

NOMBRE DEL TRABAJO

CHOQUE CAVERO YOSMIRA ROSA.pdf

RECUENTO DE PALABRAS

4994 Words

RECUENTO DE CARACTERES

26739 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

25 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

763.9KB

FECHA DE ENTREGA

Oct 21, 2023 10:09 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 21, 2023 10:10 AM GMT-5**● 17% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 16% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados
- 7% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado



TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

SERVICIO QUE UTILIZA INTELIGENCIA ARTIFICIAL A TRAVÉS DE UN APLICATIVO QUE AYUDA A LOS CIUDADANOS LIMEÑOS JÓVENES A REALIZAR COMPRAS DE ALIMENTOS MÁS RESPONSABLES E INFORMADAS

2

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Publicitario y Dirección y Diseño Gráfico

18

AUTORES:

YOSMIRA ROSA CHOQUE CAVERO

(0000-0003-2059-3731)

SOFIA VALERIA MAURA CHÁVEZ

(0000-0001-7589-9389)

Asesor

8

DORA VIVIANA ROSA VEGA SWAYNE

(0000-0003-1352-1537)

Lima-Perú
Año 2023

Resumen del Trabajo de Investigación

El proyecto utiliza inteligencia artificial a través de un aplicativo que ayuda a los ciudadanos limeños jóvenes a realizar compras de alimentos más responsables e informadas. Ayudaremos a evitar compras de alimentos en exceso, reduciendo así la generación de desperdicios y de residuos orgánicos en el hogar, que en consecuencia contaminan nuestro medio ambiente.

El servicio utiliza reconocimiento de voz y fotografía para registrar los alimentos que compras en los centros de abastecimiento y así ayudar al usuario a tener un mejor control de su cocina. Además enseña cómo estos alimentos deben ser almacenados y así prolongar su buen estado.

Una de sus tareas más importantes es alertar mediante el envío de notificaciones inteligentes cuando un alimento se aproxima a su fecha de caducidad con el fin de evitar su descomposición antes del consumo.

¹³ El público objetivo del proyecto está compuesto por mujeres y hombres de entre 25 a 35 años recientemente independizados. Son personas sin experiencia en la compra y manejo de insumos, con limitados conocimientos culinarios y una ajetreada rutina personal o profesional.

La opción premium de Foodie ofrece a los usuarios sugerencias de recetas que contengan los ingredientes que ya tienen en su cocina. Así se evitarán las compras innecesarias y se aprovechará al máximo los insumos a su disposición.

Nuestra misión es informar y concientizar a los ciudadanos peruanos sobre el correcto manejo de los alimentos en su hogar. El resultado esperado es que con el

apoyo de un asistente virtual ¹⁴ se logre una mejora en la calidad de vida de los usuarios, logrando ahorros considerables en la compra de alimentos, facilitando su rutina diaria y disminuyendo la producción de residuos orgánicos en su hogar.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del trabajo de investigación

2	1. Contextualización del problema	4
	2. Justificación	5
	3. Reto de Innovación.....	5
	4. Sustento teórico	6
	4.1 Estudios previos... ..	6
	4.2 Marco teórico	7
	5. Beneficiarios... ..	7
	6. Propuesta de valor.....	8
	6.1 Propuesta de valor.....	8
	6.2 Segmento de clientes... ..	8
	6.3 Canales.....	8
	6.4 Relación con los clientes... ..	9
	6.5 Actividades clave.....	9
	6.6 Recursos clave	9
	6.7 Aliados clave.....	10
	6.8 Fuentes de ingreso	10
	6.9 Presupuesto	11
	7. Resultados... ..	12
	8. Conclusiones... ..	14
	9. Bibliografía	14
	10. Anexos.....	15

1. Contextualización del Problema

A nivel nacional, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) existen 16 millones 511 mil trabajadoras/es al año 2017, también informó que del total de la población ocupada del país, el 55,8% (9 millones 211 mil 200) son hombres y el 44,2% (7 millones 299 mil 800) mujeres. Esto demuestra que la mayoría de población está pasando más tiempo en el trabajo que en sus propias casas, por ello es preocupante la manera en que manejan la planificación en su alimentación. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la ausencia de nutrientes fundamentales puede ocasionar la desnutrición. Los adultos con estos desórdenes en sus alimentos pueden obtener enfermedades como: diabetes, gastritis, hipertensión, entre otras; que pueden alterar su estilo y calidad de vida. Como se puede ver es preocupante la situación en la que los peruanos están pasando por falta de tiempo no se alimentan bien, esto no solo afecta a su salud, si no también a las personas que conviven a su alrededor. El problema también afecta en la contaminación de nuestro planeta ya que se están desperdiciando alimentos perecibles porque se vencen o no se sabe cómo usarlos. Estos residuos orgánicos y/o domiciliarios son el 58.75% del total de basura que se genera en el Perú (Ministerio del Ambiente 2015) y se desperdicia el 56% de residuos orgánicos por no saber reciclar correctamente (Minan, 2018). Según un informe de la Defensoría del Pueblo (2019) se considera que en Perú, un 70% de los residuos sólidos provienen de hogares, de un total de 7 millones de toneladas de residuos sólidos anuales. Mientras 2.8 millones de peruanos no cuentan con qué comer, el desperdicio de alimentos en nuestro país alcanza entre 5 y 9 millones de toneladas anuales.

La presente investigación busca que los pobladores de Lima Metropolitana que generen desechos domésticos disminuyan la contaminación generada diariamente.

Como parte de la investigación se debe tener en cuenta que es importante mantener un balance en los insumos que necesitas durante la semana, por ello es indispensable saber la organización en el adquirir los productos y también conocer sobre la duración de cada uno.

2. Justificación

Se busca disminuir el desperdicio de los desechos domésticos orgánicos y darle una nueva acción la cual sea accesible para todos, especialmente en Lima Metropolitana. El cuál es una de las regiones con mayor cúmulo de basura, a la vez dar una solución a una situación que a todos les pasa que es la descomposición de los alimentos porque ya pasaron las fechas permitidas y no se sabe qué hacer con ello. A demás se visualiza que los usuarios tienen pérdida de dinero en las compras de alimentos porque se terminan malogrando, siendo esto un desperdicio totalmente económico. Por ello, se hizo el análisis a 20 personas que podrían ser parte del arquetipo que se necesita para saber su comportamiento, por ejemplo: La frustración que siente cuando está aprendiendo a cocinar y no sabe calcular las cantidades. La tristeza que siente al ver como su pepinillo se pudrió en la nevera porque no planificó su próxima ensalada. La molestia que siente al equivocarse con la medida de los alimentos. El estrés que le causa no saber que puede preparar con los productos que tiene en casa.

Nos hemos enfocado en personas que trabajan y no cuentan con mucho tiempo, además que compran en exceso, no tienen tiempo para hacer compras planificadas y/o a las que no saben cocinar. El público objetivo que se escogió son peruanos entre 25 a 35 años, de nivel socioeconómico B y C que viven en Lima Metropolitana, se acaban de

independizar y están aprendiendo a administrar su hogar y son los responsables de las compras de la casa, viven solos o tienen hijos pequeños.

3. Reto de innovación

¿Cómo podríamos solucionar el problema de desperdicio en alimentos orgánicos y mala alimentación en los hogares de los ciudadanos en Lima Metropolitana? Lo que se quiere es prevenir el desperdicio de los productos, la descomposición, no tener control de los insumos y aprovechamiento de los insumos que se tienen en el hogar. Nuestra misión es evitar que los consumidores adquieran productos en exceso y por ende generen desechos orgánicos innecesarios, no solo ayudando al medio ambiente, si no al prevenir la producción de desechos orgánicos en casa innecesarios. La solución que se va a brindar también ayuda como guía para el consumidor que quiere hacer una compra inteligente de sus alimentos evitando gastos innecesarios y tener un estilo de vida saludable. Lo que se va a ofrecer es: un asistente de mercado inteligente que te ayudará con la información sobre el correcto mantenimiento de insumos en casa (como guardar la lechuga correctamente, cómo evitar los hongos en el queso), datos sobre el tiempo comestible de los alimentos (el huevo se vence en 21 días, por ejemplo) e ideas de qué puedes hacer con la pechuga de pollo que se olvidó en la nevera y especialmente en tener una alimentación balanceada seleccionada especialmente para que sea nutritiva. Ya que no solo va a ayudar al aprovechamiento de los insumos en casa, va a facilitar la planificación de las comidas, brindará información sobre el correcto almacenamiento de los insumos que se tiene en casa y ayudará a mejorar la calidad en la alimentación.

4. Sustento Teórico

4.1 Estudios previos

1 FAO (2019), El estado mundial de la agricultura y la alimentación. Progresos en la lucha contra la pérdida y el desperdicio de alimentos. Roma. 1 La creciente atención que se está prestando a la pérdida y el desperdicio de alimentos se refleja en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La meta 12.3 de los ODS requiere, “de aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per capita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir la pérdida de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha” según FAO, el cual su objetivo es reducir los desperdicios comestibles porque existen personas que no tienen ni siquiera acceso a un alimento diario por ello, este informe se enfoca en una ODS en especial que es el Hambre Cero, 1 el cual se exige poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, y promover la agricultura sostenible. 1 La FAO y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (ONU-Medio Ambiente) están realizando esfuerzos para medir los avances 1 a través de dos índices diferenciados: el índice de pérdida de alimentos (IPA) y el índice de desperdicio de alimentos (IDA). Para ello se crea 1 la elaboración de normas y conceptos, así como directrices y el fortalecimiento de las capacidades. Se prevé que esto permitirá que los propios países mejoren la recolección de datos y la medición eficaz de la pérdida y el desperdicio de alimentos. La mejora de los conocimientos estadísticos sobre la pérdida y el desperdicio de alimentos es una esfera prioritaria para la FAO y debería serlo para la comunidad internacional, y también para todos los países interesados en realizar un seguimiento de sus progresos hacia el logro de los ODS.

4.2 Marco teórico:

Los residuos orgánicos tienen un fuerte impacto medioambiental, pudiendo contaminar la atmósfera, el suelo y las aguas (superficiales y subterráneas). Según el MINAM, en el Perú solo se recicla el 1.9% del total de residuos sólidos reaprovechables (MINAM, 2018)

Esto se debe a la falta de información y el no saber cómo reciclar de una manera correcta, también gracias a la falta de tiempo. Consigo, ha llevado diferentes impactos en el mundo, por ejemplo la afección de la salud de las personas debido a la acumulación de contaminación y el desperdicio de los desechos orgánicos en el hogar han afectado al mundo de manera social.

9 La contaminación de la atmósfera, el suelo y las aguas (superficiales y subterráneas) y el aumento del desperdicio de los desechos orgánicos generaron un impacto ambiental. Mientras que por lo económico, se produce poca información sobre la economía circular que ayudaría a grandes y pequeñas empresas.

Se toma como reto de innovación la siguiente pregunta: ¿cómo podríamos reducir los desechos orgánicos producidos en el hogar?

5. Beneficiarios:

Las personas que están siendo beneficiadas con la solución son madres de 45 años solteras que trabajan y tiene poco tiempo para cocinar, le estresa no saber qué cosas cocinar durante la semana. Tiene una familia muy unida pero le preocupa no poder cocinar comida nutritiva para sus hijos. También tenemos a jóvenes profesionales que trabajan demasiado al día y no tienen tiempo para cocinar ya que llegan cansados, además solo comen comida rápida quiere tener una dieta más saludable pero por su poco tiempo no lo logra hasta ahora.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

17 En el presente estudio se plantea el uso de un asistente virtual que permite registrar los productos comprados con las fechas de vencimiento, esto ayudará a que el usuario pueda saber qué es lo que tiene en su refri desde la

aplicación y qué productos están por vencer, además que este le ayuda con recomendaciones para su organización de comida semanal.

6.2. Segmento de clientes

Como usuario puede acceder cualquier persona, pero el asistente está enfocado en personas que no tienen tiempo para cocinar y se les desperdicia las compras. Además de desperdiciar dinero, también aumenta los desechos orgánicos día a día. Por ello, el público objetivo de esta investigación son: personas jóvenes independientes que no saben cocinar, el siguiente sector son los que saben cocinar pero por el horario de trabajo no cocinan y por último la madre soltera que desea cocinar comida nutritiva pero no le alcanza el tiempo con los quehaceres en casa.

6.3. Canales

Los medios de canales que están usando son: Facebook, Instagram y página web. Ya que el mercado objetivo siempre tiene el celular en la mano, el servicio es completamente accesible las 24h del día, perfectos para usar el registro de sus compras en cualquier hora.

6.4. Relación con los clientes

El servicio que se brinda a los usuarios es totalmente rápido y fácil de interactuar, por ello lo que se ha logrado es una rápida adaptación al registro de los productos y una enorme acogida a las recomendaciones de las comidas, ya que les resuelve el dilema de tirar desperdicios de sus compras. A consecuencia, les facilita tanto en la comida como en lo económico.

6.5. Actividades clave

Se está planteando una estrategia publicitaria para poder llegar al mercado, así se pueda impactar y quieran adquirir el servicio. En redes sociales se pondrá un timelapse de una verdura descomponiéndose, comparando en otro video que con Foodie no le volverá a pasar lo mismo. En BTL se está planteando entregar unos stickers con códigos de barra para el registro virtual en Foodie, esto ayudará a que la aplicación pueda registrar de forma directa a la sección de "A la cena" o "A la refri" y puedan tener su propia etiqueta virtual, además de conseguir estrellas y descuentos en la suscripción anual.

6.6. Recursos clave

Se darán 3 recursos esenciales: Recursos Humanos, Recursos Tecnológicos e Inmuebles.

Entre los Recursos Humanos se encontrarán las personas encargadas de darle un mejor mantenimiento a Foodie. Se contratarán administradores y contadores para ver la logística y el dominio de la aplicación. A su vez, se necesitará de redactores para diversos flujos de la aplicación, como por ejemplo, el recetario premium.

Se requiere de diseñadores y programadores para manejar el funcionamiento y actualizaciones de Foodie, estos desarrollarán la tarea creativa e innovadora para que la aplicación no termine en el olvido y de alguna manera, siempre esté renovada. Esto creará un mejor engagement frente a su público.

Los Recursos Tecnológicos se basarán en el desarrollo y mantenimiento de la aplicación y la página web, los cuales se realizarán quincenalmente cada mes para mantenerlo actualizado ante cualquier mejora.

Para la realización de la aplicación, mantenimiento general, logística y administración del sistema, se dará el alquiler de oficinas, las cuales contarán con los servicios necesarios, como internet, agua, luz, computadoras, entre otros.

6.7. Aliados clave

En un futuro se tiene planteado tener aliados claves como ALICORP, que nos podría hacer llegar a más personas de nuestro público objetivo. Además se estará creando lazos comerciales con influencers que comenzarán a auspiciar nuestra marca.

6.8. Fuentes de ingresos

Se ha planteado fuentes de ingresos con bases de datos que nos caracterizan la producción del servicio. Uno de ellos es la suscripción anual en la aplicación que se les enviará un kit de Bienvenida virtual y puntos de iniciación para canjearlos mientras registra más productos. Otra manera es alquilando los espacios publicitarios en versión free para que sean vistos por todos, por ejemplo tiendas virtuales de verduras o frutas. También tiendas ecológicas que apunten al mismo público objetivo para que encajen en nuestro espacio publicitario.

6.9. Presupuestos

Para la evaluación de presupuestos, se dividió en costos fijos que se realizan mensualmente y costos variables.

Entre los costos fijos se tiene el alquiler de un local para ser oficina, se evaluó ¹⁹ un local ubicado en Santiago de Surco de $32 m^2$ con una mensualidad de 1600 nuevos soles, o 400 dólares. Por otro lado, se tienen los gastos por servicios necesarios, los cuales se encuentra una Facturación de Luz por 100 nuevos soles mensuales, una Facturación de Agua por 70 nuevos soles mensuales y el servicio de Teléfono e Internet por 100 Mbps a 105.90 soles mensuales. Adicionalmente, un servicio de celular por cuatro personas de 320 soles mensuales. Todo equivale a un total de S/. 595.90 soles mensuales.

Se elaborarán dos departamentos de trabajo. El primero es el departamento de Gerencia, donde se encontrará una Gerente General, una Directora de Arte, una Gerente de Marketing y una Gerente de Publicidad. Estas cuatro tendrán un sueldo de S/. 3500 soles mensuales, más una gratificación y CTS anual, por lo que mensualmente ganarán S/.4375 soles.

El segundo grupo se conformará de un programador front end, un contador y un community manager. El programador tendrá un sueldo de S/. 4000 soles mensuales, más una gratificación y CTS anual, por lo que mensualmente ganarán S/.5000 soles. El contador tendrá un sueldo de S/. 1300 soles mensuales, más una gratificación y CTS anual, por lo que mensualmente ganarán S/.1625 soles. Por último, el community manager tendrá un sueldo de S/. 1200 soles mensuales, más una gratificación y CTS anual, por lo que mensualmente ganarán S/.1500 soles.

Por otro lado, los costos variables se enfocarán a la publicidad en redes y al material de oficina, el cual se dividirá de mobiliarios, electrónica y papelería, dando un total de S/. 20942 soles.

7. Resultados

El presente trabajo tuvo como primer paso una investigación exhaustiva sobre el tema para tener un mejor conocimiento sobre los residuos orgánicos y poder tener un amplio pensar de posibles soluciones. Se estudió cada opción para poder filtrar y definir cuál era la opción más viable que podría ayudar a reducir la contaminación de los residuos orgánicos en el hogar.

Para llevar a cabo una solución más efectiva y sustentar la propuesta de valor, se realizaron 42 encuestas a diversas personas para evaluar el nivel de conocimiento sobre lo que son los residuos orgánicos y qué es lo que tendría que pasar para que tomen conciencia de ello.

El 50%¹¹ de las personas encuestadas se encontraban en el rango de edad entre los 25 a 35 años. Solo un 46.2% de las personas separan sus residuos, de los cuales, el 76.2% recicla residuos plásticos, quedando en último lugar los residuos orgánicos.

Para una mejor segmentación de nuestra solución, se realizaron 15 entrevistas via zoom, de las cuales, 5 de ellas se llevaron de manera profunda a personas entre los 25 a 35 años y con una duración de 45 minutos para que nos aclaren su postura ante los residuos orgánicos. Nos aseguran que no saben cómo reducirlos y que cuando hay algún insumo a punto de vencer o ya vencido, lo desechan.

En base a ello, pudimos comprender la falta de información y cómo no se toma conciencia de las acciones que toman en relación a sus insumos alimenticios. Al vivir

en un mundo tecnológico y más conectado a los celulares, la solución más factible era crear un asistente virtual que indique lo que tienes en casa y avisa cuando uno de tus alimentos está por vencer, de esa manera, ayudará a cómo reducir los residuos orgánicos desde casa. Se escogió como canal una aplicación móvil, para llegar a una mejor conexión con el público objetivo; el siguiente paso fue la creación de ello, dándole como nombre “Foodie”, que en inglés significa “conocedor gourmet”. Para acompañarlo, se elaboró una mascota que acompañará la aplicación. A su vez, se utilizará como canal de difusión la red social Instagram, que mantendrá una mejor cercanía de las personas y los mantendrá informados. Lo encuentras en instagram como @foodiepe.

Se comenzó creando el flujo de la aplicación, el cuál contará con una cámara y un sistema de voz. Dentro de este marco, previamente se investigó distintas maneras tecnológicas para convertirlo en un sistema innovador. Se utilizará una cámara para fotografiar cada producto y le darás un nombre por medio del sistema de voz, el cual este te mandará diferentes variantes del producto que mencionaste. Al momento de tener listo el producto en la aplicación, este mandará una alerta indicando cuánto tiempo le falta para vencer, adicionalmente se incluirá un recetario personalizado en base a lo que la persona coloque.

Finalmente, se realizó un testeo a un grupo de personas que cumplieran con los requisitos del público objetivo para que nos den su opinión y validación. Cada uno tuvo una opinión distinta pero, en resumidas cuentas, aclararon que les ha ayudado a mejorar sus hábitos y a utilizar hasta lo último que les queda en el refrigerador antes de vencer. Podemos concluir que ha cumplido con satisfacción la misión de reducir los residuos orgánicos en casa.

8. Conclusiones

En base a entrevistas y encuestas realizadas previamente, se concluyó que las personas actualmente no tienen un buen conocimiento de lo que son los residuos orgánicos y no encuentran la forma de cómo solucionar esta problemática.

Al crear “Foodie” y pasar a la etapa de testeo, se presentaron diversas opiniones calificando a Foodie como “ahora sé como organizar mis alimentos”, “es muy buena la app”, “me ha ayudado mucho”. Podemos decir que cumplió con el reto de innovación, sobre todo al añadirle un sistema avanzado de voz, el cual hizo que las personas encontrarán una manera dinámica e innovadora para utilizar los alimentos que tenían y, de alguna manera, salvar los que estaban a punto de vencer.

6. Bibliografía

INEI. (2018). *En el Perú existen 16 millones 511 mil trabajadoras y trabajadores que conmemorarán el próximo 1 de mayo el día del trabajo.* <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-existen-16-millones-511-mil-trabajadoras-y-trabajadores-que-conmemoraran-el-proximo-1-de-mayo-el-dia-del-trabajo-10719/>.

Linares Hugar, Ivan Alexander. (2020). *Diseño y Elaboración de producto editorial para aprovechar y generar una mejor cantidad de residuos orgánicos en hogares de Lima Metropolitana.* (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Arte y Diseño Empresarial). USIL. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10920/1/2020_Linares%20Hugar.pdf

Avanza Sostenible. (2021). *Proyecciones para una Reactivación Empresarial Sostenible en 2021 - Análisis Perú*. (E-book)

<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/174833>

FAO. (2019). *El Estado Mundial de la Agricultura y la Alimentación* (E-book)

<https://www.fao.org/3/CA6030ES/CA6030ES.pdf>

Ministerio de Ambiente. (2019) *Cambio Climático y Desarrollo Sostenible en el Perú*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/374283/CDAM0000323.pdf>

IPSOS (2019) Día de la Tierra 2019 *¿Cómo percibe el mundo nuestro entorno cambiante?*.

[https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-04/g_earth_day_2019_final_esp_0.pdf)

[04/g_earth_day_2019_final_esp_0.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-04/g_earth_day_2019_final_esp_0.pdf)

IPSOS. (2021) *What Worries The World: Global Summary Report - January 2021*. [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-01/www-summary-january-20201.pdf)

[01/www-summary-january-20201.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-01/www-summary-january-20201.pdf)

Andrea Salazar (2019) *El nuevo momento de la verdad de los empaques*.

[https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-09/el_nuevo_momento_de_la_verdad_de_los_empaques.pdf)

[09/el nuevo momento de la verdad de los empaques.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-09/el_nuevo_momento_de_la_verdad_de_los_empaques.pdf)

7. Anexos

Anexo 1:

Encuesta a 42 personas con el objetivo de conocer cómo las personas consideran a los residuos en general.

1. ¿Cuál es tu edad?

18-24: 44,4%

25-34: 50%

35-44: 0%

45 en adelante: 5,6%

2. ¿Dónde vives?

Lima: 83,3%

Provincia: 11,1%

Extranjero: 5,6%

3. ¿Separas tus residuos sólidos?

Siempre: 23,1%

A veces: 46,2%

Nunca: 26,9%

Sí: 3,8%

4. ¿Sabes dónde queda el punto de acopio más cercano a tu casa?

Sí: 42,3%

No: 53,8%

¿Qué es eso?: 3,8%

5. Un centro de acopio de residuos es un lugar donde se almacenan materiales con capacidad de reciclaje, que otras personas o industrias pueden aprovechar para crear nuevos productos. ¿Qué haría falta para que vayas a uno?

Cercanía: 68%

Información (sobre beneficios o funciones): 32%

No iría, prefiero que lo recojan de mi casa: 0%

No iría, reciclar no es una urgencia en mi hogar: 0%

6. ¿Cuál es el desecho que más suelen separar?

Plástico: 76,9%

Latas: 15,4%

Vidrios: 42,3%

Cartones /papeles: 26,9%

Desechos orgánicos: 19,2%

Todas las anteriores: 11,5%

Ninguno: 7,7%

7. Desde que inició la pandemia, ¿tus hábitos respecto al reciclaje han cambiado?

Lo hago más: 34,6%

Lo hago menos: 7,7%

Igual: 53,8%

Sí: 3,8%

8. ¿Sabes lo que pasa con tus residuos en tu distrito?

Sí, termina en la fábrica de reciclaje: 3,8%

Sí, todo termina en el mar: 3,8%

No, pero me gustaría saberlo: 76,9%

No, tengo cosas más importantes que hacer: 0%

Surco manda una bolsa de reciclaje que va a una planta, pero creo que la mayor parte no es procesada: 7,7%

Creo que cada municipalidad hace su separacion del reciclaje y luego cuando se llenan los containers pasan a las plantas de reciclaje: 3,8%

Existen recicladores que viene de parte de la municipalidad de Ica: 3,8%

9. ¿Qué tendría que pasar para que separes tus residuos con mayor frecuencia?

Que alguien me explique de forma fácil cómo puedo separar mis residuos: 30,8%

Ya lo hago con mucha frecuencia: 23,1%

Que lo recojan de la puerta de mi casa: 42,3%

Por las puras es, separar residuos no es suficiente: 0%

Masomenos: 3,8%

Anexo 2

Entrevista a profundidad de 45 minutos a 5 personas entre los 25 a 35 años con el objetivo de conocer el punto de vista de cada uno sobre los desechos orgánicos, si lo consideran importantes o simplemente los desechan, esta es una de ellas:

Nombre: Naomi Olaya

Edad: 25

Cargo: Administradora

Desarrollo:

1. ¿Separas tus desechos? ¿por qué? ¿En qué consiste?

En casa generalmente no, todos los desechos van directo a las bolsas de basura. Pero algunas veces, con mi familia separamos el plástico de los otros materiales, generalmente botellas y lo llevamos al punto de reciclaje más cercano. Desde el colegio aprendí a reciclar las botellas de plástico y las tapitas, eso lo empecé a implementar en mi casa desde chiquita, tanto que ya se convirtió en una costumbre en mi

familia. Después de eso, nunca he separado lo demás, ni siquiera los papeles, solo plástico.

2. ¿Con qué frecuencia?

Las botellas de plástico siempre las separo y las coloco en una bolsa aparte pero la verdad no sabría darte una fecha exacta, mayormente es cuando hay campañas de reciclaje cerca a casa o simplemente cuando nos encontramos con uno o varios tachos de reciclaje.

3. ¿Qué haces con esa basura separada? ¿sabes a dónde va?

Las juntamos en bolsas reusables y cuando llegamos a los puntos de reciclaje, las ponemos ahí. Siempre me he preguntado a dónde va toda nuestra basura, pero nunca supe. La verdad no tengo ningún conocimiento hacia donde va y si hacen algo con ellos o no..

4. ¿Sabes dónde queda el punto de acopio más cercano? ¿Sueles ir?
¿Por qué?

Me acuerdo perfectamente que hace un tiempo había un centro de acopio en Metro de Santa Catalina, quedaba al final de la calle donde vivo. Después de eso, no ubico ningún otro centro que sea cercano a mi, solo sé que hay uno en Surco pero no sé por dónde y me queda muy lejos de mi casa.

5. ¿Cuál es la basura que más suelen separar?

Como comenté antes, desde el colegio me enseñaron a separar las botellas, por lo que ya se me hizo una costumbre que inculqué en mi casa. Nosotros separamos todos los plásticos, desde bolsas hasta botellas, inclusive las tapitas.

6. ¿Sabes utilizar los tachos de reciclaje? ¿Tienes uno en casa?

Si los sé utilizar, es más, me he topado muchas veces con ellos, en el parque, centros comerciales, universidad, podría hasta recordar que en el colegio. En mi universidad había varios por doquier, tanto en el campus exterior como dentro de cada edificio, sin embargo, en mi casa no tengo uno así y si un día me animara, la verdad no encontraría lugar donde tenerlo.

7. Desde que inició la pandemia, ¿tus hábitos han cambiado?

La verdad es que solo se redujo el uso de plástico, empezando con que ya no salíamos a comprar mucho cuando empezó la pandemia y cuando lo hacíamos, no comprábamos las bolsas de plástico del supermercado, sino empezamos a comprar bolsas de tela para las compras. No solo las usamos en el supermercado, sino también cuando vamos de compras.

8. ¿Qué haces con tu mascarilla desechable?

En mi casa no se utilizan las mascarillas desechables, usamos las de tela. Pero al inicio de la pandemia, después de su uso les hacíamos un pequeño corte para que cuando vaya al basurero no lo usen de nuevo por los diversos casos que se han visto que vuelven a re venderlas.

9. ¿Tienes alguna idea de lo que pasa o hacen con tus residuos? Si es así ¿nos podrías contar tu creencia?

Supongo que algunos lo reciclan y los vuelven objetos con un uso diferente. Como algunos tetrapack, están hechos de residuos reciclados o las botellas san luis.

10. ¿Consideras que el país y sus ciudadanos toman de manera seria el reciclaje?

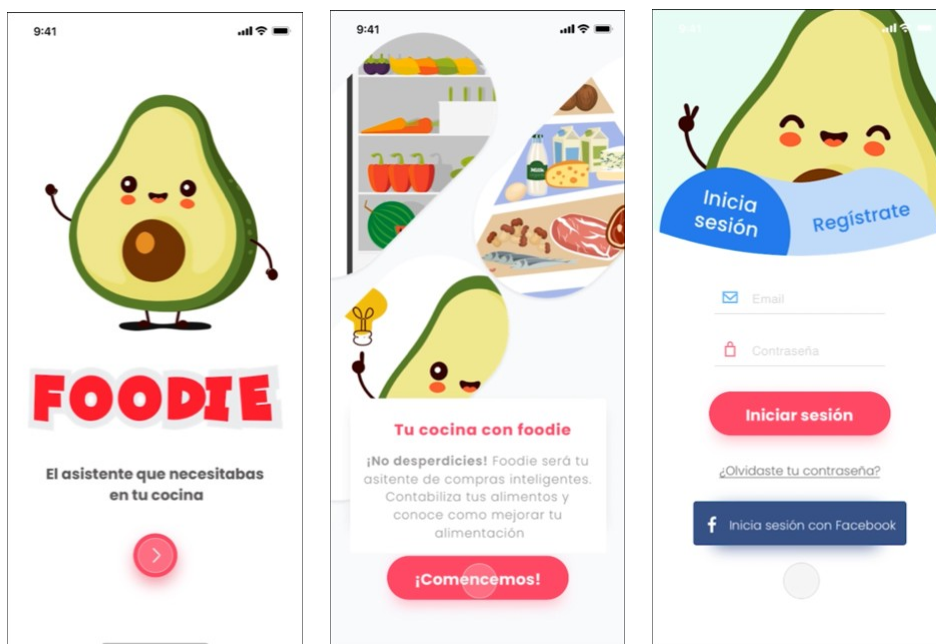
No todos, pero algunos sí. De todas maneras las empresas ya se están acostumbrado a la tendencia eco friendly, así que eso motiva a las personas. Al igual que a los niños, se les enseña desde el colegio la importancia de este proceso.

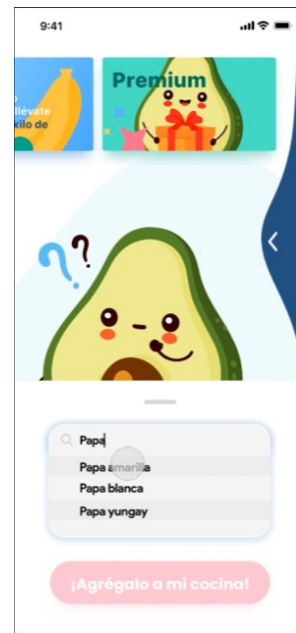
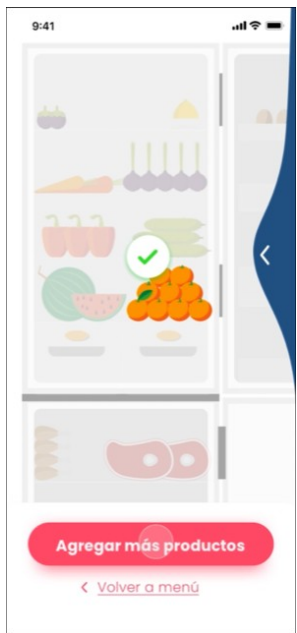
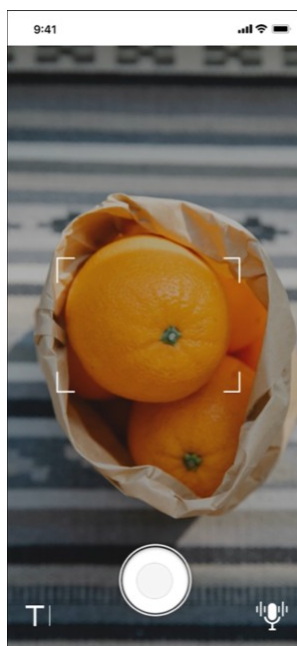
11. ¿Alguna vez escuchaste de la “Isla Basura”?

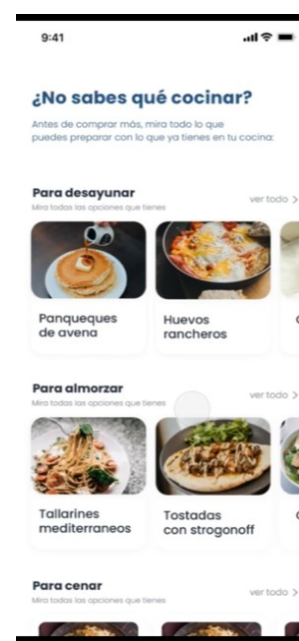
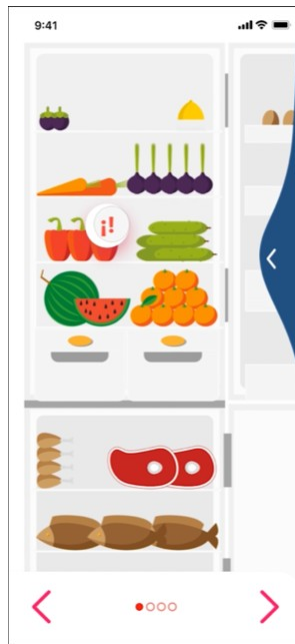
Me ha parecido escucharlo alguna vez, pero no tengo detalles de qué es, dónde queda y qué pasa con ella. No tengo ningún conocimiento de ello.

Anexo 3:

Se realizó el flujo de la aplicación “Foodie” y su funcionamiento:







● 17% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 16% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados
- 7% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	fao.org Internet	6%
2	repositorio.tls.edu.pe Internet	3%
3	inei.gob.pe Internet	1%
4	repositorio.usil.edu.pe Internet	1%
5	repository.unad.edu.co Internet	<1%
6	larepublica.pe Internet	<1%
7	Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD on 2022-05-16 Submitted works	<1%
8	Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2023-02-12 Submitted works	<1%

9	gobcan.es Internet	<1%
10	omnirender.com Internet	<1%
11	rosanjose.iom.int Internet	<1%
12	Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2023-02-20 Submitted works	<1%
13	upc.aws.openrepository.com Internet	<1%
14	scribd.com Internet	<1%
15	Blanco, Renzo Guillermo Behr Gonzales, Alan Llaja Gonzales, Rosen... Publication	<1%
16	es.slideshare.net Internet	<1%
17	publicaciones.unirioja.es Internet	<1%
18	Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2023-02-28 Submitted works	<1%
19	Universidad Cientifica del Sur on 2017-05-17 Submitted works	<1%