ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”

UCHU – AJÍES NATIVOS

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

Autor:
NINA JADE MÁLAGA ALARCÓN

Asesor
ELIZABETH DUARTE GUARDIA
(https://orcid.org/0000-0002-1372-8020)

Lima - Perú
2019

NINA JADE MALAGA ALARCON 2015000461-1.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:472963180

Fecha de entrega
10 jul 2025, 8:40 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
10 jul 2025, 8:45 a.m. GMT-5

Nombre de archivo
NINA JADE MALAGA ALARCON 2015000461-1.pdf

Tamaño de archivo
6.1 MB

51 Páginas

840 Palabras

5310 Caracteres

1% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas

Fuentes principales

0%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
1%	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.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

Hay un segmento de personas que se consideran saludables, enfocados a esta nueva cultura en el cuidado de la salud personal, social y ambiental.

Es aquí, donde nace Uchu, un producto donde se propone conservar la Flora Nativa del país con la cosecha de diferentes ajíes andinos, ayudando a concientizar el consumo de estas especies naturales que nos brinda el Perú. Sabemos que existen muchas variedades, pero nos enfocamos en 3 especies exóticas para satisfacer el paladar con sabores nuevos (charapita, arnaucho y ají dulce); nuestro público no conoce de esas variedades que venden en los mercados minoristas y que las personas aún desconocen por eso vamos a aprovechar su consumo.

Este problema está vinculado con mejorar el estilo de vida saludable que responde a una necesidad del mercado gourmet dentro de la actividad económica de la elaboración de alimentos procesados. El producto va dirigido a personas de nivel socioeconómico medio alto interesados en la gastronomía, comida saludable y responsabilidad.

Esta necesidad permite recuperar productos de la biodiversidad nacional, además de generar empleo femenino con enfoque social y ofrecer al consumidor una experiencia auténtica y saludable.

Se realizó una investigación específica y de mercado, diseño de arquetipos del consumidor, análisis competitivo y validación a través de degustaciones y alianzas con un chef. Las herramientas que utilizamos para validar nuestro producto fueron encuestas, visitas a mercados mayoristas y testeos de producto en entornos reales.

La propuesta de valor de Uchu es contribuir a la difusión, producción y consumo de la variedad de especies de ajíes naturales que nos brinda el país, creando un acompañamiento para las comidas con sabores únicos, diferenciándose por sus ingredientes nativos, su facilidad de uso y compromiso social. El producto es físico (cremas envasadas selladas) y el servicio incluye asesoría de cómo mezclar el ají con otros productos, recomendaciones semanales, delivery gratis y participación en ferias gastronómicas

Se desarrollaron hipótesis relacionadas con la aceptación del sabor, funcionalidad en la cocina cotidiana y la disposición a pagar por productos con una causa social. Se realizaron pruebas presenciales con un grupo de personas, donde se evaluó el producto, los tipos de ají, el empaque y las combinaciones sugeridas con platos típicos.

Los resultados de validación reflejaron una alta aceptación del producto. Los participantes valoraron el sabor diferenciado, la practicidad y el hecho que tenga un impacto social.

Este proyecto se desarrolla dentro del área estratégica de biotecnología y valorización de la biodiversidad y está relacionado con la actividad económica con las industrias manufactureras, ya que busca aprovechar la diversidad de especies de ajíes nativos pocos conocidos, dándoles un lugar en la gastronomía desarrollando una línea de cremas de ají, con un valor agregado, enfocados en la innovación, salud y el impacto social.

El principal hallazgo fue identificar una oportunidad para posicionar un producto que no solo tenga buen sabor, sino que represente nuestra cultura y ayude a otras personas. Los próximos pasos por seguir son establecer los puntos de venta, ampliar la línea con nuevas variedades de ají, y hacer seguimiento del impacto de las comunidades que lo producen.