ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Innovación en el consumo saludable: Kombu-Shots, como alternativa sostenible a las bebidas energéticas y azúcaradas

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

PRESENTADA POR

Mathias Francisco Carrera Perez
DNI: 74572263, Perú

ASESOR

Martha Sofia Mercedes Millan Reyes
DNI: 76965994, Perú
ORCID: 0000-0002-2892-4921

JURADO

Mateo Nuñez Hayashi Rafael
Fuller Otortegui Carlos Alfredo
Pérez Ortiz Johan Alexander

Lima, Diciembre 2025

Informe - 0000021245 - CARRERA.pdf

Proyecto de Innovación – Entrega Final con Turnitin

2252|6244|Asesorías|MA 21:00-23:00 JU 21:00-23:00

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:551463069

Fecha de entrega
31 ene 2026, 7:00 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
31 ene 2026, 8:09 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe - 0000021245 - CARRERA.pdf

Tamaño del archivo
7.7 MB

44 páginas

5951 palabras

35.933 caracteres

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

4%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
15%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

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 5
2.3 Objetivo(s) del proyecto 6
2.4 Marco referencial 6
2.5 Proceso creativo y experimentos 8
2.5.1 Información sobre el usuario(s) 8
2.5.2 Información sobre el Mercado 10
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 12
2.5.4 Diseño de producto/servicio 17
2.5.5 Modelo de Negocio 21
2.5.6 Resultados esperados 23
2.5.7 Prototipos desarrollados 24
2.5.8 Experimentos 27
2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 29
III. Estimación de costos **32**
3.1 Presupuesto 32
IV. Conclusiones y recomendaciones **32**
4.1 Conclusiones 32
4.2 Recomendaciones 32
V. Referencias Bibliográficas **32**
VI. Anexos **33**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Costos de Servicio 38
Tabla 2 Costos Operativos 39
Tabla 3 Ingresos y Resultados 39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas 4
Figura 2 Mapa de Actores 5
Figura 3 Arquetipo de usuario 9
Figura 4 Mapa de empatía 10
Figura 5 Brainstorming y Matriz de filtración 14
Figura 6 ¿Cómo podríamos? 15
Figura 7 Técnica SCAMPER 16
Figura 8 Canva Propuesta de Valor 17
Figura 9 Triple Balance 20
Figura 10 Tabla de Creación de Prototipo 21
Figura 11 Tabla de Modelo de Negocios 23
Figura 12 Modelo Kombu-shots 25
Figura 13 Modelo Kombu-shots 25
Figura 14 Modelo Kombu-shots 26
Figura 15 Modelo Kombu-shots 26
Figura 16 Modelo Kombu-shots 27
Figura 17 Experimentación ágil 28
Figura 18 Tabla de Creación de Prototipos 29

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Innovación en el consumo saludable: Kombu-Shots, como alternativa sostenible a las bebidas energéticas y azúcaradas

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto Kombu-Shots propone el desarrollo e introducción de una línea innovadora de kombucha en formato de shots de 70 ml, bajo la marca Sativa Brew.

Cada variedad está diseñada para un momento específico del día, combinando ingredientes naturales y funcionales como camu camu, jengibre, maca negra y manzanilla, que aportan beneficios energéticos, digestivos, de recuperación o relajación.

El objetivo principal es ofrecer una alternativa saludable, sostenible y funcional frente al consumo masivo de bebidas energéticas y azucaradas.

La narrativa central "microdosis de bienestar natural" busca fomentar hábitos de consumo consciente y alineados con las tendencias globales de alimentación saludable, sostenibilidad y estilo de vida activo.

El modelo de negocio se apoya en canales digitales y activaciones en eventos deportivos y wellness, promoviendo comunidad, educación y fidelización a través de estrategias de gamificación y personalización de envases reutilizables.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El Perú posee una rica tradición cultural de consumo de bebidas naturales y fermentadas, como la chicha de jora, el emoliente, la maca y el mate de hierbas, todas apreciadas por sus propiedades nutritivas y curativas (Flores & Soto, 2021). Sin embargo, en

las últimas décadas, el mercado ha sido invadido por bebidas industrializadas con alto contenido de azúcar, desplazando las prácticas tradicionales.

Esta transformación del consumo ha generado problemas de salud pública. Según el Ministerio de Salud del Perú (2024), más del 60 % de la población adulta presenta exceso de peso, asociado al consumo habitual de productos ultraprocesados. El Instituto Nacional de Salud (INS, 2023) advierte que el consumo de bebidas azucaradas continúa siendo elevado a pesar de las medidas regulatorias, afectando principalmente a los jóvenes urbanos.

Paralelamente, las tendencias globales muestran un cambio en el comportamiento del consumidor. De acuerdo con Euromonitor International (2022), el 78 % de los consumidores latinoamericanos prioriza productos con beneficios reales para la salud y libres de aditivos artificiales.

Esta evolución cultural y social abre espacio para innovaciones como Kombu-Shots, que no solo responde a una necesidad de bienestar, sino que revaloriza ingredientes locales y promueve la sostenibilidad ambiental mediante envases retornables y comunicación eco-friendly.

El impacto esperado del proyecto abarca varias dimensiones:

- **Saludable:** promueve alternativas naturales frente a bebidas industriales.
- **Sostenible:** utiliza envases de vidrio reutilizables y procesos de bajo impacto.
- **Cultural:** rescata y resignifica ingredientes peruanos tradicionales.
- **Social:** fomenta hábitos conscientes y estilos de vida equilibrados en jóvenes urbanos.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

¿Qué está sucediendo?

Alto consumo de bebidas azucaradas en zonas urbanas del Perú, esto antes de las regulaciones, esto ya que los hogares urbanos adquirían muchas de estas bebidas. Un estudio "Adquisición de bebidas azucaradas en zonas urbanas del Perú antes de la implementación de políticas de impuestos y etiquetas de advertencia" muestra que de 2016 a 2017 muchas compras de bebidas con azúcar persistían.

Enfermedades crónicas relacionadas con el consumo excesivo de azúcar, ya sean temas como la obesidad, la diabetes tipo 2 o enfermedades cardiovasculares. Algunos ejemplos se pueden plasmar en estudios a nivel latinoamericano donde muestran asociaciones claras entre bebidas azucaradas y estas condiciones.

Causa, ¿A qué se debe?

- A la falta de alternativas saludables, accesibles o de consumo fácil.
- Estrategias de marketing fuertes sobre las bebidas industrializadas con azúcar añadida.
- Conocimiento escaso de los consumidores sobre los efectos de la azúcar y sobre las diversas alternativas funcionales.
- El punto del precio en las bebidas azucaradas sigue siendo competitivo frente a las alternativas naturales.

Consecuencia, ¿Qué efectos adversos genera?

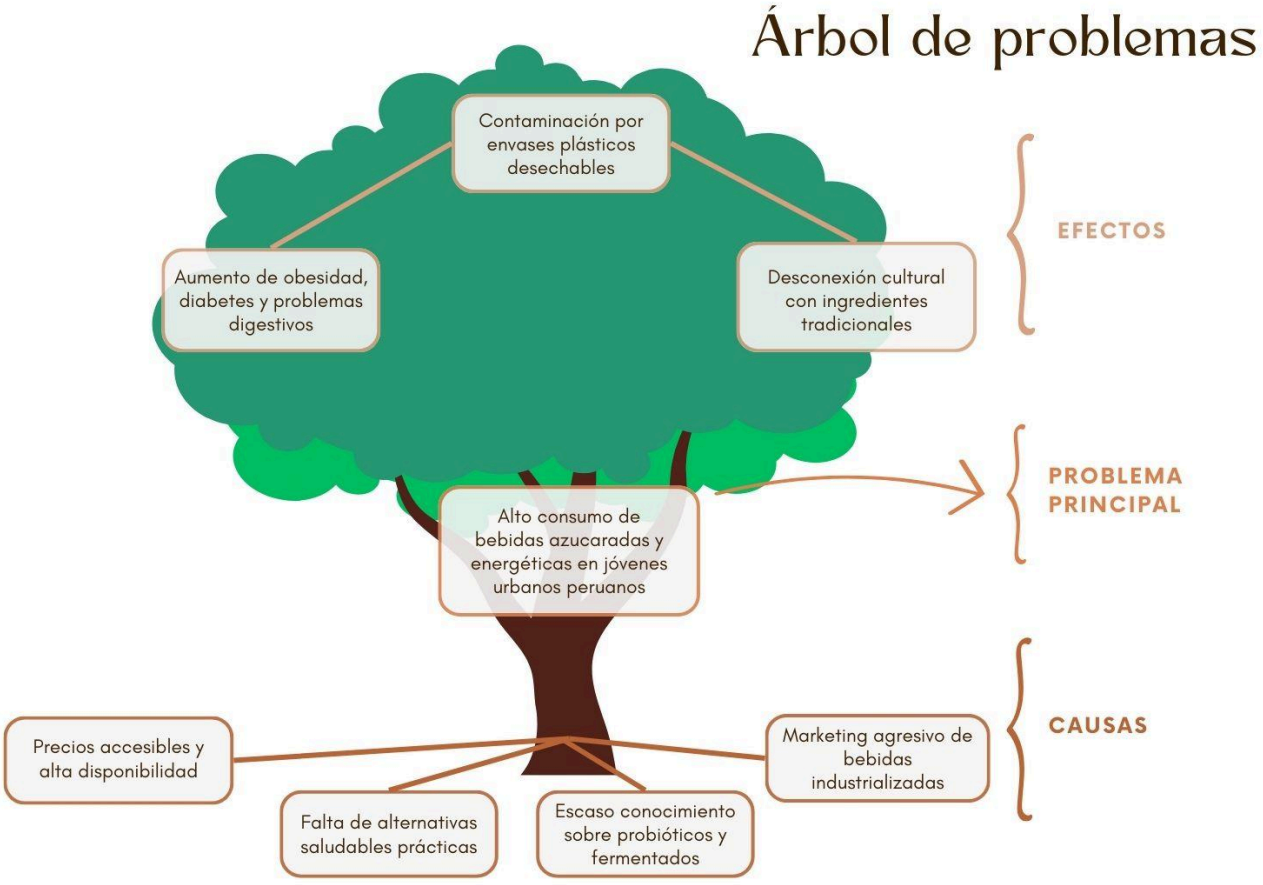
- El impacto en la salud, esto debido al aumento de tasas de obesidad, diabetes, enfermedades digestivas o de índole inflamación crónica.
- Costos en la salud pública, generando perdida de productividad relacionada con las enfermedades

- Los efectos ambientales se hacen presentes debido al uso de envases plásticos, que generan residuos, a la vez que huella de carbono en producción y distribución de bebidas altamente industrializadas.

Impacto ambiental (ODS)

- ODS 3 (Buena salud y bienestar): Reducir enfermedades no transmisibles relacionadas con la dieta.
- ODS 12 (Producción y consumo responsable): Fomentar envases reutilizables, reducir residuos plásticos.
- ODS 13 (Acción por el clima): Minimizar emisiones con cadena de producción sostenible.

Figura 1 Árbol de problemas

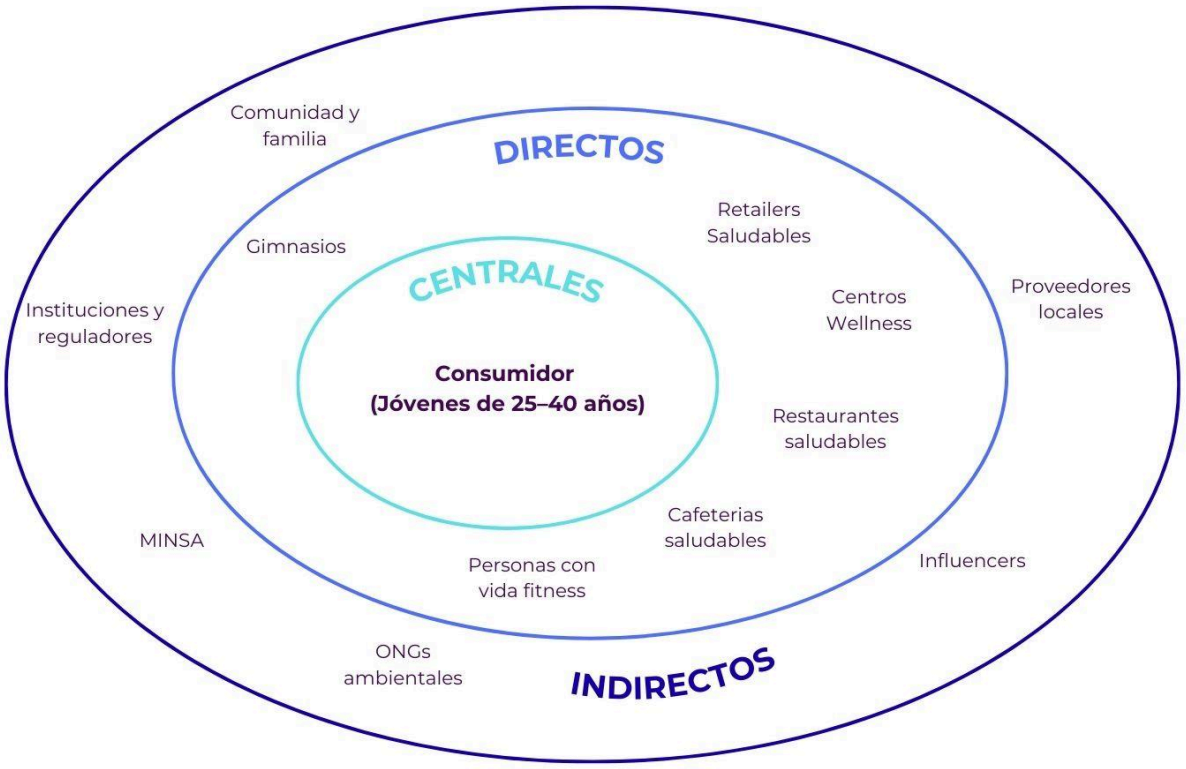


2.2 Población beneficiaria

El público objetivo está compuesto por jóvenes y adultos urbanos de 25 a 40 años, residentes en Lima Metropolitana.

- Se trata de personas activas, con un estilo de vida acelerado, interesadas en bienestar, salud funcional y sostenibilidad.
- Este grupo valora las experiencias auténticas, el diseño y la conveniencia, pero busca productos que equilibren placer y salud.
- Beneficiarios directos: Consumidores finales interesados en productos naturales y conscientes.
- Beneficiarios indirectos: Agricultores locales de ingredientes nativos, comercios saludables, y la comunidad que se beneficia de una menor huella ambiental.

Figura 2 Mapa de Actores



2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general:

Desarrollar e implementar la línea de kombucha funcional “Kombu-Shots” para ofrecer microdosis saludables que contribuyan y aporten a mejorar la salud digestiva, el bienestar emocional, y sobre todo el estilo de vida consciente, apuntando a reducir el consumo de bebidas azucaradas en Lima.

Objetivos específicos:

1. Formular cuatro tipos de combinaciones funcionales de kombucha (AM BOOST, DIGEST SHOT, POWER UP y CHILL OUT) que cuenten con ingredientes naturales que respondan a las diferentes necesidades que tengamos en el día.
2. Garantizar que el producto emplee envases sustentables (envases de vidrio) lo que aportaría a la minimización del impacto ambiental.
3. Educar y concientizar al público objetivo sobre los peligros del consumo excesivo de productos azucarados y los beneficios de consumir probióticos.

Lograr alcanzar una cuota de mercado inicial en ciertos canales digitales y puntos de venta de productos orgánicos y saludables en Lima dentro del primer año de operación.

2.4 Marco referencial

Antecedentes de la innovación:

- Perú: La implementación del etiquetado frontal y el impuesto a bebidas azucaradas desde 2019 impulsó la demanda de opciones saludables (MINSA, 2023). En este contexto, han surgido marcas locales de kombucha como Qambú, Tayta Fermentos y Sativa Brew, reflejando un interés creciente por productos fermentados naturales.
- Latinoamérica: Países como Chile y México demostraron que las políticas fiscales sobre bebidas azucaradas reducen su consumo y mejoran indicadores de salud (Núñez

& Fortich, 2024). Al mismo tiempo, el consumo de probióticos y fermentados a aumentado, favoreciendo la aparición de nuevos emprendimientos artesanales y sostenibles.

- Mundo: El mercado mundial de kombucha muestra una tasa de crecimiento anual compuesta del 23 % entre 2023 y 2030 (Fortune Business Insights, 2023). En Norteamérica y Europa, la bebida se posiciona como alternativa funcional a las gaseosas y energéticas, destacando por sus beneficios digestivos y antioxidantes.

Consideraciones teóricas:

- **Teoría del comportamiento del consumidor**: Propone que las decisiones de compra están influenciadas por factores como conocimiento, cultura, precio, conveniencia y percepción de beneficios (Schiffman & Wisenblit, 2020). En este proyecto, explica por qué los consumidores eligen bebidas azucaradas y cómo pueden migrar hacia opciones saludables cuando perciben valor funcional y emocional.
- **Nutrición funcional probiótica**: Estudios recientes demuestran que los alimentos fermentados fortalecen la microbiota intestinal y reducen procesos inflamatorios (Marco et al., 2021; Mayo Clinic, 2023). Esto justifica el uso de kombucha como base para promover salud digestiva.
- **Sostenibilidad y consumo responsable**: Según García y Ramos (2022), los consumidores jóvenes muestran mayor disposición a pagar por envases ecológicos y productos de bajo impacto, lo que refuerza la propuesta de envases de vidrio retornables.

Casos o experiencias previas en el país y en el mundo:

En el Perú, el estudio de Villaizán (PUCP, 2020) exploró la viabilidad de una bebida energética natural con kombucha, confirmando interés de mercado. A nivel internacional, marcas como Health-Ade (EE. UU.) y Remedy Drinks (Australia) han demostrado la escalabilidad del formato funcional de kombucha mediante estrategias de comunicación enfocadas en salud y sostenibilidad.

2.5 Proceso creativo y experimentos

El proceso creativo del proyecto Kombu-Shots se desarrolló bajo la metodología Toulouse Thinking, que promueve un enfoque iterativo compuesto por cuatro fases: Investigar, Idear, Desarrollar y Transferir.

A través de esta estructura, el equipo buscó comprender al usuario, identificar oportunidades reales del mercado y diseñar una solución innovadora que responda tanto a una necesidad social como a una oportunidad comercial.

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Hallazgos e Insights: Durante la fase de investigación, se realizaron entrevistas exploratorias, observaciones en puntos de venta saludables y análisis de tendencias de consumo.

A partir de este proceso, se identificaron los siguientes insights principales:

1. **“Quiero cuidarme, pero no tengo tiempo.”**

   Los usuarios buscan productos que se adapten a su ritmo de vida acelerado. Prefieren opciones funcionales, fáciles de consumir y que les ahorren tiempo.

2. **“Desconfío de los productos industriales, pero las opciones naturales no siempre son accesibles.”**

   Existe una percepción de que los productos saludables son más caros o difíciles de encontrar.

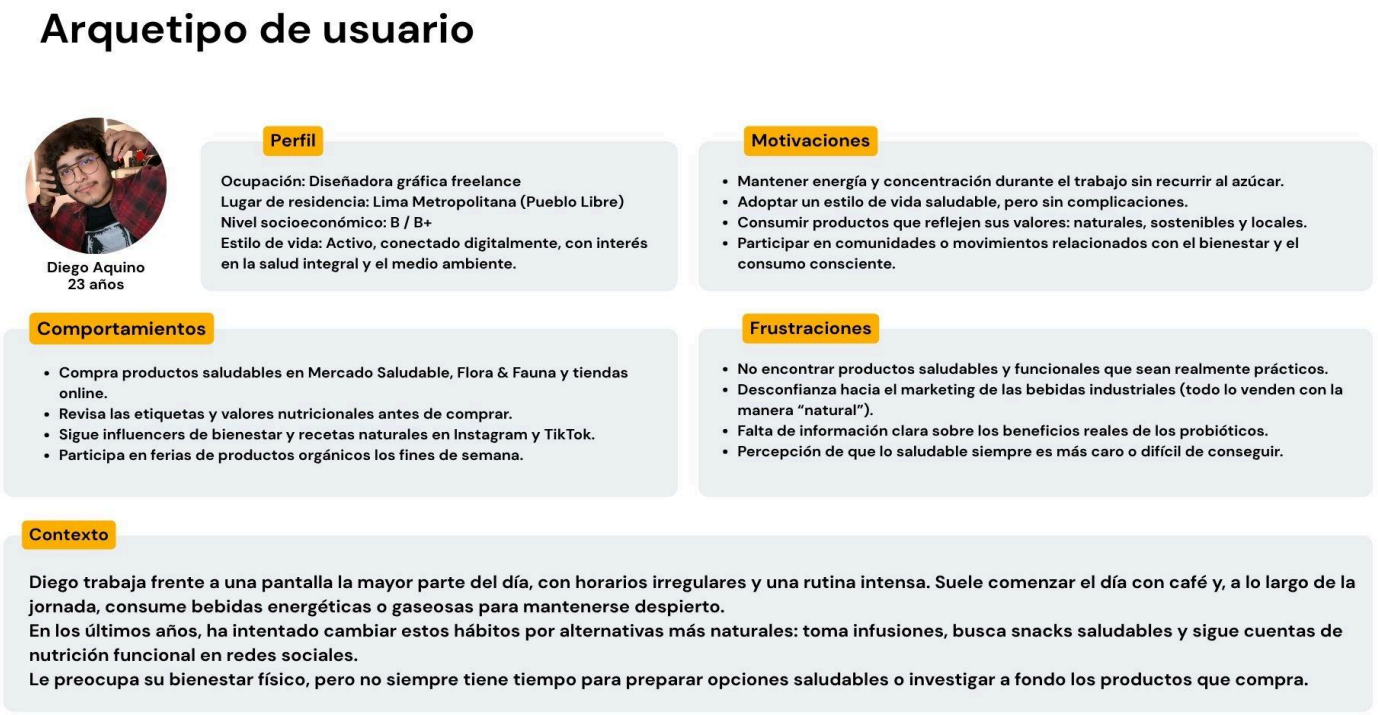
3. **“Me motiva sentir que mis decisiones de consumo generan un impacto positivo.”**

   Los consumidores jóvenes no solo valoran la salud personal, sino también el impacto ambiental y social de sus elecciones.

4. **“Quiero entender qué consumo y por qué.”**

   La transparencia, la educación nutricional y las etiquetas claras influyen cada vez más en la decisión de compra (Euromonitor, 2022).

Figura 3 Arquetipo de usuario



Perfil del usuario objetivo:

- Edad: 25 a 40 años.
- Ubicación: Lima Metropolitana (zonas urbanas).
- Estilo de vida: Activo, consciente, conectado digitalmente.
- Motivaciones: Bienestar integral, rendimiento diario, sostenibilidad.
- Barreras: Precio percibido, falta de información sobre probióticos y escasez de formatos prácticos.

El usuario busca un equilibrio entre rendimiento, salud y responsabilidad ambiental, pero necesita productos convenientes, transparentes y accesibles.

Kombu-Shots responde a esa necesidad ofreciendo microdosis funcionales fáciles de integrar en la rutina diaria.

Figura 4 Mapa de empatía



2.5.2 Información sobre el Mercado

Oportunidad de mercado: El mercado peruano de bebidas funcionales muestra una expansión constante impulsada por el cambio cultural hacia el bienestar. Según el informe de Euromonitor (2023), el segmento de "bebidas naturales y saludables" creció un 15 % anual en la región, con una mayor participación en consumidores de clase media urbana.

En el Perú, el interés por la kombucha y bebidas fermentadas ha aumentado desde 2020, cuando surgieron marcas artesanales locales como Tayta Fermentos, Qambú y Sativa Brew, que lograron consolidarse en tiendas saludables y plataformas online (Giron & Maldonado, 2023).

Competencia y barreras de entrada

- **Competencia directa:** Marcas locales de kombucha artesanal.
    - Fortalezas: presencia en ferias saludables, identidad artesanal.
    - Debilidades: precios altos, escasa distribución, poca diferenciación de formatos.
- **Competencia indirecta:** Bebidas energéticas y gaseosas.
    - Fortalezas: accesibilidad, precio, marketing masivo.
    - Debilidades: alta percepción negativa por azúcares y aditivos.

Barreras de entrada identificadas:

- Costos iniciales de producción y cadena de frío.
- Requisitos sanitarios (inocuidad, etiquetado, registro sanitario).
- Educación del consumidor respecto a probióticos y fermentados.

Alcance esperado y demanda potencial:

De acuerdo con un estudio de preferencia de bebidas funcionales en Lima (Pontificia Universidad Católica del Perú, 2023), 4 de cada 10 consumidores jóvenes estarían dispuestos a pagar más por una bebida natural con beneficios digestivos y sin aditivos.

Esto proyecta una demanda potencial estimada de 1 millón de consumidores urbanos interesados en productos funcionales sostenibles en Lima Metropolitana.

El posicionamiento de Kombu-Shots se enfoca en un segmento de clase media y media alta, que frecuenta gimnasios, cafés saludables y espacios wellness, donde el producto puede tener mayor aceptación inicial antes de expandirse a retail general.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Clasificación o categoría:

Bebida funcional fermentada en formato *shot* de 70 ml, elaborada a base de kombucha artesanal y superfoods peruanos.

Kombu-Shots se posiciona dentro del segmento de bebidas saludables y sostenibles, ofreciendo una alternativa práctica, natural y probiótica frente a las bebidas energéticas y gaseosas tradicionales.

Características principales:

- **Natural y funcional:** Elaborada con ingredientes naturales de alto valor nutricional (maca negra, camu camu, jengibre, lavanda).
- **Probiótica:** Cada shot contiene microorganismos benéficos que contribuyen al equilibrio de la microbiota intestinal.
- **Diseñada por momentos del día:**
    - **AM Boost:** energía y enfoque (mañana).
    - **Digest Shot:** apoyo digestivo (postcomida).
    - **Power Up:** recuperación física (tarde).
    - **Chill Out:** relajación y descanso (noche).
- **Sostenible:** Envasada en vidrio retornable con tapas reciclables y diseño ergonómico.
- **Interactiva:** Cada envase incluye etiquetas QR con contenido educativo, recetas, recompensas y retos de bienestar.

Contexto de uso:

Kombu-Shots se adapta a la rutina diaria del consumidor urbano moderno. Puede ser consumido en oficinas, gimnasios, pausas laborales o actividades sociales, funcionando como un “refuerzo natural” que equilibra cuerpo y mente sin interrumpir el ritmo del día. El

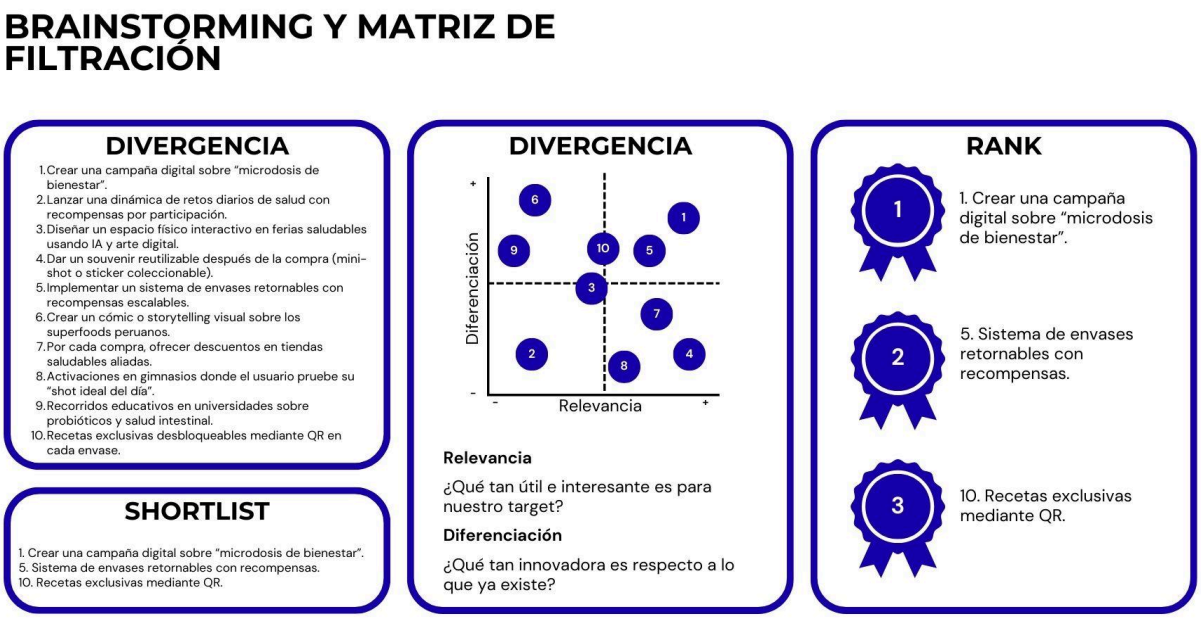
formato *shot* de 70 ml facilita su transporte, reduce desperdicios y promueve un consumo consciente y medido.

Proceso de ideación:

Como punto de partida, se realizó una sesión de brainstorming donde el equipo generó un amplio abanico de ideas sin restricciones. El objetivo fue explorar todas las posibilidades alrededor del consumo funcional, la experiencia del usuario y el valor agregado de la kombucha en formato shot.

Durante esta etapa surgieron propuestas sobre envases reutilizables, experiencias digitales, activaciones presenciales y sistemas de personalización, entre otras. Posteriormente, estas ideas fueron filtradas según criterios de relevancia para el usuario y diferenciación frente al mercado, permitiendo obtener una shortlist de las alternativas con mayor potencial.

Figura 5 Brainstorming y Matriz de filtración



A partir de los insights clave identificados, principalmente "Quiero cuidarme, pero no tengo tiempo" y "Necesito opciones saludables, prácticas y accesibles", se formularon preguntas

guía que orientaron la ideación hacia soluciones centradas en el usuario.

Entre las más importantes destacan:

- ¿Cómo podríamos ayudar a las personas a integrar el bienestar en su rutina sin interrumpir su ritmo diario?
- ¿Cómo podríamos hacer que la kombucha sea más práctica, moderna y accesible para nuevos consumidores?
- ¿Cómo podríamos relacionar cada shot con un momento específico del día de forma clara y atractiva?

Estas preguntas permitieron enmarcar las ideas dentro de un reto concreto, facilitando la generación de propuestas funcionales como los cuatro momentos del día (AM Boost, Digest Shot, Power Up y Chill Out) y los envases con códigos QR interactivos.

Figura 6 ¿Cómo podríamos?



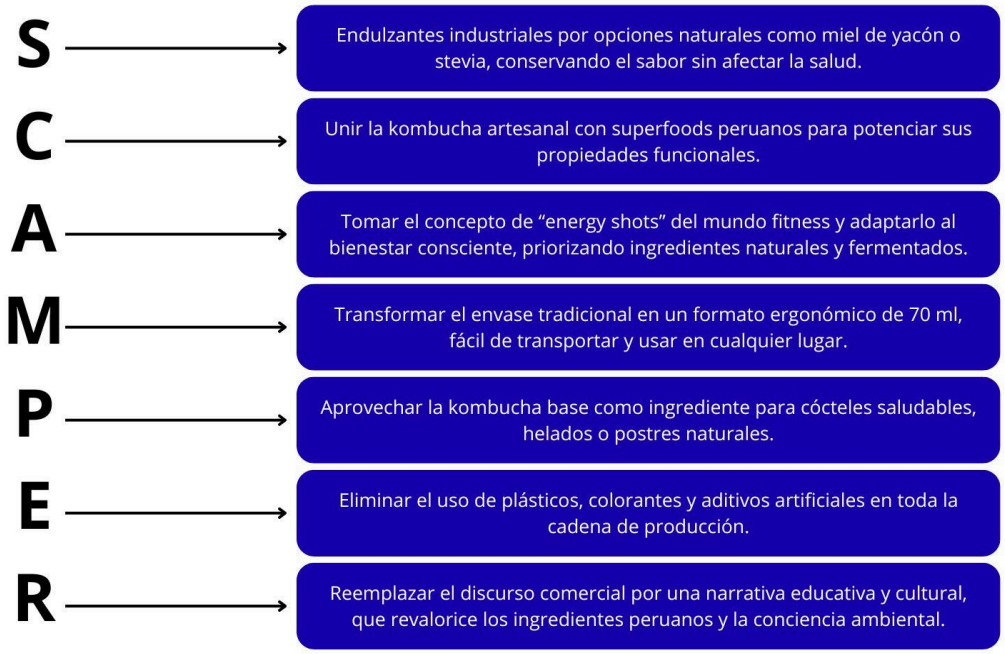
Luego de la generación inicial de ideas, se aplicó la técnica SCAMPER para refinar, adaptar y mejorar los conceptos más prometedores.

- **Sustituir:** Endulzantes industriales por opciones naturales como miel de yacón o stevia, conservando el sabor sin afectar la salud.

- **Combinar:** Unir la kombucha artesanal con superfoods peruanos para potenciar sus propiedades funcionales..
- **Adaptar:** Tomar el concepto de “energy shots” del mundo fitness y adaptarlo al bienestar consciente, priorizando ingredientes naturales y fermentados.
- **Modificar:** Transformar el envase tradicional en un formato ergonómico de 70 ml, fácil de transportar y usar en cualquier lugar.
- **Poner en otros usos:** Aprovechar la kombucha base como ingrediente para cócteles saludables, helados o postres naturales.
- **Eliminar:** Eliminar el uso de plásticos, colorantes y aditivos artificiales en toda la cadena de producción.
- **Reordenar:** Reemplazar el discurso comercial por una narrativa educativa y cultural, que revalorice los ingredientes peruanos y la conciencia ambiental.

Esta técnica permitió transformar ideas sueltas en soluciones más estructuradas, viables y diferenciadas

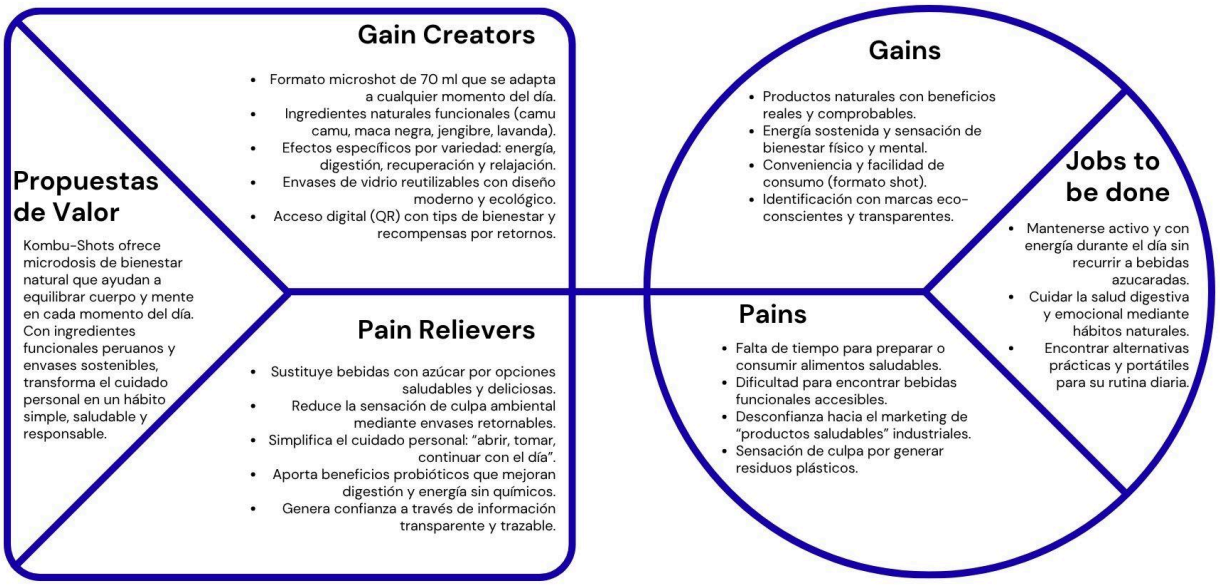
Figura 7 Técnica SCAMPER



Finalmente, el Canvas de Propuesta de Valor permitió organizar de manera visual la conexión entre los pains, gains y necesidades del usuario con los beneficios y diferenciadores de Kombu-Shots.

Este análisis confirmó que el producto respondía a los problemas identificados, como la falta de tiempo, desconfianza en lo industrial, búsqueda de opciones sostenibles y que ofrecía un valor único: microdosis saludables, funcionales, sostenibles y diseñadas para cada momento del día.

Figura 8 Canva Propuesta de Valor



2.5.4 Diseño de producto/servicio

El diseño del producto Kombu-Shots se fundamenta en una visión integral que combina innovación funcional, sostenibilidad ambiental y valor cultural.

A través de un enfoque de diseño centrado en el usuario, se buscó desarrollar un producto que no solo sea saludable y atractivo, sino también coherente con los principios del consumo consciente y el bienestar integral.

El proceso de desarrollo pasó por fases iterativas de ideación, prototipado y validación con potenciales consumidores, permitiendo ajustar la experiencia del producto y su presentación a las necesidades reales del público objetivo.

Características del producto:

- Formato: frascos de vidrio reutilizable de 70 ml, diseñados para ofrecer una experiencia práctica, ergonómica y transportable.
- Ingredientes naturales: base de kombucha artesanal, fermentada con té verde y caña de azúcar orgánica, combinada con superfoods peruanos (maca negra, camu camu, jengibre, cúrcuma, lavanda, hierba luisa, entre otros).
- Diseño visual: etiquetas de acabado mate con detalles metalizados, colores diferenciados según la función del shot y un código QR que conecta con contenido digital exclusivo.
- Durabilidad y circularidad: los envases son retornables y parte de un programa de recompensas sostenibles, donde los consumidores obtienen beneficios por devolver sus frascos.

Variedades funcionales:

- **AM Boost**: Energía y enfoque (para la mañana).
- **Digest Shot**: Digestión y balance intestinal (después de comidas).
- **Power Up**: Recuperación y vitalidad (postentrenamiento o tarde).
- **Chill Out**: Relajación y descanso (final del día).

Mecánica del servicio:

El servicio se articula en un modelo híbrido entre lo físico y lo digital, que prioriza la accesibilidad, sostenibilidad y experiencia del usuario.

Adquisición:

- Venta directa en tiendas saludables, ferias orgánicas y gimnasios boutique.
- Canales digitales a través de una plataforma e-commerce y aplicaciones de delivery sostenible.

Sistema de fidelización:

- Cada envase incorpora un código QR que otorga puntos por retornos, acceso a retos de bienestar y recetas saludables.
- Los usuarios pueden canjear sus puntos por descuentos o productos exclusivos.

Programa de retorno:

- Los frascos pueden ser devueltos en puntos aliados o recolectados durante entregas, para ser lavados, sanitizados y reutilizados.
- Este modelo fomenta el consumo circular y reduce el impacto ambiental del envase.

Educación y comunidad:

- En redes y la web oficial se difunde contenido sobre hábitos saludables, fermentación, salud intestinal y sostenibilidad, generando comunidad y conciencia.

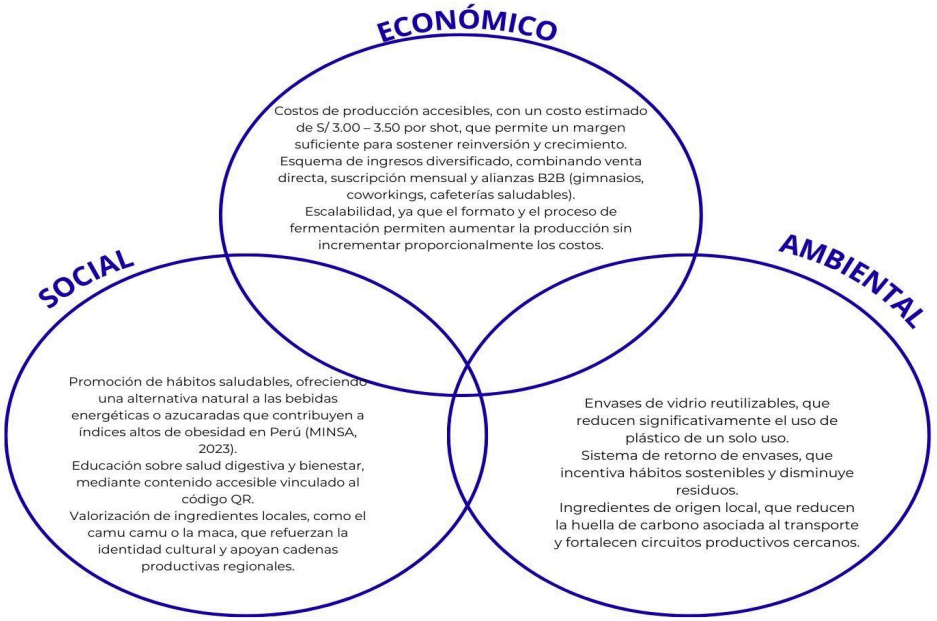
Triple Balance:

El diseño del proyecto Kombu-Shots se basa en un modelo de triple impacto, donde la rentabilidad económica se equilibra con la responsabilidad social y ambiental.

- Económico: Buscamos garantizar la viabilidad y sostenibilidad financiera del modelo. Contará con producción local, distribución directa, alianzas con tiendas saludables y sistema de suscripción digital.

- Social: Promover el tema de la salud, el bienestar y la educación del consumidor. Al igual que implementar campañas educativas sobre probióticos y salud digestiva, programas de fidelización con impacto social.
- Ambiental: Ayudar a reducir la huella ecológica y fomentar la economía circular. Concientizar sobre el uso de envases de vidrio retornables, eliminación de plásticos, cadena logística optimizada.

Figura 9 Triple Balance



Resultados esperados:

- Mayor adopción de hábitos saludables en jóvenes adultos urbanos.
- Posicionamiento de Kombu-Shots como una marca referente en bienestar funcional y sostenible.
- Contribución directa a los ODS 3, 12 y 13 mediante prácticas responsables y educación del consumidor.
- Generación de una comunidad de consumidores conscientes, alineada con valores de salud y sostenibilidad.

Figura 10 Tabla de Creación de Prototipo

TABLA DE CREACIÓN PROTOTIPO

¿QUÉ PROBARA EL PROTOTIPO?	OJETIVOS DEL PROTOTIPO	TRABAJO DE TALLER
• **Sabor y percepción sensorial**: Determinar si la intensidad, dulzura y acidez del producto son agradables para el público objetivo. • **Usabilidad del formato**: Validar si el tamaño del shot (70 ml) es práctico, fácil de transportar y coherente con los hábitos urbanos. • **Atractivo visual y comunicacional**: Evaluar el impacto del diseño del envase, etiquetas, colores, mensajes y QR informativo.	• **Validar la propuesta de valor del producto:** Comprobar si el formato shot realmente responde a las necesidades del público que busca bienestar rápido y natural. • **Medir la aceptación sensorial y estética:** Obtener información sobre sabor, textura, envase y comunicación visual. • **Evaluar la disposición de compra:** Identificar el rango de precio percibido como justo y atractivo para el segmento objetivo.	**Actividades del taller:** • Preparación de muestras físicas • Diseño visual y gráfico • Simulación de consumo • Análisis y ajustes **Recursos del taller:** • Materiales de laboratorio para fermentación de kombucha. • Frascos de vidrio y etiquetas. • Fichas de evaluación sensorial y de percepción. • Espacio controlado (feria, cowork o gimnasio).
CONTACTO USUARIO / PROTOTIPO	• **Métodos:** Observación directa de la experiencia de consumo, entrevistas abiertas post-degustación y cuestionarios breves de valoración sensorial y de percepción de marca. • **Enfoque:** Identificar los aspectos más valorados del producto (sabor, practicidad, envase y comunicación), los puntos de confusión o mejora, y los deseos adicionales que podrían enriquecer la experiencia.	

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de Kombu-Shots se fundamenta en la producción y distribución de una bebida funcional probiótica en formato *shot* de 70 ml, diseñada para integrarse en diversas rutinas urbanas. A diferencia de las bebidas energéticas o los productos ultraprocesados cargados de azúcares, cuya problemática en el Perú ha sido ampliamente señalada por el Ministerio de Salud (MINSA, 2023). Kombu-Shots prioriza ingredientes naturales, fermentados y con beneficios respaldados por estudios recientes.

Investigaciones de MDPI (2024) y ScienceDirect (2023) explican que la kombucha contiene compuestos bioactivos, probióticos y ácidos orgánicos capaces de contribuir a la salud digestiva, a la modulación de la microbiota y a la reducción de procesos inflamatorios.

Este respaldo científico fortalece la propuesta como un producto funcional y no solo como una bebida de tendencia.

El modelo de negocio adopta una estructura híbrida, combinando venta directa, suscripción y alianzas estratégicas:

- Venta directa (B2C):
    - Puntos de venta en ferias saludables, gimnasios boutique y tiendas especializadas.
    - Venta online mediante Instagram y página web, lo que permite reducir barreras logísticas.
- Suscripción mensual:

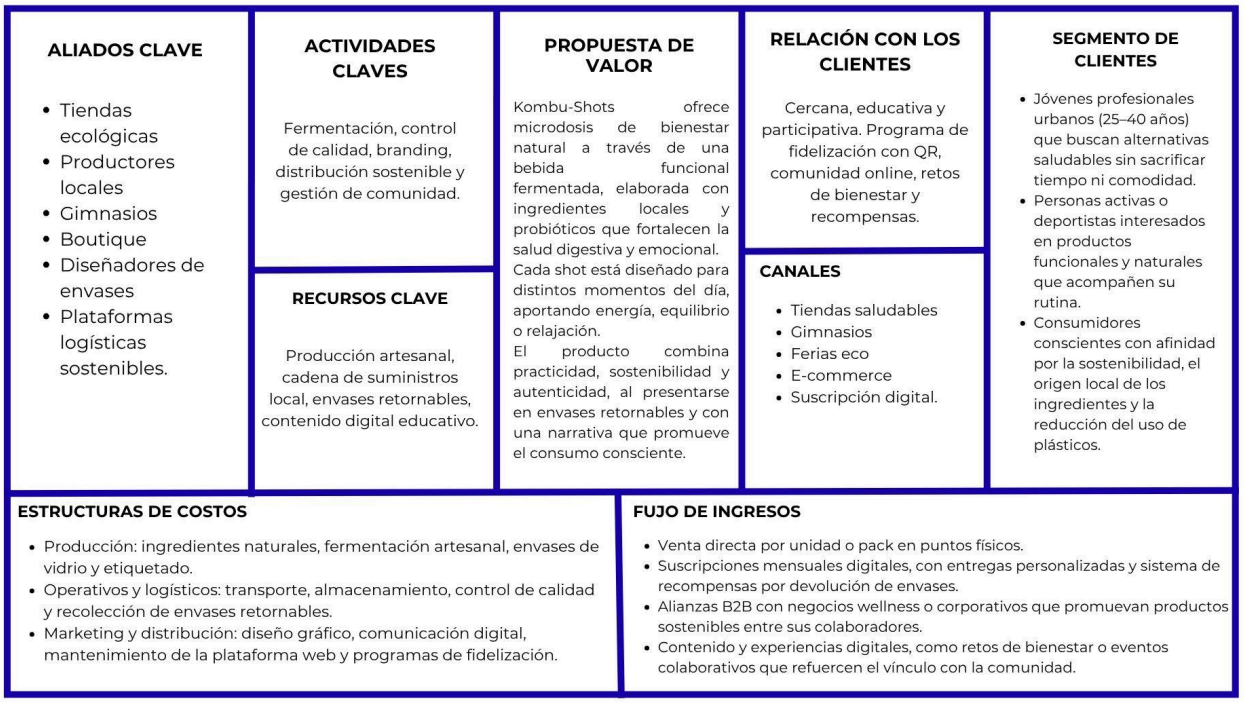
  El usuario recibe una caja con combinaciones personalizadas (energía, digestión, recuperación o relajación), junto con beneficios exclusivos como retos de bienestar y descuentos por devolución de envases.
- Alianzas corporativas (B2B):

  Empresas, coworkings y programas de bienestar laboral incorporan el producto como parte de iniciativas de salud preventiva. Este enfoque responde a estudios recientes que indican que la productividad laboral y el bienestar digestivo están vinculados a mejores hábitos alimentarios (Frontiers in Nutrition, 2024).
- Modelo de sostenibilidad circular:

  Los envases de vidrio son retornables, lo que no solo reduce la huella ambiental, sino que atiende al consumidor urbano que valora prácticas ecológicas, como señalan estudios de comportamiento del consumidor en Perú (PUCP, 2023; ULima, 2022).

Este modelo garantiza crecimiento escalable, alta fidelización y diferenciación frente a bebidas de bajo valor nutricional.

Figura 11 Tabla de Modelo de Negocios



2.5.6 Resultados esperados

Cuando Kombu-Shots ingrese al mercado y entre en contacto directo con los usuarios, se proyectan los siguientes resultados:

- **Adopción del producto como hábito diario:**

  El usuario incorporará el *shot* en momentos clave de su jornada (antes del gym, después del almuerzo o antes de dormir). Esto se sustenta en investigaciones de MDPI (2024) que señalan que el consumo regular de bebidas fermentadas mejora marcadores de bienestar digestivo.

- **Percepción positiva del formato práctico y rápido:**

  Los usuarios valorarán el consumo inmediato del shot, que elimina la barrera de tiempo y facilita la adherencia al hábito saludable.

- **Mayor conciencia sobre salud digestiva:**

  En un país donde el 60 % de adultos presenta sobrepeso u obesidad (Gobierno

del Perú, 2023), una alternativa probiótica puede generar impacto en la educación y prevención.

- **Alta aceptación del envase sostenible:**

  El uso de vidrio retornable responde a la creciente demanda de productos con menor impacto ambiental. Estudios recientes destacan que el consumidor latinoamericano se inclina progresivamente hacia envases ecológicos y reutilizables (ULima, 2022).

- **Construcción de comunidad digital:**

  Los códigos QR permitirán interacción continua con información de bienestar, retos y sistema de recompensas, fortaleciendo la fidelización.

En conjunto, se espera que Kombu-Shots se consolide como una **microdosis confiable de bienestar natural**, con valor funcional y emocional para el consumidor urbano.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Prototipo de baja definición

El prototipo inicial tuvo como objetivo validar la propuesta conceptual del producto. Incluyó:

- Frascos genéricos con etiquetas preliminares.
- Primeras versiones de kombucha con sabor base y pruebas de acidez.
- Bocetos impresos de las etiquetas y primeros mensajes por momento del día.
- QR simulado que dirigía a una landing ligera.
- Simulacro del flujo de compra mediante mockups visuales.

Este prototipo permitió evaluar aceptabilidad general, intención de compra e interés en la sostenibilidad del envase.

Figura 12 Modelo Kombu-shots



Figura 13 Modelo Kombu-shots



Figura 14 Modelo Kombu-shots



Figura 15 Modelo Kombu-shots



Figura 16 Modelo Kombu-shots



2.5.8 Experimentos

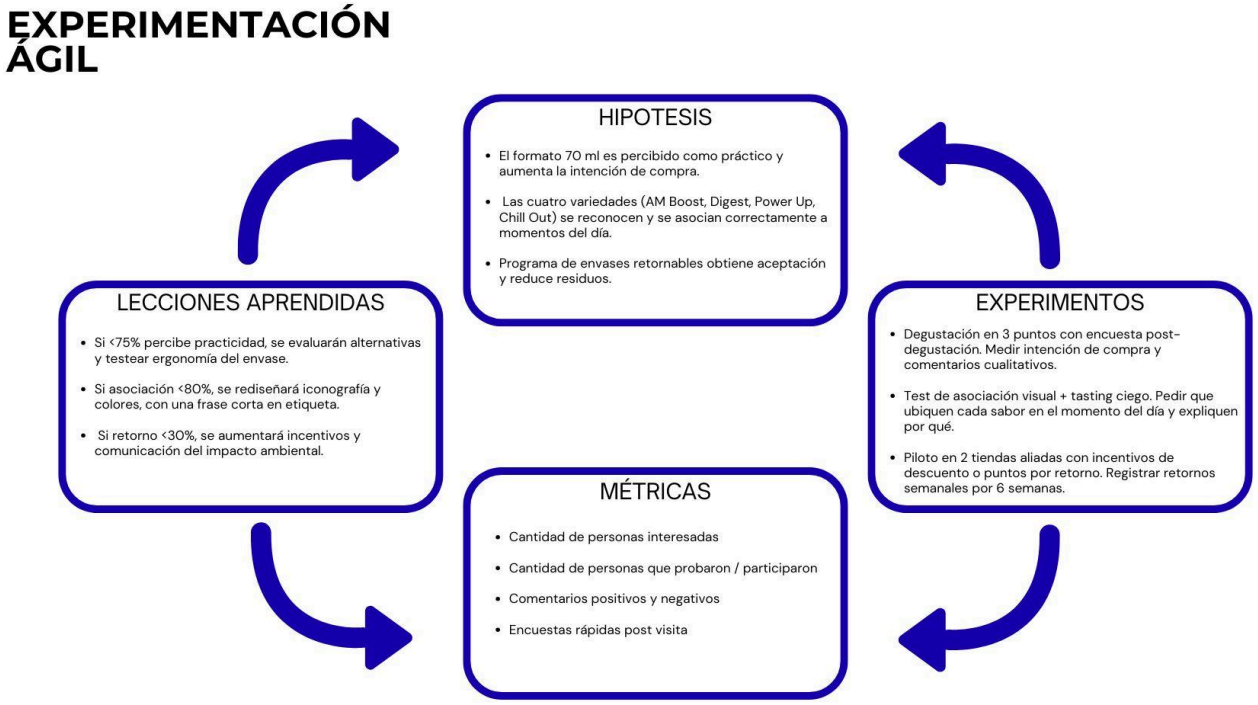
Tras la presentación del prototipo 3D y la degustación de las muestras piloto de Kombu-Shots a jóvenes urbanos de entre 25 a 40 años, los resultados obtenidos fueron mayoritariamente positivos. A través de una batería de preguntas estratégicas (ver Anexo 1 y Anexo 2), los participantes manifestaron un alto interés y una actitud favorable hacia el concepto, apreciaron la practicidad del formato *shot* de 70 ml, la claridad de la narrativa "microdosis de bienestar" y la vinculación de cada variedad con momentos del día, otorgando energía, digestión, recuperación y relajación.

Los encuestados destacaron además la percepción positiva frente al envase de vidrio retornable y la propuesta digital ligada al QR, como bien seria las recetas, retos y puntos, señalando que estos elementos fortalecen la confianza y la percepción de sostenibilidad. La presentación del producto 3D, al igual que la dinámica, contribuyeron a aumentar la curiosidad y la intención de prueba.

En síntesis, los hallazgos confirman que el diseño conceptual y experiencial de Kombu-Shots tiene potencial para generar impacto funcional y emocional en el público

objetivo; a la vez revelaron áreas de mejora, como seria el ajuste de los ingredientes en AM Boost, mensajes más directos en etiquetas y clarificar incentivos por devolución.

Figura 17 Experimentación ágil



Nota. Resumen de la idea que queríamos validar, las actividades que realizamos con los usuarios y los resultados que obtuvimos durante la prueba del prototipo.

Figura 18 Tabla de Creación de Prototipos

TABLA DE CREACIÓN DE PROTOTIPOS

¿QUÉ PROBARÁ EL PROTOTIPO?	OBJETIVOS DEL PROTOTIPO	TRABAJO DE TALLER
• Aceptación del formato 70 ml, practicidad y ergonomía. • Percepción sensorial de las 4 variantes, AM Boost, Digest Shot, Power Up, Chill Out, el sabor, acidez y textura. • Comprensión de la propuesta: "microdosis de bienestar" y asociación de cada variedad con su momento del día.	• Validar que el formato shot sea práctico y deseable. • Confirmar la asociación correcta de sabores con momentos del día. • Medir intención de compra y rango de precio aceptable. • Evaluar interés en el programa de envases retornables.	• Preparar 4 muestras de pequeñas tandas con etiquetado provisional. • Montar estaciones de degustación en 3 escenarios: gimnasio boutique, coworking y feria saludable. • Materiales: frascos 70 ml, fichas sensoriales, etiquetas con QR demo, encuestas digitales.
CONTACTO USUARIO	• Métodos: Observación directa de la interacción, encuestas rápidas post visita, entrevistas abiertas de 5 a 7 minutos a muestra seleccionada. • Enfoque: Identificar puntos de confusión, beneficios más valorados, deseos adicionales y validar facilidad de uso e interés real. . • Duración aproximada: De 2 a 4 semanas, esta incluiría montaje, 2 semanas de pruebas y 1 semana de análisis.	

Nota. Información reunida para poder diseñar un prototipo que responda a las necesidades reales del usuario.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

Kombu-Shots es una propuesta que introduce al mercado una línea de bebidas funcionales en microformato, elaboradas a base de kombucha artesanal e ingredientes naturales peruanos. La propuesta de valor se centra en ofrecer beneficios específicos para distintos momentos del día, como energía, digestión, recuperación y relajación, mediante un producto práctico, portable y alineado con un estilo de vida saludable.

El modelo de negocio combina producción local, distribución en canales digitales y presencia en puntos estratégicos de bienestar (gimnasios boutique, ferias saludables, cafés orgánicos). Además, integra un sistema de envases retornables con recompensas, fomentando una comunidad comprometida con la sostenibilidad y el consumo responsable. La experiencia se complementa con contenido digital accesible a través de códigos QR que brindan

información educativa, recetas y retos de bienestar. El proyecto incorpora un enfoque de triple balance, equilibrando sostenibilidad económica, social y ambiental:

- **Económica:** producción escalable con costos controlados, alianza con proveedores locales y un modelo omnicanal que facilita la rentabilidad a mediano plazo.
- **Social:** promueve la educación sobre la salud intestinal, el consumo consciente y la reducción del azúcar, generando impactos positivos en jóvenes urbanos.
- **Ambiental:** prioriza el uso de **envases de vidrio reutilizables**, reduce la generación de residuos y trabaja bajo un esquema de economía circular mediante la recolección y sanitización de frascos.

Esta combinación permite que Kombu-Shots se mantenga competitivo, responsable y adaptable a cambios del mercado. Para asegurar la evolución del proyecto, se plantean tres fases:

1. Nueva iteración

- Validación de prototipos en escenarios reales (gimnasios, coworkings y ferias saludables).
- Ajustes en sabor, etiquetado y narrativa en base al feedback recogido.
- Pruebas de precio y análisis de intención de compra.
- Optimización de la experiencia digital del QR (flujo, contenido, recompensas).

2. Réplica

- Ampliación del piloto a nuevos distritos de Lima con comportamiento similar: Miraflores, Barranco, San Isidro, Surco.

- Replicación del modelo en eventos wellness, carreras deportivas y activaciones colaborativas.
- Incorporación de nuevos puntos de retorno de envases.

3. Masificación

- Escalado hacia cadenas de retail saludable y tiendas especializadas.
- Integración de un sistema de suscripción mensual vía e-commerce.
- Desarrollo de ediciones limitadas y nuevas funciones (inmunidad, hidratación, antiestrés).
- Expansión a otras ciudades con mercado potencial como Arequipa, Cusco y Trujillo.

Este plan garantiza un crecimiento ordenado, basado en pruebas reales y con posibilidad de expansión sostenible.

Recursos humanos

- Equipo de fermentación y producción.
- Especialista en investigación y desarrollo para formulaciones.
- Diseñador gráfico para etiquetas y contenido digital.
- Equipo de marketing digital y community manager.
- Personal para activaciones, sampling y logística de retorno de frascos.

Recursos materiales

- Materias primas: té verde, caña orgánica, cultivos SCOBY, superfoods peruanos.
- Envases de vidrio de 70 ml, tapas reutilizables y material para etiquetado.
- Equipos de fermentación: tanques, filtros, refrigeración, área de embotellado.
- Material para activaciones: mesas, displays, vasos de degustación, banners, kits QR.

Recursos tecnológicos

- Plataforma e-commerce para ventas y suscripciones.
- Software de gestión de inventarios y trazabilidad.
- Aplicación o sistema web conectado al QR para recompensas, recetas y seguimiento.
- Herramientas de diseño (Adobe Illustrator, Canva Pro).
- CRM para seguimiento de clientes y automatización de comunicaciones.

III. Estimación de costos

La sostenibilidad financiera del proyecto Kombu-Shots depende de una gestión equilibrada entre la inversión inicial y las fuentes de ingreso obtenidas a través de preventas, alianzas comerciales y patrocinadores del sector wellness. A partir de la evaluación de costos se identificaron dos grandes bloques de gasto: costos de servicio y costos operativos, los cuales fueron ajustados con el fin de garantizar la viabilidad del proyecto sin comprometer la calidad del prototipo.

Los costos de servicio, inicialmente proyectados en S/ 17,450, fueron optimizados mediante la reducción de elementos no esenciales para la primera fase, como el uso de influencers de alto costo y piezas audiovisuales avanzadas. Con ello, esta categoría se redujo a aproximadamente S/ 12,000, manteniendo actividades clave como la investigación, el diseño del empaque y la producción de contenido digital básico.

Por su parte, los costos operativos, originalmente estimados en S/ 6,200, se ajustaron hasta S/ 4,000 mediante la planificación de una producción piloto más acotada, la simplificación de etiquetas, la utilización de espacios aliados para la degustación y la optimización de la logística. De este modo, el presupuesto total del proyecto se redujo de S/

23,650 a S/ 16,000, permitiendo un escenario más manejable y coherente con una etapa temprana del producto.

En cuanto a los ingresos, se consideró un modelo mixto que incluye preventas del producto, alianzas con gimnasios y tiendas saludables, así como aportes de patrocinadores del rubro wellness. Estas fuentes permitirían alcanzar un ingreso estimado de S/ 18,000, suficiente para cubrir los costos del proyecto y generar un pequeño excedente destinado a ajustes, reposición de insumos o mejoras posteriores. Con este balance, la fase inicial de Kombu-Shots se presenta como financieramente viable y lista para avanzar hacia su iteración siguiente.

3.1 Presupuesto

Tabla 1 Costos de Servicio

COSTOS DE DISEÑO Y CONCEPTUALIZACIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
Investigación (analistas)	400	400	-	-	800
Dirección creativa y guion de experiencia	-	-	450	850	1300
Diseño de empaque y etiquetas	-	-	400	500	900
TOTAL					3000

COSTOS ADMINISTRATIVOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
Equipo de producción (2 personas)	1000	-	-	-	1000
Personal técnico y sanitario	2000	-	-	-	2000
Community manager / RR.SS.	300	300	-	-	600
Técnico audiovisual		1000	-	-	1000
TOTAL					4600

COSTOS DE DIFUSIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
Influencers y creadores de contenido	-	500	250	250	1000
Publicidad en redes (Meta+X)	-	1000	500	500	2000
Producción de piezas gráficas y reels	-	-	400	400	800
Landing page / Micrositio	-	-	600	-	600
TOTAL					4400

Tabla 2 Costos Operativos

GASTOS DE PRODUCCIÓN / INSTALACIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
Producción de lotes piloto de Kombu-Shots	400	400	-	-	800
Equipamiento tecnológico	-	700	-	-	700
Etiquetas y diseño físico	150	150	150	150	600
Frascos de vidrio (retornables)	150	150	150	150	600
TOTAL					2700

GASTOS GENERALES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
Permisos / Licencias	400	-	-	-	400
Transporte e insumos	-	400	-	-	400
Limpieza / sanitización	-	-	500	-	500
TOTAL					1300

Tabla 3 Ingresos y Resultados

INGRESOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
Inversión propia	1500	1500			3000
Preventas y preórdenes	1000	2000	2000	2000	7000
Alianzas Estratégicas	1000	1000	1000	1000	4000
Patrocinadores wellness				4000	4000
TOTAL					18000

RESULTADOS	
Total egresos estimados	16000
Total ingresos estimados	18000
Balance final	2000

Nota. La tabla resume la estructura de costos del proyecto, segmentada por meses y categorías principales, y sirve como base para valorar el equilibrio entre inversión e ingresos.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El proyecto de innovación Kombu-Shots permitió demostrar que existe una oportunidad real y vigente para introducir alternativas saludables en el mercado peruano, especialmente frente al consumo elevado de bebidas azucaradas y energéticas. A lo largo del proceso de investigación, ideación y prototipado, esto empleando la metodología Toulouse

Thinking, y gracias a ello, se evidenció que el público objetivo muestra interés genuino por productos funcionales, prácticos y alineados con un estilo de vida consciente.

Los hallazgos obtenidos, tanto en entrevistas como en experimentos con prototipos, confirmaron que los usuarios valoran la funcionalidad inmediata, el formato compacto, la claridad de beneficios por momentos del día y la sostenibilidad del envase retornable. Del mismo modo, se constató que la narrativa de "microdosis de bienestar natural" facilita la comprensión del concepto y fortalece su recordación. Este conjunto de atributos otorga a Kombu-Shots un diferenciador competitivo dentro del creciente mercado de bebidas saludables.

En paralelo, el proyecto demostró que el uso de ingredientes naturales como maca negra, camu camu, jengibre o manzanilla no solo refuerza el aporte funcional del producto, sino que también revaloriza la biodiversidad peruana y la conecta con prácticas contemporáneas de consumo consciente. Este enfoque permite que el proyecto se sostenga desde un triple balance, integrando impacto económico, social y ambiental: viabilidad financiera, promoción de la salud digestiva y reducción de residuos mediante la economía circular.

Asimismo, el análisis de costos confirmó que el proyecto es factible mediante una combinación de producción piloto, alianzas estratégicas y preventas, permitiendo cubrir la inversión inicial y asegurar continuidad. La integración de canales digitales, sistemas de recompensas y contenido educativo complementa la propuesta, fortaleciendo la fidelización y la construcción de comunidad.

En conjunto, Kombu-Shots se consolida como una alternativa viable, pertinente y alineada con las tendencias actuales de bienestar, sostenibilidad e innovación alimentaria. El

proyecto demuestra que es posible ofrecer una solución atractiva y responsable frente a los desafíos del consumo de azúcar en Lima Metropolitana.

4.2 Recomendaciones

Para fortalecer el desarrollo de Kombu-Shots y asegurar su sostenibilidad, se recomienda continuar refinando la formulación del producto y los perfiles de sabor, así como optimizar la comunicación en las etiquetas para resaltar de manera clara los beneficios funcionales según cada momento del día. Del mismo modo, es conveniente consolidar el sistema de retorno de envases, ampliando puntos de recolección e incentivando su uso, a fin de reforzar el componente sostenible del proyecto. También resulta favorable potenciar la experiencia digital vinculada al código QR, integrando contenido educativo y elementos de fidelización que motivan la continuidad del consumo. Finalmente, se sugiere implementar pilotos en espacios estratégicos, como serían gimnasios, ferias saludables y tiendas especializadas, a su vez de evaluar un modelo de suscripción que permita generar ingresos recurrentes y un vínculo más estable con los usuarios. Estas acciones permitirán que la propuesta evolucione de forma coherente, escalable y alineada a las necesidades reales del público objetivo.

V. Referencias Bibliográficas

Wang, Y., Chen, X., Liu, L., Lin, W., & Guo, Y. (2024). *Health benefits of kombucha: An updated review*. Foods, 14(9), 1547.

https://www.mdpi.com/2304-8158/14/9/1547

Jia, Y., Zhao, X., Wu, J., & Sun, Y. (2023). *Consumer perceptions and acceptance of functional fermented beverages*. Journal of Functional Foods, 104, 105551.

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772753X23001090

Ministerio de Salud del Perú. (2024). *En el Perú, una de cada cuatro personas mayores de 15 años tiene obesidad*.

https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/1040352-en-el-peru-una-de-cada-cuatro-personas-mayores-de-15-anos-tiene-obesidad

Ministerio de Salud del Perú. (2024). *MINSA participa en reunión sobre acciones para la reducción del consumo de bebidas azucaradas*.

https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/1248406-minsa-participa-en-reunion-sobre-acciones-para-la-reduccion-del-consumo-de-bebidas-azucaradas

García, M. (2023). *Estudio de mercado de bebidas fermentadas funcionales* (Trabajo de fin de grado, Universidad Rey Juan Carlos).

https://burjcdigital.urjc.es/items/47ba3293-1bc8-4a7e-a19e-a060cfd91062/full

La Vanguardia. (2023, octubre 6). *La kombucha y su potencial para combatir la inflamación, según expertos*.

https://www.lavanguardia.com/comer/al-dia/20231006/9280067/kombucha-combatir-efectos-inflamacion-expertos.html

Torres, J. (2022). *Desarrollo de una bebida fermentada funcional basada en kombucha* (Tesis de licenciatura, Universidad de Lima).

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18593/T018_74153943_T.pdf?sequence=1

Ramírez, L. (2023). *Análisis del consumo de bebidas saludables y factores motivacionales en jóvenes peruanos* (Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú).

https://tesis.pucp.edu.pe/items/9d64d417-4ee7-4fe9-b209-8a0c6407a8ff

Lee, S., Kim, H., & Park, J. (2024). *Fermented beverages and their role in metabolic health: A comprehensive review*. Frontiers in Nutrition, 11, 1361394.

https://www.frontiersin.org/journals/nutrition/articles/10.3389/fnut.2024.1361394/full

VI. Anexos

Anexo 1

ENCUESTA

1. Nombre:
2. Edad:

Comprensión general
3. ¿Qué tan claro tienes el impacto del consumo excesivo de bebidas azucaradas en la salud?
4. ¿Sientes que necesitas reducir tu consumo de azúcar o bebidas procesadas?

Claridad y narrativa
5. ¿Qué tan clara te resulta la idea de una bebida funcional en formato "shot" que aporta beneficios específicos (energía, digestión, relajación, recuperación)?
6. ¿La narrativa de "microdosis saludables" te resulta fácil de entender y relacionar con tu rutina diaria?

Diseño
7. ¿Qué tan atractivo te parece el formato pequeño (70 ml) para consumir una bebida saludable?
8. ¿Te genera confianza un envase de vidrio retornable para este tipo de producto?

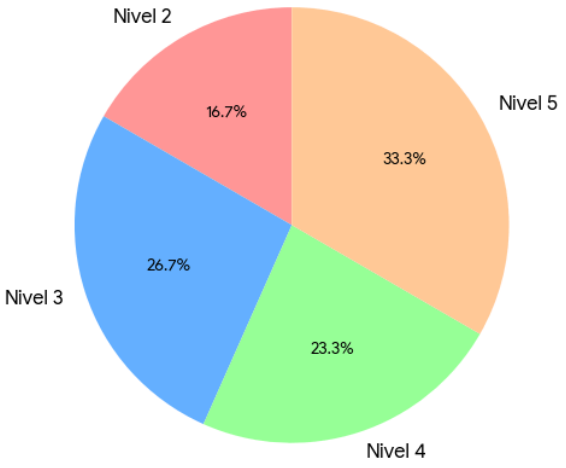
Impacto emocional
9. ¿La idea de consumir Kombu-Shots te hace sentir que estás tomando una decisión más saludable?
10. ¿Qué emoción te genera más este tipo de producto?

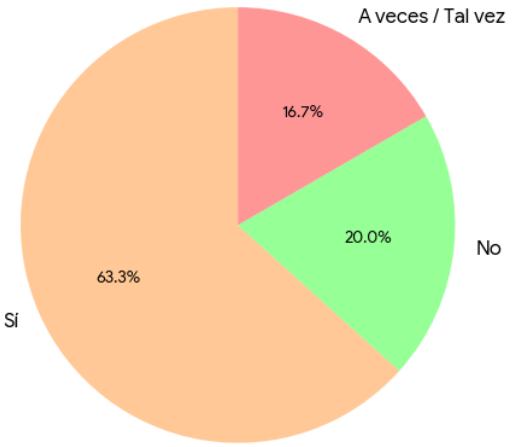
Motivación y recordación
11. ¿Qué beneficio te motivaría más a probar Kombu-Shots?
12. ¿Qué tan probable sería que recuerdes un producto como Kombu-Shots dentro de tu rutina diaria?

Mejora y recomendaciones
13. ¿Qué barrera sería la principal que te impediría consumir Kombu-Shots?
14. ¿Qué mejorarías del concepto del producto para que se adapte más a ti?
15. ¿Estarías dispuesto(a) a recomendar este producto si cumple con lo que ofrece?

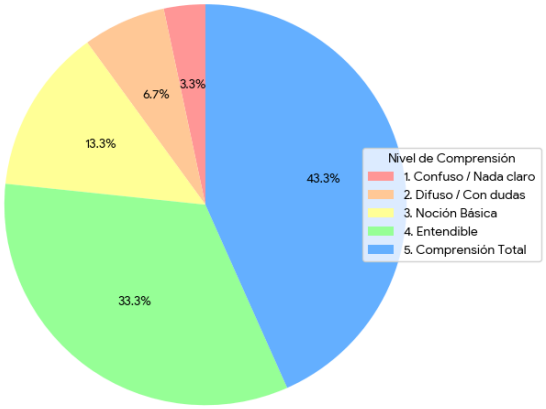
Anexo 2

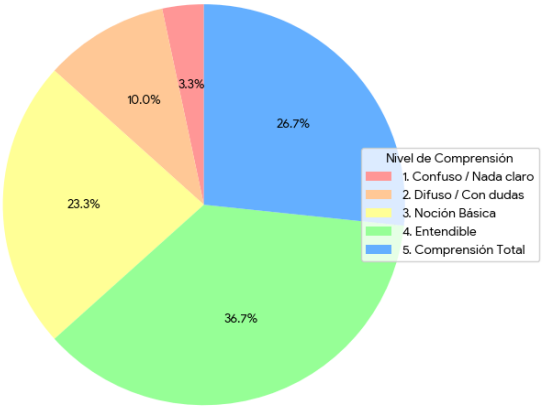
Resultados de las preguntas 3 y 4:



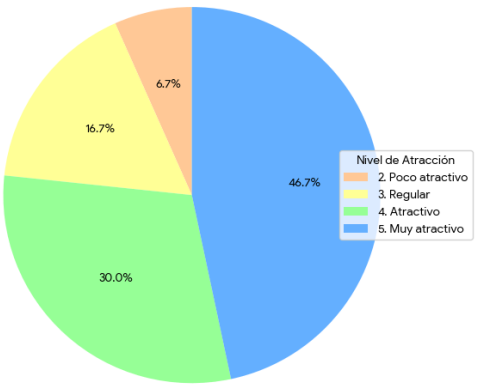


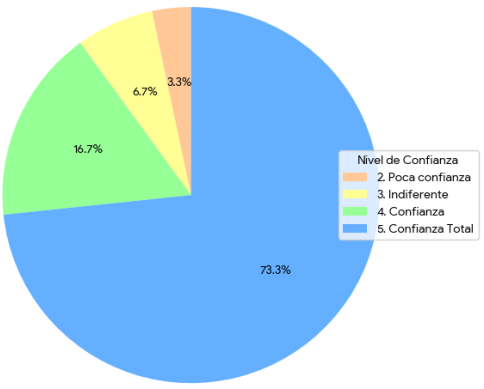
Resultados de las preguntas 5 y 6:



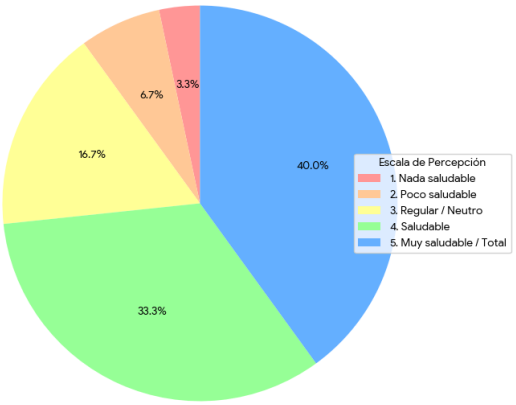


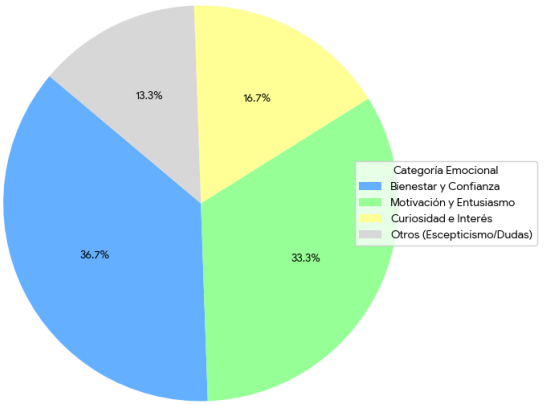
Resultados de las preguntas 7 y 8:



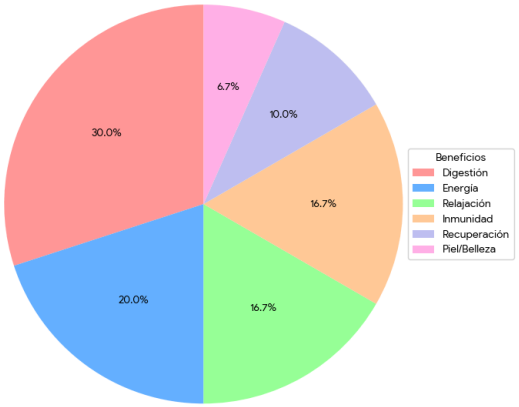


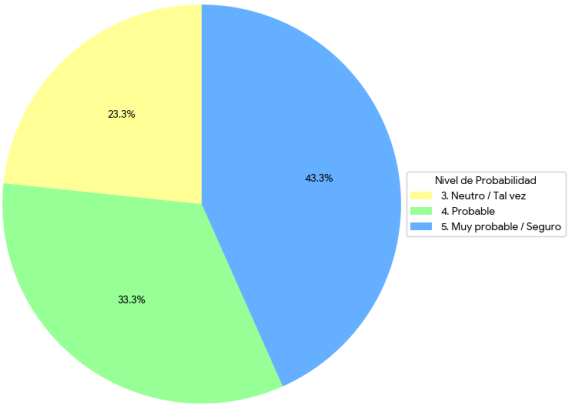
Resultados de las preguntas 9 y 10:



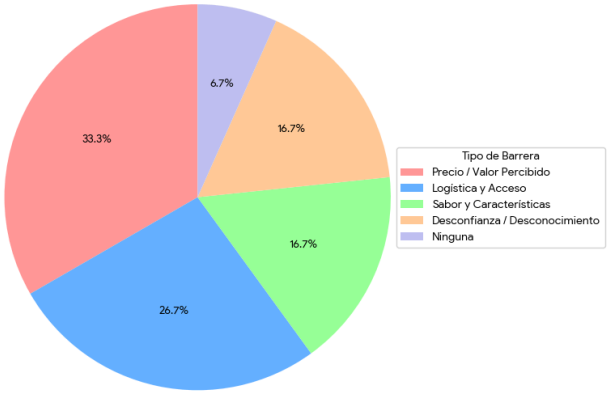


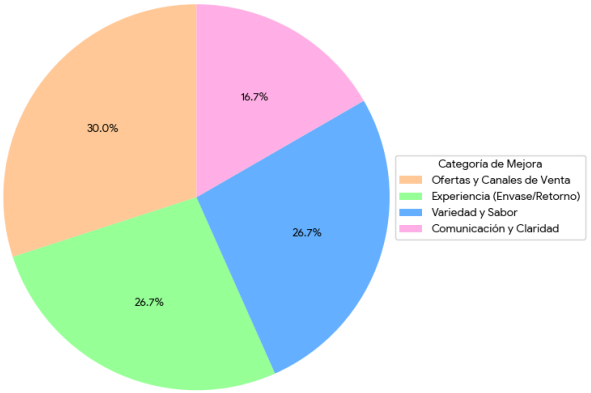
Resultados de las preguntas 11 y 12:





Resultados de las preguntas 13 y 14:





Resultado de la pregunta 15:

