ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

EDUCACIÓN POSCONSUMO DE SNACKS EN LOS JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS EN LIMA METROPOLITANA

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

AUTORES:

PALPA MACURI, FABIAN FRANCISCO
(0009-0002-6186-3144)

AUTOR:

PARRILLAS CRUZ, NATHALY CORAIMA
(0009-0001-4210-6263)

Asesor

ABEL PONTE SANTOS
(0000-0001-8313-3180)

Lima-Perú

2024

REDNA - T_INVEST - FABIAN FRANCISCO PALPA MACURI-1.pdf

REVISÓN-CORRECCIONES

REVISÓN-CORRECCIONES

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:470058209

Fecha de entrega

26 jun 2025, 7:37 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

26 jun 2025, 7:40 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

REDNA - T_INVEST - FABIAN FRANCISCO PALPA MACURI-1.pdf

Tamaño de archivo

352.5 KB

34 Páginas

7644 Palabras

45.578 Caracteres

18% 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

17%		Fuentes de Internet
1%		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..... 9

4.Sustento teórico..... 10

4.1. Estudios previos..... 10
4.2. Marco teórico..... 14
5. Beneficiarios..... 16

5.1. Arquetipo de cliente..... 16
5.2. Directo..... 19
5.3. Indirecto……..... 20
6. Propuesta de valor..... 20

6.1. Propuesta de valor..... 20
6.2. Segmento de clientes..... 21
6.3. Canales..... 21
6.4. Relación con los clientes..... 22
6.5. Actividades clave..... 23
6.6. Recursos clave..... 24
6.7. Aliados clave..... 25
6.8. Fuentes de ingresos..... 25
6.9. Presupuestos..... 27
7. Resultados..... 29

8. Conclusiones..... 32

9. Bibliografía..... 33

Resumen del Trabajo de Investigación

El estudio de investigación se lleva a cabo debido al aumento constante en la actualidad de desechos sólidos, llegando a ser a nivel mundial una preocupación urgente, evidenciada por datos alarmantes sobre la escasa tasa de reciclaje. Esta problemática se refleja a nivel nacional en Perú, donde se estima que se producen enormes cantidades de desechos, con un manejo inadecuado especialmente en regiones como Cusco, Lima, entre otras ciudades grandes con gran población. La falta de enfoque en la sostenibilidad en la producción de alimentos, especialmente snacks, contribuye significativamente a la contaminación ambiental, lo que afecta la salud pública y el bienestar económico.

La investigación se centra en el preocupante desinterés de los jóvenes de Lima Metropolitana, especialmente aquellos de entre 18 y 25 años, hacia el impacto ambiental de los envoltorios de snacks. El objetivo es desarrollar una aplicación que eduque a los usuarios y promueva hábitos de consumo más responsables. Esto es crucial, ya que muchos jóvenes carecen de conciencia ambiental y de información sobre la generación de residuos de envoltorios de snacks. La falta de atención a esta problemática subraya la necesidad de abordarla de manera directa y efectiva.

La solución propuesta consiste en el desarrollo de una aplicación móvil que busca llenar este vacío educativo al proporcionar información relevante sobre el impacto ambiental de los envases de snacks y fomentar prácticas de consumo más sostenibles. Para fundamentar esta iniciativa, se revisaron estudios previos relacionados con el consumo de snacks, la conciencia ambiental y los hábitos de consumo de los jóvenes. Se utilizaron diversas herramientas de investigación, como encuestas, entrevistas y talleres generativos, para comprender mejor la problemática y diseñar una solución efectiva.

En resumen, el estudio busca responder a la pregunta de cómo una aplicación puede incentivar y promover prácticas de consumo más responsables entre los jóvenes de 18 a 25 años en Lima Metropolitana. Para ello, se ha recopilado y analizado datos relevantes sobre la falta de conciencia ambiental y los hábitos de consumo de esta población, con el fin de desarrollar una solución innovadora que aborde esta problemática de manera efectiva.

Palabras clave: Medio ambiente, envoltorios de snacks, desechos sólidos, jóvenes.

1. Contextualización del Problema

El aumento significativo en la generación de desechos sólidos a nivel mundial es un problema preocupante que ha ganado atención en los últimos años. Según un informe de BBC News Mundo (2019), se estima que se generan alrededor de 2 mil millones de toneladas de desechos anualmente en el mundo, lo que equivale a aproximadamente 800 mil piscinas olímpicas llenas de residuos. Sin embargo, solo se recicla alrededor del 16% de estos desechos, lo que destaca la necesidad de mejorar los esfuerzos de gestión de residuos.

De acuerdo con el índice de reporte de Verisk Maplecroft, Estados Unidos se encuentra rezagado en términos de capacidad para gestionar sus desechos sólidos en comparación con otros países. Este rezago se atribuye en parte a la baja cultura y educación ambiental en el país. Por ejemplo, mientras que Alemania ha logrado reciclar hasta un 68% de sus desechos, Estados Unidos se encuentra por debajo en este aspecto. Asimismo, el Reino Unido también supera a Estados Unidos con un índice de reciclaje del 44%.

A nivel nacional, investigaciones como la de Martel et al. (2022) indican que Perú enfrenta su propio desafío en la gestión de desechos sólidos, con más de 7 millones de toneladas de desechos generados anualmente. La región de Cusco, en particular, ha sido identificada como una zona donde la gestión de desechos es inadecuada, lo que subraya la importancia de una educación ambiental integral desde edades tempranas para promover una cultura ambiental más reflexiva y comprometida.

De acuerdo con una mención del Asia Pulp y Paper (APP, 2022), expresó que el 60% de la población millenial peruana está dispuesta a pagar un 10% más, del precio regular si es que el producto que desean tiene envases, ya que las nuevas generaciones están más comprometidas

con el medio ambiente, la sostenibilidad y el medio ambiente.

La mayor parte de productos que consumimos vienen en envases hechos de distintos materiales, papel, metal, plástico, entre otros; sin embargo, los bocadillos o snacks, son de los alimentos más consumidos a nivel mundial y son los productos al que las marcas dan menor prioridad en el enfoque sostenible; según Which, marca británica que se encarga de promover la elección informada de los consumidores, las papas fritas, las galletas, los dulces pequeños (caramelos), son los mayores infractores cuando se trata de envases no reciclables. Las envolturas no solo están mal etiquetadas, lo que hace que los consumidores no tengan idea de la forma adecuada de desecharlos, o de tener un buen comportamiento posconsumo, sino que también, no están diseñadas en absoluto para reciclarse y deben ir directo a la destrucción del empaque, lo cual en su mayoría eso no pasa, si no que terminan en las calles de la ciudad. (Which, 2020).

El consumo irresponsable de snacks y la gestión inadecuada de sus envases generan contaminación en calles y espacios públicos, amenazando la salud y el medio ambiente. Esto conlleva costos adicionales para limpieza y afecta sectores económicos como el turismo y la agricultura. La acumulación de envases no reciclables agrava la contaminación plástica, poniendo en riesgo la biodiversidad. Abordar la falta de conciencia de los jóvenes sobre este problema es crucial para promover prácticas sostenibles y mejorar la calidad de vida en la comunidad.

2. Justificación de la Investigación

La investigación aborda el preocupante desinterés de los jóvenes de 18 a 25 años en Lima Metropolitana sobre el impacto ambiental provocado por las envolturas de snacks. Nuestro objetivo es desarrollar una solución a través de una aplicación que eduque y proporcione información relevante a los usuarios, fomentando así hábitos de consumo más responsables. Esta iniciativa busca no solo beneficiar a nuestros usuarios, sino también contribuir positivamente al cuidado del medio ambiente, generando conciencia sobre la importancia de reducir la generación de residuos y promoviendo prácticas más sostenibles en la comunidad.

2.1 Justificación Social

En la actualidad, en Lima Metropolitana, muchos jóvenes de entre 18 y 25 años carecen de suficiente conocimiento o conciencia ambiental sobre la generación de residuos de envoltorios de snacks. Esto se debe, en parte, a la falta de información directa y a la ausencia de hábitos de consumo responsable en esta población. Además, la problemática asociada al consumo de snacks no recibe la atención adecuada, a pesar de su gran impacto ambiental. Los envases de plástico utilizados para estos productos, así como los ingredientes que contienen, representan un alto costo ambiental, desde su producción hasta su transporte y eliminación. Por lo tanto, es crucial abordar esta situación, ya que los snacks convencionales contribuyen significativamente a la contaminación y al desperdicio de recursos, y es fundamental educar y concientizar a los jóvenes para promover un cambio hacia prácticas de consumo más sostenibles.

2.2 Justificación práctica

El trabajo de investigación se centra en el desarrollo de una aplicación diseñada para promover hábitos de consumo más sostenibles entre los jóvenes. Esta aplicación proporcionará incentivos que fomentarán acciones responsables frente a nuestra problemática ambiental. La interfaz de la aplicación será intuitiva, permitiendo a los usuarios crear fácilmente un perfil donde puedan establecer sus preferencias de snacks y metas de reciclaje. Además, ofrecerá acceso a información relevante sobre consumo responsable y reciclaje a través de contenido interactivo. Los usuarios contarán con herramientas para monitorear y registrar sus hábitos de consumo y reciclaje, con la posibilidad de recibir recompensas por alcanzar metas establecidas.

La aplicación también incluirá una función de comunidad donde los usuarios podrán compartir experiencias y recibir apoyo mutuo. Un aspecto destacado de la aplicación será la oferta de reembolsos por la compra de snacks reciclables y la adopción de prácticas sostenibles, incentivando así el comportamiento responsable y contribuyendo a la mejora del medio ambiente.

2.3 Justificación Metodológica:

La metodología utilizada en esta investigación se basó en herramientas del Design Thinking, específicamente del Toulouse Thinking, que facilitaron la comprensión del problema, la generación de ideas, el desarrollo de prototipos y su validación a través de talleres generativos con la participación de los usuarios. Las principales herramientas utilizadas fueron:

Lienzo del problema: Esta herramienta permitió una comprensión profunda del problema a resolver y ayudó a identificar las principales causas del desperdicio de alimentos y su impacto ambiental. Esto proporcionó una base sólida para el desarrollo de soluciones efectivas.

Arquetipos: Se utilizaron para entender los pensamientos y actitudes de los usuarios,

tanto jóvenes consumidores como propietarios de tiendas de conveniencia. El objetivo era concienciar a ambas partes sobre la importancia de adoptar prácticas más responsables en el consumo de snacks.

Propuesta de valor: Esta herramienta ayudó a definir las funcionalidades y aspectos relevantes de la solución propuesta. También permitió comprender las necesidades de los usuarios y cómo incentivar un consumo más responsable de alimentos, incluyendo la donación de productos no utilizados. Mediante la aplicación de estas herramientas, se desarrollará la aplicación REDNA, que tiene como objetivo fomentar hábitos de consumo más responsables de snacks en Lima Metropolitana, beneficiando tanto a los usuarios como al medio ambiente.

3. Reto de innovación

3.1. Pregunta General

¿Cómo puede una aplicación incentivar y promover prácticas de consumo más responsables entre los jóvenes de 18 a 25 años en Lima Metropolitana?

Preguntas Específicas:

- Pregunta específica 1:

¿Qué necesidades específicas de los consumidores de snacks de 18 a 25 años serán abordadas mediante la implementación y creación del aplicativo?

- Pregunta específica 2:

¿Qué software se empleará en el proceso de creación y desarrollo de la aplicación REDNA?

- Pregunta específica 3:

¿Cómo puede la creación de una aplicación incentivar hábitos de consumo responsable y prácticas sostenibles, generando así un impacto positivo en el medio ambiente?

3.2. Objetivo General

Diseñar una aplicación móvil que pueda incentivar y promover prácticas de consumo más responsables entre los jóvenes de 18 a 25 años en Lima Metropolitana.

Objetivos Específicos:

- Objetivo específico 1:

Investigar las necesidades de nuestro público objetivo que se cubrirá en la creación de la aplicación.

- Objetivo específico 2:

Elegir un software adecuado para el desarrollo de la aplicación y crear un diseño efectivo y accesible.

- Objetivo específico 3:

Determinar el impacto que traerá la creación de la aplicación hacía el comportamiento de consumo responsable de los consumidores jóvenes de 18 a 25 años en Lima metropolitana.

4.Sustento teórico

4.1. Estudios previos

Peña Vélez y Campano Jiménez (2020) examinaron el hábito de consumo de snacks entre los estudiantes universitarios. El estudio mostró que, aunque los estudiantes consumen snacks con frecuencia, carecen de información sobre su impacto ambiental. Se destacó la necesidad de aplicar estrategias de responsabilidad social y ambiental para concienciar y fomentar hábitos más sostenibles en este grupo de jóvenes. La investigación enfatiza la importancia de incorporar contenido educativo sobre sostenibilidad y consumo responsable en el entorno universitario para mejorar la conciencia sobre el impacto de los hábitos alimentarios. Por ejemplo, los estudiantes

universitarios podrían beneficiarse de campañas educativas sobre los impactos negativos del consumo excesivo de snacks procesados en el medio ambiente y la salud. Dichas campañas podrían incluir charlas y talleres sobre la importancia de elegir snacks más saludables y sostenibles, además de promover prácticas de reciclaje y reutilización de materiales de empaque.

Choque Gómez y Coronel Díaz (2018) analizaron la aceptación de snacks saludables de frutos liofilizados entre los estudiantes universitarios en Perú. Los resultados revelaron una gran aceptación de estos productos entre los jóvenes, indicando una disposición hacia opciones más saludables. Además, el estudio subrayó la importancia de enseñar a los consumidores cómo gestionar los alimentos de manera más eficiente para reducir el desperdicio. La promoción de alternativas saludables también tiene un efecto positivo en la salud y el bienestar de los estudiantes, y al mismo tiempo contribuye a la reducción de la huella ambiental de sus hábitos de consumo. Esta aceptación de snacks más saludables podría extenderse a la promoción de productos locales y orgánicos, que tienden a tener un menor impacto ambiental y a ser más beneficiosos para la salud. Además, al comprar productos de origen local, los estudiantes estarían apoyando a los agricultores locales y reduciendo la huella de carbono asociada al transporte de alimentos.

Por otro lado, Ramirez, Zambrano y Alonso (2023) se enfocaron en desarrollar un empaque ecológico para el almacenamiento de snacks fritos, utilizando materiales sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. El proyecto logró diseñar un empaque que mantiene la frescura del producto y disminuye la huella ecológica. Las pruebas y prototipos fueron esenciales para perfeccionar el diseño y los materiales, subrayando la importancia de equilibrar la sostenibilidad con la preservación de la calidad del producto. La innovación en empaques sostenibles es crucial para reducir la cantidad de residuos plásticos y otros materiales no

biodegradables que se generan en la industria de los snacks. El desarrollo de empaques a base de materiales reciclables o compostables, por ejemplo, puede contribuir significativamente a reducir la carga ambiental de estos productos.

El crecimiento del consumo de snacks en Perú durante la pandemia de COVID-19 resultó en un aumento significativo en la generación de residuos, particularmente envolturas no reciclables que dañan el medio ambiente (Goodman Gallo, 2022). Esta investigación subrayó la necesidad de abordar este problema a través de programas de concientización y estrategias efectivas para la gestión de residuos. La implementación de políticas más estrictas sobre el uso de materiales de embalaje y la promoción de alternativas biodegradables son medidas esenciales para mitigar el impacto ambiental del consumo de snacks. Además de las campañas de concienciación, la colaboración entre empresas de snacks, instituciones gubernamentales y organizaciones comunitarias puede facilitar la implementación de programas de reciclaje y la adopción de alternativas sostenibles. Por ejemplo, las empresas podrían asociarse con recicladores locales para facilitar la recolección y el reciclaje de envoltorios de snacks.

Los resultados de investigación de Kamichi Miyashiro (2023) analizaron el funcionamiento del Banco de Alimentos Perú, que trabaja en la recuperación y entrega de alimentos a poblaciones vulnerables. Destaca la eficiencia de sus operaciones, incluyendo la recepción y entrega rápida de donaciones, así como la importancia de las alianzas con empresas y organizaciones sociales para cumplir su misión de reducir el desperdicio de alimentos y combatir el hambre. El trabajo de esta organización demuestra cómo el aprovechamiento de recursos y la colaboración pueden tener un impacto positivo significativo en la sociedad, al tiempo que reducen la cantidad de alimentos desechados. La colaboración entre organizaciones benéficas, empresas alimentarias y el gobierno puede tener un impacto significativo en la

reducción del desperdicio de alimentos y el apoyo a las comunidades necesitadas. Iniciativas como los bancos de alimentos y programas de donación pueden redistribuir los productos excedentes y evitar que terminen en los vertederos.

Álvarez Mantilla (2021) propone una solución innovadora en forma de una aplicación móvil que conecta a consumidores, restaurantes y ONG para reducir el desperdicio de alimentos y ayudar a las familias necesitadas. Esta solución tiene un impacto positivo al combinar tecnología con iniciativas de responsabilidad social. Esta propuesta muestra cómo la tecnología puede ser utilizada como herramienta para abordar desafíos complejos, promoviendo la cooperación entre diferentes sectores para lograr un cambio significativo.

Por último, el estudio de Narazas Nuñuri (2023) investiga la relación entre el manejo de residuos sólidos y la cultura ambiental en una institución educativa pública de Lima. Los resultados muestran que el manejo adecuado de los residuos tiene un impacto positivo en la cultura ambiental, sugiriendo la necesidad de implementar prácticas más efectivas de separación, tratamiento y disposición final de los residuos para promover la sostenibilidad. La educación en estas prácticas desde una edad temprana puede fomentar una mayor conciencia ambiental y hábitos más sostenibles en las generaciones futuras.

Estas investigaciones y propuestas resaltan la importancia de abordar el impacto ambiental del consumo de snacks y el desperdicio de alimentos desde diferentes enfoques. Al incorporar la sostenibilidad en todas las etapas, desde la producción hasta el consumo y la gestión de residuos, se pueden lograr cambios significativos que beneficien tanto al medio ambiente como a la sociedad. Además, existen diversas ventajas asociadas a fomentar el consumo responsable de snacks y la gestión adecuada del desperdicio de alimentos, como la reducción de residuos, la promoción de prácticas sostenibles y la educación sobre hábitos de

consumo conscientes. Estos aspectos contribuyen de manera integral a la protección del medio ambiente y al bienestar de la sociedad.

4.2. Marco teórico

El presente estudio tiene como objetivo abordar la educación posconsumo de snacks en jóvenes de 18 a 25 años en Lima Metropolitana. Para ello, se han revisado diversos estudios previos relacionados con el consumo de snacks, la conciencia ambiental y los hábitos de consumo de los jóvenes, así como estrategias innovadoras para abordar estos retos es por eso que se han utilizado herramientas de investigación que nos permitió 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, consideramos dar a conocer los siguientes conceptos, con el fin de facilitar la comprensión del lector y crear el contexto sobre el estudio, por ello, mencionaremos los siguientes términos:

Hábito de consumo de snacks en jóvenes universitarios: Un estudio realizado por Peña Vélez y Campano Jiménez (2020) examinó el hábito de consumo de snacks en estudiantes universitarios. Los resultados evidenciaron un alto nivel de consumo de snacks entre los participantes, aunque se observó un bajo nivel de conciencia ambiental en este grupo. Esto resalta la necesidad de implementar estrategias de responsabilidad social y ambiental que promuevan un consumo más consciente.

Aceptación de snacks saludables en estudiantes universitarios: En un estudio de Choque Gómez y Coronel Díaz (2018), se analizó la aceptación de snacks de frutos liofilizados

entre los estudiantes universitarios. Los resultados muestran un alto nivel de aceptación y un interés significativo en incluir estos productos en la dieta diaria. Esto destaca la oportunidad de fomentar cambios en los hábitos de consumo hacia opciones más saludables y sostenibles.

Empaques ecológicos para snacks: Ramírez Londoño, Zambrano Barraza y Alonso Ardila (2023) desarrollaron un empaque ecológico para productos fritos. El estudio demostró que el diseño de empaques sostenibles puede reducir la huella ecológica asociada con el consumo de snacks, además de garantizar la frescura y calidad de los productos. Esto sugiere la viabilidad de implementar soluciones sostenibles en la industria de snacks.

Crecimiento del consumo de snacks y residuos: Goodman Gallo Ruiz Stefany Gracielaz (2022) investigó el crecimiento del consumo de snacks en Perú, especialmente durante la pandemia de COVID-19. Se observó un aumento en la generación de residuos, en particular de envolturas no reciclables. Este estudio resalta la importancia de abordar la gestión de residuos y promover estrategias de reciclaje en el contexto de Lima Metropolitana.

Aplicativo móvil para reducir el desperdicio de alimentos: El estudio de Alvarez Mantilla (2021) propuso la creación de un aplicativo móvil para informar a los consumidores sobre cómo donar un plato solidario a familias peruanas. La aplicación busca reducir la inseguridad alimentaria al fomentar el uso de redes sociales y tecnología. Este enfoque muestra la utilidad de herramientas digitales para abordar la problemática de desperdicio de alimentos.

Analizar e identificar hábitos de consumo centennials: La investigación de Max Sequeira Cascante (2023), identificar y comprender las características cuantitativas y cualitativas de la Generación Centennial en relación con sus hábitos de consumo y compra. Los hallazgos muestran que este grupo generacional valora el uso y compra de productos y servicios, la información es crucial para el proceso de toma de decisiones sobre el consumo de bienes

tangibles e intangibles, ya que estos consumidores tienen acceso al marketing y la publicidad en tiempo real a través de dispositivos tecnológicos.

Influencia del etiquetado octógono en consumidores peruanos: Cuba Nicolás y Ibrahim Sharif (2020), busca analizar si la implementación del etiquetado de los alimentos industrializados tuvo un impacto positivo en las actitudes de compra de los hogares peruanos. Este estudio demuestra que los hábitos de consumo están influenciados por estímulos de marketing, cultura, hábitos y otras influencias personales. Se observa una falta de hábito de lectura de etiquetas nutricionales, un alto consumo de alimentos poco saludables por influencia de precios y promociones.

5. Beneficiarios

5.1 Arquetipo del cliente

Como creador de la aplicación móvil REDNA, se eligió a Gabriela, de 22 años de edad, estudiante universitaria que trabaja a tiempo parcial. Ha decidido llevar cursos relacionados con el medio ambiente en su universidad. Gabriela ha desarrollado la habilidad de darle una segunda vida a los objetos, y le importa que las personas tomen conciencia de que algunos productos pueden reutilizarse. A nivel profesional, está en el octavo ciclo de la carrera de Ingeniería Agroindustrial y Agronegocios, lo que le ha permitido acceder a mucha información sobre los cambios en el medio ambiente y los avances en el mercado a lo largo de los años. Además, ha trabajado en una tienda de conveniencia, donde ha observado de cerca el comportamiento de los usuarios frente a diferentes alimentos y snacks.

En el segundo caso, se eligió a Sandro, de 24 años, sin hijos. Sandro trabaja de forma remota, lo que le permite pasar más tiempo en casa y con sus mascotas. Aunque prefiere estar en movimiento y realizar actividades al aire libre con sus amigos y mascotas los fines de semana,

consume comida rápida, a domicilio y snacks mientras trabaja en casa. Sandro se preocupa profundamente por el medio ambiente, especialmente por la problemática del reciclaje, y separa meticulosamente sus residuos por categorías para desecharlos adecuadamente.

5.2 Mapa de Actores

5.2.2 Consumidores de snacks

Son personas que suelen consumir estos productos al menos tres veces a la semana, y al notar la cantidad significativa de residuos generados, han decidido informarse sobre los diferentes métodos de reciclaje disponibles. Sin embargo, encuentran que la información que hallan es demasiado general y no personalizada a sus necesidades específicas, ya que su mayor fuente de residuos proviene de envolturas de snacks.

Algunos consumidores frecuentes de snacks pueden no estar completamente conscientes de la magnitud del problema que representa el consumo masivo de estos productos, ni de las consecuencias ambientales y económicas que conlleva. Desconocen que existen envoltorios que son imposibles de reciclar, lo que los convierte en residuos contaminantes. Por otro lado, estos consumidores desean conocer y poner en práctica formas adecuadas de reciclaje, especialmente en lo que respecta a materiales para los que la información es escasa o difícil de encontrar.

5.2.3 Comercios minoristas de alimentos

Los comercios minoristas de alimentos, incluidos mercados locales y pequeñas tiendas de abarrotes, venden una variedad de snacks y productos empaquetados. Estos establecimientos pueden enfrentar desafíos para manejar los residuos generados por los envoltorios de snacks, especialmente si no están equipados con sistemas de gestión de desechos efectivos. Algunos propietarios de comercios minoristas de alimentos pueden no ser plenamente conscientes de la importancia de abordar los residuos de snacks de manera sostenible o de las posibles alternativas

para reducir su impacto ambiental. No obstante, otros están interesados en implementar prácticas más ecológicas, como programas de reciclaje o promoción de productos con empaques biodegradables, pero carecen de la información y recursos necesarios para ponerlos en práctica.

5.2.4 Fabricantes de snacks

Los fabricantes de snacks son responsables de diseñar y producir los productos, incluidos los envoltorios. Tienen la capacidad de optar por materiales más sostenibles y reciclables, lo que puede contribuir significativamente a la reducción de residuos y el impacto ambiental. Sin embargo, suelen priorizar los costos y la practicidad de producción sobre consideraciones ambientales. A pesar de estos desafíos, los fabricantes tienen la oportunidad de innovar y adoptar prácticas de producción más ecológicas, alineándose con la creciente demanda de los consumidores por productos más sostenibles.

5.2.4 Organismos de reciclaje y gestión de residuos

Los organismos de reciclaje y gestión de residuos desempeñan un papel clave en la correcta disposición de los envoltorios de snacks y otros residuos. Estos organismos pueden colaborar con fabricantes y tiendas de conveniencia para promover prácticas de reciclaje más efectivas y educar a los consumidores sobre la importancia de reciclar adecuadamente. Además, pueden trabajar en conjunto con otros actores del ecosistema para desarrollar programas y políticas que fomenten el manejo sostenible de residuos, promoviendo una mayor conciencia ambiental entre la población.

5.2.5 Personas que serán beneficiadas

Los jóvenes de 18 a 25 años en Lima Metropolitana serán los principales beneficiados de la aplicación móvil REDNA, ya que proporciona educación posconsumo de snacks de manera accesible y personalizada. Esta educación les ayudará a tomar decisiones informadas sobre sus

hábitos de consumo, incluyendo cómo desechar adecuadamente las envolturas de snacks para minimizar su impacto ambiental. Al promover la concienciación y las prácticas responsables de posconsumo, la aplicación contribuirá a fomentar una generación de jóvenes más conscientes de la sostenibilidad y el reciclaje. Estos conocimientos adquiridos pueden tener un efecto multiplicador, ya que los jóvenes pueden compartir su experiencia y educación con amigos y familiares, expandiendo el impacto positivo más allá de la aplicación. El beneficio se extiende también a la sociedad en general, ya que un cambio en los hábitos de consumo de los jóvenes puede llevar a una reducción significativa en la cantidad de residuos plásticos y desechos de snacks, mejorando la calidad ambiental de Lima Metropolitana. Esta transformación hacia un consumo más consciente y sostenible tendrá un impacto a largo plazo en la salud de la población y la calidad del entorno urbano.

5.3 Beneficiarios

5.3.1 Directos

La presente investigación se centra en los jóvenes de 18 a 25 años en Lima Metropolitana, quienes serán los principales beneficiarios directos del estudio. Estos jóvenes recibirán educación personalizada sobre el posconsumo de snacks, así como recomendaciones para adoptar hábitos de consumo más responsables y sostenibles. A través de la aplicación, los jóvenes podrán entender mejor el impacto de sus hábitos de consumo en el medio ambiente y cómo pueden contribuir a la reducción de residuos.

Además, los fabricantes de snacks sostenibles también se verán beneficiados directamente, ya que tendrán una mayor visibilidad en la aplicación. Los usuarios serán dirigidos a productos de estas empresas, lo que permitirá aumentar su base de clientes y fomentar prácticas empresariales más responsables.

5.3.2 Indirectos

Al educar a los jóvenes sobre prácticas sostenibles, se contribuirá a la reducción de residuos y a la protección del entorno local, mejorando la calidad de vida y disminuyendo la contaminación.

Los recicladores y recolectores de residuos también se beneficiarán indirectamente, ya que los esfuerzos de educación posconsumo en los jóvenes ayudarán a mejorar la calidad de los residuos recogidos y reciclados. Los usuarios serán más conscientes de cómo separar y desechar adecuadamente sus desechos.

Por último, las organizaciones ambientales y educativas pueden colaborar con la aplicación para promover sus iniciativas y campañas de educación ambiental. Esto les permitirá llegar a más personas y fomentar cambios positivos en la comunidad.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor se centra en brindar un servicio dirigido a jóvenes de 18 a 25 años que residen en Lima Metropolitana, promoviendo hábitos de consumo más responsables y sostenibles para reducir la generación de residuos de envoltorios de snacks.

6.2. Segmento de clientes

El segmento de clientes se divide en dos tipos:

6.2.1 El primer grupo está conformado por jóvenes de 18 a 25 años que residen en Lima Metropolitana. Estos consumidores suelen ser estudiantes universitarios o recién graduados que buscan opciones de consumo sostenibles y responsables. Tienen acceso a tecnología móvil y están interesados en adoptar hábitos de consumo más conscientes, especialmente en lo que respecta a la reducción de residuos de envoltorios de snacks. Estos jóvenes aprecian la facilidad de uso de la aplicación REDNA, que les ofrece educación personalizada sobre posconsumo de snacks, recomendaciones para reducir su impacto ambiental y la oportunidad de recibir recompensas por prácticas sostenibles.

6.2.2 Los recicladores y recolectores de residuos también se beneficiarán indirectamente, ya que los esfuerzos de buenos hábitos de consumo en los jóvenes ayudarán a mejorar la calidad de los residuos recogidos y reciclados. Los usuarios serán más conscientes de cómo separar y desechar adecuadamente sus desechos.

6.3. Canales

La propuesta que se plantea es la creación de anuncios en Meta Ads, que cubriría las redes sociales (Facebook e Instagram), Google Ads con segmentaciones personalizadas y enfocadas en nuestro público objetivo, para aumentar la visibilidad de nuestra propuesta y llegar a un público más amplio que permitirá mostrar la información y función principal de la aplicación y lo que se quiere lograr con ella. Usaremos este

medio como principal, ya que al ser un anuncio de Meta Ads, se mostrará directamente a los jóvenes de entre 18 y 25 años de Lima Metropolitana

Utilizaremos activamente las redes sociales, generando contenido orgánico y de valor incluyendo Instagram, Facebook y TikTok, para informar a nuestros clientes sobre la problemática de la mala segregación de residuos, en este caso enfocado en los envoltorios de snacks. Estas plataformas serán clave para difundir contenido relevante, informativo y los beneficios que obtendrán los usuarios al volverse usuarios del aplicativo móvil REDNA y testimonios de clientes satisfechos, lo que nos ayudará a construir una comunidad comprometida y dispuesta a ser parte del cambio.

Nuestro software estará accesible para su instalación tanto en Google Play Store como en la Apple Store. Esta disponibilidad permitirá a los usuarios acceder cómodamente a nuestros servicios desde sus dispositivos móviles, mejorando así su accesibilidad y comodidad. La presencia en estas plataformas además nos otorgará una mayor credibilidad y nos facilitará llegar a una audiencia más extensa de usuarios de dispositivos inteligentes.

6.4. Relación con los clientes

Los clientes tienen expectativas de que creemos relaciones estrechas y adaptadas a sus necesidades individuales, proporcionando un servicio en el que cumpla con lo que ellos buscan. Además de sentirse apreciados e informados, deseando que estemos accesibles para abordar sus dudas y necesidades, considerar sus ideas y recibir sus opiniones de manera constante. Esto

implica no sólo mantenerlos al día de la situación actual de su progreso en la aplicación móvil, sino también anticipar sus requerimientos futuros y proporcionar soluciones proactivas para garantizar su satisfacción a largo plazo.

6.5. Actividades clave

6.5.1. Creación de la aplicación fomentará hábitos saludables mediante un calendario interactivo que registra tu historial diario de consumo de snacks. Aquí podrás detallar qué galleta consumiste y dónde la reciclaste, además de acceder a información relevante sobre el producto. Al optar por galletas dentro del rango de 1 a 3, ganarás más puntos para obtener un mayor retorno de cashback. Después de la primera semana de registro, recibirás recomendaciones personalizadas para mejorar tus hábitos de consumo en las siguientes semanas. Además, la aplicación proporcionará un seguimiento personalizado adaptado a tu ritmo, incentivándote a mantener hábitos de consumo más responsables a lo largo del tiempo.

6.5.2. Desarrollar una aplicación móvil que promueva hábitos saludables entre los usuarios. La aplicación incluirá un calendario interactivo para registrar el consumo diario de snacks, ofreciendo información detallada sobre los productos y recompensando a los usuarios por opciones más responsables. Además, se proporcionará un seguimiento personalizado para fomentar la continuidad en el tiempo de estos hábitos.

6.5.3. Por último, se desarrollarán estrategias de marketing para posicionar la aplicación en el mercado y llegar a su público objetivo de manera efectiva. Esto incluirá la promoción de la venta de productos alimenticios próximos a caducar, así como la búsqueda activa de nuevas

tiendas de conveniencia interesadas en afiliarse. Además, se utilizarán las redes sociales para difundir información sobre promociones, descuentos y eventos relacionados con la empresa. Asimismo, se explorará la colaboración con influencers para amplificar el alcance de la marca y se buscará asesoramiento especializado en la creación de hábitos saludables para garantizar la efectividad de la propuesta de valor de la empresa.

6.6. Recursos clave:

Para garantizar el desarrollo eficiente y exitoso de nuestra aplicación, contaremos con una serie de recursos clave. Utilizaremos herramientas de diseño como Figma, Adobe Illustrator y Photoshop para crear una interfaz atractiva y funcional. Además, aseguraremos una sólida infraestructura tecnológica mediante servidores para alojar la aplicación y una base de datos monitoreada para gestionar la información de manera segura y eficiente.

Para obtener información valiosa sobre nuestros usuarios y sus hábitos de consumo, utilizaremos software de análisis de datos y nos apoyaremos en datos recopilados sobre hábitos de consumo previos. Esto nos permitirá adaptar nuestra aplicación a las necesidades y preferencias de nuestra audiencia de manera efectiva.

En cuanto al desarrollo de la aplicación en sí, utilizaremos software especializado como Visual Studio Code (VSC) versión morada/ Java, lo que nos permitirá crear una aplicación robusta y escalable que cumpla con los más altos estándares de calidad.

Además, contaremos con un equipo de marketing compuesto por Community Manager, Diseñador, Social Media Manager, Content Strategist y Content Creator. Este equipo será fundamental para promocionar nuestra aplicación, generar engagement con los usuarios y crear

una sólida presencia en línea que impulse el crecimiento y la adopción de nuestra aplicación.

6.7. Aliados claves:

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

Se llevarán a cabo alianzas con:

6.7.1. Minimarkets (Tiendas de conveniencia): Proporcionarán un espacio con tachos de basura en sus locales como lugar para reciclar correctamente los envoltorios de snacks, además podrán canjear los cupones que se generen en la aplicación REDNA, con productos que se vendan en la tienda.

6.7.2. Instituciones benéficas (ONG): Con la colaboración de las ONG, se podrá realizar campañas de concientización e informativas sobre la correcta segregación de los envoltorios de snacks, las cuales darán indicaciones y consejos sobre el tema.

6.8. Fuentes de ingresos:

REDNA es una aplicación peruana que promueve hábitos de consumo más responsables y sostenibles entre jóvenes de 18 a 25 años que residen en Lima Metropolitana. A través de un calendario interactivo, REDNA registra el historial diario de consumo de snacks de los usuarios, permitiéndoles detallar qué galletas consumieron y dónde las reciclaron, así como acceder a

información relevante sobre los productos. Algunas de las principales formas en que se obtendrán los ingresos son:

6.8.1 Suscripción Premium:

Se ofrecerá un modelo de suscripción de pago que otorgue a los usuarios acceso ampliado a funciones premium dentro de la aplicación. Esto incluiría contenido exclusivo, herramientas avanzadas de seguimiento de hábitos de consumo y reciclaje, así como atención personalizada para satisfacer sus necesidades específicas.

6.8.2 Publicidad dentro de la app:

Dentro de nuestra aplicación, ofreceremos oportunidades de publicidad para marcas que compartan nuestra visión y enfoque hacia hábitos de consumo responsables y sostenibles. Las marcas interesadas podrán acceder a un espacio publicitario dentro de nuestra aplicación mediante un costo mensual. Esto les permitirá llegar directamente a nuestra audiencia comprometida y consciente, ampliando su visibilidad y promoviendo sus productos de manera efectiva.

6.8.2.1 Venta de productos asociados: Además, facilitaremos la venta de productos asociados en nuestra aplicación, especialmente para marcas que ofrecen galletas nutritivas y alineadas con nuestros valores. Estas marcas tendrán la oportunidad de comercializar sus productos a través de nuestra plataforma, alcanzando a nuestra base de usuarios interesados en adoptar hábitos de consumo más saludables y sostenibles. Esta colaboración beneficiará tanto a las marcas asociadas como a nuestros usuarios, que tendrán acceso a una variedad de opciones de productos saludables y responsables.

6.9. Presupuestos

6.9.1. Gastos Iniciales:

- **Herramientas de diseño:** Se destinará un presupuesto para la adquisición de herramientas de diseño como Figma, Adobe Illustrator y Photoshop, necesarias para el desarrollo del catálogo de WhatsApp y la creación de material gráfico.
- **Servidores para alojar la aplicación:** Se incluirá el costo de contratar servicios de alojamiento web para hospedar la aplicación.
- **Base de datos monitoreada:** Se contempla el costo de implementar y monitorear una base de datos que permita almacenar información relevante sobre los productos y clientes.
- **Software de análisis de datos:** Se destinará un presupuesto para la adquisición de software de análisis de datos que permita obtener información útil para la toma de decisiones.
- **Datos sobre hábitos de consumo:** Se considerará el costo de obtener datos sobre hábitos de consumo que ayuden a personalizar la experiencia del usuario en la aplicación.
- **Software de desarrollo de aplicaciones:** Se incluirá el costo de utilizar software de desarrollo de aplicaciones como Visual Studio Code (VSC) versión morada/ Java para el desarrollo y mantenimiento de la aplicación.
- **Equipo de marketing:** Se destinará un presupuesto para contar con un equipo de marketing compuesto por Community Manager, Diseñador, Social Media Manager, Content Strategist y Content Creator, encargado de promocionar la aplicación en redes sociales y otras plataformas digitales.

6.9.2. 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.

6.9.3. Ingresos Estimados:

- **Publicidad dentro de la aplicación:** Marcas que compartan nuestra visión podrán obtener un espacio de publicidad mediante un costo mensual de S/ 600 en nuestra app.
- **Venta de productos asociados:** Marcas de galletas nutritivas podrán adquirir un espacio de venta en nuestra aplicación para promocionar y vender sus productos, con un ingreso estimado de S/ 750.
- **Subscripción mensual:** Los usuarios podrán suscribirse a nuestra aplicación por una tarifa mensual de S/ 17.50.

7. Resultado

El objetivo principal de este proyecto de innovación fue educar y promover entre los jóvenes de Lima Metropolitana la adopción de un hábito posconsumo adecuado. En relación a ello el presente estudio cumplió satisfactoriamente el reto de innovación puesto que a través de la aplicación “REDNA” se logró generar hábitos de posconsumo de snacks más conscientes e informados dentro de los jóvenes de Lima Metropolitana. Dicho resultado fue analizado a partir de la toma de funcionalidad y testeos de la app, con una muestra cualitativa de 14 jóvenes.

Seguido a esto, con la aplicación de la metodología de diseño del producto y servicio presentado , se demostró que se puede generar soluciones inteligentes por medio de la innovación y la creatividad. Y, por último, con la determinación de la viabilidad del modelo de negocio, se pudo observar todos los ítems pertinentes que se debe analizar para el inicio del proyecto, con la finalidad de que este mismo, sea rentable.

En ese sentido, con respecto al objetivo específicos 1, se puede afirmar “REDNA” aborda diversas necesidades específicas de los consumidores de snacks 18 a 25 años como:

- **Información detallada:** Informa sobre el impacto ambiental de los envases de los snacks y promover opciones de embalaje sostenible, como envases compostables y reciclables, además de indicar dónde desechar los snacks correctamente.
- **Origen y producción:** Detalla el origen de los ingredientes utilizados en los snacks, así como las prácticas de producción y sostenibilidad de las marcas para fomentar la transparencia y la elección informada.
- **Etiquetado claro:** Ayuda a interpretar etiquetas y certificaciones (orgánicas,

comercio justo, etc.) para que los consumidores comprendan mejor las características de los productos y sus implicaciones.

- **Reciclaje y residuos:** Ofrece consejos sobre cómo desechar adecuadamente los envases de snacks y promover prácticas de reciclaje para reducir el impacto ambiental de los residuos generados.
- **Promociones y descuentos:** Incluye ofertas especiales o descuentos en snacks saludables como incentivo para que los usuarios elijan opciones más nutritivas y sostenibles.
- **Comunidad y apoyo:** Facilita la conexión con otros usuarios interesados en hábitos de consumo saludables y sostenibles, permitiendo compartir experiencias, recetas y consejos para una vida más consciente.

Con respecto al objetivo específico 2, se puede concluir que, el software que se utilizará para la aplicación de REDNA , serán los siguientes:

- **Xcode (iOS):** Es el entorno de desarrollo integrado (IDE) para crear la aplicación nativa de iOS.
- **Android Studio (Android):** Para desarrollar aplicaciones nativas de Android.
- **Figma:** Herramienta de prototipado de apps con capacidades colaborativas en tiempo real, lo que facilita el trabajo en equipo en el diseño de la aplicación.

Por último, con respecto al objetivo específico 3, se puede concluir que, “ REDNA” aborda las necesidades específicas de los consumidores de snacks jóvenes al proporcionar información detallada, transparente y educativa sobre el impacto ambiental, el origen de los productos, el etiquetado y el manejo adecuado de residuos, todo ello con el objetivo de promover

a través de incentivos un hábito de posconsumo más consciente y sostenible en este grupo demográfico.

8. Conclusiones

En el contexto mundial de un constante incremento de los residuos sólidos en nuestro planeta, aumentando así la contaminación ambiental, se desató la COVID-19, lo cuál nos llevó a quedarnos en confinamiento indefinido y con ello el incremento del consumo de snacks, dando por consecuencia que en el Perú, que los ciudadanos coman 3.5 kg por persona, anualmente. Esto tuvo implicaciones significativas en términos de generación de residuos, teniendo en cuenta que todos aquellos que tengan indicado en su clasificación de reciclaje el número 7 en el triángulo de Moëbius, son poco probables de ser reciclados, por mencionar que imposible. En este contexto, nuestro proyecto “REDNA” se desarrolla como iniciativa comprometida a abordar el problema de la falta de información sobre el correcto reciclaje de residuos generados por los envoltorios de snacks mediante la creación de una aplicación móvil intuitiva y 100% personalizada al comportamiento del usuario, que implica no solo indicar cómo reciclar, sino que también busca impulsar al usuario a mantener un hábito de posconsumo responsable al premiar y reconocer su compromiso con el medio ambiente. Asimismo, con un previo testeo de la aplicación, comprobamos que los jóvenes están dispuestos a participar de actividades y repetirlas si estas prometen tener cambios positivos en su comportamiento, incluyendo algún tipo de recompensa y dicen mejorar su futuro a largo plazo. Para finalizar, “REDNA” destaca su compromiso con el medio ambiente, demostrando ser una solución innovadora para implementar como algo habitual en los peruanos la reducción de impacto ambiental asociado con la generación de residuos por los envoltorios de snacks, haciendo un llamado de atención a las grandes empresas que se preocupan más por generar ganancias que por el impacto que tiene en el ambiente el que sigan produciendo productos que son imposibles de reciclar, impidiendo así la economía circular.

8. Bibliografía

Alvarez Mantilla, A. J. (2021). Diseño de aplicativo móvil para reducir el desperdicio alimentario en los hogares de Lima Metropolitana y contrarrestar el incremento del índice de inseguridad alimentaria. USIL [Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la USIL. https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/795e610d-bd6b-4fde-ba1f-48b421830743

Cascante, M. S. (2023). La Generación Centennial y su Poder de Influencia en hábitos de consumo y compra: The Centennial´s Generation and It´s Influence, In the Consumption Habits and Purchase. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales Y Humanidades, 4(2). https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.713

Choque Gómez, L. A. E., & Coronel Díaz, E. S. (2018). Propuesta de producción de snacks saludables de frutos liofilizados life snack para estudiantes de la Escuela de Ingeniería Industrial de la Universidad Ricardo Palma. URP [Tesis para optar el título profesional, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio de URP. https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/1968

Cuba Rodríguez, N., & Ibrahim Muaqqat, S. W. (2020). Impacto del etiquetado de los octógonos en el comportamiento del consumidor en Lima Metropolitana en el 2020. USIL [Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la USIL. https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/4d23c3cf-f394-4ee3-8f84-d30b0c7ba850

Miyashiro, M. J. K. (2023). *Descripción del funcionamiento del Banco de Alimentos Perú. Desde El Sur*, 15(4). https://doi.org/10.21142/DES-1504-2023-0057

Peña Vélez, N., & Campano Jiménez, J. C. (2020). Estrategias de responsabilidad social ambiental en la experiencia de consumo de snacks en los estudiantes de las universidades de la ciudad de Pereira. UCP [Trabajo de grado para optar el título profesional, Universidad Católica de Pereira]. Repositorio de la UCP. https://repositorio.ucp.edu.co/handle/10785/6227

Ramirez Londoño, J. E., Zambrano Barraza, Y. R., & Alonso Ardila, M. A. (2024, February 15). Empaques ecofritos- soluciones sostenibles para el sector de frituras. Universidad EAN [Proyecto de Grado, Universidad EAN]. Repositorio de la Universidad EAN. https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/13336

Ruiz, G. G., & Graciela, S. (2022). Análisis estratégico sobre el sector de snacks dulces y salados en Perú. PUCP [Trabajo de investigación para la obtención del grado de Bachiller, Pontifica Universidad Católica del Perú]. Repositorio de Tesis PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio//handle/20.500.12404/21714