ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

“Ollas Líderes” para solucionar el acceso desigual a alimentos frescos en las ollas comunes de Lima Metropolitana

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

PRESENTADA POR

Mauro Junior Meneses Rosales
DNI: 46818961, Perú

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA

PRESENTADA POR

Gerardo Manuel Castro Garduño
DNI: 74732878, Perú

ASESOR

Juniors Manuel Calderón Riojas
DNI: 47001460, Perú

JURADO

Julio Manuel Martinez Cieza
Kelly Doris Sanchez Villanueva
Brigitte Madelein Perez Ortiz

Lima, Octubre 2025

FINAL GRUPO 4 OLLAS LIDERES.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:496149466

Submission Date
Sep 10, 2025, 7:42 PM GMT-5

Download Date
Sep 10, 2025, 7:53 PM GMT-5

File Name
FINAL GRUPO 4 OLLAS LIDERES.pdf

File Size
2.6 MB

27 Pages

5,356 Words

28,698 Characters

16% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

8% Internet sources
4% Publications
14% 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.

Tabla de contenido

1 .Información general

1.1Título del Proyecto de Innovación

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

2. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

2.2 Población beneficiaria

2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.4 Marco referencial

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

2.5.2 Información sobre el Mercado

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

2.5.4 Diseño de producto/servicio

2.5.5 Modelo de Negocio

2.5.6 Resultados esperados

2.5.7 Prototipos desarrollados

2.5.8 Experimentos

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

3.Estimación de costos

4. Conclusiones y recomendaciones

5. Referencias

6. Anexos

I. Información general

1.1 Resumen del Proyecto de Innovación

“El hambre no es solo la falta de alimentos, sino la ausencia de acceso digno y sostenible a una nutrición adecuada. En Lima Metropolitana, miles de familias dependen de las ollas comunes para asegurar al menos una comida al día, pero estas organizaciones enfrentan la escasez de insumos frescos, la irregularidad de donaciones y la falta de reconocimiento formal por parte del Estado” (Guía de réplica Ollas Que Desarrollan, 2024).

Esta realidad evidencia una desigualdad estructural en el acceso a alimentos frescos y nutritivos, especialmente en comunidades vulnerables, lo cual limita el desarrollo infantil y la seguridad alimentaria de los hogares. El problema no solo radica en la falta de recursos, sino también en la dependencia de un sistema de donaciones inestable, que deja a las ollas comunes sin capacidad de autonomía para sostenerse en el tiempo.

El proyecto ‘’Ollas líderes’’ está dirigido a ollas comunes de Lima Metropolitana, que actualmente atienden a miles de familias en situación de pobreza y pobreza extrema. La solución propuesta consiste en un emprendimiento social que conecta a las ollas comunes con grandes empresas que ofrecen almuerzos a sus trabajadores. A través de un modelo de catering, las empresas contratan el servicio para sus comedores corporativos, mientras que las ollas comunes previamente capacitadas en cocina a gran escala y gestión de servicios se encargan de la preparación. Los pagos de las empresas cubrirán la materia prima, logística y mano de obra, y la ganancia se destinará a financiar las necesidades alimentarias de las ollas comunes.

Para asegurar la calidad y profesionalización del servicio, las capacitaciones se realizan mediante alianzas con universidades e institutos de gastronomía, los cuales brindarán formación en buenas prácticas culinarias, nutrición y administración de servicios de alimentación. Esto no solo eleva la confianza de las empresas en el modelo, sino que también empodera a las mujeres de las ollas comunes con conocimientos técnicos que les permitirán fortalecer su autonomía y capacidad de gestión.

Conscientes de las múltiples responsabilidades de las participantes, el proyecto contempla un sistema de incentivos para garantizar su asistencia a las capacitaciones. Cada sesión estará acompañada de donaciones de alimentos básicos para la olla común, lo que contribuye de manera inmediata a su sostenibilidad. Además, se podrán ofrecer bonos de movilidad para facilitar su traslado a los espacios de formación, asegurando que ninguna limitación económica sea un impedimento para su participación.

De esta manera, se logra reducir la dependencia de donaciones, generar autonomía económica y empoderar a las mujeres líderes de las ollas.

La propuesta no solo garantiza alimentos frescos para las comunidades, sino que además genera un impacto positivo en la imagen de las empresas participantes, quienes fortalecen su responsabilidad social y su compromiso con la sostenibilidad.

1.2 Contextualización del Proyecto de Innovación

En Lima Metropolitana, el acceso a alimentos frescos y nutritivos está marcado por la desigualdad urbana. Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el porcentaje de personas que vive en condición de pobreza en Lima pasó de 14.9 % en 2019 a 27.5 % en 2020. Para finales de 2021, aun con la reactivación económica, el 24.9 % de los hogares seguía sin poder cubrir una canasta básica, lo que refleja una vulnerabilidad alimentaria persistente (Salud con Lupa, 2022).

En este contexto, las ollas comunes han cobrado un rol central como mecanismo comunitario de sobrevivencia urbana. Se estima que alrededor de 2 400 ollas comunes en Lima atienden diariamente a aproximadamente 250 000 personas en situación de pobreza o abandono (El País, 2022). Estas iniciativas, mayoritariamente lideradas por mujeres, surgen como respuesta solidaria frente a la emergencia, ofreciendo alimentos en colectivo, usualmente por menos de un dólar por persona (Fonti social, 2024).

Sin embargo, estas ollas enfrentan múltiples barreras: la elevación del costo de los alimentos, la falta de infraestructura adecuada (como cocinas e insumos básicos), y la irregularidad de las donaciones —muchas veces de baja calidad— las deja en una situación precaria y dependiente. A estas dificultades se suman desafíos organizativos, como la necesidad de reconocimiento institucional: no todas están formalmente registradas como organizaciones sociales de base, lo cual restringe su acceso a programas estatales como el Programa de Complementación Alimentaria (PCA).

A pesar de esto, las ollas comunes representan una expresión clara de cultura comunitaria, solidaridad y empoderamiento femenino. Su presencia está fuertemente relacionada con la

tradición de organización popular en Lima y la capacidad de las mujeres para construir redes de ayuda mutua en contextos adversos. Muchas de ellas ya han impulsado iniciativas de formalización y reclamo por reconocimiento y recursos públicos (FES, 2024).

En resumen, el proyecto se desarrolla en un contexto urbano donde la inseguridad alimentaria es creciente, y las ollas comunes, aunque críticas para la subsistencia, enfrentan problemas estructurales de sostenibilidad, recursos y reconocimiento institucional. Esta situación resalta la urgencia de pensar soluciones que no sólo respondan a la emergencia, sino que fortalezcan su capacidad de autonomía y sostenibilidad en el tiempo.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En Lima Metropolitana, miles de familias dependen de las ollas comunes para asegurar al menos una ración diaria. Sin embargo, el acceso a alimentos frescos como verduras, frutas y proteínas es irregular y costoso. Las donaciones recibidas suelen ser esporádicas y se concentran en productos no perecibles, lo cual reduce la calidad nutricional de la dieta de los hogares beneficiarios. Esta situación se agrava por el aumento de los precios de los alimentos y las brechas de ingresos en la ciudad. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) reportó que en 2023 la pobreza monetaria nacional volvió a incrementarse, afectando directamente la capacidad de compra de los hogares y presionando su seguridad alimentaria (INEI, 2024).

La principal causa de esta problemática está asociada a la precariedad de ingresos de los barrios populares y a la volatilidad de los precios de los alimentos (INEI, 2024). Además, existe una desarticulación entre la oferta de alimentos frescos —procedentes de mercados mayoristas o productores locales— y la demanda organizada de las ollas comunes. En la práctica, las donaciones se enfocan en productos enlatados o secos, lo cual limita la posibilidad de una alimentación saludable (Defensoría del Pueblo, 2022). A ello se suman limitaciones logísticas como la falta de transporte adecuado, la ausencia de cadenas de frío y la escasez de agua segura para la preparación, lo cual encarece e impide la incorporación regular de alimentos frescos (Guía de réplica OQD, 2024).

Las consecuencias son evidentes: las familias usuarias de ollas comunes mantienen una dieta monotemática basada en arroz y menestras, con baja densidad de micronutrientes, lo que incrementa los riesgos de malnutrición y anemia, sobre todo en niñas y niños. La FAO advierte que el costo de una dieta saludable en América Latina y el Caribe continúa siendo elevado, lo que restringe su acceso para los hogares en situación de vulnerabilidad (FAO, 2024). Asimismo, la carga de trabajo no remunerado recae en las lideresas de las ollas, quienes enfrentan desgaste físico y organizativo debido a la incertidumbre en las donaciones (Guía de réplica OQD, 2024).

Desde un enfoque ambiental, el modelo actual, basado en donaciones y compras dispersas, genera ineficiencias logísticas por los traslados repetidos y provoca desperdicio cuando los alimentos frescos llegan en mal estado. En este sentido, fortalecer circuitos cortos y compras planificadas permitiría reducir pérdidas y la huella de transporte, alineando la propuesta con el ODS 2 “Hambre Cero” y con prácticas de consumo y producción responsables (FAO, 2019).

2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria principal son las ollas comunes de Lima Metropolitana, organizaciones comunitarias lideradas en su mayoría por mujeres que sostienen el acceso a la alimentación de familias en situación de pobreza o pobreza extrema. Durante la pandemia de la COVID-19 se registraron más de 2,500 ollas comunes activas que llegaron a atender a 250,000 personas diariamente (MIDIS, 2021). En la fase inicial del proyecto se priorizará un grupo de ollas seleccionadas en distritos con mayores niveles de inseguridad alimentaria. De manera indirecta, también se beneficiarán niñas, niños, personas mayores, gestantes y personas con discapacidad usuarias de estos espacios, así como empresas a las que se les brindaría el servicio.

2.3 Objetivo del proyecto

El objetivo general del proyecto es garantizar que las ollas comunes de Lima Metropolitana incorporen alimentos frescos, suficientes y nutritivos durante todo el año, reduciendo su dependencia de donaciones irregulares y alineándose con el ODS 2: Hambre Cero.

De este objetivo se desprenden los siguientes objetivos específicos: crear un flujo de ingresos recurrente para las ollas comunes mediante servicios de catering contratados por empresas, destinando la utilidad neta a la compra planificada de alimentos frescos; capacitar a las integrantes de las ollas en cocina a gran escala, inocuidad, costos y logística mediante alianzas con universidades e institutos de gastronomía, incentivando su asistencia con donaciones de alimentos y otros apoyos.

2.4 Marco referencial

Las ollas comunes no son un fenómeno reciente en el Perú. Según Vega-Centeno (1989), estas organizaciones surgieron en los años ochenta como una respuesta comunitaria frente a la crisis económica y el desempleo, lideradas principalmente por mujeres. Décadas después, durante la pandemia de la COVID-19, su relevancia volvió a crecer: en Lima Metropolitana se registraron más de 2,500 ollas activas que atendían a aproximadamente 250,000 personas al día (MIDIS, 2021). Estos antecedentes muestran la capacidad de resiliencia y organización comunitaria frente a contextos de crisis.

En el ámbito internacional, la FAO (2019) advierte que uno de los principales problemas de la inseguridad alimentaria en América Latina es el bajo acceso a frutas, verduras y alimentos frescos, lo que incrementa la malnutrición. El concepto de seguridad alimentaria, formalizado en la Cumbre Mundial de la Alimentación de 1996, se entiende como el acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, seguros y nutritivos para llevar una vida activa y saludable (FAO, 1996). Asimismo, los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados por la ONU en 2015 refuerzan la necesidad de garantizar el ODS 2 “Hambre Cero”, vinculando esta meta con la reducción de desigualdades en el acceso a alimentos frescos.

Casos de innovación previos en el Perú refuerzan la pertinencia de esta propuesta. El programa Qali Warma, implementado desde 2012, ha demostrado la viabilidad de articular pequeños productores locales con políticas públicas de gran escala, garantizando el servicio alimentario en escolares de educación inicial y primaria (MIDIS, 2015). Sin embargo, durante la pandemia de 2020–2021, las donaciones organizadas por la Sociedad de Industrias y colectivos

ciudadanos hacia las ollas comunes tuvieron un predominio de productos procesados, lo cual reflejó la dificultad de garantizar una alimentación saludable (MIDIS, 2021).

En el mundo, existen experiencias relevantes como el modelo de Community Supported Agriculture (CSA), surgido en Estados Unidos en los años ochenta, que vincula directamente a consumidores con agricultores locales, asegurando ingresos estables para estos últimos y el acceso regular a alimentos frescos para las familias (Groh & McFadden, 1990). Por otro lado, los Bancos de Alimentos en América Latina y en Brasil han sido importantes para reducir el desperdicio de comida y atender a poblaciones vulnerables, aunque en la práctica su foco se ha centrado en productos procesados o no perecibles, limitando el acceso a alimentos frescos y nutritivos (Soares, 2015; Red Latinoamericana de Bancos de Alimentos, 2019).

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s) Información de hallazgos o insights

Las entrevistas con las lideresas de la Olla El Mirador confirmaron varios hallazgos centrales. En primer lugar, priorizan garantizar una comida diaria para los niños y las familias, aun cuando los insumos sean limitados; muchas veces la ración se reparte entre varias integrantes de la familia. El día típico de trabajo y la organización interna (tareas desde temprano en la mañana, preparación con leña o gas limitado) muestran la sobrecarga de trabajo no remunerado sobre las lideresas y la necesidad de soluciones. Asimismo, se constató que, aunque algunas ollas desarrollan iniciativas propias (cobro por menú) o actividades (polladas), la falta de servicios

básicos como agua potable hace inviable escalar esta alternativa en muchos casos. En síntesis, los usuarios demandan soluciones que entreguen resultados concretos y que, al mismo tiempo, respeten las limitaciones de recursos de las lideresas. Asimismo en entrevistas con la Red Distrital de ollas comunes de VMT se nos especificó la importancia de poder trabajar de manera colectiva para lograr la sostenibilidad de las ollas comunes, ya que a pesar del presupuesto del gobierno no es suficiente para menús nutritivos.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El mercado objetivo para la operación comercial del proyecto son empresas grandes que cuentan con programas de alimentación para sus trabajadores y que buscan fortalecer su responsabilidad social (RSE/ESG). Estas empresas representan una oportunidad porque pueden contratar servicios de catering regular. La competencia no proviene tanto de otros actores sociales, sino de proveedores de catering tradicionales y de comedores internos ya establecidos; la ventaja competitiva del proyecto radica en su componente de impacto social y en la profesionalización de las ollas mediante formación, lo que le permite ofrecer una propuesta diferenciada a las empresas. Entre las barreras de entrada se identificaron: Primero la necesidad de garantizar estándares de inocuidad y presentación para clientes corporativos, segundo la logística para producir en volumen (alquiler de cocina, transporte) y tercero la formalidad requerida para facturación y contratación por parte de empresas. Sin embargo, la demanda es real: el gasto empresarial en alimentación y RSE en Lima muestra que hay espacio para modelos que articulen oferta social y demanda empresarial

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

El concepto central es un emprendimiento social ONG que conecta ollas comunes con empresas a través de un servicio de catering. La propuesta de valor concreta es la siguiente: “Nosotros ayudamos a las ollas comunes a conseguir un acceso estable y sostenible a alimentos frescos mediante un emprendimiento social que conecta a empresas con comunidades vulnerables, asegurando una alimentación nutritiva y generando un impacto social directo que fortalece su autonomía.” Este planteamiento combina una oferta de valor comercial (menús nutritivos preparados con estándares) con un objetivo social (los pagos de las empresas cubren costos y la ganancia se destina a la caja de la olla, generando sostenibilidad). La Guía de réplica del proyecto ‘’OLLAS QUE DESARROLLAN’’ evidencia que este tipo de modelos, cuando van acompañados de formación y monitoreo, aumentan la viabilidad y el empoderamiento de las lideresas, y permiten que algunas ollas desarrollen emprendimientos rentables.

2.5.4 Diseño de Servicio

El servicio es esencialmente físico y operativo: preparación y entrega de menús o paquetes por el día de servicio contratado para comedores corporativos, con las siguientes características claves. Primero, formación: alianzas con universidades e institutos de gastronomía para capacitar a las integrantes en cocina a gran escala, manejo de costos, control de calidad e inocuidad. Segundo, formalización: inscripción de las ollas comunes en SUNAT como entidades perceptoras de donaciones, paso clave para asegurar transparencia, atraer empresas y garantizar beneficios tributarios a los aliados. Tercero, producción: uso de cocinas industriales alquiladas por sesión equipadas para producir volúmenes y asegurar estándares; en casos iniciales, Cuarto,

logística: transporte y distribución a los centros empresariales, empaque biodegradable para reducir impacto ambiental. Quinto, mecanismo financiero: la empresa cliente paga el servicio (precio por plato o paquete), ese ingreso cubre materia prima, alquiler de cocina, movilidad, menaje y mano de obra; la utilidad destinada a la olla se registra y se usa para compra de frescos, incentivos y fondo operativo. En términos de triple balance, el proyecto proyecta: primero sostenibilidad económica por ingresos por servicio y fondo de la olla; también genera impacto social mayor acceso a alimentos frescos, capacitación y remuneración digna para lideresas; y por último impacto ambiental, empaques biodegradables y reducción de desperdicio mediante compras planificadas.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio es B2B con componente social (empresa social comunitaria). La modalidad comercial principal es contratos: la empresa contrata el servicio de catering solidario para uno o varios días al mes (por ejemplo, dos veces por mes). Los ingresos se desglosan en: costos directos (materia prima, mano de obra, alquiler de cocina, transporte, menaje), costos indirectos (coordinación, formación continuada, monitoreo) y utilidades destinadas a la caja de la olla (para compra de frescos y fondo de contingencia).

2.5.6 Resultados esperados

En el corto plazo (6–12 meses) se espera validar el mecanismo a través de pilotos con 1–2 empresas y 1 olla: medición de aceptación por parte de la empresa cliente (calidad, puntualidad),

número de raciones producidas, volumen de alimentos frescos adquiridos y monto de utilidades destinadas a la olla. En la guía del programa “Ollas que Desarrollan” se muestran indicadores operativos útiles (porcentaje de lideresas que implementan menús saludables, incremento en el conocimiento sobre prevención de anemia, uso de presupuesto semanal), los cuales pueden adaptarse como KPIs del piloto (porcentaje de menús con proteína/verdura, porcentaje de asistencia a capacitaciones, ingresos netos para la olla).

2.5.7 Prototipos desarrollados

El proceso de experimentación incluyó el diseño de dos tipos de prototipos, uno de baja definición y otro de alta definición, con el propósito de validar la propuesta y evaluar su impacto en diferentes públicos.

El primer prototipo, considerado de **baja definición**, consistió en una presentación del modelo de negocio ante la Olla Común El Mirador, así como a posibles colaboradores y representantes de empresas. Este material permitió explicar la solución planteada y recoger opiniones, críticas y sugerencias que ayudaron a ajustar la propuesta. El feedback obtenido en esta fase fue clave para identificar expectativas, barreras de implementación y oportunidades de mejora.

Por otro lado, el prototipo de **alta definición** fue desarrollado en formato de cómic bajo el nombre de *“Ollas Líderes”*. Este recurso narró, mediante un **storytelling dramático**, la transformación de una olla común que pasó de enfrentar inseguridad alimentaria a mejorar sus

condiciones tras integrarse al proyecto. La finalidad de este prototipo fue generar un impacto emocional y persuasivo en potenciales aliados, logrando transmitir de manera sencilla y visual los beneficios del modelo. Además, el cómic buscó atraer a los primeros colaboradores oficiales y clientes corporativos, mostrando de forma tangible y dinámica como funcionaria el proyecto.

2.5.8 Experimentos

El presente trabajo se llevó a cabo empleando la metodología de resolución creativa de problemas usando Toulouse Design Thinking. El proceso creativo inició con entrevistas a la Olla Común El Mirador, donde se identificaron sus principales dificultades y se definió el insight central del proyecto: “El hambre no espera a los trámites”. Luego, se validó la viabilidad técnica con estudiantes de gastronomía de Le Cordon Bleu, quienes resaltaron la importancia de la inocuidad y la capacitación previa. Posteriormente, se presentó la propuesta a empresas, que mostraron interés condicionado a la formalización y calidad del servicio. Finalmente, se realizó una segunda entrevista con la Red Distrital de ollas comunes de VMT, donde se validaron expectativas y se confirmó la disposición de participar bajo condiciones de capacitación y apoyo en alimentos.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto “Ollas Líderes” propone un emprendimiento social que conecta a las ollas comunes de Lima Metropolitana con empresas que brindan almuerzos a sus trabajadores. A través de un modelo de catering solidario, lo recaudado por la prestación del servicio cubrirá los

costos de operación y permitirá destinar un excedente para fortalecer la autonomía alimentaria de las ollas comunes. La propuesta de valor se basa en asegurar un acceso sostenible a alimentos frescos, al mismo tiempo que se genera un impacto social directo en comunidades vulnerables y un valor reputacional positivo para las empresas participantes.

En términos de sostenibilidad, el proyecto se sustenta en tres pilares: social, al empoderar a mujeres lideresas de ollas comunes mediante capacitaciones; económico, al garantizar ingresos para la caja de las organizaciones comunitarias; y ambiental, al promover menús nutritivos y el uso de menaje biodegradable en los servicios. Además, la inscripción de las ollas comunes en SUNAT como entidades perceptoras de donaciones constituye una estrategia clave para asegurar apoyo continuo y formal de parte del sector privado.

El plan de actividades contempla cinco etapas: una nueva iteración para optimizar el modelo en base al feedback recibido, segundo una fase de reclutamiento de colaboradores, tercero un piloto para medir resultados, cuarto una fase de réplica en otras ollas comunes de Lima Metropolitana, y finalmente un proceso de masificación para escalar la propuesta a nivel nacional.

Respecto a los recursos necesarios, el proyecto requiere de especialistas en gastronomía y gestión social para capacitar a las participantes, así como la disponibilidad de espacios de cocina industrial, equipos de transporte para la distribución de alimentos, menaje biodegradable, y materiales gráficos y digitales de comunicación (como el cómic y presentaciones). Se prevé también la colaboración de aliados académicos (universidades e institutos de gastronomía), así

como del sector privado y municipalidades, para garantizar la sostenibilidad y escalabilidad de la propuesta.

III. Estimación de costos

Tabla 1

Costos Variables

MATERIA PRIMA - SEGUNDO					
INGREDIENTE	CANTIDAD POR PLATO	MEDIDA	PRECIO	MEDIDA	COSTO UNITARIO
CARNE DE RES	200	gr	22,00	Kg	4,40
CEBOLLA	120	gr	4,50	Kg	0,54
AJÍ AMARILLO	30	gr	8,00	Kg	0,24
TOMATE	120	gr	7,00	Kg	0,84
AJO EN PASTA	20	gr	12,00	Kg	0,24
SILLAO	40	ml	17,00	Lt	0,68
VINAGRE BLANCO	15	ml	6,00	Lt	0,09
SAL	4	gr	2,00	Kg	0,01
PIMIENTA	1	gr	45,00	Kg	0,05
PEREJIL	10	gr	7,00	Kg	0,07
PAPA AMARILLA	300	gr	4,50	Kg	1,35
ARROZ	120	gr	4,00	Kg	0,48
ACEITE VEGETAL	80	ml	7,00	Lt	0,56
TOTAL COSTO UNITARIO					**9,54**

Nota. Materia prima para lomo saltado.

Tabla 2

Costos Variables

BEBIDA - 25 L (50 BEBIDAS)					
INGREDIENTE	CANTIDAD	MEDIDA	PRECIO X UND	TOTAL	COSTO UNITARIO
MAIZ MORADO	5	KG	7,00	35,00	0,70
PIÑA	2	UND	3,00	6,00	0,12
CANELA	0,2	KG	12,00	2,40	0,05
CLAVO	0,1	KG	10,00	1,00	0,02
AZÚCAR	2	KG	4,00	8,00	0,16
LIMÓN	2	KG	5,00	10,00	0,20
TOTAL COSTO UNITARIO					1,25

Nota. Materia prima para chicha morada.

Tabla 3

Costos variables

POSTRE					
INGREDIENTE	CANTIDAD	MEDIDA	PRECIO	MEDIDA	COSTO UNITARIO
ALFAJOR	1	UND	8,00	DOCENA	0,67
TOTAL COSTO UNITARIO					0,67

Nota. Alfajor costo por mayor

Tabla 4

Costos variables

MANO DE OBRA			
CONCEPTO	CANT.	PRECIO	COSTO UNITARIO
COCINERAS	3	100,00	300,00

Nota. Pago del día para cocineras

Tabla 5

Costos variables

COSTOS INDIRECTOS			
CONCEPTO	MEDIDA	PRECIO	COSTO UNITARIO
ENVASES	Ciento	23,00	0,23
MENAJES	Ciento	17,00	0,17
BOTELLA	Ciento	44,00	0,44
BOLSAS DE PAPEL	Ciento	9,00	0,09
TOTAL COSTO UNITARIO			0,93

Nota. Menaje descartable biodegradable

Tabla 6

Costos variables

GASTOS GENERALES	
CONCEPTO	COSTO
ALQUILER DE COCINA EQUIPADA	250,00
MOVILIDAD	50,00
TOTAL GASTOS GENERALES	300,00

Nota. Alquileres

Tabla 7

Presupuesto y Ingresos

PRECIO POR PLATO	25,00

CONCEPTO	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC
CANTIDAD DE SERVICIOS	1	1	1	1	3	3	3	2	2	2	2	4
PLATOS PROMEDIO POR SERVICIO	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL PLATOS VENDIDOS	150	150	150	150	450	450	450	300	300	300	300	600
INGRESOS TOTALES	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	11.250,00	11.250,00	11.250,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	15.000,00

Nota: Ingresos

Tabla 8

Costos variables y utilidad

CONCEPTO	EN	FEB	MAr	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
MATERIA PRIMA - SEGUNDO	1.431,45	1.431,45	1.431,45	1.431,45	4.294,35	4.294,35	4.294,35	2.862,90	2.862,90	2.862,90	2.862,90	5.725,80
MATERIA PRIMA - BEBIDA	187,20	187,20	187,20	187,20	561,60	561,60	561,60	374,40	374,40	374,40	374,40	748,80
POSTRE	100,00	100,00	100,00	100,00	300,00	300,00	300,00	200,00	200,00	200,00	200,00	400,00
ENVASES Y BOLSAS DE PAPEL	139,50	139,50	139,50	139,50	418,50	418,50	418,50	279,00	279,00	279,00	279,00	558,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	1.858,15	1.858,15	1.858,15	1.858,15	5.574,45	5.574,45	5.574,45	3.716,30	3.716,30	3.716,30	3.716,30	7.432,60

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DICI
ALQUILER DE COCINA	250,00	250,00	250,00	250,00	750,00	750,00	750,00	500,00	500,00	500,00	500,00	1.000,00
MOVILIDAD	50,00	50,00	50,00	50,00	150,00	150,00	150,00	100,00	100,00	100,00	100,00	200,00
COCINERAS	300,00	300,00	300,00	300,00	900,00	900,00	900,00	600,00	600,00	600,00	600,00	1.200,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	600,00	600,00	600,00	600,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	2.400,00

TOTAL COSTOS	2.458,15	2.458,15	2.458,15	2.458,15	7.374,45	7.374,45	7.374,45	4.916,30	4.916,30	4.916,30	4.916,30	9.832,60

UTILIDAD	1.291,85	1.291,85	1.291,85	1.291,85	3.875,55	3.875,55	3.875,55	2.583,70	2.583,70	2.583,70	2.583,70	5.167,40

Nota: Utilidad por mes.

IV. Conclusiones y recomendaciones

El proyecto Ollas Líderes permite concluir que la inseguridad alimentaria en Lima Metropolitana puede ser abordada con proyectos sociales que generen oportunidades de ingresos sostenibles para las ollas comunes. El modelo de emprendimiento social basado en un servicio de catering solidario se presenta como una solución innovadora y viable, ya que conecta la demanda empresarial con la oferta comunitaria, reduciendo la dependencia de donaciones irregulares y apoyo esporádico del gobierno. Asimismo, las capacitaciones en gestión culinaria, inocuidad y administración fortalecen la autonomía y el empoderamiento de las lideresas, generando un impacto positivo tanto en la sostenibilidad de las ollas como en la calidad de vida de sus beneficiarios. Finalmente, la validación mediante prototipos y pilotos confirma el interés de las empresas en participar, siempre que existan garantías de formalidad, calidad del servicio y transparencia en la gestión.

Entre las recomendaciones principales se plantea iniciar un piloto con un número reducido de empresas y ollas comunes, lo que permitirá evaluar de manera controlada los resultados, ajustar procesos y fortalecer capacidades. Asimismo, resulta necesario establecer alianzas estratégicas con universidades, institutos de gastronomía y municipalidades para asegurar la formación continua y el soporte técnico. Se recomienda, además, impulsar la formalización legal de las ollas comunes como entidades perceptoras de donaciones, de modo que puedan acceder a beneficios tributarios y programas estatales complementarios. También se sugiere diseñar un plan de comunicación que visibilice el impacto social del proyecto, reforzando la reputación de las empresas participantes y atrayendo nuevos aliados estratégicos.

V. Referencias

Guía de réplica Ollas Que Desarrollan. (2024). Guía de réplica OQD 2024 https://ollasquedesarrollan.pe/pdf/guiadereplica_oqd_2024.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2024, 9 de mayo). Pobreza monetaria afectó al 29,0% de la población en 2023 [Comunicado]. INEI. https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/pobreza-monetaria-afecto-al-290-de-la-poblacion-el-ano-2023-15137/

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS). (2021). Informes y notas sobre la respuesta alimentaria durante la pandemia y la reactivación de ollas comunes (s.f.). MIDIS. https://www.gob.pe/midis

Food and Agriculture Organization (FAO); International Fund for Agricultural Development (IFAD); United Nations Children's Fund (UNICEF); World Food Programme (WFP); World Health Organization (WHO). (2019). The State of Food Security and Nutrition in the World 2019. FAO. https://www.fao.org/3/ca5162en/ca5162en.pdf

Food and Agriculture Organization (FAO). (1996). Rome Declaration on World Food Security and World Food Summit Plan of Action. FAO. https://www.fao.org/3/w3548e/w3548e00.htm

United Nations. (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. ONU. https://sdgs.un.org/2030agenda

Álvarez Estrada, E. (2024). Organización y gestión de la Red de ollas comunes de Lima [Informe]. Friedrich-Ebert-Stiftung Oficina Perú. https://library.fes.de/pdf-files/bueros/peru/21677.pdf

Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE). (2021). Nota técnica / informe sobre ollas comunes y resiliencia en Lima (s.f.). GRADE. https://www.grade.org.pe/ (consulta: informes y notas técnicas sobre apoyo comunitario y seguridad alimentaria).

Fowks, J. (2022, 2 de mayo). Los altos precios quiebran las ollas comunes que alimentan a 250.000 personas en Lima. El País. https://elpais.com/sociedad/2022-05-02/los-altos-precios-quiebran-las-ollas-comunes-que-alimentan-a-250000-personas-en-lima.html

Pareja, S. (2022, 16 de junio). El cálculo imposible de las ollas comunes: ¿cómo repartir cuatro pescados entre trescientas personas? Salud con Lupa. https://saludconlupa.com/sobremesa/el-calculo-imposible-de-las-ollas-comunes-como-repartir-cuatro-pescados-entre-trescientas-personas/

Groh, T., & McFadden, S. (1990). Farms of Tomorrow: Community Supported Farms / Farm Supported Communities. Biodynamic Farming and Gardening Association. https://books.google.com/books?id=LqUdAQAAMAAJ (edición original; ver ed. revisada 1997/1998)

Red Latinoamericana de Bancos de Alimentos. (2019). Informe 2019 sobre bancos de alimentos en América Latina (s.f.). RedLatina/Bancos de Alimentos. https://www.redlatina.org/ (ver informe/boletines 2019)

Soares, M. (2015). Bancos de alimentos en Brasil: alcance y limitaciones (informe / artículo). (s.f.). (Consulta: estudios sobre bancos de alimentos en Brasil y Programa Fome Zero).

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). (s.f.). Tratamiento tributario de donaciones y límite deducible [Guía / PDF]. SUNAT. https://renta.sunat.gob.pe/sites/default/files/archivos/CUARTA_QUINTA_0_0.pdf

Programa Qali Warma (MIDIS). (s.f.). Qali Warma: Compras a Pequeños Productores / enlace productores-escuelas [página institucional]. https://www.qaliwarma.gob.pe/ (consulta: políticas de compra local y articulación con pequeños productores).

World Food Programme (WFP). (2021–2023). Notas y reportajes sobre respuesta a la inseguridad alimentaria y redes comunitarias en Perú. https://www.wfp.org/countries/peru (consultas y testimonios de apoyo comunitario).

FAO. (2024). The cost of a healthy diet in Latin America and the Caribbean (u otros informes recientes de FAO sobre costo de dietas saludables). FAO. https://www.fao.org/home/en/

VI. Anexos

Figura 1

Prototipo 1



Nota. Prototipo 1 presentado a olla común y empresas

Figura 2

Prototipo 2



Nota. Prototipo 2 final.