ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA

TOULOUSE LAUTREC



Sabores Rescatados

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS ANIMADOS

PRESENTADA POR

Diego André López Yacila
DNI: 74471204, Perú
Milena Talís Aranda Osorio
DNI: 71710408, Perú

ASESOR

Jefferson Rodolfo Samir Anaya Romero
DNI: 47552688, Perú
ORCID: 0009-0002-1092-8972

JURADO

Rojas Acevedo José Francisco Elías
Montero Illmann Axel Alonso
Herrera Esquivel Estephannia

Lima, Octubre 2025

Informe Grupo 14.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:506616952

Submission Date
Oct 1, 2025, 7:56 PM GMT-5

Download Date
Oct 1, 2025, 8:20 PM GMT-5

File Name
Informe Grupo 14.pdf

File Size
542.3 KB

16 Pages

3,488 Words

19,023 Characters

turnitin Page 1 of 20 - Cover Page Submission ID trn:oid:::11391:506616952

17% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

9% Internet sources
2% Publications
16% 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.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 1

II. Descripción de la innovación **2**

2.1 Planteamiento del Problema 2

2.2 Población beneficiaria 2

2.3 Objetivo(s) del proyecto 3

2.4 Marco referencial 4

2.5 Proceso creativo y experimentos 4

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 5

2.5.2 Información sobre el Mercado 5

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 5

2.5.4 Diseño de producto/servicio 6

2.5.5 Modelo de Negocio 6

2.5.6 Resultados esperados 7

2.5.7 Prototipos desarrollados 8

2.5.8 Experimentos 9

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 11

III. Estimación de costos 12

3.1 Presupuesto 13

IV. Conclusiones y recomendaciones 14

4.1 Conclusiones 15

4.2 Recomendaciones 15

V. Referencias Bibliográficas 16

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuestos mensuales aproximados de Sabores Rescatados……...7

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de actores dentro del contexto y problemática……...……3

Figura 2 Informe de porcentaje de similitud de Turnitin……...……9

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Sabores Rescatados

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Sabores Rescatados se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social, y la actividad económica de Otras actividades de servicios y busca resolver el desperdicio de alimentos en el mercado, teniendo como población beneficiaria a los comerciantes. Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en darle un uso a la fruta antes de convertirse en desperdicio, se trata de un nuevo negocio en el mercado en el cual se recolecta toda la fruta que sobró y se escoge los de buen estado, creando así jugos de fruta, ensalada de fruta, etc. Aparte le damos un valor agregado mostrando que beneficios a la salud se puede obtener al consumir los productos, también la idea no se queda en el mercado sino también mediante delivery para llegar a más personas.

Para la experimentación se diseñaron prototipos conceptuales y visuales siendo estos de baja fidelidad como storyboards, mockups y representaciones gráficas de jugos y ensaladas con la marca “Sabores Rescatados” para simular el servicio y validar nuestra propuesta de valor, las pruebas no se realizaron de manera presencial en mercados debido a nuestras limitaciones, pero se planteó una solución indirecta a través de entrevistas y análisis de los dolores y necesidades de los vendedores de mercados.

Se concluye que la solución propuesta aprovecha de manera innovadora los excedentes de fruta de los mercados para reducir el desperdicio y transformarlos en productos saludables, respondiendo al problema identificado en las entrevistas, respondiendo al

problema del desperdicio identificado en las entrevistas. Se recomienda profundizar en el desarrollo de prototipos de mayor fidelidad, realizar pruebas piloto en mercados locales y explorar alianzas con asociaciones de vendedores para validar y escalar el modelo de negocio.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Lima es reconocida mundialmente como capital gastronómica de América Latina. Sin embargo, detrás de su vibrante industria culinaria se esconde un problema poco visibilizado: el elevado nivel de desperdicio de alimentos en restaurantes, cafeterías y locales de comida.

Diariamente, toneladas de alimentos en buen estado —porciones no servidas, ingredientes no utilizados, productos con apariencia irregular o fechas próximas a vencimiento— terminan en la basura sin ningún tipo de aprovechamiento. Esto no solo representa una pérdida económica para los negocios, sino también un impacto ambiental considerable y una oportunidad desaprovechada de contribuir a la seguridad alimentaria en la ciudad. Algunas causas de este desperdicio incluyen errores de previsión, estándares de presentación muy estrictos, falta de protocolos de reaprovechamiento y ausencia de incentivos o normativas claras. Si bien existen iniciativas puntuales que buscan reducir este problema —como aplicaciones de venta de excedentes, bancos de alimentos o alianzas con comedores populares—, la mayoría de restaurantes no cuentan con una estrategia clara ni sostenible.

Nuestro proyecto se enfoca principalmente en atacar este problema en los mercados de Lima, lugares bastante concurridos donde la gente tiende a buscar los productos que luzcan más frescos o los más baratos. Aquí se suelen buscar alternativas para no desperdiciar productos que no se venden diariamente, sin embargo, muchas de estas son ineficaces al no tener un protocolo real en el mercado haciendo que cada vendedor tenga que buscar su propio método para vender los alimentos sobrantes.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

El desaprovechamiento de alimentos en los mercados de Lima es un problema recurrente. Diariamente los vendedores de frutas, verduras u otros productos similares tienen que

desechar parte de la comida que no se logra vender ya que los clientes prefieren comprar productos frescos. Además, que no hay protocolos detallados de qué hacer con la comida que llegue a sobrar más allá de botarla, perdiendo oportunidades de reaprovechar dichos productos si es que aún están comestibles a pesar de no ser atractivos a la vista de los compradores.

Causa: Los compradores del mercado tienden a elegir los productos que se vean mejor a pesar de que la gran mayoría están en buen estado. A su vez, los vendedores no tienen protocolos definidos como comunidad para asegurar la venta de estos productos.

Consecuencia: Los productos en buen estado, pero con mala apariencia terminan siendo ignorados hasta que caducan y terminan siendo desechados al no ser aptos para el consumo.

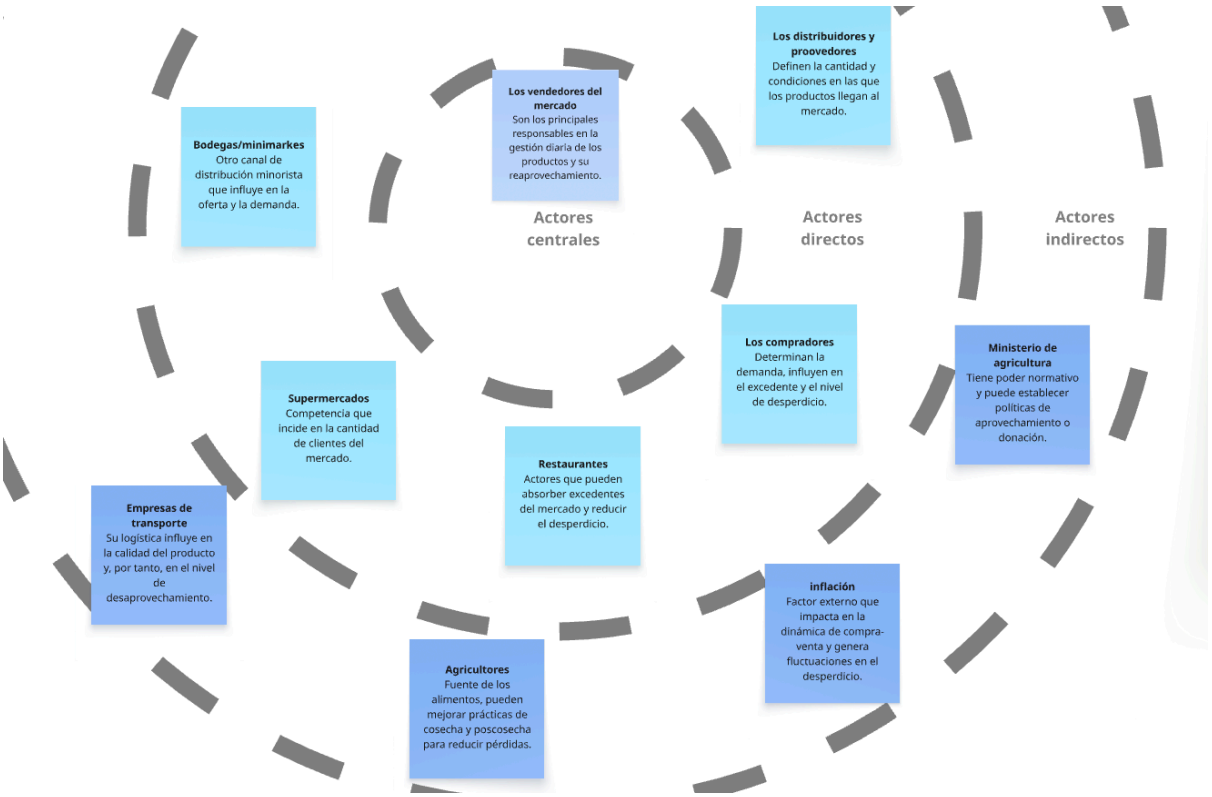
Impacto ambiental: Tener que desechar productos en lugar de haberse podido usar cuando estaban en buen estado genera contaminación y desaprovechamiento de alimentos lo cual va en contra de la ODS 2, hambre cero, además el no tener protocolos claros para evitar este problema va en contra de la ODS 11, ciudades y comunidades sostenibles ya que se necesita un proceso claro para reducir lo máximo posible el desperdicio de alimentos.

2.2 Población beneficiaria

Los mayores beneficiados de este proyecto serían los vendedores del mercado quienes se llevarían un pequeño pago extra por la comida que se desecharía en primera instancia, los clientes al tener una mayor variedad de productos a escoger, además de información nutricional en el puesto o en la aplicación, los repartidores de la aplicación también se beneficiarán al tener más productos que llevar en caso se pida vía delivery.

En la figura siguiente se enseña el mapa de actores completo de quienes podrían ser los actores involucrados en el contexto y problemática.

Figura 1 Mapa de actores dentro del contexto y problemática



2.3 Objetivo(s) del proyecto

El objetivo principal del proyecto es reducir de forma óptima un 80% de la cantidad de alimentos que se terminan desechando a pesar de estar en condiciones óptimas para el consumo, reaprovechándolos de forma que produzcan ganancias tanto para los vendedores del mercado como para nosotros haciendo el proyecto sostenible y eco-amigable al disminuir el monto de desperdicio y basura de los mercados.

2.4 Marco referencial

El desperdicio de alimentos se define como una pérdida de comida que podría ser usada para el consumo humano, sin importar por qué y puede pasar en cualquier fase de la cadena alimentaria. (Huiman, 2024). Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2019), cerca del 33% de los alimentos producidos mundialmente para el consumo humano, esto equivale a más de 1.200 millones de toneladas anuales, se pierde o se desperdicia.

En el Perú, un estudio publicado en la revista científica Sustainabilityen 2021 revela que en el país se desperdician aproximadamente 12 millones de toneladas de alimentos al año, equivalente al 47,6 % de la cantidad total disponible en el país. Esta pérdida significativa ocurre desde el inicio de la producción hasta quien finalmente lo consume,

lo cual deja ver un manejo deplorable con respecto al consumo de estos productos. (FAO, 2023).

Recopilando ejemplos de intentos por resolver esta problemática, el Banco de Alimentos Perú es una de las principales organizaciones cuya función es fomentar la recuperación y redistribución de alimentos aptos para el consumo humano, con el fin de donarlos a personas en condiciones vulnerables. (Kamichi Miyashiro, 2023). Actualmente existe la Red Peruana de Bancos de Alimentos (RPBA) que engloba distintas organizaciones peruanas con el fin de luchar contra el desperdicio de alimentos, sin embargo, enfrenta distintas problemáticas como la carencia de transporte refrigerado y almacenes, la ausencia de incentivos para empresas donantes y la inexistencia de protección legal sobre la donación de alimentos.

Durante el 2021 en México se creó Perfekto, una compañía que recolecta productos catalogados como imperfectos y que estaban en la mira de ser desechados luego de ser cosechados para así venderlos en paquetes a los suscriptores de la compañía. Los primeros meses entregaban cajas con verduras aleatorias a los suscriptores, sin embargo, luego esto se modificó para que los usuarios puedan elegir qué alimento vendría en mayor cantidad en la caja como una forma de personalización. A pesar de esto, el startup tuvo que cerrar operaciones el 21 de mayo de 2023 debido a falta de financiamiento con tal de no poner en riesgo a sus empleados según el equipo principal.

También encontramos The Imperfect Project, un startup chileno que utiliza alimentos que se considerarían imperfectos y desechables de agricultores y mercados para elaborar bolsas de snacks nutritivos y barras energéticas de larga vida útil. Esta startup ha logrado mantenerse bajo financiación de fondos estatales como CORFO, habiéndose postulado a distintos concursos tanto públicos como privados.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El usuario principal son los vendedores del mercado, son personas dispuestas a trabajar durante largas jornadas diariamente para asegurarse que todo se venda, bastante dedicadas y amigables con sus compradores y entre sí. Lo que más los beneficiaría sería un protocolo en caso tengan que desechar algún producto porque no se vende bien o porque tiene alguna irregularidad.

Asimismo, un usuario adicional serían nuestros clientes, tanto compradores habituales del mercado como gente que pide en apps de delivery, lo que más desean es un producto barato, bueno y que demore poco en hacerse, sobre todo en caso de jugos ya que algunas personas van al mercado a desayunar en puestos de jugos ya posicionados pero que no cuentan con mucha variedad ni información nutricional.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El mercado saludable en el Perú está teniendo bastante crecimiento debido a la concientización sobre lo que comemos para estar sanos, sobre todo en los sectores medios y altos de Lima. A su vez los pedidos por delivery también han aumentado considerablemente desde mediados de la pandemia en 2022 ya que la gente no quería arriesgarse a salir de casa y contagiarse, gracias al trabajo remoto las personas buscan maneras más fáciles de conseguir comida desde la comodidad de su casa.

Como competencia principal tendríamos a otras empresas de juguerías tradicionales, ya sea en los mismos mercados o cadenas ya establecidas con anterioridad y otras marcas que promocionen ensaladas o jugos en las aplicaciones de delivery

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Sabores Rescatados es una cadena de establecimientos dedicada a reaprovechar frutas y verduras que normalmente serían descartadas en mercados por su apariencia o por no ser vendidas durante el día, pero que conservan su valor nutricional y frescura suficiente, transformándolas en jugos y ensaladas nutritivas aptas para el consumo.

La propuesta de valor se centra en ofrecer a los clientes una alternativa saludable, económica y sostenible que pueden pedir desde la comodidad de su casa, además de contar con información nutricional clara mostrando los beneficios que trae cada producto mientras que contribuyen a reducir el desperdicio de alimentos en Lima.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

El diseño del servicio combina la venta directa en locales ubicados en los mercados con integración al mundo digital mediante alianzas con aplicaciones de delivery, garantizando comodidad y acceso rápido a los productos. Además, se plantea una experiencia educativa en cada punto de venta y en las plataformas digitales, brindando datos sobre los beneficios de cada jugo o ensalada, reforzando así la lealtad a la marca.

2.5.5 Modelo de Negocio

Aprovechamos los excedentes de fruta de los mercados locales. En donde estos se transforman en jugos, ensaladas, etc. De esta manera creamos productos accesibles y saludables que se comercializan tanto presencialmente o mediante delivery. Con esto no solo buscamos rentabilidad económica, sino también crear un impacto ambiental positivo al reducir el desperdicio de alimentos y también un beneficio social al apoyar a los vendedores de mercados.

2.5.6 Resultados esperados

Lo que buscamos es reducir el desperdicio de fruta en los mercados, ya que sabemos que es un problema muy común para ellos. Así también las personas de los mercados puedan generar una segunda ganancia que les ayude para su día a día. De igual manera buscamos crear conciencia en la gente para que cuiden su salud a través de nuestros productos.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Se desarrollaron prototipos visuales en donde se explica y visualiza cómo sería nuestra idea de negocio, tanto como nuestros productos, puesto en el mercado y el logo de la idea.

2.5.8 Experimentos

En cuanto nuestros experimentos el no tener algún puesto en el mercado para probar la idea, nos basamos en darle una solución a nuestras personas entrevistadas, llegando así con nuestra idea de “Sabores Rescatados”, en donde nos basamos en una simulación viendo así que tan atractiva y funcional es nuestra idea.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

En “Sabores Rescatados” buscamos aprovechar las frutas sobrantes de mercados para transformarlas en jugos y ensaladas saludables, generando de esta manera un triple impacto. Económicamente, generando ingresos extra para vendedores; Socialmente, creando alimentos accesibles y nutritivos y Ambientalmente dejando así menos residuos. Adicionalmente combinamos la sostenibilidad, delivery y el valor agregado al informar sobre los beneficios nutricionales de cada producto.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto estimado

Tabla 1: Presupuestos mensuales aproximados de Sabores Rescatados:

Costos fijos	Costos variables

Administrador	S/.2000	Comisión por estar en apps delivery	S/.1000 aproximado (12% de las ventas)
Encargado	S/.1500	2 licuadoras	S/.400
Alquiler del puesto	S/.1000	Refrigeradora	S/.1500
Frutas y verduras de descarte	S/.1000	Sillas, estantes	S/.500
Publicidad	S/.1500	Utensilios, recipientes	S/.600
Luz y agua	S/.500	Branding	S/.1000
Total, mensual:	S/.7500	Total:	S/. 5000

IV.Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Sabores Rescatados tiene potencial si es que llegamos a contar con el apoyo de los mercados y vendedores entre donaciones y precios bajos para conseguir los insumos que tendrían que ser desechados. El grado de aceptación va a tardar ya que la gente suele no comprar cosas que no estén frescas o hechas de productos que no sean de sus estándares comunes, sin embargo, gracias a la información nutricional que se define como nuestra propuesta de valor podemos conseguir fidelización de clientes.

4.2 Recomendaciones

-Participar en concursos de startups para financiar los primeros meses hasta que se consiga un mercado estable.

-Resaltar correctamente que la comida usada solo ha sido descartada por estética y no porque realmente esté en un estado insalubre.

-Mantener los precios menores a cadenas más grandes para tener mejor recepción por parte del público.

-Crear una página web donde podamos hablar más sobre el startup brindando información sobre los productos, el personal, el concepto en general, etc.

-Añadir nuevos productos al catálogo como snacks o barras energéticas como The Imperfect Project para tener más diversidad respecto a lo que la gente puede elegir.

V. Referencias Bibliográficas

FAO. (2019). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo. https://www.fao.org/3/ca5162es/ca5162es.pdf

FAO. (2023). Seguridad alimentaria en Perú: Retos y oportunidades. https://www.fao.org/peru/noticias/detail-events/en/c/1712376

Huiman Cruz, Alberto. (2024). Evaluación del desperdicio de alimentos: normas y acciones para fomentar la circularidad. Revista Kawsaypacha: Sociedad y Medio Ambiente, (13), A-003. Epub 31 de mayo de 2024. https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.202401.a00

Kamichi Miyashiro, M. (2023). Descripción del funcionamiento del Banco de Alimentos Perú.

https://www.researchgate.net/publication/374953771_Descripcion_del_funcionamiento_del_ Banco_de_Alimentos_Peru

Rodríguez, Y. G. H. (2025). Transformando el desperdicio alimentario en perú: propuestas para el rescate y redistribución de alimentos para mejorar la seguridad alimentaria. *Revista Científica Seguridad y Desarrollo*, *3*(1).

https://doi.org/10.58211/syd.v3i1.42