

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA TOULOUSE LAUTREC**



**CREACIÓN DE NUTRIBOX COMO UN PACK NUTRITIVO
EMPAQUETADO PARA AFRONTAR LA DESNUTRICIÓN EN
NIÑOS DE 3 A 8 AÑOS EN EL AA. HH MANANTIAL DE PARAÍSO
DEL DISTRITO DE VILLA MARIA DEL TRIUNFO**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Arquitectura de Interiores

AUTOR:

MICHELLE AMPARO MEZA TERRONES
(<https://orcid.org/ORCID:0000-0003-4421-2526>)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

RAFAEL ANDREE CALERO MARTINEZ
(<https://orcid.org/ORCID:0000-0003-3615-4426>)

Asesor

ALICIA ROXANA CHÁVEZ SOMOZA
(<https://orcid.org/0000-0002-6248-3779>)

Lima - Perú

Mayo 2022

Resumen del Proyecto de Investigación

Nuestro proyecto de innovación Nutribox se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social y la actividad económica de servicios de comida y busca resolver la desnutrición en niños de 3 a 8 años, teniendo como población beneficiaria a los padres como compradores y niños con problemas de desnutrición que muestren interés en implementar un mejor cuidado de su nutrición.

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 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 consiste en ayudar a que los niños tengan una alimentación saludable e interactiva a través de alimentos como cereales, jugo de frutas, mousse y gelatina. Trata de un alimento fabricado por terceros y empaquetado en nuestro almacén con material eco friendly, para próximamente ser distribuidos a las bodegas, siendo publicitado a través de redes sociales (Facebook, Instagram y Tiktok).

Para la experimentación, los resultados arrojaron que el producto es muy llamativo y de sabor muy rico, pero deberíamos emplear próximamente nuevos sabores para evitar perder a nuestro público objetivo.

Se concluye que la solución propuesta fomenta que el niño coma saludable y se divierta haciéndolo. A la vez, ayuda a mejorar los hábitos alimenticios e instruye a los padres a brindar una mejor alimentación a sus hijos.

Palabras clave: Nutrición interactiva, diseño sostenible, aprendizaje nutricional, bienestar, alimentación saludable.

Abstract

Our Nutribox innovation project is proposed in the context of the strategic priority development area of Health and social welfare and the economic activity of food services and seeks to solve malnutrition in children from 3 to 8 years old, having as a beneficiary population parent as buyers and children with malnutrition problems who show interest in implementing better care for their nutrition.

The creative problem solving methodology was applied with Design Thinking tools to take the user as its center and Lean Startup to promote the implementation of the results, these tools contemplate collaboration and visual thinking, such as the technique to propose archetypes and validate users, map of actors to recognize the context and market, trajectory map, to outline the mechanics of the proposal, value proposition canvas, to consolidate the innovative concept, business model canvas that allows to observe the sustainability of the proposal, among others, which are presented in detail in the document.

The innovative solution is to help children have a healthy and interactive diet through foods such as cereals, fruit juice, mousse and gelatin. It is about a food manufactured by third parties and packaged in our warehouse with eco-friendly material, to soon be distributed to the warehouses, being advertised through social networks (Facebook, Instagram and Tiktok).

For experimentation, the results showed that the product was very striking and tasteful, but we should soon use new flavors to avoid losing our target audience.

It is concluded that the proposed solution encourages the child to eat healthy and have fun doing so. At the same time, it helps improve eating habits and instructs parents to provide better nutrition for their children.

Keywords: Interactive nutrition, sustainable design, nutritional learning, wellness, healthy eating.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del proyecto de innovación	
1. Contextualización del problema.....	7
2. Justificación.....	11
3. Reto de Innovación.....	14
4. Sustento teórico.....	15
4.1 Estudios previos.....	15
4.2 Marco teórico.....	18
5. Beneficiarios.....	25
6. Propuesta de valor.....	27
6.1 Propuesta de valor.....	27
6.2 Segmento de clientes.....	27
6.3 Canales.....	27
6.4 Relación con los clientes.....	27
6.5 Actividades clave.....	28
6.6 Recursos clave.....	28
6.7 Aliados clave.....	28
6.8 Fuentes de ingreso.....	28
6.9 Presupuesto.....	29
7. Resultados.....	29
8. Conclusiones.....	30
9. Bibliografía.....	31
10. Anexos.....	38

1. Contextualización del Problema.

1.1. Visión Panorámica del Problema

La falta de información para una adecuada educación de calidad alimenticia es perjudicial para poblaciones de escasos recursos, siendo los niños los más afectados en esta problemática, siendo estos encontrados mayormente en los asentamientos humanos.

Los pueblos alejados de la ciudad, al no tener consigo recursos de primera necesidad, alimentan a sus hijos con lo que cuentan en el momento, trayendo como consecuencia problemas de salud como la desnutrición.

Actualmente, en Latinoamérica hay muchos países que afrontan problemas de desnutrición. De acuerdo con lo mencionado por FAO (2021) “En tan solo un año y en el contexto de la pandemia de COVID-19 el número de personas que viven con hambre aumentó en 13,8 millones, alcanzando un total de 59,7 millones de personas” (párr. 2). Coincidimos con lo mencionado por la FAO al indicar que la situación de la pandemia afectó fuertemente los niveles de hambruna a gran escala en la mayor parte de la población latinoamericana, especialmente a la más vulnerable.

Por otro lado, podemos indicar que un niño bien cuidado y alimentado tendrá un buen desarrollo. Según OPS (2016):

El crecimiento y desarrollo sano de los niños es la base del desarrollo humano. La malnutrición tiene una repercusión negativa en el desarrollo económico y social y perpetúa la pobreza porque causa pérdidas directas en la productividad; pérdidas indirectas ocasionadas por deficiencias en la función cognoscitiva, el desarrollo deficiente de los niños y fallas en la escolaridad; y pérdidas por el aumento de los costos de la atención sanitaria (párr. 1).

Se deduce que la malnutrición perjudica en muchos factores al niño que, con el pasar del tiempo, traería complicaciones.

Parte de la desnutrición crónica infantil constituye uno de los principales problemas de Salud Pública en el Perú. Según Revista peruana de medicina experimental y salud pública (2012):

Según los valores de referencia de la OMS, la prevalencia nacional es del 19,5% en niños menores de cinco años. La desnutrición crónica infantil afecta negativamente al individuo a lo largo de su vida, limita el desarrollo de la sociedad y dificulta la erradicación de la pobreza. Para lograr la meta de reducir a 10% la desnutrición crónica infantil para el año 2016, el Gobierno peruano deberá continuar fortaleciendo principalmente el uso eficiente de recursos económicos, la evaluación de intervenciones, la realización de investigaciones que permitan definir relaciones de causalidad y brindar información para el diseño de políticas públicas, el fortalecimiento de las capacidades de recursos humanos en salud y la articulación de los diferentes niveles de Gobierno. En el artículo se revisan las principales intervenciones realizadas en el país. (párr. 1).

Al ser la desnutrición crónica infantil un problema a gran escala en el país, las generaciones futuras corren el riesgo de no contar con una salud estable, lo cual el Gobierno peruano debe evaluar para lograr una adecuada solución e intervenir en el problema.

Asimismo, los niños que no están creciendo bien son víctimas de las tres vertientes de la triple carga de la malnutrición. Según Unicef (2019):

La primera vertiente es la desnutrición. A pesar de que se han registrado algunos descensos en las cifras, la desnutrición sigue afectando a decenas de millones de

niños. Su presencia es visible en el retraso en el crecimiento de niños que no reciben una nutrición adecuada durante los primeros 1.000 días –desde la concepción hasta el segundo cumpleaños del niño– y a menudo después. Estos niños tendrán que soportar la carga del retraso en el crecimiento durante el resto de sus vidas y es posible que nunca alcancen su pleno potencial físico e intelectual. La desnutrición también es evidente en la emaciación de los niños en cualquier etapa de sus vidas, cuando circunstancias como la escasez de alimentos, las malas prácticas de alimentación y las infecciones, a menudo agravadas por la pobreza, las crisis humanitarias y los conflictos, los privan de una nutrición adecuada y, en demasiados casos, provocan su muerte. En 2018, 149 millones de niños menores de 5 años sufrían retrasos en el crecimiento y 49 millones tenían emaciación (p. 18).

La desnutrición sigue actuando como principal causa de enfermedades en los niños, el cual es un impedimento del desarrollo y crecimiento. El problema no contempla una solución pronta, lo que seguiría agravando la situación y ascendiendo las cifras de casos de enfermedades y muertes.

2. Justificación

La presente investigación está enfocada en la solución de un problema que perjudica a las zonas más alejadas de la ciudad, en este caso, los niños con problemas de alimentación. Por esa razón, se busca desarrollar medidas de una alimentación saludable para el beneficio de ellos.

2.1. Justificación Social

En la lucha para combatir la desnutrición de cada distrito de Lima, el gobierno cumple con la labor de alimentar a la gran cantidad de familias que pasan hambre, sin embargo, es una labor que no cumple con las necesidades requeridas para disminuir este problema, el cual es una variable que va en ascenso afectando principalmente a los niños.

Se estableció hace unos años la reducción de desnutrición por el gobierno peruano, pero debido a la falta de importancia, esto fue incrementando. Según diario La Gestión (2020):

En el 2011, Perú se fijó varias metas para el bicentenario de su independencia.

Una de ellas era que la desnutrición crónica infantil se redujera a 6% y la anemia en niños de 6 a 35 meses de edad a 19%. En ambos indicadores solo alcanzaron la mitad del camino (párr. 1).

La falta de preparación frente a una situación de emergencia en un país con altos índices de pobreza y bajos recursos económicos fueron consecuencia de causar una gran cantidad de problemas de salud alimentaria, incrementando la desnutrición en las familias peruanas.

2.2. Implicancias Prácticas

El trabajo de investigación está orientado a la difusión de información de alimentación de calidad por nutricionistas especializados en niños. Esto se desarrolló con la finalidad de reducir la cantidad de mala nutrición en niños de aquella edad.

Como solución, traerá una mejor alimentación de los padres hacia los hijos, esto mejorando a nivel físico y mental para el desarrollo de las actividades que tengan pendiente.

La información de los nutricionistas será distribuida mediante charlas, presentación de diapositivas y ejemplos interactivos, dará como resultado una reducción de índices de mala alimentación en la zona y la importancia de los padres de familia al preparar los alimentos de los niños. Además, todos los integrantes de la familia considerarán tener una mejor alimentación con la comunicación brindada.

Como resultado, esta comunidad reducirá la cantidad de niños con mala alimentación.

Finalmente, se obtendrá un impacto pragmático dentro de la población, donde las familias con complicada situación económica podrán aprender que con pocos recursos se puede preparar un alimento de calidad rico en nutrientes.

Se considera que una buena educación alimenticia favorece a la población. Según De La Guardia Gutiérrez MA, Ruvalcaba Ledezma JC (2020):

Generar procesos educativos que permitan a las personas conocer, identificar y asumir su papel corresponsable en el autocuidado de la salud, representan un pilar fundamental para la práctica de la realización de hábitos y comportamientos saludables, esto significa obtener resultados positivos, si los procesos educativos generan corresponsabilidad (p. 87).

Se deduce que brindar información de nutrición a las personas ayudaría a un mejor hábito de estas.

2.3. Utilidad Metodológica

Hemos usado la metodología Toulouse Thinking apoyada de Design thinking y Lean startup, la cual será empleada para realizar las siguientes investigaciones y evaluaciones. Esta guía nos proporcionará desarrollar de una manera rápida y concisa, con el objetivo de conseguir buenos resultados. La siguiente metodología nos permitirá identificar el problema de la investigación, el proceso y finalmente los resultados y soluciones que demos correspondientes al problema planteado. La primera etapa es la

investigación y para ello se empleó el mapa del problema, donde detectamos las causas que originan el hambre cero, además también pudimos descartar ciertas ideas y quedar en una con la ayuda de la matriz de priorización. Dimos por escogido, la desnutrición porque es uno de los principales problemas de salud pública en nuestro país.

Por otro lado, una vez definido el tema, empleamos el "Mapa de actores" para poder identificar cuáles serían los usuarios que se consideran importantes para la planeación, diseño e implementación del proyecto de investigación.

3. Reto de innovación

3.1 Pregunta General

¿De qué manera el pack nutritivo empaquetado afrontará la desnutrición en niños de 3 a 8 años en el Manantial de Paraíso del distrito de Villa Maria del Triunfo?

3.1.1 Preguntas Específicas

¿Qué alimentos nutritivos empaquetados reducirán la desnutrición en los niños?

¿Qué alimentos nutritivos empaquetados pueden atraer la atención de los niños?

¿Cómo podría el servicio de alimentos nutritivos empaquetados desarrollar un empaque innovador para crear interacción con los niños?

¿Cómo el pack nutritivo empaquetado estará publicitado en los puntos de venta?

3.2 Objetivo General

Crear un pack nutritivo empaquetado para afrontar la desnutrición en niños de 3 a 8 años en el AA. HH Manantial de Paraíso del distrito de Villa María del Triunfo.

3.2.1 Objetivos Específicos

Evaluar qué alimentos empaquetados nutritivos son los adecuados para la reducción de la desnutrición en los niños.

Evaluar si los alimentos nutritivos empaquetados atraerán la atención para los niños.

Evaluar si el empaque del pack nutritivo será innovador para crear interacción con los niños.

Evaluar si los puntos de venta del pack nutritivo serán publicitados adecuadamente.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Cruz et al. (2020) en su trabajo académico titulado “*Barras nutritivas de espirulina para combatir la malnutrición infantil en el Perú*”, para optar el grado de Bachiller en Administración y Agronegocios y Administración y Marketing en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El objetivo de la investigación fue la elaboración de barras nutricionales a base de cereales andinos con espirulina, porque estos poseen un alto valor nutricional y pueden ayudar a combatir la malnutrición o enfermedades relacionadas con ello en niños en pleno desarrollo y crecimiento. Se concluyó que la espirulina es uno de los suplementos fundamentales porque contribuyen tanto físico como cognitivo, ya que contiene beneficiosos minerales y también crea sentir de saciedad al consumir pequeñas dosis en los alimentos. El principal aporte de este trabajo es que escogieron este suplemento que favorece a que este producto pueda traer buenos resultados, si bien es cierto para los niños no es un alimento común de su vida diaria, pero le ayudará a que tenga una buena alimentación.

Martínez et al. (2020) en su trabajo académico titulado “*Loncheras Nutriwawa*” para optar el grado en Administración de Empresas en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El objetivo fue la viabilidad de la lonchera, creada para dar solución al problema que tienen muchas madres de familia con niños en etapa preescolar respecto a la alimentación saludable. Por esta razón, se ofrecerán loncheras escolares reforzadas en su contenido nutricional y serán distribuidas directamente en los colegios. Se concluyó que existe preocupación por una alimentación saludable, no solo por los padres de familia, sino también por parte de entidades del Gobierno que han aplicado medidas como leyes que contribuyen al consumo de alimentos saludables dentro de los centros educativos, esto nos ayuda a reforzar la esencia del proyecto sobre loncheras nutritivas. Asimismo, que este producto si es viable y es recomendable invertir en él. Para poder originar un producto es fundamental evaluar a nuestros usuarios, en este caso son niños que se encuentran en etapa de desarrollo y es por ello que es preciso que crezca con una buena alimentación para evitar futuras consecuencias. Asimismo, los padres de familia también deben apoyar en este proceso.

Machado et al. (2019) en su tesis titulada “*Punky Lunchbox*” para optar el grado de bachiller en Administración de Empresas, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El objetivo fue ayudar a combatir los altos índices de anemia y desnutrición, brindando un producto de calidad, por lo que esperamos que la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa sea la ideal. Se concluyó que al existir altos índices de pobreza al interior del país complica aún más esta delicada situación, los niños que se ven más afectados son los que atraviesan la etapa escolar, puesto que su desgaste es mayor.

La creación de un producto rentable y de calidad a base de alimentos nutritivos facilita una adecuada alimentación a niños en situaciones de pobreza mientras realizan sus actividades y desarrollan su etapa escolar.

Zapata (2020) en su trabajo académico titulado: “*Loncheras saludables en los niños y niñas del nivel inicial*”, para optar el Título de segunda especialidad profesional en Educación Inicial, en la Universidad Nacional de Tumbes. El objetivo es tener un mayor conocimiento en relación con las loncheras saludables, por ello es necesario conocer cómo se caracterizan las loncheras saludables en los niños del nivel inicial. Como mencionan en la investigación, el conjunto que contiene una lonchera debe cumplir con las necesidades de contener nutrientes saludables y proveer energía suficiente para el niño, así tiene una alimentación saludable y no tenga problemas de alimentación que puedan generar desconcentración en sus clases.

Ávila, Vigo (2020) en la tesis titulada: “*Elaboración, aceptabilidad y efecto de las galletas enriquecidas con sangre de pollo, spirulina (Arthrospira máxima) y quinua negra (Chenopodium petiolare) sobre los niveles de hemoglobina de los escolares del colegio N.º 20857 – VEGUETA 2018*”, para optar el título de licenciado en Bromatología y Nutrición, en la universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho. El objetivo fue la creación de una galleta con sangrecita de pollo, quinua negra y spirulina, donde el muestreo fueron niños del colegio, obteniendo una aprobación de gusto y elevación de la hemoglobina en ellos. Es una magnífica elaboración por parte de los investigadores, ya que muchos padres no sabemos si nuestros hijos tienen anemia o están propensos a esto. Además, el agregar productos saludables a un snack es esencial para los niños, por el hecho de que mayormente para ellos es algo agradable.

Begazzo, P., Flores, S., Olaza, X., Rivera, M., Schaus, G. (2019). En su tesis titulada “*Moringuitos – Galletas de moringa para prevenir y combatir la desnutrición*”

infantil” para optar el título el grado de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El objetivo de la investigación fue la elaboración de galletas a base de Moringa con altos valores nutricionales para acompañar una lonchera saludable de los niños en la etapa escolar y así poder combatir la desnutrición infantil. Se concluyó que actualmente no existen productos saludables dirigidos exclusivamente a niños de esas edades, es por ello que los padres buscan productos sustitutos, los cuales no contienen las cantidades necesarias de nutrientes que pueden aportar para su desarrollo y crecimiento. La creación de un alimento que ayude a combatir la desnutrición infantil a base de un alimento desconocido con altos valores nutricionales es una solución que brinda variedad y opción al consumo de alimentos nutritivos.

Polo. C., Ramos. E. (2021). En su tesis titulada “Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta productora de galletas ricas en hierro para prevenir la anemia” para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, en la Universidad de Lima. El objetivo es determinar la viabilidad comercial, técnica, económica y social del proyecto de instalación de una planta de producción de galletas con chispas de cacao ricas en hierro para prevenir la anemia en niños en edad escolar y mujeres en edad fértil. Unas de las conclusiones es que el producto satisface la necesidad de cumplir con gran parte del requerimiento de hierro diario del público objetivo a través de un snack, lo cual, junto con los nuevos hábitos del consumidor peruano, forma parte de un nuevo mercado que está surgiendo paso a paso en el país; diferenciándose del mercado de galletas dulces. Se deduce de la investigación que la implementación de nuevos mercados con productos de alimentación nutritiva con variables en sabores o tipos de creación es atrayente para el consumidor peruano. Se concluye que la implementación de snacks nutritivos en

múltiples formas de preparación ayuda a los niños en su alimentación a largo plazo, lo que se mostraría una reducción amplia de desnutrición en las estadísticas.

4.2. Marco teórico

Servicio de alimentos nutritivos empaquetados

Creación de un pack de alimentos nutritivos empaquetados para afrontar la desnutrición.

Romero et al. (2016) Se sabe que un snack común es poco nutritivo para un niño en la etapa escolar, contiene muchas grasas saturadas, azúcar y sal. Una característica principal de un snack nutricional es que presentan características opuestas: son bajos en grasa, azúcar y sodio, además de contener pocas calorías. Entre los snacks saludables se hallan los alimentos con granos enteros, frutas y verduras, nueces y semillas, así como productos lácteos bajos en grasas y azúcar para el caso de los yogures.

Características

Cereal Nutritivo

Roldan et al. (2022) en su artículo define que la elaboración de una barra nutritiva empleando como insumo un producto funcional extraído de cereales, granos andinos y CPPo permitiría obtener un producto de mayor valor nutricional que las barras comerciales por el contenido de aminoácidos esenciales y ácidos grasos polinsaturados del tipo Omega 3.

El añadido de la barra de cereal es esencial para crear una buena combinación de alimentos nutritivos, además que brinda un mayor valor nutricional a nuestro empaque por su alto contenido en aminoácidos y ácidos grasos.

Velásquez-Barreto et al. (2021) reportan que la quinua y la kiwicha se consumen cada vez más como alimentos especiales en todo el mundo. En general, las proteínas de los cereales y granos andinos presentan la lisina como aminoácido limitante, que afecta su calidad nutritiva. El valor nutritivo o la calidad de una proteína es útil para establecer la capacidad para satisfacer las necesidades del organismo, esta calidad viene determinada por un alto valor biológico, alta digestibilidad que determinan una alta utilización proteica neta y un alto contenido de aminoácidos esenciales.

Gelatina Nutritiva

Chambergó et al. (2020) Los productos Jellthy son gelatinas naturales a base de yacón. El producto contará con dos sabores, los cuales son arándano y maracuyá. Estos insumos brindarán un color diferenciador a la gelatina, además de propiedades nutricionales adicionales. El principal insumo del producto es el yacón, el cual es una raíz con destacados atributos para la salud, además de ser considerado como nutracéutico. El yacón posee un sabor muy agradable y dulce, la raíz posee un alto contenido de inulina y fructooligosacáridos, los cuales no pueden ser asimilados por nuestro organismo, brindando un nivel inferior de calorías, por lo que se convierte en excelente opción para las dietas hipocalóricas o incluso para aquellas personas diabéticas.

Propiedades y Beneficios del maracuyá

Es una fruta de color amarilla. Es rica en vitamina C y A, porque contiene fortalecimiento al sistema inmunológico, antioxidantes, protección ante la luz solar y mejoramiento del flujo intestinal. Adicionalmente, esta fruta contiene potasio, fósforo y magnesio.

Se considera beneficioso la producción y comercialización de la gelatina natural para así evitar enfermedades como la diabetes a largo plazo.

Propiedades y Beneficios del Arándano

Es una fruta de color azul oscuro. Es lo más saludable, ya que contiene altos niveles de antioxidantes y no contiene grasas (bajo en calorías) y sodio, es decir, protegen contra el envejecimiento prematuro, infecciones, etc.

Jugos Nutritivos Empaquetados

Briceño et al. (2019) La bebida tiene una vida útil de cuatro meses para conservar los componentes bioactivos de sus ingredientes naturales, como carotenoides, antioxidantes, vitamina C, omega -3,6,9; compuestos fenólicos como antocianinas y taninos, que son beneficiosos para la salud del consumidor, ya que ayudan a reducir factores de riesgo de las enfermedades no transmisibles.

Es importante señalar, que los productos se distribuirán por canales directos a través de ecoferias y canales indirectos a través de empresas especializadas en la venta de productos naturales y salud, por ejemplo: supermercados, minimercados, bodega, tiendas ecológicas. Además, el mercado se venderá en línea con entrega a domicilio y los clientes podrán pagar de forma segura.

Propiedades y Beneficios del Camu Camu

Es una fruta nativa de la región amazónica, se distingue por su alto contenido en vitamina C, asimismo es una buena fuente de minerales tales como sodio, potasio,

calcio, zinc, magnesio, manganeso, cobre y varias clases de aminoácidos, tales como serina, valina y leucina.

Propiedades y Beneficios del Huasai

De la fruta se puede destacar que es un tipo de “baya”, la cual proviene de algunos árboles que tienen por hojas especies de palmas. Rica en nutrientes contiene altos niveles de antioxidante, de los omegas 3, 6, 9

La creación de este producto es beneficioso para que las personas puedan mejorar su estilo de vida saludable si en caso estuvieran con problemas de desnutrición u otras enfermedades severas.

Mousse Nutritivo con sangrecita

Choo, R. y Brain. C. (2019) Han desarrollado un producto de chocolate a base de la cobertura de sangre de semillas de ajonjolí, linaza y chocolate negro natural con un buen aporte de hierro para prevenir la anemia ferropénica.

En teoría, la sangre de pollo proporciona 15 gramos de proteína de alta calidad por cada 100 gramos, muy cerca de los 18 gramos promedio de proteína en comparación con la carne de res o el pollo; También se cree que casi no aporta grasas y, por lo tanto, es bajo en calorías (65 kcal), por lo que también se puede recomendar a personas con problemas de colesterol, y también se recomienda a niños, adolescentes, embarazadas, mujeres, lactantes y anciano. Según Sabah, todas estas son fáciles de ingerir, fáciles de digerir, ricas en hierro y de muy bajo costo.

La inclusión de la sangrecita en la nutrición de los niños actúa como una fuente de proteínas adecuada para dar un buen balance en la alimentación, en este caso a través de la preparación de mousse a base de este alimento.

Diseño de Empaque

Pérez et al. (2015) Se realizaron entrevistas en profundidad y pruebas de productos como herramientas de investigación para niños de 7 a 11 años de niveles socioeconómicos dos y tres. El estudio buscó identificar los aspectos más relevantes que los niños consideran al momento de elegir un envase de yogur, y también identificó preferencias que influyen en los niños en esta etapa de sus vidas.

Se concluye que mayormente los niños, a la hora de comprar, prefieren empaques atractivos, esto es un plus que se tiene que tomar a la hora de crear un producto para un niño, además de que les debe agradar con el sabor.

Anexo A: Diseño de empaque

Exhibidor de Piso

González, G. (2019) Por etapa de lanzamiento del producto, se instalará un exhibidor como medio de branding de la marca. Este estará ubicado al principio en bodegas para poder captar la atención del consumidor. El diseño de la estructura es interactivo a través de los dos personajes como inicio del producto, las formas que lo rodean y los colores llamativos.

A su vez podrán degustar los productos a través de la misma vendedora de la bodega que le podrá otorgar muestras del producto.

Como factor diferencial, emplearemos el diseño sostenible, en este caso sería cartón estructural corrugado importado, como principal recurso en nuestros exhibidores y a diseños futuros.

En conclusión, la creación de los exhibidores publicitarios son herramientas fundamentales para poder promover la marca y sus productos. Suelen ser de diferentes tamaños y diversas temáticas, de acuerdo con lo que la marca desea transmitir a los consumidores.

Anexo B: Exhibidor

Material Pop

González, G. (2019) el material pop es un recurso muy conveniente para el branding y comunicación visual y además tiene como objetivo destacar y estimular la venta de los productos a realizar. Para esto, se propone utilizar el siguiente elemento:

Islas Pop

Como propuesta a futuro, usaremos el diseño de material publicitario pop en forma de isla, ya que se puede colocar en cualquier lado de la tienda, porque es voluble. El diseño de este está conectado al empaque de “Nutribox”, será fácil de reconocer dado por la manera lineal, los personajes con su respectivo diseño y sus colores llamativos. Adicionalmente, este contaría con el diseño sostenible al igual que los exhibidores

En conclusión, las islas pop son parte del grupo herramientas de comunicación visual, también estimula el movimiento de los productos, ya que existen diversas maneras de como exhibirlos.

Anexo C: Exhibidor de supermercado

Importancia

La importancia en la implementación de variedad de productos empaquetados, nutritivos e interactivos en el mercado puede cambiar la alimentación de los niños a largo plazo, llevando a la preferencia de consumir alimentos nutritivos en cada horario de desayuno, almuerzo o cena; ayudando a la vez a tener un control y cuidado de las enfermedades causadas por la desnutrición.

Desnutrición en niños de 3 a 8 años en el AA. HH Manantial de Paraíso

Según Minsa (2014). La desnutrición crónica infantil es un problema de salud pública que afecta el desarrollo infantil temprano, que tiene como causas directas a las enfermedades comunes de la infancia (diarreas e infecciones respiratorias) que junto a una alimentación diaria deficiente en calidad y cantidad en sus hogares la generan. Es por ello, que compromete la salud y la calidad de vida de miles de niños peruanos.

Características

Desnutrición Crónica

Según Minsa (2014). Los principales factores asociados a este problema son el deficiente régimen alimenticio y continuos episodios de enfermedades infecciosas (probablemente ligado a inadecuadas prácticas de higiene), así como otras determinantes de la salud, asociados a la pobreza y brechas de inequidad que incluyen causas básicas como la desigualdad de oportunidades, la exclusión, desigualdad, entre otros.

Rendimiento Escolar

Bocanegra (2017) Define que en nuestro país la población infantil es la más, afectada con esta problemática, que cada vez es mayor el número de niños y niñas que ven deteriorada su salud, la tuberculosis y la desnutrición hacen presa de ellos y el estado con sus programas de ayuda social es poco o nada lo que se puede hacer, unida a esta problemática nos encontramos con una población que no practica estilos de vida saludable y que desconoce el valor, nutritivo de los alimentos que produce en su zona o región y opta por ingerir alimentos con poco valor nutritivo que les presenta en los mercados o en la televisión.

5. Beneficiarios

El público al cual va dirigida nuestra solución son niños, los cuales requieren de una mejor alimentación con mayor valor nutricional, son de familias de NSE, A, B, C, D y E. Estos niños se encuentran en una edad de entre 3 a 8 años, quienes se encuentran diariamente en constante actividad, requiriendo una fuente de nutrientes que les dé la energía para disfrutar su vida diaria.

Se toma en cuenta que la desnutrición afecta las habilidades cognitivas de los niños, lo que resulta en la pérdida o reducción de las habilidades de abstracciones, las operaciones matemáticas y el aprendizaje general; lo que conduce a un rendimiento deficiente y a una menor probabilidad de recibir una educación alternativa.

De la misma manera, nuestra propuesta va dirigida a los padres de familia, quienes cuidan a sus hijos a lo largo del día. Son de un NSE A, B, C, D y E, siendo los principales encargados del manejo de una buena alimentación para sus hijos pendientes a que tengan un buen desarrollo a lo largo de su crecimiento.

Se precisa que la alimentación es uno de los principales determinantes de la salud humana, repercute en los diferentes entornos que la rodean y está asociada a una vida sana y activa.

Customer Journey Map

Estos niños del AA. HH viven en constante movimiento al realizar diversas actividades y tareas. Hemos visto que nuestro arquetipo inicia su día tomando un desayuno básico como té o leche, acompañado con un pan con mantequilla o queso.

Luego de haber tomado su desayuno, su mamá lo lleva al colegio, en la puerta principal compran su lonchera y lo combinan con un jugo, cereal y un dulce, por lo que el niño se va satisfecho a clase.

Durante el horario escolar, el niño consume sus alimentos a la hora del recreo, por lo que algunas veces frecuenta tener sueño o estar muy intranquilo.

El niño sale feliz de clase porque ya puede ir a su casa, algunas veces se dirigen solos a su domicilio u otras veces su mamá lo recoge. Mientras el niño se dirige a su domicilio, vuelve a sentir hambre e intenta comprar algo de alimento con lo que le alcanza el dinero o compra un juguete curioso que vendan en la entrada del colegio.

El niño, al llegar a casa, deja sus cosas y la mamá se dirige a recoger su almuerzo a la olla común. Algunas veces llegan cansados y se van directo a dormir, otras veces con el producto que compraron afuera del colegio ya se sienten llenos. Todo esto genera un desorden alimenticio al no tener un horario específico de nutrirse y consumir alimentos que no complementan con su desarrollo.

Al momento de la cena, los padres suelen preparar comida rápida para calmar el hambre, algunas veces arroz con huevo, pollo frito con papas fritas, atún con arroz o simplemente un lonche que satisfaga la cena.

Todo el camino del usuario está perjudicado por alimentos que no contribuyen al desarrollo y crecimiento del niño, por lo que al no tomar cartas sobre el asunto las complicaciones de salud a largo plazo serán dañinas.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

Ayudamos a que los niños tengan una alimentación saludable e interactiva a través de productos nutritivos empaquetados como cereales, jugo de frutas, mousse y gelatina.

6.2. Segmento de clientes

Niños de 3 a 8 años, padres de familia y bodegas.

6.3. Canales

- Redes sociales (IG, FB, TikTok)
- Puntos de venta (Bodegas)
- Página Web

6.4. Relación con los clientes

- Indirecta

Los usuarios que requieran del plan mensual, podrán contactarnos mediante nuestra web.

- Mediante terceros

Como bodegas que actuarán como punto de venta de nuestros productos.

Vínculos con los clientes

- Transaccional (Compra única)
- Largo plazo (Kit mensual)

6.5. Actividades clave

- Desarrollo de marketing y publicidad.
- Empaquetadura

6.6. Recursos clave

- Oficinas
- Almacén
- Laptops

- Internet

6.7. Aliados clave

- Centros de venta (Bodegas)

Para poder tener mayor cantidad de productos exhibidos en su establecimiento.

- Proveedores de empaque
- Couriers de envío
- Grupo Fouscas

Como empresa que nos realiza el servicio de la fabricación del alimento.

6.8. Fuentes de ingresos

- Cuota por Uso

El cliente podrá comprar el producto por única vez en las bodegas.

- Cuota de Suscripción

El cliente podrá solicitar una cantidad mensual de los productos por nuestra web.

Métodos de Pago: Transferencias, Depósitos, Pagos en efectivo, Pago QR y Pago Link.

- Por Venta de los productos en bodegas.

6.9. Presupuestos

- Costo del Alimento
- Costo de empaque
- Merchandising
- Alquiler de local
- Marketing y Publicidad

Anexo D: Presupuesto MVP

7. Resultados

Luego de haber concluido con el reto que nos propusimos durante esta investigación, el cual consiste en el desarrollo del servicio de alimentos nutritivos empaquetados, recogimos los siguientes resultados respecto a la interacción y aprobación de la propuesta:

- Los usuarios muestran interés por el empaque e interactúan con la temática de aprendizaje respecto a una nutrición correcta.
- Los alimentos propuestos brindan una alimentación balanceada al usuario, además de ser adecuado a su gusto, siendo considerado positivamente por los padres de familia para ser parte de la alimentación diaria de sus hijos.
- El diseño del empaque y temática planteado se adapta correctamente a la difusión y aprendizaje acerca de la nutrición y la buena alimentación del usuario.
- La creación del mobiliario a través del material pop es un gran elemento de branding y comunicación visual para el usuario, ya que cumplió el objetivo de estimular la venta del producto.
- El consumidor es consciente que nuestro producto es innovador al ser el único en el mercado que ofrece variedad en un solo empaque.
- Por medio de nuestras redes sociales y página web se obtuvo interacción con nuestro público para tener más información y acceso al producto.
- Se toma en consideración que el producto es reciente, por lo cual según la demanda del público se estaría lanzando nuevos sabores del producto.
- Es de importancia tomar en cuenta que, con una campaña de publicidad de alto alcance en los medios digitales, tendría mayor demanda nuestro producto.

8. Conclusiones

Después de indagar en el tema de investigación, se ha logrado crear un pack de alimentos nutritivos empaquetados para afrontar la desnutrición en niños de 3 a 8 años en el AA. HH Manantial de Paraíso del distrito de Villa María del Triunfo.

Según la información adquirida de la contextualización del problema, es un hecho con énfasis a tomarle importancia porque es la alimentación de los niños que se encuentra en riesgo en los diversos AA. HH del Perú. Por esa razón, originamos un producto alimenticio empaquetado a bajo costo, para que pueda ser adquirido por cualquier público de diferente nivel socioeconómico, en la que se tuvo buenas críticas sobre la creación.

Identificamos los insights más resaltantes respecto al consumo de productos nutritivos en nuestro público objetivo, gracias al análisis recaudado, se desarrolló la propuesta de “Nutribox” un pack nutritivo compuesto de alimentos seleccionados para darle una buena alimentación a los niños. Teniendo un empaque compuesto principalmente por cereal, jugo, mousse y gelatina.

Se sabe que, para poder tener como público consumidor a los niños, se tuvo que generar un diseño llamativo del empaque, para que puedan generar la atracción visual al momento de comprar el producto en los lugares establecidos. Además de que en esta propuesta del empaque tiene una temática de superhéroes que instruye de forma interactiva a los niños y padres de familia en la que fue bien recibida por los usuarios.

Para finalizar, se tiene en cuenta que “Nutribox” está en proceso de crecimiento y de expansión para los próximos sabores de los productos alimenticios, en la que se podría adicionar o modificar algunos puntos de nuestro producto para el bienestar de nuestro público consumidor.

9. Bibliografía

Ávila, P. Vigo, W. (2021) *Elaboración, aceptabilidad y efecto de las galletas enriquecidas con sangre de pollo, spirulina(Arthrospira máxima) y quinua negra (chenopodium petiolare) sobre los niveles de hemoglobina de los escolares del colegio-vegueta 2018*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión-Huacho.

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/4667/AVILA%20y%20VIGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Beltrán, A. y Seinfeld, J. (2011). *Identificando estrategias efectivas para combatir la desnutrición infantil en el Perú*. Universidad del Pacífico.

<https://doi.org/10.21678/apuntes.69.630>

Bastidas, A. Monteza, E. López, A. Torrico, M. Totocayo, K. (2020) *Barras nutritivas de espirulina para combatir la malnutrición infantil en el Perú*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652929/Bastidas_CA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Becerra, V. (2020) *Loncheras saludables en los niños y niñas del nivel inicial*. Universidad Nacional de Tumbes.

<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2609/TRABAJO%20>

[ACADEMICO%20-](#)

[%20ZAPATA%20BECERRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Begazzo, P. Flores, S. Olaza, X. Rivera, M. Schaus, G. (2019) *Moringuitos – Galletas de moringa para prevenir y combatir la desnutrición infantil*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/651784>

Bocanegra, G. (2017) *Desnutrición infantil y rendimiento escolar en los estudiantes de la institución educativa inicial - Chimbote, 2017*. Universidad César Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27830/bocanegra_mg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Briceño, M. Lezameta, S. Gonzales, S. Barraza, J. (2019) *Bebida Saludable Nutri Q'umara*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626246/Brice%
c3%b1o_vm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626246/Brice%
c3%b1o_vm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Canchari, D. Juan de Dios, G. Paredes, A. Quispe, E. (2020) *Loncheras Nutriwawa*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652921/Canchari_MD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chambergó, A. Obando, C. Soto, L. Vela, M. (2020) *Producción y comercialización de gelatina natural a base de Yacón*. Universidad San Ignacio de Loyola.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a4eeb1c9-766e-4805-9a46-7fa54cb39581/content>

Choo, R. y Braun. C. (2019) *Aceptabilidad y contenido de hierro en barritas de chocochips de sangrecita con semillas de ajonjolí (sesamum indicum l.) y linaza (linum usitatissimum)*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3570/ROSAS%20CHOO%2c%20CHRISTOPHER%20BRAIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

De La Guardia Gutiérrez MA, Ruvalcaba Ledezma JC (2020) *La salud y sus determinantes, promoción de la salud y educación sanitaria*. JONNPR.

2020;5(1):81-90.

DOI:

10.19230/jonnpr.321.

<https://scielo.isciii.es/pdf/jonnpr/v5n1/2529-850X-jonnpr-5-01-81.pdf>

Gestión (2020) *Pandemia del COVID-19 aleja a Perú de su meta de reducir la desnutrición infantil*. párr. 1.

<https://gestion.pe/peru/pandemia-del-covid-19-aleja-a-peru-de-su-meta-de-reducir-la-desnutricion-infantil-noticia/>

González, G. (2019) *Campaña de lanzamiento de la marca “Naturessa” Chicha Morada en concentrado*. Universidad de Lima.

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10290/Gonz%C3%A1lez_Vila_Gabriela.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Machado, R. Ramírez, F. Vilca, R. (2019) *Punky Lunchbox*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/648573>

MINSA (2014). *Planteamiento de problemas de salud pública en la región Puno*. Párr 3.

<https://www.monografias.com/trabajos109/planteamiento-problemas-salud-publica-region-puno-2016/planteamiento-problemas-salud-publica-region-puno-2016>

MINSA (2016) *Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú*. Hospital Cayetano Heredia. pg. 2.

http://www.hospitalcayetano.gob.pe/Inicio/images/Documentos/NOTAPRENSA_22CAMPANADEANEMIA2016.pdf

MINSA (2016) *El Ministerio de la Salud de Perú capacita a las madres líderes de los comedores populares para luchar contra la anemia infantil*. Scaling up nutrition, párr. 1.

<https://scalingupnutrition.org/es/news/el-ministerio-de-la-salud-de-peru-capacita-a-las-madres-lideres-de-los-comedores-populares-para-luchar-contra-la-anemia-infantil/>

ONU (2019). Nuevo informe de la ONU: el hambre en América Latina y el Caribe aumentó en 13,8 millones de personas en solo un año. Unicef, parr. 2.

<https://www.unicef.org/lac/comunicados-prensa/nuevo-informe-de-la-onu-el-hambre-en-america-latina-y-el-caribe-aumento>

OPS (2016). *Enfermedades transmisibles y factores de riesgo (Nutrición)*. OPS Perú, párr. 1.

https://www3.paho.org/per/index.php?option=com_content&view=article&id=411:nutricion&Itemid=1062

Org. de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2022) *Entornos alimentarios y alimentación escolar saludables*. párr. 1.

<https://www.fao.org/school-food/areas-work/food-environment/es/>

Polo. C., Ramos. E. (2021). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta productora de galletas ricas en hierro para prevenir la anemia*. Universidad de Lima.

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/14266/Polo_Ramos_Estudio_prefactibilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Revista peruana de medicina experimental y salud pública, (2012). *Evolución de la desnutrición crónica en menores de cinco años en el Perú*, párr. 1.

<https://rpmesp.ins.gob.pe/rpmesp/article/view/377/2496>

Roldán, D. Omote- Sibina, J.n Molleda y Olivares, A. F. (2022) *Desarrollo de barras nutritivas utilizando cereales, granos andinos y concentrado proteico de pota*. Revista de Investigaciones Altoandina, 24(1), 17–26.

<http://www.scielo.org.pe/pdf/ria/v24n1/2313-2957-ria-24-01-17.pdf>

Romero, I. Díaz, V. Aguirre, A. (2016) *Fortalecimiento de la cadena de valor de los snacks nutritivos con base en fruta deshidratada en el Salvador*. CEPAL.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40251/1/S1600668_es.pdf

Salvador, M. M., & Llanos, M. N. (2007). Evaluación de un análisis de una experiencia de innovación en el uso de las TIC. *Electronic Journal of Research in Educational Technology*, 15(4), 380-384. <https://doi.org/10.29312/1946014.pdf>

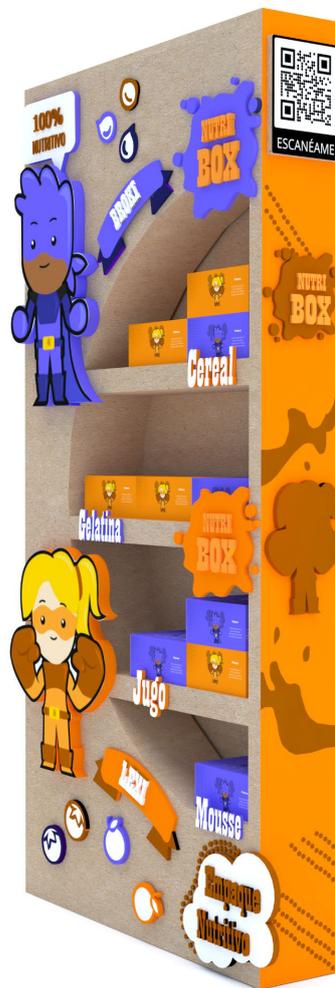
UNICEF (2017). *Estado de la Infancia en el Mundo 2017: Niños, alimentos y nutrición. Crecer bien*. Unicef, parr. 18.



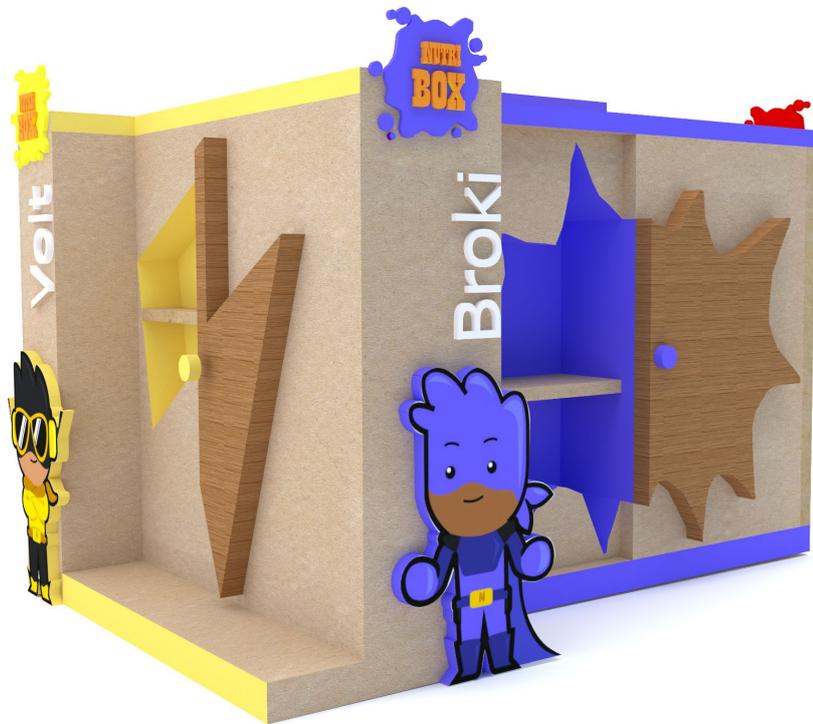
10. Anexo A



Anexo B



Anexo C



Anexo D

VENTAS

Rubro/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Producto 1: Nutribox Lexy	S/. 2.750,00	S/. 2.887,50	S/. 3.025,00	S/. 3.162,50	S/. 3.300,00	S/. 3.437,50	S/. 3.575,00	S/. 3.712,50	S/. 3.850,00	S/. 3.987,50	S/. 4.125,00	S/. 4.262,50
Precio estimado	S/. 5,50											
Cantidad estimada:	500	525	550	575	600	625	650	675	700	725	750	775
Producto 2: Nutribox Broki	S/. 2.750,00	S/. 2.887,50	S/. 3.025,00	S/. 3.162,50	S/. 3.300,00	S/. 3.437,50	S/. 3.575,00	S/. 3.712,50	S/. 3.850,00	S/. 3.987,50	S/. 4.125,00	S/. 4.262,50
Precio estimado	S/. 5,50											
Cantidad estimada:	500	525	550	575	600	625	650	675	700	725	750	775
Producto 3:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Precio estimado												
Cantidad estimada:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingreso total	5.500,00	5.775,00	6.050,00	6.325,00	6.600,00	6.875,00	7.150,00	7.425,00	7.700,00	7.975,00	8.250,00	8.525,00
Costos Mensuales NECESARIOS												
Alimentos S/3.00 x 1000 unid	S/. 3.000,00	S/. 3.150,00	S/. 3.300,00	S/. 3.450,00	S/. 3.600,00	S/. 3.750,00	S/. 3.900,00	S/. 4.050,00	S/. 4.200,00	S/. 4.350,00	S/. 4.500,00	S/. 4.650,00
Empaque S/1.00 X 1000 unid	S/. 1.000,00	S/. 1.050,00	S/. 1.100,00	S/. 1.150,00	S/. 1.200,00	S/. 1.250,00	S/. 1.300,00	S/. 1.350,00	S/. 1.400,00	S/. 1.450,00	S/. 1.500,00	S/. 1.550,00
Marketing y Publicidad	S/. 280,00											
Muñequitos S/0.20 X 1000 unid	S/. 200,00	S/. 210,00	S/. 220,00	S/. 230,00	S/. 240,00	S/. 250,00	S/. 260,00	S/. 270,00	S/. 280,00	S/. 290,00	S/. 300,00	S/. 310,00
	S/0,00											
	S/0,00											
	S/0,00											
	S/0,00											
TOTAL COSTOS	4.480,00	4.690,00	4.900,00	5.110,00	5.320,00	5.530,00	5.740,00	5.950,00	6.160,00	6.370,00	6.580,00	6.790,00

INVERSIÓN MÍNIMA

Laptop	S/. 3.000,00
Alimentos para degustar	S/500,00

TOTAL INVERSIÓN MV	3.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
---------------------------	-----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

RESULTADOS A CORTO PLAZO - ETAPA DE CAPITALIZACIÓN

Ventas	S/. 5.500,00	S/. 5.775,00	S/. 6.050,00	S/. 6.325,00	S/. 6.600,00	S/. 6.875,00	S/. 7.150,00	S/. 7.425,00	S/. 7.700,00	S/. 7.975,00	S/. 8.250,00	S/. 8.525,00
Costos	S/. 4.480,00	S/. 4.690,00	S/. 4.900,00	S/. 5.110,00	S/. 5.320,00	S/. 5.530,00	S/. 5.740,00	S/. 5.950,00	S/. 6.160,00	S/. 6.370,00	S/. 6.580,00	S/. 6.790,00

Utilidad	S/. 1.020,00	S/. 1.085,00	S/. 1.150,00	S/. 1.215,00	S/. 1.280,00	S/. 1.345,00	S/. 1.410,00	S/. 1.475,00	S/. 1.540,00	S/. 1.605,00	S/. 1.670,00	S/. 1.735,00
-----------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Inversión inicial	S/. 3.500,00
-------------------	--------------