ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Feria Viva SJL: Una propuesta comunitaria de intercambio barrial para promover la alimentación saludable y el consumo responsable en el distrito de San Juan de Lurigancho.

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN ARQUITECTURA DE INTERIORES

PRESENTADA POR

Nicole del Pilar Córdova Arrese
DNI: 70884300, Perú

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADA POR

Yamile Shantal Aliaga Quispe
DNI: 76041424, Perú

ASESOR

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
DNI: 43685292 , Perú

JURADO

José Francisco Elías Rojas Acevedo
María del Carmen Farfán
José Alberto Vidaurre Arévalo

Lima, Setiembre 2025

Proyecto FERIA VIVA SJL_Innovacion_APA.docx.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:492114099

Submission Date
Sep 5, 2025, 12:16 AM GMT-5

Download Date
Sep 9, 2025, 9:48 AM GMT-5

File Name
Proyecto FERIA VIVA SJL_Innovacion_APA.docx.pdf

File Size
409.7 KB

22 Pages

4,944 Words

29,555 Characters

11% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

4% Internet sources
0% Publications
11% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

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

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

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Feria Viva SJL: una propuesta comunitaria de intercambio barrial para promover la alimentación saludable y el consumo responsable en el distrito de San Juan de Lurigancho.

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores y Publicidad y Marketing.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El presente proyecto propone la implementación de **"Feria Viva SJL"**, una feria barrial de intercambio de productos en San Juan de Lurigancho, como una estrategia de innovación social que busca mejorar el acceso a alimentos frescos, saludables y de bajo costo. El proyecto surge como respuesta a los problemas que enfrentan los vecinos, tales como la dificultad para equilibrar precio y calidad de los alimentos, la ausencia de ferias saludables en la zona y la aglomeración de personas en los mercados tradicionales.

La propuesta se estructura en torno a un espacio comunitario organizado en sectores (verduras, frutas, tubérculos, hierbas, productos procesados caseros, talleres y juegos para niños), donde los vecinos podrán intercambiar productos de manera justa y sostenible. Además, se incorporan actividades complementarias como charlas y talleres de nutrición, reciclaje y consumo responsable, fortaleciendo el tejido social del barrio.

El objetivo principal es **crear un modelo replicable de feria barrial de intercambio**, que promueva la alimentación saludable, el consumo consciente y la organización comunitaria, mejorando la calidad de vida de las familias participantes.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El proyecto se desarrolla en **San Juan de Lurigancho**, distrito con gran diversidad cultural y fuertes lazos comunitarios, donde las amas de casa como **Gladys Choque Condori** cumplen un papel clave en la alimentación familiar. Gladys acude casi a diario al mercado

para asegurar la frescura de los alimentos, pero enfrenta retos como la falta de acceso directo a productores, la ausencia de ferias saludables, la inestabilidad de precios y las aglomeraciones que dificultan la compra.

La propuesta busca crear un sistema de abastecimiento cercano y confiable que combine la confianza de los mercados tradicionales con la garantía de productos frescos, saludables y a precios justos. Con ello, se pretende mejorar la calidad de vida de las familias, fortalecer la economía local y fomentar un consumo más responsable y sostenible.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

¿Qué está ocurriendo?, Causa: ¿A qué se debe?, Consecuencia: ¿Qué efectos adversos genera?

Impacto ambiental (ODS)

En San Juan de Lurigancho, muchas familias, como la de Gladys Choque Condori, enfrentan dificultades para acceder de manera constante a alimentos frescos, saludables y a precios justos. La compra diaria en mercados locales es la principal opción, pero la ausencia de canales directos con productores, la falta de ferias saludables, la inestabilidad de precios y la aglomeración en horarios pico limitan la capacidad de elección y encarecen la canasta familiar. Esta situación obliga a priorizar precio sobre calidad, afectando la nutrición y contribuyendo a la inseguridad alimentaria. Vinculado al **ODS 2: Hambre Cero**, el problema no solo impacta la salud y bienestar de la población, sino que también genera desperdicio de alimentos, reduce el ingreso de pequeños productores y perpetúa desigualdades en el acceso a una alimentación adecuada.

2.2 Población beneficiaria

El proyecto beneficiará principalmente a **familias de barrios populares** como San Juan de Lurigancho, Villa El Salvador y Comas, con especial atención a **niños y adultos mayores**

en situación de vulnerabilidad. También favorecerá a **pequeños productores locales y agricultores urbanos**, así como a **bodegueros y comerciantes** que podrán acceder a canales de abastecimiento más directos y justos. Se suman **organizaciones vecinales**, **municipalidades**, **ONGs y programas sociales** enfocados en seguridad alimentaria. De manera indirecta, se beneficiarán **plataformas digitales de venta**, **entidades del gobierno central**, **supermercados y mercados mayoristas**, así como **medios de comunicación, investigadores** y **empresas de logística**, contribuyendo a un sistema alimentario más equitativo, sostenible y eficiente.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo General

Garantizar el acceso de familias de sectores populares a alimentos frescos, saludables y a precios justos, mediante un sistema de abastecimiento directo con productores, en línea con el **ODS 2: Hambre Cero**.

Objetivos Específicos

1. Implementar un canal de comercialización directa entre pequeños productores y consumidores de zonas urbanas populares.
2. Reducir los costos y tiempos de distribución para mejorar la accesibilidad a productos frescos.
3. Promover hábitos de consumo saludables en las familias beneficiarias.
4. Fortalecer la economía local mediante el apoyo a agricultores y comerciantes de la zona.
5. Contribuir a la reducción del desperdicio de alimentos y a un sistema alimentario más sostenible.

2.4 Marco referencial

Las experiencias de ferias barriales y sistemas de trueque comunitario en América Latina se han consolidado como mecanismos de **economía solidaria y resiliencia comunitaria**. En Argentina, los denominados *clubes de trueque* permitieron a miles de familias afrontar la crisis económica de los años 90, generando circuitos alternativos de intercambio de bienes y servicios sin necesidad de dinero (Hintze, 2003). En Colombia, las “ferias campesinas” han impulsado la venta directa de productos agrícolas, reduciendo la intermediación y garantizando un precio justo tanto para productores como consumidores (Torres & Suárez, 2019).

En el caso peruano, existen experiencias de **bioferias y mercados agroecológicos**, principalmente en distritos de clase media de Lima, como Miraflores o Surco, donde se promueve la venta directa de productos orgánicos (Altamirano, 2015). Sin embargo, estos espacios aún no han sido replicados de manera sostenida en distritos populosos como San Juan de Lurigancho, lo que evidencia una brecha en términos de **acceso equitativo a alimentos frescos y saludables**.

San Juan de Lurigancho (SJL) es el distrito más poblado del Perú, con aproximadamente 1.2 millones de habitantes (INEI, 2023). A pesar de su dinamismo económico, presenta retos significativos relacionados con el acceso a alimentos de calidad. Estudios sobre seguridad alimentaria en Lima han señalado que los hogares de distritos periféricos, como SJL, enfrentan **inseguridad alimentaria moderada y severa** debido a la dependencia de mercados informales, la variación de precios y la ausencia de espacios de comercialización directa con agricultores (FAO, 2020; Chiriboga, 2021).

Asimismo, los mercados tradicionales presentan dos problemas principales: **la aglomeración de personas**, que dificulta la compra en condiciones de comodidad y seguridad, y la falta de variedad de productos frescos cuando se acude en horarios de baja concurrencia (Gonzales, 2022). Esta situación genera una **paradoja de acceso** que afecta

sobre todo a mujeres responsables de las compras familiares, quienes deben equilibrar entre precio, calidad y tiempo disponible.

2.5 Proceso creativo y experimentos

El proceso creativo del proyecto **"Feria Viva SJL"** se desarrolló en fases iterativas, caracterizadas por la exploración, la co-creación y la retroalimentación constante con los vecinos y vecinas del distrito.

1. Identificación del problema y la inspiración inicial

El proyecto nació de la necesidad observada en las experiencias cotidianas de las familias de San Juan de Lurigancho, quienes deben equilibrar entre **precio y calidad** al momento de adquirir productos frescos. En muchos casos, la población no tiene acceso directo a productores locales ni a espacios comunitarios saludables, dependiendo de mercados tradicionales saturados.

A partir de entrevistas exploratorias y relatos como el de *Rosa Huamán y el de Kassandra Macedo*, se identificó un patrón común: el deseo de contar con **alternativas locales, accesibles y confiables** de consumo.

2. Ideación y generación de alternativas

Durante la etapa de ideación, el equipo revisó experiencias de ferias campesinas, bioferias y circuitos de trueque en América Latina. Estas referencias fueron adaptadas al contexto urbano-popular de SJL, considerando las dinámicas vecinales, la disponibilidad de espacios públicos y los recursos comunitarios.

Las primeras alternativas incluyen: ferias de intercambio, mercados de productores y ferias mixtas con actividades culturales y educativas.

3. Prototipado y experimentación basados en encuestas

El prototipo de la feria se diseñó tomando como base principal los **resultados de las encuestas realizadas a los vecinos**. Estas encuestas revelaron:

- Los **horarios preferidos** para asistir (mañanas de fin de semana).
- Los **productos más demandados** (frutas, verduras frescas, granos y alimentos preparados saludables).
- El **interés en actividades complementarias** (talleres de nutrición, espacios para niños y charlas de reciclaje).
- La **importancia de precios accesibles** y la transparencia en la procedencia de los productos.

Con esta información se validó la pertinencia de organizar una **feria barrial en parques y losas deportivas**, y se estructuró un plan piloto.

La feria piloto se convirtió en un espacio para observar directamente cómo respondía la comunidad, **contrastando lo declarado en las encuestas con el comportamiento real**. Este cruce de información permitió refinar la logística (ubicación de puestos, señalización y flujo de personas) y confirmar que las necesidades expresadas por los vecinos se alineaban con su experiencia práctica.

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El perfil de los usuarios (vecinos y vecinas de San Juan de Lurigancho) se obtuvo a partir de encuestas, entrevistas breves y observación participante en mercados y espacios comunitarios.

Principales características:

- **Edad predominante:** adultos entre 25 y 55 años, en su mayoría mujeres responsables de la compra familiar.
- **Ocupación:** trabajadores informales, comerciantes, amas de casa y empleados con tiempo limitado.
- **Ingresos:** nivel medio–bajo, lo que refuerza la importancia de precios accesibles.

- **Rutinas de compra:** se abastecen en mercados locales, bodegas y en menor medida en supermercados.
- **Motivaciones principales:**
    - Acceder a productos **frescos y saludables**.
    - Ahorrar tiempo y dinero en el abastecimiento.
    - Contar con un espacio **cercano y seguro** para hacer las compras.
- **Dolores detectados:**
    - Dilema constante entre precio y calidad.
    - Saturación y aglomeración en los mercados.
    - Poca transparencia en la procedencia de los productos.
    - Ausencia de espacios de compra que también fomenten la **convivencia comunitaria**.

De la sistematización de encuestas y observaciones se identificaron los siguientes **insights clave**:

1. **El precio no lo es todo:** Los vecinos no siempre buscan lo más barato, sino un **equilibrio entre costo y frescura**.
2. **El tiempo es un recurso escaso:** Prefieren espacios de compra que **reduzcan la necesidad de desplazarse lejos** y que ofrezcan todo en un mismo lugar.
3. **El mercado agota:** La saturación y el desorden en mercados tradicionales son un **factor de estrés** que afecta la experiencia de compra.
4. **Deseo de comunidad:** Existe una demanda latente por **espacios barriales seguros**, donde además de comprar se pueda **socializar, aprender y disfrutar en familia**.
5. **Confianza en lo local:** Los vecinos valoran conocer la procedencia de los productos y generar vínculos directos con productores o vecinos emprendedores.
6. **Interés en actividades adicionales:** No solo se busca abastecimiento, sino también **talleres prácticos, charlas educativas y juegos infantiles**, lo que convierte la feria en una experiencia integral.
7. **Disponibilidad a participar:** La comunidad mostró apertura a involucrarse en la organización y a contribuir con ideas, voluntariado o difusión.

2.5.2 Información sobre el Mercado

1. Oportunidad de mercado

El distrito de **San Juan de Lurigancho (SJL)** concentra más de un millón de habitantes, siendo uno de los distritos más poblados de Lima. Esta densidad poblacional genera una **alta demanda de productos de consumo diario**, especialmente alimentos frescos como frutas, verduras y abarrotes. Sin embargo, gran parte de esta demanda se atiende a través de mercados tradicionales y bodegas locales que presentan problemas de **saturación, poca transparencia en la procedencia de los productos y ausencia de espacios comunitarios organizados**. La **feria barrial** se plantea como una oportunidad para responder a estas limitaciones ofreciendo **productos frescos, saludables y de origen local**, al mismo tiempo que se convierte en un espacio de integración vecinal.

2. Competencia

El principal competidor lo constituyen los **mercados de abasto tradicionales**, que concentran la mayor parte de las compras familiares. También existen ferias itinerantes y supermercados en zonas específicas del distrito. Sin embargo, los mercados tradicionales enfrentan **problemas de aglomeración, higiene y seguridad**, mientras que los supermercados no resultan accesibles para gran parte de la población debido a sus precios y ubicación. La **diferenciación del proyecto** radica en ofrecer un modelo de feria con **espacios sectorizados, actividades complementarias (talleres, charlas, juegos para niños) y mecanismos de intercambio de productos**, lo que lo posiciona no solo como un espacio de compra, sino como un **centro comunitario integral**.

3. Barreras de entrada

- **Logística y permisos municipales:** se requiere coordinación con la municipalidad y juntas vecinales para disponer de espacios públicos.
- **Sostenibilidad económica:** la feria debe equilibrar los costos operativos con los ingresos generados por los puestos y actividades.
- **Confianza del consumidor:** es necesario construir credibilidad respecto a la calidad y origen de los productos.
- **Competencia informal:** los mercados y vendedores ambulantes ya instalados pueden ver la feria como una amenaza y generar resistencia.

4. Alcance esperado

Se proyecta que la feria pueda **instalarse periódicamente (semanal o quincenal)** en distintos sectores del distrito, con un alcance inicial de entre **300 a 500 familias por evento**, y con la posibilidad de escalar hacia una **red de ferias barriales interconectadas en diferentes zonas de SJL**. A mediano plazo, se espera que la feria se convierta en un **referente distrital de consumo responsable y sostenible**.

5. Mercado objetivo del producto

El mercado objetivo está constituido principalmente por:

- **Familias de ingresos medios y bajos**, que buscan **ahorrar en precios sin sacrificar calidad**.
- **Mujeres jefas de hogar**, encargadas de la compra familiar.
- **Adultos jóvenes y padres de familia**, interesados en productos frescos y en un ambiente seguro para sus hijos.
- **Vecinos con interés en actividades comunitarias**, que valoran no solo el abastecimiento, sino también el aprendizaje y la integración social.

6. Demanda potencial en el mercado/segmento

Considerando que más del **80% de la población de SJL compra regularmente en mercados locales**, la demanda potencial es **alta y sostenida**. La feria barrial podría captar inicialmente un **10% de ese mercado**, equivalente a varios miles de consumidores recurrentes en función de la periodicidad de los eventos. Además, el **interés mostrado en las encuestas** revela disposición a participar activamente, tanto como compradores como oferentes (vecinos que aportan productos o servicios), lo que amplía el alcance y fortalece la viabilidad del proyecto.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor Concepto planteado: Clasificación o categoría, características, contexto.

La propuesta de valor se construye a partir de las necesidades de los usuarios como Gladys, quienes enfrentan dilemas cotidianos entre precio, calidad y accesibilidad de productos frescos en mercados tradicionales.

Definición:

> **"Las ferias barriales en San Juan de Lurigancho ofrecen un espacio comunitario organizado que garantiza productos frescos, seguros y a precios accesibles, permitiendo a las familias ahorrar, evitar inseguridad sobre la calidad y reducir el estrés de la compra en mercados tradicionales. Al integrar intercambio de productos, venta directa y actividades educativas y recreativas, se asegura la variedad y calidad en la alimentación sin necesidad de gastar más dinero, fortaleciendo además la cohesión vecinal y el consumo responsable."**

Características de la propuesta de valor

1. **Ahorro económico:** permite comprar o intercambiar productos a precios justos y competitivos, reduciendo gastos familiares.
2. **Calidad confiable:** productos locales, frescos y con trazabilidad, reduciendo la incertidumbre sobre el origen.
3. **Accesibilidad y conveniencia:** espacios sectorizados (frutas, verduras, talleres, juegos) que facilitan la experiencia de compra en un solo lugar.
4. **Variedad garantizada:** oferta amplia y planificada que evita la escasez por horarios y asegura disponibilidad constante.
5. **Experiencia comunitaria:** actividades culturales, charlas y talleres que convierten la feria en un espacio social y educativo.
6. **Sostenibilidad:** fomenta la economía circular mediante intercambio, reducción de desperdicios y promoción del consumo consciente.
7. **Seguridad y organización:** un entorno menos aglomerado que los mercados tradicionales, con recorridos claros y gestión comunitaria.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

1. Características físicas y digitales del servicio

1. **Físicas**:

    a. Espacios delimitados y señalizados (verduras, frutas, legumbres, talleres, juegos para niños, charlas).

    b. Material gráfico: guías impresas, señalética, afiches y flyers.

    c. Estaciones interactivas con toldos y mesas para exposición de productos.

    d. Punto de información/recepción para registro y orientación.

    e. Zona de logística (almacenamiento temporal de productos).

    f. Espacios de convivencia (sillas, sombra, puntos de agua).

2. **Digitales**:

    a. Grupo de WhatsApp oficial *"Feria Viva SJL"* para recordatorios, comunicación y feedback.

    b. Redes sociales (Facebook/Instagram) con fotos de eventos, próximos cronogramas y difusión.

    c. Formularios digitales de inscripción y encuestas posteriores.

    d. QR en los flyers para acceder a la guía digital del recorrido y calendario.

2. Mecánica del servicio

1) **Antes**:

    a) Difusión por redes sociales, afiches y grupos digitales.

    b) Registro de participantes y productos que ofrecerán.

    c) Preparación de espacios físicos y guías impresas.

2) **Durante**:

    a) Recepción y orientación a los usuarios con un mapa-guía.

    b) Intercambio de productos de forma directa y transparente.

    c) Participación en talleres, charlas o actividades recreativas.

    d) Monitoreo de voluntarios para guiar y resolver dudas.

3) **Después**:

    a) Registro de feedback en encuestas digitales y presenciales.

b) Publicación de fotos y mensajes de agradecimiento en redes sociales y WhatsApp.

c) Ajustes logísticos y mejoras para próximas ediciones.

2.5.5 Modelo de Negocio

Modelo de Negocio – Feria Viva SJL

1. Tipo de modelo

- **Colaborativo y comunitario**, basado en el trueque/intercambio como núcleo principal, complementado con aportes voluntarios y actividades económicas sostenibles (talleres pagos, microemprendimientos barriales).
- Se orienta hacia la **economía solidaria**, con foco en generar valor social y ambiental más que solo económico.

2. Propuesta de valor

- Permitir que los vecinos accedan a **productos frescos, variados y de calidad** sin gastar más dinero.
- Reducir inseguridad en los precios y fortalecer la confianza comunitaria.
- Ofrecer experiencias complementarias (talleres, charlas, actividades culturales) que enriquecen la vida barrial.

3. Clientes / Usuarios

- Familias de San Juan de Lurigancho que buscan alternativas económicas para su alimentación.
- Agricultores y pequeños productores locales que deseen dar salida a sus productos.
- Emprendedores barriales con productos caseros o artesanales.

4. Fuentes de ingresos / sostenibilidad

- **Aportes solidarios**: cuotas simbólicas para la organización logística (materiales, señalización, toldos).

- **Servicios complementarios**: talleres de cocina saludable, agricultura urbana, manualidades (con entradas simbólicas o gratuitas con aporte voluntario).
- **Microemprendedores**: venta de productos procesados caseros (ej. mermeladas, pan, encurtidos).
- **Apoyo institucional**: financiamiento o patrocinio de municipalidad, ONGs o empresas locales responsables.

Forma de Comercialización

1. **Intercambio directo (trueque):**
    - Los vecinos llevan productos (verduras, frutas, hierbas, tubérculos, etc.) y los intercambian sin dinero.
2. **Aportes mixtos:**
    - Algunos productos o talleres pueden requerir aportes simbólicos (monetarios o en especie) para asegurar continuidad.
3. **Difusión y captación de participantes:**
    - Flyers impresos en mercados y barrios.
    - Grupo oficial de WhatsApp (*Feria Viva SJL*) para convocatorias y recordatorios.
    - Publicación en redes sociales con testimonios y fotos de experiencias.
4. **Circuito de participación:**
    - **Antes:** registro de productos y promoción.
    - **Durante:** intercambio guiado con mapa sectorizado y actividades educativas.
    - **Después:** comunicación en digital con agradecimientos, próxima fecha y mejoras.

2.5.6 Resultados esperados

Cuando la propuesta de **Feria Viva SJL** entre en contacto con el mercado y los usuarios, el resultado ideal será:

- **Alta aceptación comunitaria:** los vecinos adoptan la feria como una alternativa confiable para abastecerse de productos frescos, diversos y accesibles, reduciendo su dependencia de mercados tradicionales con precios fluctuantes o sobrepoblados.

- **Confianza y cohesión social:** los intercambios y talleres fortalecen lazos entre vecinos, creando una red de apoyo mutuo que fomenta la economía solidaria.

- **Beneficios tangibles en la alimentación:** las familias, como el arquetipo de Gladys, logran mejorar la calidad de su dieta sin aumentar sus gastos, lo que repercute en salud y bienestar.

- **Crecimiento sostenible:** al probarse exitoso, el modelo genera interés en otros barrios, lo que permite escalar la iniciativa y atraer apoyos institucionales (municipalidad, ONGs, empresas responsables).

- **Triple impacto positivo:**
    - **Económico:** ahorro en el gasto familiar y nuevas oportunidades para microemprendedores locales.
    - **Social:** participación activa, integración barrial y mayor confianza en los vecinos.
    - **Ambiental:** menor desperdicio de alimentos y promoción del consumo local.

En resumen, el resultado ideal es que la feria se convierta en un **servicio sostenible, comunitario y replicable**, que transforma la experiencia de consumo de los vecinos y fortalece la identidad barrial en San Juan de Lurigancho.

2.5.7 Prototipos desarrollados

2.5.8 Experimentos

Durante el proceso de prototipado de la **Feria Viva SJL**, se realizaron principalmente **encuestas presenciales y digitales** con vecinos de San Juan de Lurigancho, así como entrevistas en profundidad con comerciantes locales de frutas y verduras. También se diseñaron materiales de comunicación (afiches, guías impresas y simulaciones de mensajes vía WhatsApp) que fueron mostrados a los usuarios para evaluar la claridad del servicio.

Las dinámicas presenciales en el mercado permitieron captar percepciones directas sobre disponibilidad, confianza y disposición a participar en ferias barriales. Por otro lado, los testeos digitales en grupos de mensajería simulados permitieron explorar cómo se daría la interacción comunitaria y la difusión de información entre vecinos.

Resultados y validación de hipótesis

- **Hipótesis 1: Los vecinos estarían dispuestos a participar en ferias barriales si ofrecen productos frescos y a buen precio.**

  Validada: más del 80% de encuestados manifestó disposición a participar semanal o quincenalmente.

- **Hipótesis 2: La feria debe incluir no solo intercambio de alimentos frescos, sino también actividades complementarias.**

  Validada parcialmente: la mayoría señaló interés en talleres y juegos para niños, aunque un 25% indicó que priorizaría solo el abastecimiento de alimentos.

- **Hipótesis 3: La comunicación digital (WhatsApp) puede ser un canal clave para coordinar y fidelizar a los usuarios.**

Validada: los prototipos de pantallazos mostraron buena recepción, destacando la utilidad de recordatorios y agradecimientos comunitarios.

Métricas y hallazgos

- **Frecuencia preferida de participación:** 55% cada semana, 30% cada 15 días, 15% una vez al mes.
- **Días más convenientes:** sábado y domingo, con horario preferente en la mañana (8 a.m. a 12 p.m.).
- **Productos con mayor demanda:** verduras (90%), frutas (85%) y tubérculos (60%).

- **Interés en productos procesados caseros:** 65% respondió “Sí” o “Tal vez”.
- **Nivel de validación global:** alto, ya que los hallazgos coinciden con la problemática detectada (precio, calidad y aglomeración en mercados) y muestran que la feria barrial es percibida como una solución viable y atractiva.

En conclusión, las pruebas y validaciones demuestran que existe una **demanda potencial fuerte y sostenida**, y que el modelo de feria barrial cuenta con una buena aceptación social, siempre que se cuide la logística, la comunicación clara y la diversidad de productos.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

Resumen del Proyecto – Feria Viva SJL

Descripción de la solución innovadora

La **Feria Viva SJL** es una propuesta de innovación social que busca garantizar el acceso a alimentos frescos, saludables y a precios justos en San Juan de Lurigancho, a través de ferias barriales organizadas por y para la comunidad.

La **propuesta de valor** consiste en ayudar a familias como la de *Gladys* a reducir gastos, evitar inseguridades sobre la calidad de los productos, aprovechar mejor los recursos y fomentar la alimentación saludable, mediante un sistema colaborativo de intercambio y venta directa de alimentos.

El **modelo de negocio** se basa en la organización de ferias periódicas en puntos estratégicos del distrito, con un esquema mixto de trueque e intercambio solidario, venta directa a precios accesibles y actividades complementarias (talleres, charlas, juegos infantiles).

Sostenibilidad del Proyecto

- **Económica:** genera ahorro familiar, fomenta microemprendimientos locales y promueve la compra directa al productor o comerciante.
- **Social:** fortalece la confianza comunitaria, promueve la participación vecinal y el trabajo colaborativo.

- **Ambiental:** reduce desperdicio de alimentos y fomenta el consumo local y de temporada.

Plan de actividades

- **Nueva iteración:** ajustar la logística de horarios, espacios y comunicación en base a los resultados de las encuestas.
- **Réplica:** implementar el modelo en otros barrios de San Juan de Lurigancho con la misma metodología de validación comunitaria.
- **Masificación:** escalar el proyecto hacia otros distritos de Lima mediante alianzas con municipalidades, ONGs y redes vecinales, consolidando la marca *Feria Viva*.

Recursos necesarios

- **Humanos:** equipo organizador (voluntarios, líderes vecinales), facilitadores de talleres, coordinadores logísticos y de comunicación digital.
- **Materiales:** toldos, mesas, señalética impresa, guías de usuario, equipos de sonido para talleres, mobiliario básico.
- **Tecnológicos:**
    - Software de comunicación (WhatsApp).
    - Herramientas de gestión (Excel, Google Forms para encuestas).
    - Desarrollo de materiales gráficos y audiovisuales (diseño de afiches, logo, contenidos digitales).

En síntesis, la Feria Viva SJL es una **solución innovadora, sostenible y escalable** que responde a necesidades reales de acceso alimentario y fortalece la cohesión social en barrios populares de Lima.

III. Estimación de costos

CÁLCULO	INVERSIONES				
	Materiales	**Cantidad**	**Precio**	**Total sin IGV**	**otal con IG**
	Toldos o carpas	6	200	1,200	1,416
	Mesas plegables	12	100	1,200	1,416
	Sillas	40	30	1,200	1,416

	Separadores	7	130	910	1,074
	Señalética para sectorizar	14	15	210	248
	Guía del usuario (banner)	4	120	480	566
	Flyers y afiches	300	0.5	150	177
	Pizarras acrílicas	10	30	300	354
	Parlante o megáfono	2	150	300	354
	Bolsas de telas	100	2.5	250	295
	Hojas de registro	50	0.1	5.0	5.9
	Guantes, mandiles y gorros (kits)	30	15	450	531
	Alcohol en gel	10	10	100	118
	Tachos de residuos	6	50	300	354
	Extintores y botiquines	2	150	300	354
	Equipo de sonido	3	300	900	1,062
	Materiales de talleres (kits)	20	30	600	708
	Contenedores de almacenamiento	15	30	450	531
	TOTAL			**S/. 9,305**	**S/. 10,980**

IV. Conclusiones y recomendaciones

Hallazgos

1. **Necesidades de la población**: La población de San Juan de Lurigancho enfrenta dificultades para acceder a alimentos frescos, saludables y a precios justos, debido a la saturación de mercados tradicionales, variabilidad de precios y falta de ferias saludables.

2. **Preferencias de los usuarios**: Los vecinos valoran productos frescos y de calidad, accesibilidad en tiempo y ubicación, espacios organizados y actividades complementarias como talleres y juegos infantiles.

3. **Aceptación comunitaria**: Más del 80% de los encuestados está dispuesto a participar en la feria semanal o quincenalmente, demostrando interés en intercambiar productos y participar activamente en la organización.

4. **Factibilidad del modelo**: El prototipo validó que la feria barrial puede ser percibida como una alternativa confiable, sostenible y replicable, integrando trueque, venta directa y actividades educativas.

5. **Impacto potencial**: La feria contribuye a mejorar la nutrición, fortalecer la economía local, reducir desperdicios y fomentar la cohesión social, alineándose con los ODS 2 (Hambre Cero) y 12 (Producción y Consumo Responsable).

Conclusiones

1. La **Feria Viva SJL** responde de manera efectiva a la necesidad de acceso a alimentos frescos y saludables en barrios populares, ofreciendo un modelo innovador de intercambio comunitario.

2. La integración de actividades complementarias (talleres, charlas, juegos) aumenta el valor social del proyecto y fomenta la participación activa de la comunidad.

3. El modelo de negocio colaborativo, basado en trueque y microemprendimientos locales, demuestra viabilidad económica y social, siendo escalable a otros barrios y distritos.

4. La comunicación digital (WhatsApp, redes sociales) es clave para la coordinación, fidelización y retroalimentación continua de los usuarios.

5. El proyecto contribuye de manera significativa a la seguridad alimentaria, fortaleciendo el tejido social y promoviendo hábitos de consumo saludables.

Recomendaciones

1. Mantener un **monitoreo constante de precios, disponibilidad y frescura de los productos**, asegurando confianza y transparencia.

2. Fortalecer la **comunicación digital**, optimizando grupos de WhatsApp y redes sociales para la difusión de eventos, recordatorios y encuestas de satisfacción.

3. Implementar **programas de capacitación** para voluntarios y productores, asegurando la correcta gestión de la feria y calidad de los productos.

4. Evaluar la posibilidad de **diversificar productos y servicios**, incorporando alimentos procesados caseros, manualidades o talleres adicionales, según la demanda de los vecinos.

5. Establecer alianzas estratégicas con municipalidades, ONGs y empresas locales para garantizar sostenibilidad financiera y expansión del proyecto.

Próximos pasos

1. Ejecutar **nuevas interacciones de la feria** ajustando logística de horarios, distribución de espacios y comunicación según resultados de encuestas previas.

2. Implementar **pilotos en otros sectores de SJL**, evaluando la replicabilidad del modelo comunitario.

3. Diseñar un **plan de escalamiento a otros distritos**, considerando recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios.

4. Establecer un **sistema de retroalimentación continua**, recopilando opiniones de participantes y ajustando la oferta según necesidades emergentes.

Monitoreo y seguimiento

1. **Indicadores de participación**: Número de familias asistentes, frecuencia de participación, niveles de satisfacción y retorno de usuarios.
2. **Indicadores de impacto**: Reducción de gastos en alimentos, aumento de consumo de productos frescos y saludables, disminución de desperdicio de alimentos.
3. **Evaluación de sostenibilidad**: Análisis periódico de costos operativos, ingresos de talleres y microemprendimientos, y aportes institucionales.
4. **Seguimiento comunitario**: Reuniones con líderes vecinales y voluntarios, revisión de logísticas de cada feria y resolución de problemas operativos.
5. **Retroalimentación digital**: Encuestas post-evento, comentarios en redes sociales y WhatsApp para ajustar futuras ediciones.

V. Referencias

Altamirano, M. (2015). *Bioferias y mercados saludables en Lima Metropolitana: Una aproximación a las prácticas de consumo responsable*. Universidad del Pacífico.

Chiriboga, M. (2021). *Seguridad alimentaria y acceso a mercados en el Perú urbano popular*. CEPAL.

Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria: El trabajo antes que el capital*. Ediciones Abya-Yala.

FAO. (2019). *Sistemas alimentarios sostenibles: Conceptos y marcos de acción*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

FAO. (2020). *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

Gonzales, P. (2022). *Prácticas de consumo en mercados populares de Lima Este: Dilemas de precio y calidad*. Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

Hintze, S. (2003). Trueque y economía solidaria en Argentina: Un análisis crítico. *Revista de Ciencias Sociales, 15*(2), 45–63.

INEI. (2023). *Compendio estadístico distrital de San Juan de Lurigancho*. Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). *Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated*. Oxford: Skoll Centre for Social Entrepreneurship.

Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Naciones Unidas.

Putnam, R. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Torres, L., & Suárez, J. (2019). *Ferias campesinas y circuitos cortos en Colombia: Una estrategia de inclusión rural*. Universidad Nacional de Colombia.