ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

"TOULOUSE LAUTREC"

EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS EN LAS TIENDAS DE CONVENIENCIA EN LIMA MODERNA

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en

Dirección y Diseño Publicitario

AUTOR:

CAROLINA DE JESUS PEREZ GOMEZ

https://orcid.org/0009-0000-7590-4993

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en

Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

YUDIHT SAMMY RAMIREZ MENDOZA

https://orcid.org/0009-0004-1561-1805

Asesor

ABEL PONTE SANTOS

https://orcid.org/0000-0001-8313-3180

Lima - Perú

2023

ENVIO 47

ENVIO 47

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:465196434

Fecha de entrega

7 jun 2025, 7:53 a.m. GMT+2

Fecha de descarga

7 jun 2025, 8:00 a.m. GMT+2

Nombre de archivo

YUDIHT SAMMY RAMIREZ MENDOZA - CAROLINA DE JESÚS PÉREZ GÓMEZ.pdf

Tamaño de archivo

3.4 MB

40 Páginas

7639 Palabras

41.157 Caracteres

15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

12% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
7% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación

1. Contextualización del problema…… 5

2. Justificación……..... 7

3. Reto de Innovación……... 10

4. Sustento teórico……...11

4.1 Estudios previos…….……11

4.2 Marco teórico…….....15

5. Beneficiarios…… 18

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……..……...24

6.5 Actividades clave……..... 24

6.6 Recursos clave…….……... 25

6.7 Aliados clave…….. 25

6.8 Fuentes de ingreso…….. 26

6.9 Presupuesto…….……..…….. 26

7. Resultados…….…..…….. 28

8. Conclusiones……..……... 29

9. Bibliografía……..…….. 30

10. Anexos…….……... 33

Resumen del Trabajo de Investigación

En Perú se pierden aproximadamente toneladas de alimentos a diario y tan solo en Lima Moderna, gran parte de estos alimentos son desperdiciados por los restaurantes, mercados minoristas, hogares y bodegas. Mientras, los índices de desnutrición y anemia siguen incrementando en poblaciones donde no tienen recursos ni acceso a una alimentación saludable. Por ello, está presente investigación, tiene dos enfoques principales: reducir los desperdicios de alimentos provenientes de las tiendas de conveniencia; creando estrategias para la venta rápida de los productos que fueron separados por diferentes factores: cambio de etiquetado y empaque, sobre stock de productos, almacenamiento inadecuado en la cadena de frío o aquellos que se encuentran próximos a caducar. E incentivar las donaciones para personas de bajos recursos. El proyecto de innovación "Rótala" es una empresa generada para promover la venta de los productos de alimentos que se encuentran próximos a caducar de las tiendas de conveniencia y fomentar la donación monetaria por parte de los usuarios, para la compra de productos alimenticios próximos a vencer, todo ello a través de su catálogo virtual compartido por WhatsApp Business. De este modo, poder contribuir a reducir el desperdicio de alimentos provenientes de este sector y aminorar la inseguridad alimentaria a nivel intermedio y grave que atraviesa actualmente nuestro país.

Palabras clave: Desperdicios de alimentos, inseguridad alimentaria, donaciones, tiendas de conveniencia.

1. Contextualización del Problema

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), menciona que en el país se desperdician toneladas de alimentos de consumo humano. Esto equivale a 1.300 millones de toneladas de alimentos desperdiciados cada año.

En América Latina y el Caribe, se desperdicia el 11,6% de los alimentos, desde el inicio de la recolección hasta la comercialización. Esto equivale al año a 220 millones de toneladas de productos alimenticios con un valor económico de 150.000 millones de dólares. (Bélanger & Pilling, 2019).

Se sabe que en el Perú, anualmente se llega a desperdiciar 12,8 millones de toneladas de alimentos, llegando a ser una cifra alarmante, considerando la falta de alimentos en sectores menos favorecidos de la población, teniendo en cuenta que, según el BAP, alrededor de 2.8 millones de personas no cuentan con comida suficiente.

En consecuencia, en el Perú los niños menores de 5 años sufren de anemia y desnutrición crónica. Mientras gran cantidad de alimentos son desechados por las diferentes cadenas de restaurantes, tiendas y supermercados. El desperdicio de alimentos anual se calcula en 8,8%. (INEI 2020).

La función de El Banco de Alimentos es poder recoger los residuos de alimento y así entregarlos a personas de bajos recursos, es por ello que en el 2019, se pudieron reunir 3.600 toneladas de alimentos y así beneficiar a los sectores vulnerables del Perú . Además la coordinadora de proyectos del BAP, menciona que la organización suele recibir los alimentos mediante las donaciones de diferentes empresas aliadas, luego de ello, realizan las coordinaciones para la entrega de estos productos a las entidades benéficas. Actualmente,

benefician a 243 organizaciones sociales. (*Rev Esp Nutr Comunitaria*)

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA 2021). Menciona que a nivel mundial se llega a desechar el 17 % de los alimentos, mientras miles de niños sufren de anemia, por falta de acceso a una alimentación saludable.

Por este motivo, la organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAO 2019). Menciona que las causas de la pérdida de alimentos en las cadenas de supermercados, se relaciona con varios factores entre ellos, que los productos suelen tener una fecha de caducidad cercana, cumpliendo con las normas establecidas en dicho sector. Por tal razón, la gran cantidad de desechos alimenticios por parte de los clientes, es debido a una mala planificación al momento de comprar ciertas comidas, la confusión en las etiquetas de los empaques y un mal almacenamiento en casa.

Por esa razón, el proyecto se basa en poder promover la compra de alimentos cercanos a la fecha de caducidad o que son desechados por otras razones y a la vez poder fomentar la acción de donar a conciencia en estas tiendas de conveniencia en Lima Moderna. Con el fin de poder beneficiar a personas que realmente lo necesitan. Puesto que, estos alimentos diariamente son descartados por estas tiendas y por parte de los consumidores que tienen una mala planificación o compra irresponsable.

2. Justificación de la Investigación

La presente investigación está enfocada en el desperdicio de alimentos en tiendas de conveniencia en Lima Moderna; gracias a un aplicativo de mensajería instantánea WhatsApp Business, que contará con un catálogo virtual de productos próximos a vencer, de esta manera se podrá beneficiar tanto al consumidor como a los dueños de estas tiendas. Además, fomentar la donación monetaria por parte de los usuarios, para la compra de productos alimenticios próximos a vencer dentro de las tiendas, con el fin de que estas tampoco pierdan su inversión.

2.1 Justificación Social

Se sabe que en el Perú, hay diversas razones por las cuales existe el desperdicio de alimentos, ya sea por una mala planificación o por una compra desmedida por parte del consumidor, debido a que, en su mayoría, las personas no se fijan en las fechas de vencimiento y como consecuencia, pasa el tiempo, el alimento llega a caducar y pasa a ser desechado sin antes haberse consumido. Además, muchas de las tiendas de conveniencia no llegan a vender todos los productos que tienen stock y al tener la fecha de caducidad cercana, lo único que hacen es separarlo del mostrador y guardarlo para luego desecharlo. En ese caso, lo que se quiere lograr, es poder incrementar la venta de los productos próximos a vencer y, en el transcurso de ello, fomentar la acción de donar a conciencia por parte de las tiendas de conveniencia y los consumidores, en el marco de Lima Moderna.

2.2 Justificación práctica

El trabajo de investigación se basa en la creación de un servicio, el cual permitirá aumentar e impulsar la venta de los productos alimenticios próximos a vencer o que tengan algún tipo de desperfecto, que sea perjudicial al momento de la venta en las tiendas de conveniencia,

así mismo, se busca incentivar y concientizar tanto a las tiendas y consumidores, la acción de donar los alimentos a personas de bajos recursos.

La empresa Rótala es un servicio que se presta mediante WhatsApp Business-Mensajería instantánea, el cual funciona en iOS y Android. A través del catálogo virtual se podrá facilitar las ventas de los productos próximos a vencer e incentivar las donaciones de alimentos provenientes de las tiendas de conveniencia. De esta manera, poder disminuir en un porcentaje los desperdicios de alimentos provenientes de este sector. Además, contará con productos a precios reducidos, cupones de descuentos, entre otros, así mismo, se brindará el servicio de delivery cercano a la localidad, manteniendo un rango límite de 2 kilómetros a la redonda y con un costo máximo de 2 soles por el servicio, con el fin de que estos sean más rápidos, efectivos y contribuyan con la sostenibilidad. Para facilitar la compra de los productos, se dispondrá de diferentes métodos de pago, tales como: billeteras digitales, transferencias y efectivo.

2.3 Justificación Metodológica:

En la investigación se ha utilizado herramientas del Toulouse Thinking, las cuales facilitaron poder investigar insights, idear conceptos, desarrollar prototipos que han sido validados mediante talleres generativos con la ayuda de la co-creación de los usuarios, para así poder transferir todo lo investigado en una solución viable y factible.

A continuación el detalle de las herramientas:

- Lienzo del problema: herramienta que ayuda a comprender y definir el problema que se desea resolver antes de comenzar a idear soluciones.

  Nos permite también en esta etapa, realizar una búsqueda profunda y seleccionar información sobre las principales razones del desperdicio de alimentos y el impacto

ambiental de manera global, generado por el problema planteado en la presente investigación.

- Arquetipos: Se utiliza para poder conocer los pensamientos y actitudes de los usuarios. Sobre esta problemática, se busca concientizar tanto a los clientes como a los dueños de las tiendas de conveniencia. Uno de los métodos a utilizar serán las activaciones dentro de las tiendas (juego lúdicos, sorteos, degustación de productos), además, las charlas informativas que se efectuarán a los dueños y clientes, para así poder generar conciencia sobre el desperdicio de alimentos y la importancia de poder donarlos a personas que más lo necesitan.

- Propuesta de valor: Esta herramienta ayudó a poder enlistar las funcionalidades o algunos aspectos relevantes, con esto, se mejora el posicionamiento del servicio a ofrecer y así generar engagement en el usuario. Además, la propuesta de valor ayudará a comprender mejor las necesidades de los usuarios, es decir, los dueños y clientes de las tiendas de conveniencia y sobre todo, cómo poder incentivar a una compra más responsable de alimentos y dejar de desperdiciar los alimentos donando parte de ellos.

Mediante lo investigado, y aplicando estas herramientas en el proyecto, se creará la empresa Rótala para prestar el servicio de facilitar la venta de productos de alimentos próximos a vencer de las tiendas de conveniencia en Lima Moderna, beneficiando a la vez a personas de bajos recursos por medio de donaciones.

1. Reto de innovación

3.1. Pregunta General

¿De qué manera se podría facilitar la venta de los productos antes de que se desperdicien y fomentar la acción de donar a conciencia en las tiendas de conveniencia en Lima Moderna?

Preguntas Específicas:

- Pregunta específica 1:

¿De qué manera se podría reducir el desperdicio de alimentos en las tiendas de conveniencia en Lima Moderna?

- Pregunta específica 2:

¿Cómo se podría educar a las empresas y clientes para reducir el desperdicio de alimentos en las tiendas de conveniencia en Lima Moderna?

- Pregunta específica 3:

¿De qué manera se podría promover la acción de donar en las tiendas de conveniencia en Lima Moderna?

3.2. Objetivo General

Diseñar un servicio que facilite la venta de productos antes de que se desperdicien y fomentar la acción de donar a conciencia en las tiendas de conveniencia en Lima Moderna.

Objetivos Específicos:

- Objetivo específico 1:

Identificar si la creación de la empresa Rótala ayudará a reducir el desperdicio de alimentos en las tiendas de conveniencia en Lima Moderna.

- Objetivo específico 2:

Proponer campañas de concientización dirigidas a usuarios, clientes y dueños de

las tiendas de conveniencia en Lima Moderna.

- Objetivo específico 3:

Validar si la creación del servicio que brindará la empresa Rótala es viable y factible, para incentivar la acción de donar a los clientes que realicen la compra de sus productos por este medio. Además, de los dueños de estas tiendas de conveniencia en Lima Moderna.

4. Sustento Teórico

4.1 Estudios Previos

Según Carmín Magallanes, S. A.y Quispe Aquise, C. W. (2021), se llegó a la conclusión que la gran parte de alimentos que se arrojan en la basura de nuestros hogares, pueden ser salvados, por el hecho de que las personas toman la decisión de botarlo, ya sea porque ya no lo desean o porque no lo ven en su mejor estado, en lugar de proporcionar otras soluciones. Por otro lado, es fundamental reducir los desechos de alimentos que generan un alto impacto en el medio ambiente y contenido nutritivo que se encuentren en la fase de producción, ya que de esta manera se puede minimizar el impacto en la seguridad alimentaria y en el ecosistema. Así mismo, los resultados obtenidos demuestran que el Perú tiene 53% en pérdida de alimentos, desde la etapa de la cosecha, deficiencias en la infraestructura, no hay un adecuado manejo en la cadena de frío, uso de tecnología obsoleta e inadecuada, falta de de caminos en buen estado. Asimismo los consumidores desechan un promedio de 67.3 kg de alimentos al año. Para finalizar se debe mencionar que la utilidad de este estudio, es explorar nuevas alternativas para reducir el desperdicio de alimentos y así poder reutilizarlos. Cabe recalcar que este cambio serviría para modificar el modelo tradicional donde un producto, se extrae, se consume y desecha (la economía lineal) a un modelo sostenible de menor impacto ambiental (economía circular).

Según Casimiro Rodriguez, E. J. y Delgado Chavarry, G. F. (2020), señalan que su objetivo de estudio es el poder identificar las rutinas y características socio demográficas que se relacionan con el comportamiento de los desperdicios de alimentos en los hogares de Lima Metropolitana. Por esta razón, se llegó a la conclusión de que todas las rutinas para la compra de alimentos, cocinar los alimentos y la reutilización de sobras de alimentos fueron aprobados como determinantes sobre el desperdicio de alimentos en el hogar. Además, los hogares de 1 sola persona, producen menos desperdicios, según la muestra estudiada. La identificación de las rutinas que los consumidores realizan diariamente es un factor clave para comprender el porqué del desperdicio de alimentos y cómo esto puede ser un gran aporte para el proyecto de investigación para así obtener el grado de Bachiller .Por consiguiente, el resultado más significativo de este trabajo es implementar la comunicación con los consumidores, para que sepan cuántos insumos deben utilizar para una cocina más exacta para los miembros del hogar y así, evitar desperdiciar la comida sobrante. Además, se ha determinado en una muestra que la cantidad de miembros del hogar demuestra gran importancia con respecto a la cantidad que se desecha de alimentos. Se evidencia que la investigación mostrada guarda relación con el presente estudio. Ya que, demuestra cómo es la serie de pasos que los usuarios siguen para poder planificar mejor la compra y uso de los alimentos. También, el almacenamiento de estos alimentos para extender su duración, transformación de sobras y las ofertas al consumidor por volumen. Esta tesis, es de gran utilidad para tener una mejor visión sobre lo que es el desperdicio de alimentos en Lima Moderna.

Según Gómez, J. et al. (2020). En su tesis “Implementación de un banco de alimentos a partir de las mermas obtenidas de pan y abarrotes de hipermercados Tottus en la ciudad de

Arequipa". Menciona que la solución fue dar ayuda benéfica de alimentos a entidades que lo requieran, mediante la mercadería de los productos restantes, las mermas, defectuosos en empaques, próximos a vencer, entre otros. El beneficio que obtiene el supermercado, al realizar donaciones, es la reducción del impuesto a la renta y el fortalecimiento de la marca frente a la comunidad. Por otro lado, el resultado más significativo de este trabajo fue la cantidad de mermas y productos que fueron determinados a donarse en hogares benéficos y asilo, donde se atienden alrededor de 420 personas. También, se definió colocar un Bando de Alimentos dentro de un supermercado de la zona. Por ello, la investigación mencionada guarda relación con el presente estudio. Debido a que. nos muestra que si es viable y factible las donaciones por parte de supermercados, y que dicha iniciativa también puede efectuarse de alguna forma en minimarkets o tiendas. Finalmente esta tesis es de gran importancia para el presente trabajo de investigación, porque permite tener una visión aterrizada sobre la cooperación tanto de las empresas como la comunidad, y sobre todo a reducir el desperdicio de alimentos mediante la donación.

Según Jurado, E (2023). En su investigación "Factores socioculturales del consumo en la generación de desperdicios de alimentos". Menciona, que en el Perú los principales cambios socioculturales ligados al consumo son debido a la alta preferencia de los consumidores por los productos semi elaborados y precocinados, ya que buscan tener de manera inmediata los productos para su consumo. En la investigación, se recomienda desarrollar programas de sensibilización, con el objetivo de corregir los hábitos de compra y reducir los desperdicios de alimentos provenientes del consumidor. También se busca incentivar el consumo sostenible de alimentos nutritivos con precios accesibles a todas las personas. Por otro lado, la utilidad de esta investigación nos permite observar los altos porcentajes expuestos, sobre la pérdida y desperdicios de alimentos provenientes de varios sectores y analizar los factores principales que llevan a desechar alimentos óptimos para el consumo, mientras hay poblaciones vulnerables que

cada día sufren de hambre en el Perú. Finalmente, el vínculo de este estudio con el proyecto de investigación es esencial, ya que nos permite adquirir información relevante para reforzar la problemática.

Según Kamichi Miyashiro, M. (2023). Es su investigación "Descripción del funcionamiento del Banco de Alimentos Perú". Comenta que en el Perú, muchos alimentos son desechados a pesar de estar en perfecto estado, algunos productos son retirados por motivos de cercanía a su fecha de vencimiento y errores de envase. El Banco de Alimentos del Perú tiene como meta recuperar la mayor cantidad de estos alimentos y distribuirlos a las poblaciones vulnerables. Por ello, ha creado diferentes alianzas con diversas empresas, supermercados, mercados mayoristas, empresas agro exportadoras, campos de cosechas, etc. Cuenta con 96 empresas donantes, y utiliza 3 canales para recibir las diferentes donaciones: la página web, convenios con empresas nacionales o extranjeras, y campañas específicas. Por otro lado, en la presente investigación se llegó a identificar los aspectos destacables del área de gerencia social, ya que realizan de manera eficiente sus diferentes funciones como: la recepción y entrega rápida de las donaciones (considerando que los productos de alimentos están próximos a vencer), el seguimiento de las donaciones entregadas, la entrega de certificados y la publicación en agradecimientos a los donantes a través de sus redes sociales. Por ello, la utilidad de esta investigación nos permite identificar a una organización, que no solo se preocupa por la pérdida y desperdicios de alimentos sino también, por reducir el hambre, en un país con altas cifras de desnutrición. Finalmente, el vínculo con el actual proyecto de investigación es importante, ya que también se quiere abordar ambos temas expuestos.

Según Alvarez, A. (2021) En su tesis "Diseño de aplicativo móvil para reducir el desperdicio alimentario en hogares de Lima Metropolitana y contrarrestar el incremento del índice de inseguridad alimentaria". Menciona que la solución fue crear un aplicativo móvil para

los consumidores, restaurantes y ONG'S. El cual, tiene como función poder informar y brindar un plato solidario a familias del Perú. Además, para reducir la inseguridad alimentaria se tiene el respaldo de diversas ONG'S que trabajan para poder reducir el porcentaje de desperdicios de alimentos y a la vez contribuir con la sociedad. Se espera que el aplicativo móvil genere un gran impacto en los usuarios que lo utilicen. Puesto que, cuando se analizó al público objetivo, se llegó a la conclusión que el uso de las redes y tecnología sería un gran medio para poder dar a conocer la problemática. Además, el diseño realizado para el aplicativo ayudó a dar a conocer el concepto y con ello, cumplir con el objetivo principal de la investigación. Por otro lado, la utilidad de esta investigación es que la solución a la problemática es la creación de una app, la cual trata de resolver dos puntos importantes que abarcan el desperdicio de alimentos. Finalmente la investigación presente es un referente de posible solución a la problemática planteada.

4.2 Marco Teórico

En el presente estudio se han utilizado herramientas de investigación que ha permitido poder conocer más a detalle la problemática. La data a continuación, se obtuvo gracias a la herramienta cualitativa, como las encuestas, entrevistas y talleres generativos.

La recopilación de información se ha logrado mediante datos encontrados, importantes y de gran relevancia con el tema y problemática, además de las principales variables de investigación. Luego de un análisis de diferentes herramientas investigadas, se consideró dar a conocer los siguientes conceptos, con la finalidad de facilitar la comprensión del lector y crear el contexto sobre el estudio, por ello, mencionaremos los siguientes términos:

1. Desperdicio de alimentos y el impacto ambiental: En diversas fuentes bibliográficas se estima que en Lima Metropolitana se desechan toneladas de alimentos cada año. Según el Ministerio del Ambiente del Perú, en el año 2019 se perdieron alrededor de 8.6 millones

de toneladas de alimentos en el país, y Lima Metropolitana es uno de los principales focos de este desperdicio. Debemos tomar en cuenta, que para la etapa de producción de alimentos se necesita varios recursos como: agua, tierra, energía y fertilizantes. Al desperdiciar alimentos, también se están desaprovechando estos recursos. Por otro lado, los alimentos descompuestos que terminan en los botaderos emiten gases de efecto invernadero más potentes que el CO2.

2. Rutinas alimenticias en el hogar y el desperdicio de alimentos: Se sabe que las rutinas de la compra de alimentos, cocinar y reutilizar el exceso de los productos de alimentos, es importante para contribuir a reducir los desechos de alimentos en el hogar. Además, se sabe que los hogares conformados por una sola persona, suelen tener menos desperdicios, según la muestra estudiada.

3. Línea de negocio para donar alimentos que no cuentan con rotación: Gran cantidad de supermercados generan pérdidas debido al excedente de alimentos que tratan de vender, cuando incluso muchos de esos alimentos están en estado óptimo para su consumo. Es por ello, que hay una necesidad de crear proyectos que beneficien a las personas que no tienen una seguridad alimentaria, generando iniciativas a través de las donaciones de la merma de los productos alimenticios de las diversas empresas, entregándose a entidades benéficas a favor de la comunidad, a su vez, reduciendo el impuesto a la renta que generan las pérdidas de los productos que no fueron vendidos.

4. Factores socioculturales en el consumo y desperdicios de alimentos: En Perú el desperdicio de alimentos en mayor cantidad se produce en hogares, restaurantes y mercados. Según el INEI, la pobreza monetaria en Lima Metropolitana afectó en un 14.2% a 27.5%, generando índices de desnutrición en las poblaciones más vulnerables.

Por lo tanto, la inseguridad alimentaria es un problema actual que afecta gran parte de nuestro país, debido a varios factores socioculturales como: los hábitos del consumidor, el cambio en la valoración de alimentos, alza de precios y la compra excesiva.

5. Funcionamiento del Banco de Alimentos Perú: A raíz de la gran cantidad de desperdicio de alimentos en el país, surge en el 2014 el Banco de Alimentos Perú, que tiene como meta recuperar la mayor cantidad de alimentos y distribuirlos a los sectores vulnerables. Cuenta con 96 empresas donantes (supermercados, mercados mayoristas, etc.) 30 trabajadores y alrededor de 100 voluntarios que se desempeñan en diferentes áreas. Por otro lado, hay que destacar el trabajo del área de gerencia social, encargada de realizar, la evaluación, recepción, seguimiento, entrega de certificados y la publicación en agradecimientos a los donantes, a través de sus redes sociales.

6. La inseguridad alimentaria: El Perú se encuentra en inseguridad alimentaria de nivel intermedio y grave, niños menores de cuatro años, sufren desnutrición crónica y anemia. A todo ello, se suma la problemática del desperdicio de alimentos. La creación de un aplicativo móvil, para los consumidores, restaurantes y ONG, que permita rescatar alimentos que fueron desechados y a través de la app puedan ser donados a personas de bajos recursos, es un buen inicio para contribuir a la reducción de ambas problemáticas

5. Beneficiarios

5.1 Arquetipo del cliente

Como dueño de la tienda de conveniencia, se eligió a Sofía, de 42 años de edad, no tiene hijos. Decidió emprender y abrir su propio minimarket. Tiene desarrollada la vocación de servicio, le importa atender bien a sus clientes para que siempre vuelvan. A nivel profesional, Sofía es profesora de educación inicial, lo cual le ha permitido tener mucha creatividad para su

negocio, ya que siempre busca nuevas formas de atraer a nuevos clientes de la zona, en muchos casos, realiza pequeños eventos entre los vecinos, en el cual, promueven los nuevos productos que estarán disponibles en su tienda, también productos que están demorando en venderse. A su vez, participa mucho en actividades donde fomentan la ayuda a personas de bajos recursos, donando alimentos y ropa.

En el segundo caso, Sandra de 27 años es cliente frecuente de las tiendas de conveniencia. Es soltera y vive en un mini departamento junto con una amiga. Trabaja para un banco, es por ello, que la mayoría del tiempo la pasa fuera de casa. Le gusta salir los fines de semana a relajarse, olvidarse del trabajo y disfrutar con sus amigos en diferentes actividades, como paseos, ayuda social, cine, entre otros. Suele ir a comprar seguido a las tiendas de conveniencia cercanas a su casa, ya que no tiene tiempo para dirigirse a los supermercados porque se encuentran algo lejos de donde vive. Al ser una persona independiente, maneja su propio dinero y siempre busca la forma de ahorrar, es por ello, que trata de comprar siempre lo necesario y no desperdiciar los alimentos.

5.2 Mapa de Actores

5.2.2 Dueños de las Tiendas de Conveniencia

Son personas que decidieron dedicarse al negocio de venta de productos alimenticios y abrir su propio minimarket. Hay ocasiones en las que tienen sobre stock de productos o simplemente hay meses en donde las ventas están bajas, y como hay alimentos que tienen fecha de vencimiento cercanas, les duele tener que botarlos, ya que no se pudieron vender.

Algunos dueños de las tiendas de conveniencia pueden no estar completamente conscientes de la magnitud o de las consecuencias ambientales y económicas asociadas que trae el desperdicio de alimentos; pero si hay otro porcentaje de dueño que les gustaría unirse con otras tiendas de la localidad, y promover acciones para no desperdiciar alimentos, y fomentar la acción de donar. Por otro lado, también les gustaría poder exhibir sus productos antes de que se echen a perder, para que no pierdan esa inversión, creando ofertas, promociones que puedan comprar los vecinos y al no venderse, que se puedan donar estos alimentos, junto con la participación de los vecinos.

5.2.3 Trabajadores de las Tiendas de Conveniencia

En un entorno minorista, especialmente en las tiendas de conveniencia con un alto volumen de clientes, los trabajadores pueden enfrentar presiones de tiempo significativas. En situaciones de prisa, podrían pasar por alto la verificación de fechas de vencimiento o la adecuada disposición de productos próximos a caducar. Si la cultura dentro de la tienda de conveniencia no enfatiza cuán importante es reducir el desperdicio de alimentos y no promueve prácticas sostenibles, los empleados pueden no ver la necesidad de tomar medidas proactivas para abordar este problema, y peor aún, si los dueños son los que los mandan a desechar los alimentos próximos a vencer, es posible que no tengan la intención/motivación de hacer un alto a esta problemática.

5.2.3 Clientes / Consumidores

Algunos clientes pueden realizar compras impulsivas sin una planificación adecuada, lo que puede resultar en la compra de más alimentos de los que realmente necesitan. Estos productos adicionales pueden terminar caducando antes de ser consumidos. La falta de educación sobre este tema podría llevar a un comportamiento irresponsable al comprar y desechar alimentos.

Muchos clientes también suelen ser atraídos por ofertas especiales o descuentos, comprando productos en exceso solo porque están a buen precio. Según informes, existe un porcentaje de clientes que si les gustaría un cambio para esta problemática, es por ello que a ellos les molesta que no haya mayor información sobre campañas de prevención o campañas para fomentar la acción de donar estos productos, en lugar de que acaben en la basura.

5.2.4 Recolectores de Basura

Si los recolectores de basura no reciben capacitación o información sobre cómo evitar el desperdicio de alimentos, podrían desechar productos que aún son comestibles o que podrían ser donados. Se tiene conocimiento de que varias tiendas de conveniencia por políticas internas, impiden a los recolectores de basura recuperar alimentos que podrían estar cerca de su fecha de vencimiento, pero que aún son seguros para el consumo. Esta política lo que estaría ocasionando es que más productos sean desechados, en lugar de darle una mejor vida.

5.2.5 Personas que serán beneficiadas

Estas personas son las más perjudicadas por el desperdicio de alimentos, ya que enfrentan desafíos económicos que limitan su acceso a una dieta adecuada. El desperdicio de alimentos disminuye la disponibilidad de alimentos donados y distribuidos a través de estos programas, afectando directamente a aquellos que dependen de ellos para satisfacer sus necesidades básicas. La falta de alimentos asequibles y nutritivos puede afectar la salud y la productividad de las personas de bajos recursos. Los problemas de salud relacionados con la malnutrición pueden generar costos adicionales en términos de atención médica, lo que a su vez agrava la carga

financiera. Es por ello que, la comunidad debería realizar un plan de acción para contrarrestar el desperdicio de alimentos y así mejorar la seguridad alimentaria para todos.

5.3 Beneficiarios

5.3.1 Directos

La presente investigación se enfoca en dos arquetipos principales que serán parte de los beneficiarios directos del estudio. Por otro lado, se concluye que existen otro tipo de arquetipos que pertenecen a los beneficiarios indirectos y que de igual manera, son parte importante de la investigación actual.

La proximidad de los clientes a las tiendas de conveniencia propicia un consumo regular de productos y alimentos. Asimismo, al tener estas tiendas a poca distancia de sus hogares, logran economizar al evitar gastos adicionales en desplazamientos, encontrando siempre los artículos necesarios de manera conveniente en estos establecimientos.

Los dueños de las tiendas de conveniencia, son personas que tienen a su cargo el dirigir un establecimiento de venta de consumo masivo pero con precios mucho más accesibles para el público y la mayoría está ubicada en puntos estratégicos cerca al consumidor local.

5.3.2 Indirectos

Personas de bajos recursos, que serán los que recibirán donativos de alimentos por parte de los consumidores y en ocasiones por los dueños de las tiendas de conveniencia. Estos alimentos donados, serán entregados por la empresa Rótala.

Recolectores de basura, están capacitados por los municipios para poder recoger los desperdicios desechados en bolsas de la zona que les corresponde pasar. Y en ocasiones, han

manifestado encontrar productos y alimentos que aún no cumplían su ciclo de caducidad. Pero, al no saber que hacer, simplemente eran mezclados junto con la demás basura.

Distribuidora de productos para tiendas, son proveedores mayoristas encargados de abastecer ciertos productos de primera necesidad para el consumo masivo. Por lo tanto, llevan un control que les permite calcular un tiempo aproximado para volver a enviar más stock a las tiendas de conveniencia.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

Brindar un servicio que permita la venta de productos y alimentos próximos a vencer de las tiendas de conveniencia de Lima Moderna. El cual, mediante catálogos virtuales anunciará los precios accesibles de estos alimentos a los clientes que se unan a esta red.Además, contará con actualizaciones de productos por las historias del canal de WhatsApp Business de la empresa Rótala. También, fomentará la donación monetaria por parte de los usuarios, para la compra de productos alimenticios próximos a vencer dentro de las tiendas, con el fin de que éstas tampoco pierdan su inversión.

6.2. Segmento de clientes

Estos se dividen en dos tipos:

6.2.1 Por un lado, está conformado por los clientes y dueños de tiendas de conveniencia en Lima Moderna con un nivel socioeconómico A y B. En primer lugar, los clientes son los máximos consumidores de los productos en las tiendas de conveniencia situados en sus distritos. Por lo cual, se vuelven clientes frecuentes (fidelización) porque aceptan que la mayoría de productos y alimentos que venden estas tiendas, son más accesibles en precios también surtidos.

En segundo lugar, los dueños de las tiendas de conveniencia están a cargo de cadenas o local propio donde la mayoría de los productos están organizados por secciones. En ocasiones, sus tiendas no logran vender todos los productos y alimentos en las fechas acordadas y por ello, deben de ser sacados del stock y volver a colocar nuevos productos con la finalidad de ser vendidos en un corto tiempo.

6.2.2 Por otro lado, se encuentran los beneficiarios (personas de bajos recursos) que no cuentan con el poder adquisitivo necesario para poder comprar los alimentos básicos. Por ello, algunos suelen vender ciertos productos a un mínimo precio para así poder costear sus alimentos del día a día.

6.3. Canales

La propuesta que se plantea es la creación de un catálogo por WhatsApp Business, que permitirá colocar imágenes de los productos, descripciones para colocar el estado en el que se encuentra, cantidad que se tiene en stock, peso y precio. La empresa Rótala atenderá todos los días, de nueve de la mañana hasta diez de la noche, y también se considerarán estados con promociones flash. Se utilizará este medio, ya que es más interactivo, rápido y sobre todo permitirá tener una comunicación directa con los clientes, para así también comentarles que se aceptan donaciones de dinero para regalar productos de alimentos semanalmente, a las entidades benéficas cercanas a la localidad. Por otro lado, para captar a más clientes, también se usarán otras redes sociales, como Instagram, Facebook y TikTok, para informarles sobre la problemática y la solución que se está realizando.

6.4. Relación con los clientes

Con los dueños de tiendas de conveniencia, es buscar un trato directo para brindarles

información detallada de la propuesta, con el objetivo que sean participen y reduzcan en gran parte la merma de sus productos de alimentos. Por otro lado, con los clientes y/o consumidores, se busca brindarles un servicio de calidad, accesible a su localidad, con precios por debajo del mercado, descuentos y de fácil usabilidad. Asimismo, con las personas beneficiarias se busca una comunicación clara y empática, para que de esta manera sientan que aún existen personas solidarias dispuestas a apoyar mediante las donaciones.

6.5. Actividades clave

Primero creación de la Empresa Rótala, encargada de la venta de productos de alimentos próximos a caducar de las tiendas de conveniencia e incentivar a los clientes y/o consumidores a hacer donativos en efectivo para la compra de productos de alimentos para las entidades benéficas.

Segundo crear una base de datos en Google drive, de todas las tiendas de conveniencia afiliadas a la Empresa Rótala, donde se detalla información importante de cada tienda (nombre, celular del dueño, correo, dirección, productos próximos a caducar y precios de venta).

Por último, generar estrategias de marketing que permitan posicionar a la Empresa Rótala en el mercado, llegar de manera eficiente al público objetivo y buscar más tiendas de conveniencia que estén interesadas en afiliarse. Además de dar a conocer la venta de los productos de alimentos, a través de promociones y descuentos en las redes sociales.

6.6. Recursos clave:

Se trabajará con un publicista y mercadólogo que permita el estudio de mercado y el planteamiento estratégico para el lanzamiento de Rótala. También se trabajará con un diseñador, que realizará toda la parte creativa y gráfica que se colocará en el catálogo y estados de WhatsApp. Los recursos tecnológicos que se utilizarán serán laptops, celulares e internet, que

son necesarios para una mejor y rápida comunicación con los clientes.

6.7. Aliados claves:

Rótala buscará establecer alianzas estratégicas con tiendas de conveniencia e instituciones benéficas para poder parar con esta problemática.

Se llevarán a cabo alianzas con:

1. **Minimarkets (Tiendas de conveniencia):** Proporcionarán sus productos que estén próximos a vencer, con un precio rebajado, para que la empresa Rótala lo pueda vender a sus clientes por medio del catálogo de WhatsApp.

2. **Instituciones benéficas:** Con la colaboración de los clientes se brindará productos de alimentos a familias de bajos recursos, y los dueños de las tiendas de conveniencia también serán partícipes de esta acción, realizando donativos.

6.8. Fuentes de ingresos:

Rótala es una empresa peruana que está a favor de disminuir el desperdicio de alimentos en las tiendas de conveniencia en Lima Moderna; es por ello, que mediante un catálogo de WhatsApp venderá los productos que están a semanas/días de vencer, a precios de promoción, para que así estos no sean botados al tacho de basura. Algunas de las principales formas en que se obtendrán los ingresos son:

1. **Membresía:** Se ofrecerán membresías a las tiendas de conveniencia a cincuenta nuevos

soles. Los beneficios que obtendrán los dueños, es que no tendrán pérdidas de dinero, al contrario, sus productos que pensaban desechar serán vendidos y no tendrán sus cuentas en rojo.

2. **Delivery:** Se brindará la opción de enviar los productos a toda Lima Moderna con un precio único de dos soles. De este modo los productos llegarán de manera segura y en buen estado.

6.9. Presupuestos

1. Gastos Iniciales:

- **Celular Móvil:** Se realizará esta inversión, ya que es una herramienta tecnológica que permitirá responder a los clientes, ya sea por mensajes de WhatsApp o llamadas y sobre todo con el celular permitirá subir toda la información a nuestro catálogo.

- **Laptop:** Se invertirá en la compra de una laptop para poder realizar la creación de una base de datos y también toda la parte gráfica de la propuesta.

2. Costos Operativos Mensuales:

- **Sueldo del Diseñador:** Salario fijo para la persona que hará toda la parte gráfica y creativa del catálogo de WhatsApp, y el diseño del packaging.

- **Sueldo del Community Manager:** Salario fijo para la persona encargada de hacer las grillas de contenidos y atender a los pedidos de los clientes.

- **Costo de la publicidad semanal en RRSS:** Se realizará pautas publicitarias en redes sociales, para poder promocionar nuestros servicios.

- **Packaging:** Bolsas personalizadas de la empresa, para enviar los productos que los usuarios compren.

- **Telefonía Móvil:** Plan para que los celulares tengan internet y línea para hacer y recibir llamadas.

- **Sueldo del personal de Delivery:** Salario fijo para dos repartidores de delivery, con un sueldo de mil doscientos soles.

3. Ingresos Estimados:

- **Membresía para las tiendas de conveniencia:** Se les cobrará cincuenta nuevos soles, a los dueños de las tiendas de conveniencia para que nuestra empresa se encargue de vender todos los productos que estén próximos a caducar.
- **Tarifario de Delivery:** Contará con un tarifario fijo, que será de dos nuevos soles, siempre y cuando sea a un máximo de dos kilómetros a la redonda, para todos los distritos de Lima Moderna.

7. Resultados

Se logró satisfactoriamente validar y cumplir con el reto de innovación, nuestra problemática de investigación: “El desperdicio de alimentos en las tiendas de conveniencia en Lima Moderna”, sugiere una solución viable en la que toda la comunidad pueda aportar frente a un asunto que concierne a todos.

Si bien es cierto, ya existen en el mercado aplicaciones móviles, páginas web, entre otros, que buscan la reducción del desperdicio de alimentos, sin embargo, estas soluciones se enfocan

netamente en tiendas de grandes y reconocidas marcas, es por ello que, el objetivo de esta investigación es poder aportar facilidades a las pequeñas y medianas tiendas en la rotación de sus productos. Además, consideramos utilizar el aplicativo WhatsApp Business para nuestra solución, debido a que, estimamos que tiene mayor alcance en los consumidores, pues es una aplicación reconocida, que la mayoría de los usuarios ya tienen instalado en su dispositivo móvil, así no tendrían que descargar una aplicación adicional y contar con Rótala para sus compras. Contando con este canal de solución, aumentamos la relevancia de nuestro servicio y fidelización con nuestros clientes. También, como punto importante en este proyecto, fue idear una solución sostenible, es por ello que manejamos el servicio de delivery en un rango máximo de dos kilómetros de distancia, optimizando así la rapidez de la entrega de los productos.

El cumplimiento de este reto de innovación, se constató en los dos talleres vivenciales que manejamos, taller generativo para aterrizar las ideas y co-crear soluciones junto con los participantes, y taller de validación donde damos la solución final de la problemática, en ésta última, todos los usuarios estuvieron conformes con el uso y el fácil manejo para la experiencia de compra de los productos alimenticios. Así mismo, obtuvimos una buena aceptación por parte de los dueños de las tiendas de conveniencia y los consumidores, sobre la concientización de donar, ya que tomamos en cuenta muchos factores que pueden desanimar este acto, sobretodo, considerando más a los dueños de las tiendas de conveniencia, debido a que, para ellos este hecho puede implicar una pérdida de ganancia o inversión; sin embargo, al incluir la participación de los consumidores en el proceso de donación, mejora y aumenta la voluntad de esta acción.

8. Conclusiones

En los últimos años, se ha visto el aumento en las cifras del desperdicio de alimentos, es por ello que, la FAO añadió esta problemática en su plan de acción, además, se encuentra en la

Agenda 2030 reducir el desperdicio de alimentos per cápita mundial a la mitad para el desarrollo sostenible.

En resumen, el proyecto “Rótala” responde al reto de innovación cumpliendo en un 100% la finalidad de los objetivos trazados, puesto que, realizamos la ejecución del prototipo de nuestro servicio con los usuarios necesarios, consumidores y dueños de las tiendas de conveniencia, teniendo como resultado que la empresa“Rótala”, por el canal WhatsApp Business, logra aumentar las ventas de los productos alimenticios próximos a vencer de las tiendas de conveniencia dentro de Lima Moderna, mediante el fomento de publicaciones, catálogo de productos llamativo y actualizado, siendo así que “Rótala” es una opción práctica y de uso frecuente para la compra de alimentos con fecha cercana de vencimiento, por ser atractivo para los usuarios debido a los precios accesibles a comparación de una compra regular. A su vez, motiva tanto a las tiendas de conveniencia como a los usuarios consumidores, a contribuir en las donaciones de alimentos para las diversas entidades vulnerables cercanas a la comunidad, mediante incentivos promocionales para compras y ventas, sea el caso.

Bibliografía

Aquise, C. Carmin, S. (2021) *Impactos ambientales generados por Desperdicio de Alimentos* [Tesis para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82353/Carmin_MSHA_Quispe_ACW-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alvarez, A. (2021). *Diseño de aplicativo móvil para reducir el desperdicio alimentario en hogares de Lima Metropolitana y contrarrestar el incremento del índice de inseguridad alimentaria.* Facultad de Artes y Humanidades – USIL [Grado Académico de Bachiller

en Arte y Diseño Empresarial, Universidad San Ignacio De Loyola]. Repositorio de la USIL. https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/4783ecc4-e02f-4bec-9ad1-4e607da10e44/content

Casimiro Rodriguez, E. J. y Delgado Chavarry, G. F. (2020). *Rutinas alimenticias en el hogar y el desperdicio de alimentos* [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Marketing, Universidad de Lima]. Repositorio institucional de la Universidad de Lima. https://hdl.handle.net/20.500.12724/12799

FAO. (2019). *The State of the World's Biodiversity for Food and Agriculture.* J. Bélanger & D. Pilling (eds.). FAO Commission on Genetic Resources for Food and Agriculture Assessments. Rome. https://www.fao.org/documents/card/en/c/ca3129en

FAO. (2019). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación. Progresos en la lucha contra la pérdida y el desperdicio de alimentos*. Roma. https://www.fao.org/3/ca6030es/ca6030es.pdf

Gómez, J. et al. (2020). *Implementación de un banco de alimentos a partir de las mermas obtenidas de pan y abarrotes de hipermercados Tottus en la ciudad de Arequipa.* Escuela de Postgrado – USIL [Grado de Maestría, Universidad San Ignacio De Loyola]. Repositorio de la USIL. https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/0198dd50-a0ac-4750-bee9-13a17ee584d5/content

INEI. (2020). *Indicadores de resultados de los programas presupuestales, 2015-2020 - Encuesta*

Demográfica y de Salud Familiar. Lima. *https://proyectos.inei.gob.pe/endes/2020/ppr/Indicadores_de_Resultados_de_los_Programas_Presupuestales_ENDES_2020.pdf*

Jurado, E (2023). *Factores socioculturales del consumo en la generación de desperdicios de alimentos en Lima Metropolitana 2022*. Universidad San Martín de Porres. https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/AF/article/view/2616

Kamichi Miyashiro, M. (2020). *Estudio comparativo de las características de seis albergues beneficiarios del Banco de Alimentos del Perú.* Rev Esp Nutr Comunitaria, 27(1), 43-48 https://renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2021_1_07._-20-0045.pdf

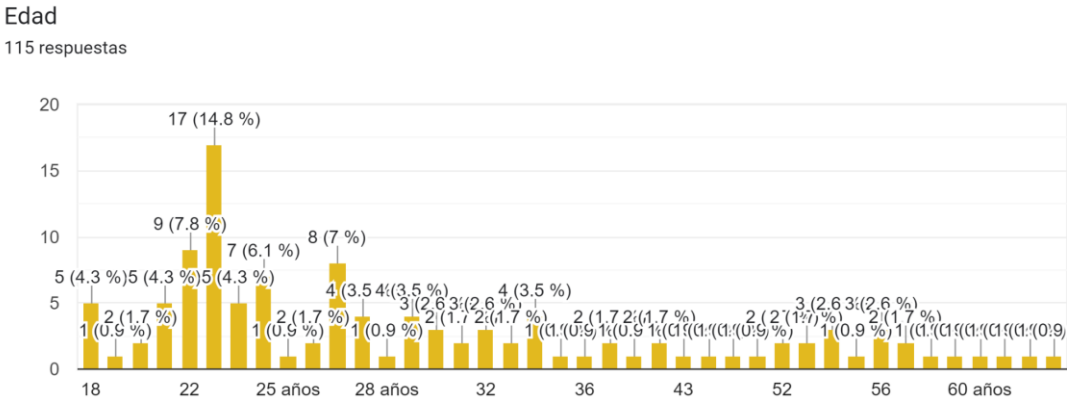
Kamichi Miyashiro, M. (2023). *Descripción del funcionamiento del Banco de Alimentos Perú*. 15(4). Desde el sur. https://revistas.cientifica.edu.pe/index.php/desdeelsur/article/view/1429/1177

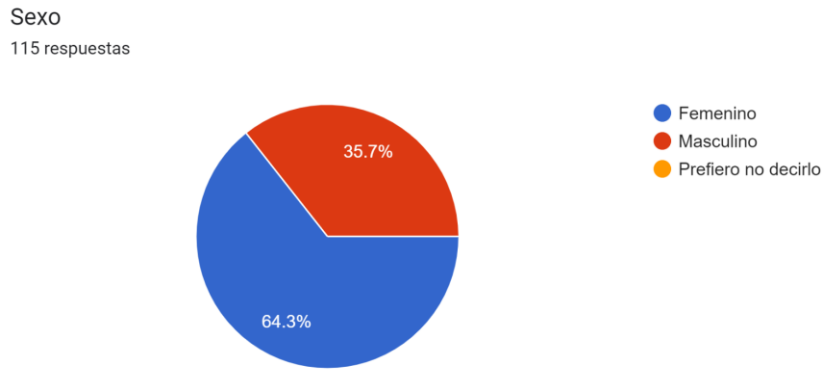
Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. PNUMA. (2021). *Índice de desperdicio de alimentos 2021*. PNUMA https://www.unep.org/es/resources/informe/indice-de-desperdicio-de-alimentos-2021

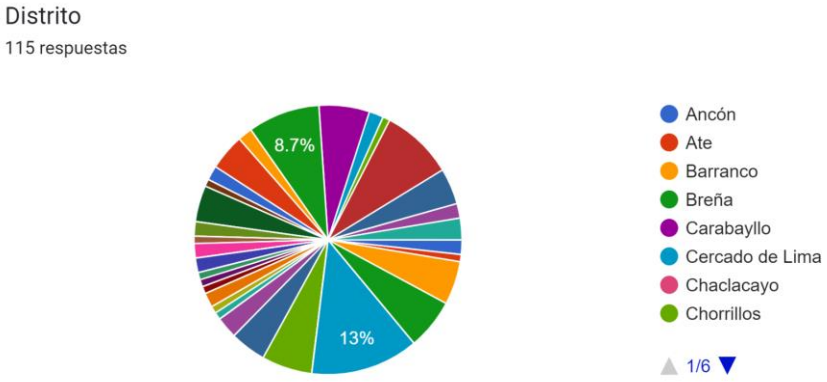
Anexos

Anexo 1:

Encuesta para los consumidores (vecinos, familiares, amigos, etc):

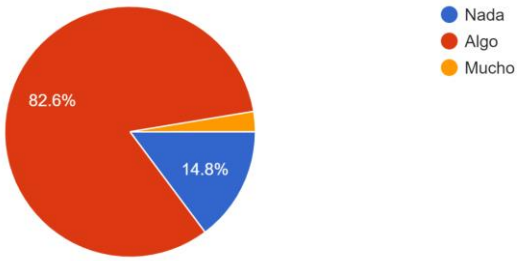






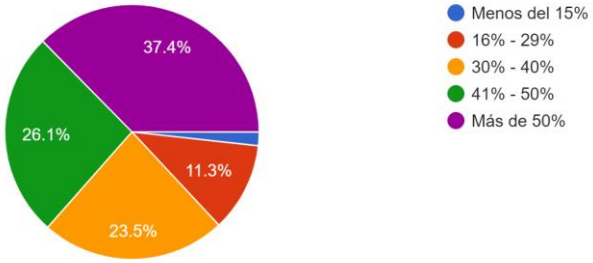
¿Cuánto consideras que conoces sobre el tema Pérdidas y Desperdicios de Alimentos?

115 respuestas



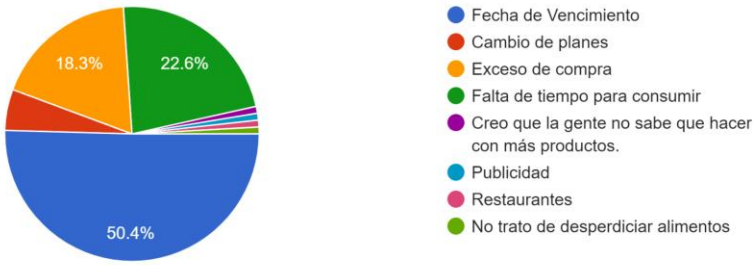
¿Cuántos alimentos crees que se pierden y desperdician en el mundo?

115 respuestas



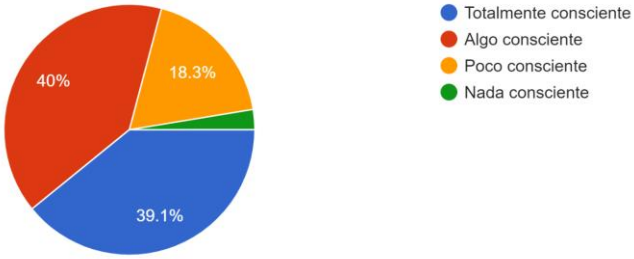
¿Cuál es la principal razón por la que sueles desperdiciar alimentos?

115 respuestas



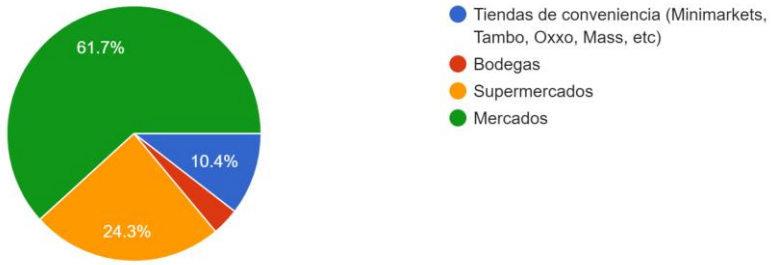
¿Estás consciente de la cantidad de alimentos que se desperdician a nivel mundial?

115 respuestas



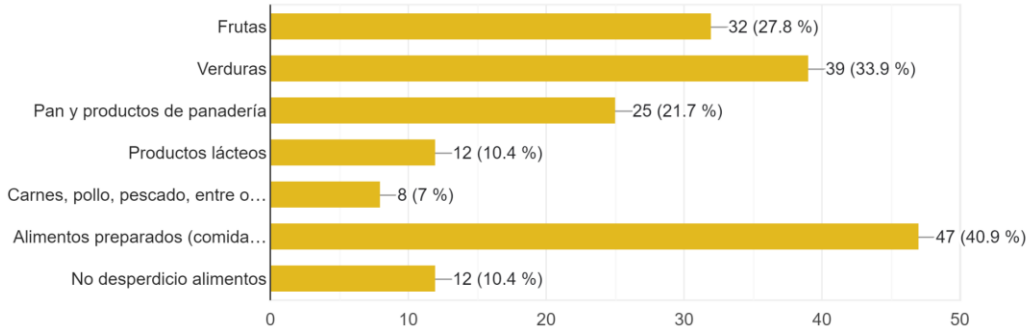
¿Dónde sueles realizar más tus compras de la semana?

115 respuestas



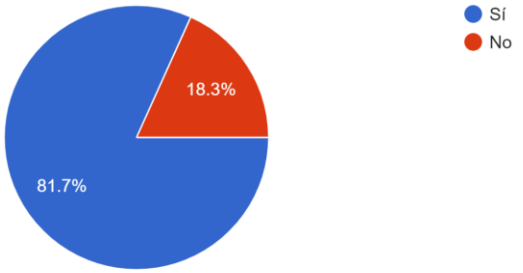
En tu hogar, ¿Cuáles son los alimentos que se echan a perder con más frecuencia?

115 respuestas



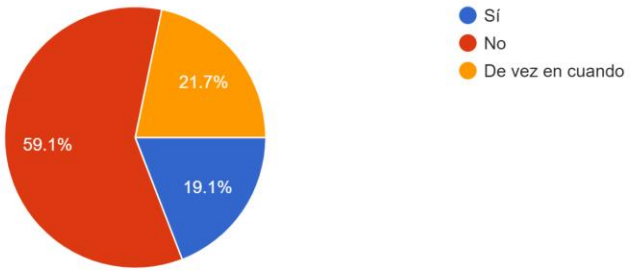
¿Alguna vez has comprado productos de más y se han echado a perder?

115 respuestas



En tu hogar, ¿suelen separar los desechos orgánicos e inorgánicos?

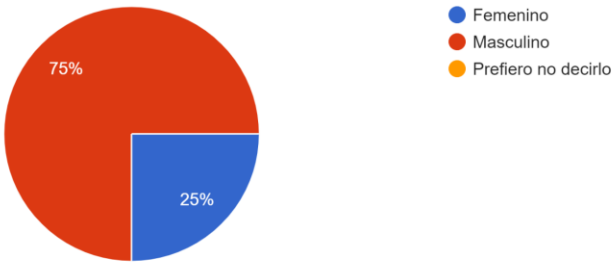
115 respuestas



Encuesta para los Trabajador/a del Banco de Alimentos del Perú:

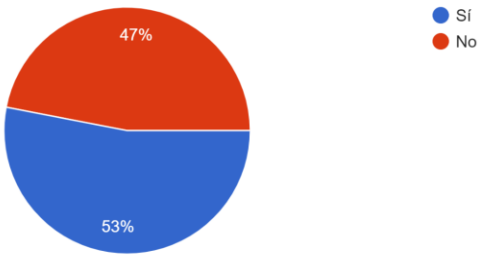
Sexo

4 respuestas



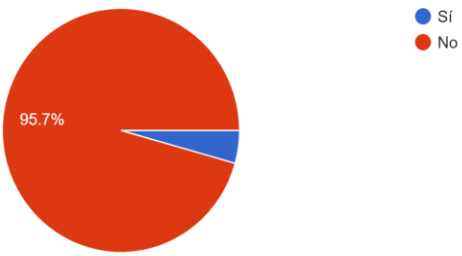
¿Alguna vez compraste o estuviste por comprar algún producto alimenticio vencido?

115 respuestas



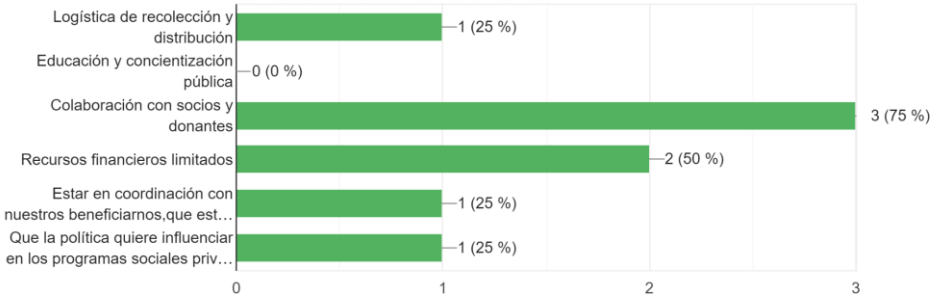
¿Has participado de algún taller, acción o instancia de capacitación que esté vinculado al tema Pérdidas y Desperdicios de Alimentos?

115 respuestas



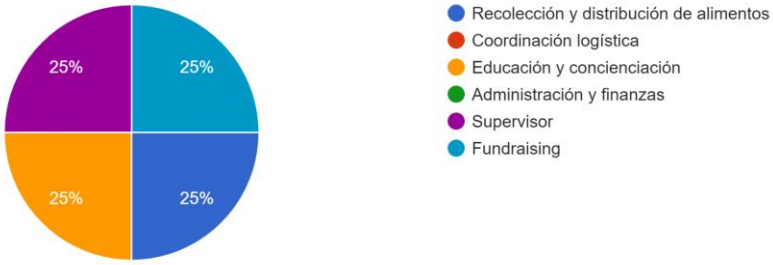
¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el Banco de Alimentos del Perú al intentar reducir el desperdicio de alimentos y redistribuirlos?

4 respuestas



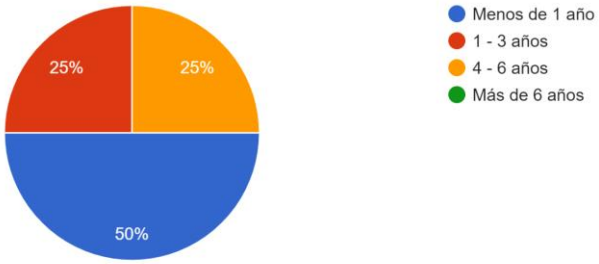
¿En qué función trabajas en el Banco de Alimentos del Perú?

4 respuestas



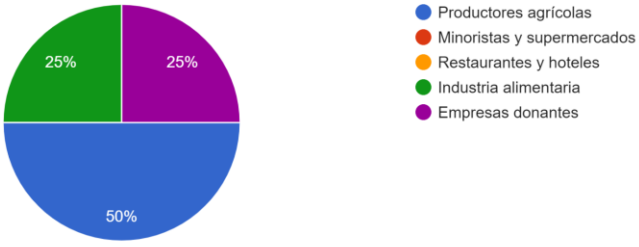
¿Cuánto tiempo llevas trabajando en el Banco de Alimentos del Perú?

4 respuestas



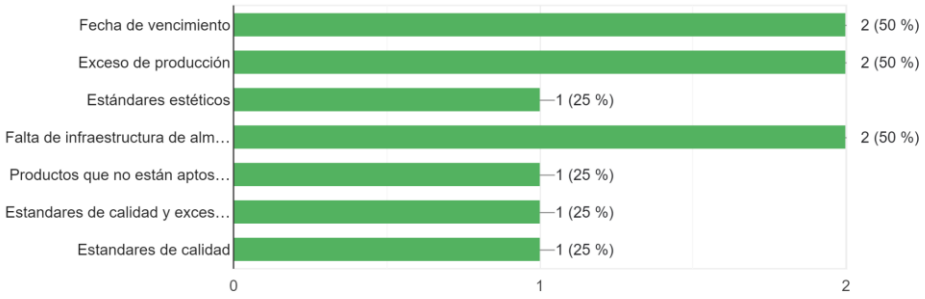
En tu experiencia, ¿Cuál es la principal fuente de alimentos que se desperdician y que el Banco de Alimentos podría recolectar para su redistribución?

4 respuestas



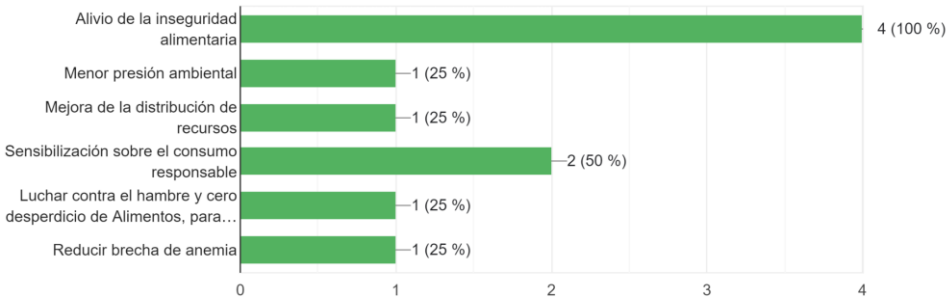
¿Cuáles crees que son las principales razones detrás del desperdicio de alimentos en las fuentes mencionadas anteriormente?

4 respuestas



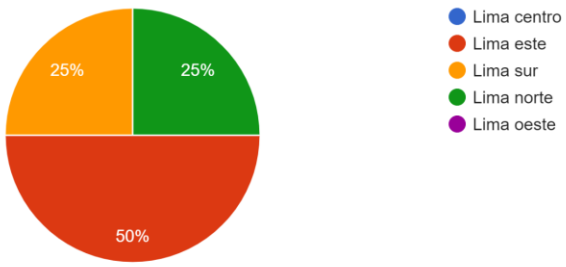
En tu opinión, ¿cuál es el impacto más significativo al reducir el desperdicio de alimentos en la comunidad?

4 respuestas



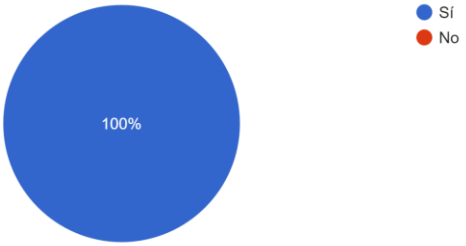
¿En qué sector de Lima Metropolitana recolectan mayor cantidad de alimentos antes de su distribución?

4 respuestas



¿El Banco de alimentos suele proporcionar información a los trabajadores de las empresas aliadas sobre el excesivo desperdicio de alimentos que se vive en el Perú?

4 respuestas



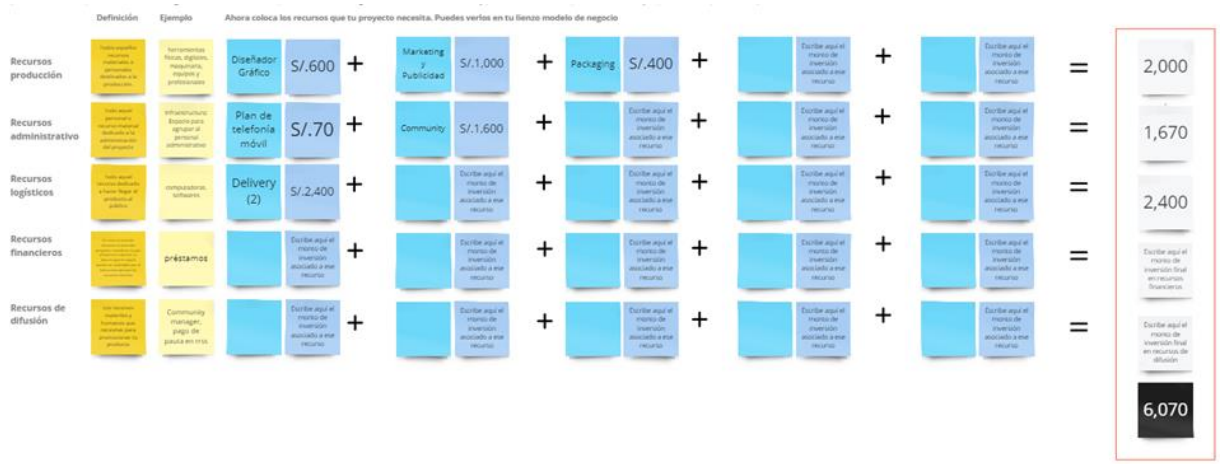
Anexo 2

Presupuesto / Inversiones :

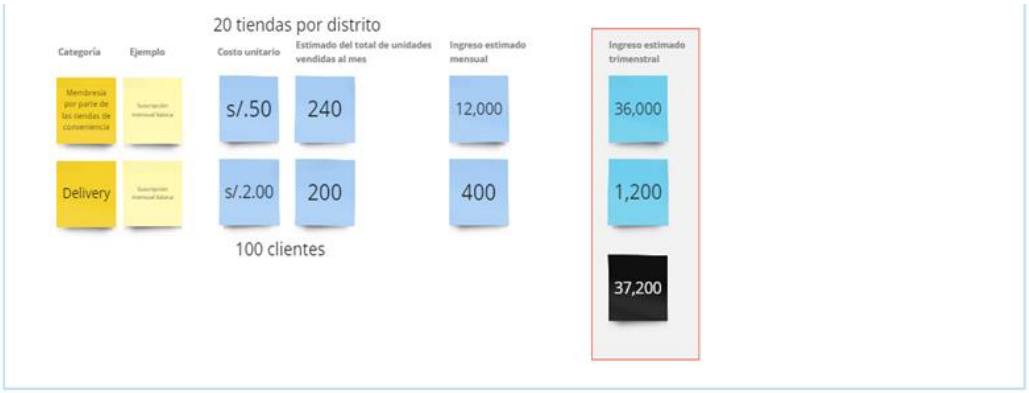
Inversión inicial



Gastos mensuales



Ingresos


20 tiendas por distrito
Categoría
Ejemplo
Costo unitario
Estimado del total de unidades vendidas al mes
Ingreso estimado mensual
Ingreso estimado trimenstral
Membresía por parte de las tiendas de conveniencia
s/.50
240
12,000
36,000
Delivery
s/.2.00
200
400
1,200
37,200
100 clientes


Total de ingresos estimados
37,200
-
Total de inversión
3,205
-
Total de gastos
18,21
=
Utilidad / Pérdida
15,785
Este resultado permite evaluar si el negocio generaría Ganancias o pérdidas, cuando el resultado es positivo, el negocio es rentable y por ende, conviene llevarlo a cabo, sin embargo, si existe