5.2. Indirectos

La producción de una bebida natural instantánea xxx tiene un impacto positivo no solo en los consumidores finales, sino también en los comerciantes de frutas y verduras de los mercados tradicionales de Lima Metropolitana, quienes se benefician indirectamente de esta innovación, ya que con este producto se ayudaría a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos que se generan a diario y además, se les generaría un beneficio económico mediante la comercialización de frutas y verduras que se encuentran dañadas o en su punto óptimo de maduración.

5.2.1. Arquetipo del Cliente

Los sujetos beneficiarios de este programa son individuos pertenecientes al rango de edad de 20 a 40 años, tanto hombres como mujeres, que residen en la ciudad de Lima y poseen un nivel socioeconómico de categoría A o B. Estos individuos se distinguen por llevar un estilo de vida que promueve la salud, enfocado en la realización de actividad física regular y la incorporación de hábitos positivos en su rutina diaria. Muchos de ellos forman parte de movimientos sostenibles, como el reciclaje, el consumo responsable, y la promoción de energía circular, entre otros. Además de su

compromiso con la sostenibilidad, estas personas desean incorporar activamente el consumo de agua, frutas y verduras en su dieta diaria. Sin embargo, pese a su interés en nutrirse de manera más saludable, encuentran ciertos obstáculos durante el proceso. Muchos consideran tedioso preparar batidos o jugos que incluya frutas y verduras en su rutina diaria. Asimismo, algunos de ellos no consumen la cantidad recomendada de agua debido a que consideran que carece de sabor y no les resulta tan atractiva como otras bebidas. Finalmente, ellos esperan encontrar opciones de alimentos y bebidas que le permitan incorporar fácilmente frutas, verduras y agua en su dieta diaria de manera práctica y sencilla, asimismo, es importante destacar que estas alternativas no solo promueven la sostenibilidad sino que también fomentan la preservación del medio ambiente.

Sandra es una jóven de 27 años de edad, que se encuentra realizando su maestría en la carrera de Psicología, además trabaja en un consultorio. Es una persona que ha adoptado un estilo de vida saludable y sostenible. Reduce, reutiliza y recicla con regularidad. Minimiza su huella de carbono utilizando su bicicleta para movilizarse con regularidad y utiliza energía renovable en su hogar. Se preocupa mucho por su alimentación, toma en cuenta la calidad de los alimentos que ingiere y se esfuerza por mantener una alimentación saludable y equilibrada, incluyendo una variedad de frutas y verduras en su dieta. Además de ello, trata de mantenerse bien hidratada a lo largo del día, sin embargo no siempre logra su objetivo pues le cuesta mucho beber agua ya que la considera insípida. Finalmente, ella espera poder encontrar opciones de bebidas con sabores de frutas o verduras que le gusten para poder incorporarlas en su día a día de manera fácil, y que, además le permita seguir con su estilo de vida sostenible.

Los arquetipos fueron desarrollados en base a toda la información recopilada de los lienzos de investigación, además de las entrevistas, encuestas y el Mapa de Actores, el cual fue dividido en tres secciones:

Sección 1 - Centrales: En este apartado se halla el grupo objetivo, conformado por individuos de entre 20 y 40 años que se esfuerzan por mantener un estilo de vida saludable y buscan incorporar en su dieta diaria el consumo de agua, frutas y verduras.

Sección 2 - Directos: En esta sección se encuentran los comerciantes de los mercados quienes son los proveedores de los insumos principales para el proyecto, además de ser la principal fuente de generación de desperdicios de alimentos en los mercados.

Sección 3 - Indirectos: En esta sección se encuentran las organizaciones públicas, quienes no mantienen un contacto tan directo con el público elegido. Se tomaron en cuenta a entidades públicas tales como el Ministerio del Ambiente y la Municipalidad de Lima, Sin embargo no influyó mucho para el desarrollo previo de arquetipos.

5.3. Cantidad de Beneficiarios

El enfoque principal de esta iniciativa se dirige hacia individuos de género diverso, cuyas edades oscilan entre los 20 y 40 años, residentes en la ciudad de Lima Metropolitana (aproximadamente 1000 personas del grupo). Fueron escogidos según la delimitación social y la investigación, con el fin de ofrecer un producto natural que permita incluir el consumo de agua, frutas y verduras de forma práctica y sencilla en su rutina diaria.

También, se espera reducir el aumento de desperdicio de alimentos que existe en los mercados tradicionales de Lima.

6. Propuesta de Valor

6.1 Propuesta de valor

En la actualidad, la preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad está en constante aumento. Por lo tanto, esta propuesta tiene como objetivo abordar de manera exhaustiva la problemática del derroche alimentario en nuestra sociedad.El objetivo es recolectar las frutas y verduras en su punto óptimo de madurez o aquellas que no cumplen con los requisitos estéticos para ser vendidos, para transformarlas en una deliciosa y saludable bebida instantánea y natural. Este enfoque representa una alternativa innovadora en el ámbito de la alimentación, de igual manera, se pretende fomentar un efecto beneficioso en términos ambientales, sociales y económicos.

6.2 Segmento de clientes

El público objetivo de este producto está conformado por individuos de género masculino y femenino con edades comprendidas entre los 20 y 40 años, que tienen su residencia en la ciudad de Lima y cuentan con un nivel socioeconómico A - B. Estas personas se esfuerzan por adoptar un estilo de vida saludable mediante la práctica de ejercicio y la adquisición de buenos hábitos, y desean incorporar activamente el consumo de agua, frutas y verduras en su dieta diaria. Sin embargo, la mayoría lleva un ritmo de vida ajetreado lo cual no les permite dedicar mucho tiempo a la preparación de comidas o bebidas saludables y prefieren optar por la compra de estos.

6.3 Canales

Para iniciar con este proyecto, se plantea realizar ventas a través de redes sociales y un WhatsApp Corporativo para ventas. Sin embargo, a futuro se espera ingresar a supermercados, tiendas saludables, minimarkets y contar con una página web.

6.4 Relación con los clientes

En el marco de la interacción con los clientes, se propone una táctica de promoción que se caracteriza por su transparencia y su enfoque amistoso, comunicando de manera transparente todas las características y beneficios del producto, sin recurrir a tácticas engañosas o exageradas para así construir una conexión sólida y duradera con los clientes. Además, otro de los pilares en la relación con los clientes es la transparencia en la producción, ya que cada vez son más los consumidores que buscan saber el origen y proceso que hay detrás de los productos que consumen.

6.5 Actividades clave

El recojo de la materia prima, es clave para el desarrollo de la bebida ya que es el ingrediente principal. También se contará con un automóvil para el recojo de los productos y un laboratorio/espacio para la fabricación de los productos que se encuentra implementado con maquinaria y personal capacitado. Por último, es fundamental destacar el impacto de la comercialización de bebidas instantáneas como única fuente de ingresos; así mismo, la publicidad y el manejo de la redes es importante debido a que las ventas se hacen por ese medio.

6.6 Recursos clave

Como recursos clave para este proyecto se contará con un publicista, encargado de transmitir los mensajes de la marca; con un diseñador marketer, encargado de la planificación y el diseño de la estrategia para social media y un influencer manager,

encargado de contactar, administrar y mantener constante comunicación con influencers.

6.7 Aliados clave

Como aliados clave para este proyecto se contará con comerciantes de verduras y frutas de los mercados de Lima Metropolitana, con quienes se formará una alianza para la comercialización de estos productos a un costo mínimo. Así como también junto a un nutricionista y un ingeniero de alimentos, se podrá realizar un correcto desarrollo y asesoramiento para la creación del producto. Finalmente, de la mano y con el apoyo de influencers se podrá dar más visibilidad a la venta del producto final.

6.8 Fuentes de ingresos

Inicialmente, las únicas fuentes de ingreso serán a través de la venta de los productos, que tendrán tres presentaciones: Pack x5, Pack x15 y Pack x30.

6.9 Presupuestos

Tabla 1. ***Inversión inicial***

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Materia prima (frutas y verduras en su punto máximo de maduración)	100	KG	S/1.50	S/150
2	Servicio de Maquila y Liofilización	1	GLB	S/4500	S/4500
3	Máquina para sellar al vacío	1	UND	S/239	S/239

4	Packaging	1	UND	S/500	S/500
5	Licencias, registros y certificaciones	1	GLB	S/3000	S/3000
6	Bolsa Maltodextrina	25	KG	S/110	S/110
7	Servicios (Agua, Luz, etc)	1	UND	S/200	s/200
8	Transporte (combustible, movilidad, peaje, etc).	1	GLB	S/200	S/200
					TOTAL: S/8 899

Tabla 2. ***Gastos mensuales***

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Materia prima (frutas y verduras en su punto máximo de maduración)	100	KG	S/1.50	S/150
2	Servicio de Maquila y Liofilización	1	GLB	S/4500	S/4500
3	Packaging	1	UND	S/500	S/500
4	Inversión Marketing (Pauta, Influencers)	1	UND	S/1000	S/1000
5	Bolsa Maltodextrina	25	KG	S/110	S/110
6	Servicios (Agua, Luz, etc)	1	UND	S/200	S/200
7	Transporte (combustible, movilidad, peaje, etc)	1	GLB	S/200	S/200
				TOTAL: S/6 660	

Tabla 3. ***Ingresos***

Ítem	Descripción de recursos	Costos	Estimado total de unidades vendidas por mes	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado trimestral
1	Ingreso venta por pack 5	S/30	76	S/2280	S/6840
2	Ingreso venta por pack 15	S/80	85	S/6800	S/20400
3	Ingreso venta por pack 30	S/150	50	S/7500	s/22500
				TOTAL: S/49 740	

7. Resultados

El desafío de innovación ha sido abordado con éxito, puesto que se ha logrado solventar exitosamente la problemática planteada: Desperdicio de alimentos en los mercados de Lima Metropolitana mediante “FRESH VITA”, una bebida natural instantánea que ayude a reducir el aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana.

Se logró validar el proyecto junto con personas reales del público objetivo elegido, en este caso personas entre 25 y 45 años que se interesan por el bienestar de su salud y que estén interesados en incluir agua, frutas y verduras en su dieta diaria, mediante una encuesta enviada y compartida por distintas redes sociales en la que se aclararon dudas e inquietudes, además compartieron tanto sus opiniones como mejoras

para el producto, en donde se pudo hacer un análisis sobre la información recolectada durante el proceso.

En su totalidad los comentarios fueron positivos y expresaron satisfacción al saber que pronto habrá un producto en el mercado que satisfaga sus necesidades y mostraron disposición a compartir esta información con amigos y familiares.

Los resultados fueron posibles gracias al taller generativo que se llevó a cabo junto a un grupo de personas del público objetivo antes mencionado. Donde se expuso a detalle de que trata el proyecto y en el cual pudieron responder diversas preguntas planteadas para recolectar datos útiles para la investigación, además de ello, se otorgó información general sobre los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana. En su mayoría comentarios positivos con respecto al proyecto, reafirmando que la idea de negocio es innovadora y cumple con los objetivos de desarrollo sostenible elegido.

8. Conclusiones

En primer lugar, se concluye que la investigación realizada identifica el creciente problema del aumento de los desperdicios de alimentos generados en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana como una preocupación que afecta tanto a nivel ambiental como socioeconómico.

En segundo lugar, se concluye que la investigación ha logrado identificar satisfactoriamente los ingredientes necesarios para la creación de 'FRESH VITA', una bebida natural instantánea que aborda eficazmente el problema del aumento de los desperdicios de alimentos en los mercados tradicionales de Lima Metropolitana.

En tercer lugar, se concluye que se planteó una estrategia publicitaria sólida para 'FRESH VITA', dirigida hacia individuos entre 20 y 40 años, tanto hombres como mujeres que buscan una solución práctica para aumentar su consumo de agua, frutas y verduras. Esta estrategia contribuye a la reducción de los desperdicios de alimentos en los mercados tradicionales.

Finalmente, se concluye que el análisis de la efectividad de 'FRESH VITA' durante el proceso de validación del proyecto ha revelado una receptividad positiva y una disposición por parte del público objetivo para incorporar la bebida en su rutina diaria. Este resultado respalda la viabilidad y aceptación del producto en el mercado.

9. Bibliografía

Abugattas y Carnero (2021). *Proyecto para la producción de una bebida probiótica de aguaymanto y su comercialización al mercado nacional e internacional.* [Para optar por el título profesional de ingeniero industrial, Universidad Católica San Pablo]. https://repositorio.ucsp.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/972ea76a-cc23-4fc9-9dd7-975465fa3791/content

Alvarado, X. (2021). *Evaluación técnica y económica del proceso de liofilización de frutas a escala laboratorio.* [Trabajo presentado para optar por el grado académico de licenciada en ingeniería química, Universidad del Valle Guatemala]. https://repositorio.uvg.edu.gt/static/flowpaper/template.html?path=/xmlui/bitstream/handle/123456789/4537/TESIS%20VERSI%c3%93N%20FINAL%20APROBADA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Beltrán, A (2022, abril 6). ¿Qué impacto ambiental tiene el desperdicio de alimentos?. *El País.* https://elpais.com/ciencia/las-cientificas-responden/2022-04-06/que-impacto-ambiental-tiene-el-desperdicio-de-alimentos.html

Benedetti Penha, C., De Paola Santos, V., Speranza, P. y Emy Kurozawa, L. (2021). Plant-based beverages: Ecofriendly technologies in the production process, *Innovative Food Science & Emerging Technologies, 72*, 1-10. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1466856421001612

Bernache, G. (2003). *The environmental impact of municipal waste management: The case of Guadalajara metro area. Resources, Conservation and Recycling*, 39(3), 223–237. https://doi.org/10.1016/S0921-3449(03)00029-6

Caballero, Márquez y Betancur (2017). *Efecto de la liofilización sobre las características físico-químicas del ají rocoto (Capsicum pubescens R&P) con o sin semilla.* Bioagro, 29 (3), 225-234.[fecha de Consulta 5 de Diciembre de 2023]. ISSN: 1316-3361. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85752807008

Carmín, S. y Aquise, C. (2021). *Revisión Sistemática: Impactos Ambientales generados por Desperdicio de Alimentos.* [Para optar por el título profesional de ingeniero ambiental, Universidad César Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82353/Carmin_MSHA_Quispe_ACW-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cobo, L. y Solis, D. (2021). *Elaboración de una bebida instantánea a base de suero de leche, pulpa de tomate de árbol (Solanum betaceum) y harina de maíz, mediante secado por aspersión*. [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero Químico, Universidad de Cuenca]. http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/37648/1/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf

Contra el desperdicio de alimentos en el gran mercado mayorista de Lima (2022). *La Revista Agraria.*

https://agraria.pe/noticias/contra-el-desperdicio-de-alimentos-en-el-gran-mercado-mayori-29582#:~:text=En%20Lima%2C%20tan%20solo%20en,l%C3%B3gicas%20que%20motivan%20el%20descarte.&text=(Agraria.pe)%20El%20desperdicio,un%20problema%20de%20magnitudes%20alarmantes

El desperdicio alimentario: un problema económico, social y ambiental (2022). *The Conversation.*

https://theconversation.com/el-desperdicio-alimentario-un-problema-economico-social-y-ambiental-191890#:~:text=Las%20cifras%20actuales%20de%20desperdicio,grupos%20m%C3%A1s%20vulnerables%20y%20desfavorecidos

El enfoque principal de la sostenibilidad en la producción de bebidas: ahorro de recursos y energía (2020). *Revista Online del Envase, Empaque y Embalaje.* https://www.envapack.com/2020/12/el-enfoque-principal-de-la-sostenibilidad-en-la-produccion-de-bebidas-ahorro-de-recursos-y-energia/

Franco Cedeno, E. M. (2016). *El desperdicio de alimentos: una perspectiva desde los estudiantes de Administración de Empresas de la UPS- Guayaquil.* Retos, 6(11), 51. https://doi.org/10.17163/ret.n11.2016.04

García, G. (2020). *Jugos y néctares, ¿cuáles son sus diferencias?.* The food tech. https://thefoodtech.com/nutricion-y-salud/jugos-y-nectares-cuales-son-sus-diferencias/#:~:text=Jugos%20100%25%20natural,seguro%20y%20de%20alta%20calidad

Juan Eduardo, S. (2020). *Elaboración de compost mejorado a partir de la valorización de los residuos orgánicos generados en el mercado y parada municipal de la ciudad de Bagua.* [Grado Académico de Maestro en Ciencias con mención en Ingeniería Ambiental, UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO]. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8983/Su%c3%a1rez_Rivadeneira_Juan_Eduardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morante, M., Curo, K., Rengifo, J. y Villanueva, E. (2017). *Bebida instantánea en polvo de frutas liofilizadas.* [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Administración de empresas, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622071/Alvarez_mm.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Navarro Hurtado, T. (2019). *Optimización de los residuos orgánicos provenientes de los mercados de abastos para la mejora de las áreas verdes del municipio del distrito de Cañete.* [Para optar por el grado académico de maestro en gerencia pública, Universidad Continental]. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4910/1/INV_PG_MGP_TI_Navarro_Hurtado_2017.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO] (2023). *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2023*. *Urbanización, transformación de los sistemas agroalimentarios y dietas saludables a lo largo del continuo rural-urbano.* Roma: FAO.
https://doi.org/10.4060/cc3017es

Perrazo Gonzalez, E. (2019). *Plan de negocios para la elaboración de pulpa orgánica de fruta congelada de tomate de árbol.* [Trabajo de titulación para optar por el título de Magíster en administración de empresas mención en gerencia organizacional, Escuela de negocios]. https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/11832/1/UDLA-EC-TMAEGO-2019-17.pdf

Reyna, B. (2019). *Evaluación de las concentraciones del aguaymanto (Physalis peruviana) y stevia (Stevia rebaudiana) liofilizada en la aceptabilidad de una bebida instantánea.* [Tesis para obtener el título profesional de ingeniera agroindustrial,

Universidad nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2112/Jessica%20Reyna%20Chuquizuta.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rosas, J. (2020) Banco de Alimentos: así recauda 4 toneladas diarias de frutas y verduras y ayuda a 15 mil personas. *El Comercio.* https://elcomercio.pe/somos/historias/banco-de-alimentos-como-recauda-4-toneladas-diarias-de-frutas-y-verduras-del-gran-mercado-de-santa-anita-coronavirus-ayuda-social-noticia/?ref=ecr

Saidón, M. (2020). *Explicar la innovación en políticas públicas. Explicar la innovación en políticas públicas.* Teseo. https://doi.org/10.55778/ts877232462

Sandoval Galjuf, M. (2022). *Plan de negocios para implementar una empresa de producción y comercialización de bebidas espirituosas orgánicas.* [Trabajo de suficiencia profesional para optar por el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad de Lima]. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15770/Sandoval_Galjuf_Plan_de_negocios_bebidas_espirituosas_org%c3%a1nicas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Saucedo-Pompa, S., Martínez-Ávila, G. C. G., Rojas-Molina, R. y Sánchez-Alejo, E. J. (2018). *Natural Beverages and Sensory Quality Based on Phenolic Contents.*

Antioxidants in Foods and Its Applications. InTech. https://doi.org/10.5772/intechopen.74823