ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

re-FOOD

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:
ALEXANDRA FRANCESCA ALVARADO PACHECO

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:
STEYSI CASTAÑEDA ROJAS

2023

ELEGIR LA ODS

Realizamos una investigación sobre los ODS estipulados en la clase e identificamos temas relacionados con cada uno.

REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

Inseguridad para las mujeres	Desigualdad en personas con discapacidad	Problemas para conseguir empleo	Informalidad en empresas
Desigualdad de género	Falta de acceso a servicios básicos	Grupos marginados	Desempleo y su impacto en la economía
Informalidad	Falta de empleos	Desigualdad de ingresos	Desigualdad de oportunidades
Falta de respeto a las diferencias de géneros	Desigualdad educativa	Desigualdad social	Falta de respeto en las culturas



PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Uso excesivo de plástico en los productos.	Compras innecesarias de ropa	Invasión en agricultura	Falta de áreas verdes en distritos
Mala gestión de los desechos	Generación de desechos	Desperdicio de alimentos en el Perú	Explotación de recursos
Degradación de la tierra	Uso incorrecto de los artefactos electrónicos en el hogar	Exceso de compuestos químicos en alimentos	Desperdicio de alimentos
Compras innecesarias de alimentos	Desperdicio de agua	Mal uso de cables y cargadores	Compra excesiva de aparatos electrónicos

ELEGIR LA ODS

Por medio de una votación, elegimos 5 temas que consideramos más interesantes como opciones para trabajar.

REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

Inseguridad para las mujeres	Desigualdad en personas con discapacidad	Problemas para conseguir empleo	Informalidad en empresas
Desigualdad de género	Falta de acceso a servicios básicos	Grupos marginados	Desempleo y su impacto en la economía
Informalidad	Falta de empleos	Desigualdad de ingresos	Desigualdad de oportunidades
Falta de respeto a las diferencias de géneros	Desigualdad educativa	Desigualdad social	Falta de respeto en las culturas

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Uso excesivo de plástico en los productos.	Compras innecesarias de ropa	Invasión en agricultura	Falta de áreas verdes en distritos
Mala gestión de los desechos	Generación de desechos	Desperdicio de alimentos en el Perú	Explotación de recursos
Degradación de la tierra	Uso incorrecto de los artefactos electrónicos en el hogar	Exceso de compuestos químicos en alimentos	Desperdicio de alimentos
Compras innecesarias de alimentos	Desperdicio de agua	Mal uso de cables y cargadores	Compra excesiva de aparatos electrónicos



DEFINIR EL TEMA

Una vez determinado los 5 temas, desarrollamos una lista de habilidades y conocimientos que podrían ayudarnos a trabajar.

Metas asociadas a los ODS	Lo que me apasiona		Lo que se hacer (habilidades)	
Uso excesivo de plástico en los productos META 12.5	• Reciclaje • Ventas de ropas usada • Productos multiusos que eviten el uso del plástico • Entregas de productos en cajas en vez de bolsas	• Productos menos plastificados • Marcas de ropa con responsabilidad sostenible • Fomentar la responsabilidad social • Prevenir la degradación del medio ambiente	• Trabajo en equipo • Liderazgo • Creatividad • Colaboración	• Innovación • Diseño sostenible • Conciencia ambiental • Gestión
Desperdicio de alimentos en el Perú META 12.3	• Equilibrar las remuneraciones en diferentes áreas y profesiones • Organización • Aprovechar / rehusar los alimentos orgánicos para las áreas verdes • Dar segunda vida a los sobrantes	• Combatir la contaminación ambiental • Alimentación saludable • Bienestar integral • Economía circular	• Proactividad • Orientación a resultados • Creatividad e innovación • Flexibilidad	• Gestión del cambio • Influencia social • Productividad • Resolución de problemas e ideación
Desigualdad de género META 10.2	• Fortaleza de políticas y leyes aplicables para promover la igualdad de género • Ampliar la enseñanza de igualdad de género en escuelas • La ropa no tiene género • Defender de las opiniones machistas	• Acoso callejero • Mayor seguridad de transporte público • Igualdad de oportunidades • Respeto y seguridad	• Capacidad para escuchar • Inclusividad • Dedicación • Sensiblidad cultural	• Empatía • Defensa • Resolución de conflictos • Educación
Informalidad en empresas META 10.3	• Productividad • Crecimiento económico • Bienestar social • Incrementar las capacitaciones y productividad en trabajadores	• Cumplimiento de horas laborales • Informalidad por redes sociales • Estrategias para reducir el trabajo informal • Informalidad en sectores específicos	• Liderazgo • Responsabilidad social • Planificación • Gestión	• Responsabilidad • Ética • Conciencia • Creatividad
Desigualdad educativa META 10.3	• Desigualdad socio-económica • Acceso a la educación para estudiantes con discapacidades • Mayor énfasis en zonas rurales • Desigualdad racial en la eduación	• Equidad en el acceso a la educación • Trabajar en las competencias digitales • Mejora de infraestructura • Desigualdad de género	• Empatía • Gestión educativa • Perseverancia • Trabajo en equipo	• Innovación • Comprensión • Comunicación • Desarrollo profesional

DEFINIR EL TEMA

Entre las 5 posibilidades, elegimos la más relevante. Es así como redactamos la elección de nuestro tema a profundidad.

TEMA

PÉRDIDA Y EXCEDENTES DE ALIMENTOS EN RESTAURANTES DE LIMA METROPOLITANA

MAPA DEL PROBLEMA

Escribimos en notas todo lo que funciona y lo que no del tema que seleccionaron en el ejercicio anterior. Este ejercicio nos ayudará a generar opciones basadas en la cantidad, dejarse llevar por los instintos y la imaginación.

- LO QUE NO FUNCIONA

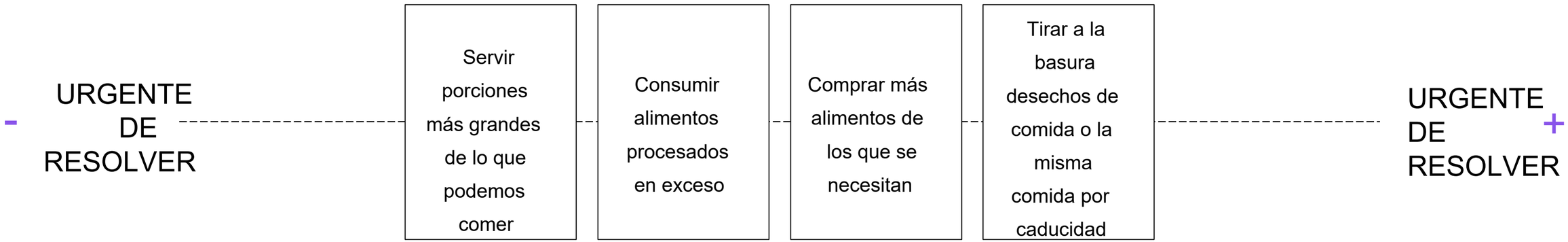
Comprar más alimentos de los que se necesitan	No mantener los productos en estados óptimos	Tirar a la basura desechos de comida	Servir porciones más grandes de lo que podemos comer	Comprar productos de empresas industrializadas	Desechar productos por su apariencia	Ser consciente de la caducidad de nuestros productos	Consumir alimentos procesados
¿Por qué?							
No suelen planificar lo que van a comer los próximos días	Ciertos productos se necesitan congelar, conservar o mantener en temperatura ambiente	Se pierde cerca del 14 % del total de alimentos producidos en todo el mundo	No solemos medir las porciones de los ingredientes al preparar la comida	Tendemos a pensar que adquirir productos frescos tiene un precio elevado	Hasta un tercio de los alimentos se estropean o se desperdician antes de ser consumidos.	Es necesario fijarnos en el etiquetado	A la gente le gusta el sabor de esta comida
No tienen la tendencia de crear una lista de compras	Te permiten utilizar en cada momento que necesitas para que no se pierda su valor nutricional	Tirar la comida supone la pérdida de recursos naturales	Es una costumbre que se inculca desde el hogar		Se maltratan a lo largo de toda la cadena de suministro	Se nos puede pasar la fecha de caducidad de nuestros productos	Al cuerpo le gustan los azúcares y las grasas
No tienen el tiempo suficiente		Se producen alimentos que nadie consumirá			Desde la producción agrícola inicial hasta el consumo final en los hogares pueden generar estados deficientes para los productos		Es muy difícil cambiar el estilo de vida en una población acostumbrada a comer esos alimentos
		También las emisiones de efecto invernadero					

LO QUE SI FUNCIONA +

Organizar semanalmente una lista de compras	Procurar cocinar los alimentos necesarios para evitar desperdicios	Realizar compras responsables	Elección de productos frescos en vez de procesados	Reciclar los alimentos sobrantes	Comprar menos alimentos que generen residuos	Comprar alimentos locales	Rehusar alimentos orgánicos
¿Por qué?							
Al pensar en qué comprar tranquilamente y desde casa podrás revisar los precios y ajustar tu compra de una forma más eficiente	Cocinando la comida necesaria, se evitará menos los desperdicios	Al comprar lo necesario , tendremos menos desperdicio, ya que todo tiene su tiempo de caducidad	Lo más adecuado sería buscar alimentos de larga duración y muy nutritivos	Se reutilizan y valorizan los materiales orgánicos que producimos en nuestro hogar	Debemos comprar lo necesario y siendo conscientes que todo tiene algun residuo que no se puede reutiliza	Apoyar al comercio y a la producción local es una parte importante de la economía sostenible	Los residuos orgánicos se descomponen naturalmente, por lo que puede transformar en abono
Estarás gastando lo mínimo posible pero obteniendo el máximo rendimiento	Sirviendo porciones adecuadas, se evitan el desperdicio	Así priorizamos las compras de alimentos necesarios más necesarias	Nos aporta toda la energía y nutrientes necesarios para nuestro día	Contribuye a la reducción de los desechos destinados a rellenos sanitarios, mitigando así el Cambio Climático	Evitamos los residuos orgánicos y los más contaminantes los inorgánicos	Tiene un menor impacto en el medioambiente	
Generar menos desperdicios y además, ahorras dinero	Al calcular cuantas personas comerán, se genera menos desperdicios	Además, evitamos caer en compras impulsivas e innecesarias que solo generaran más desperdicios		Además, se utilizará en la agricultura para la producción de alimentos, así cerramos el ciclo de la materia orgánica		Fomenta las relaciones entre la comunidad y los productores locales	
	Sabiendo si llegara gente de más en casa, calcular las porciones a cocinar, así se evitarán los desperdicios						

MAPA DEL PROBLEMA

Una vez agrupamos los problemas, realizamos una votación para seleccionar los más interesantes. A través de una conversación gru pal, determinamos que problemas son más urgentes de resolver y es ahí donde encontramos el problema para el proyecto.



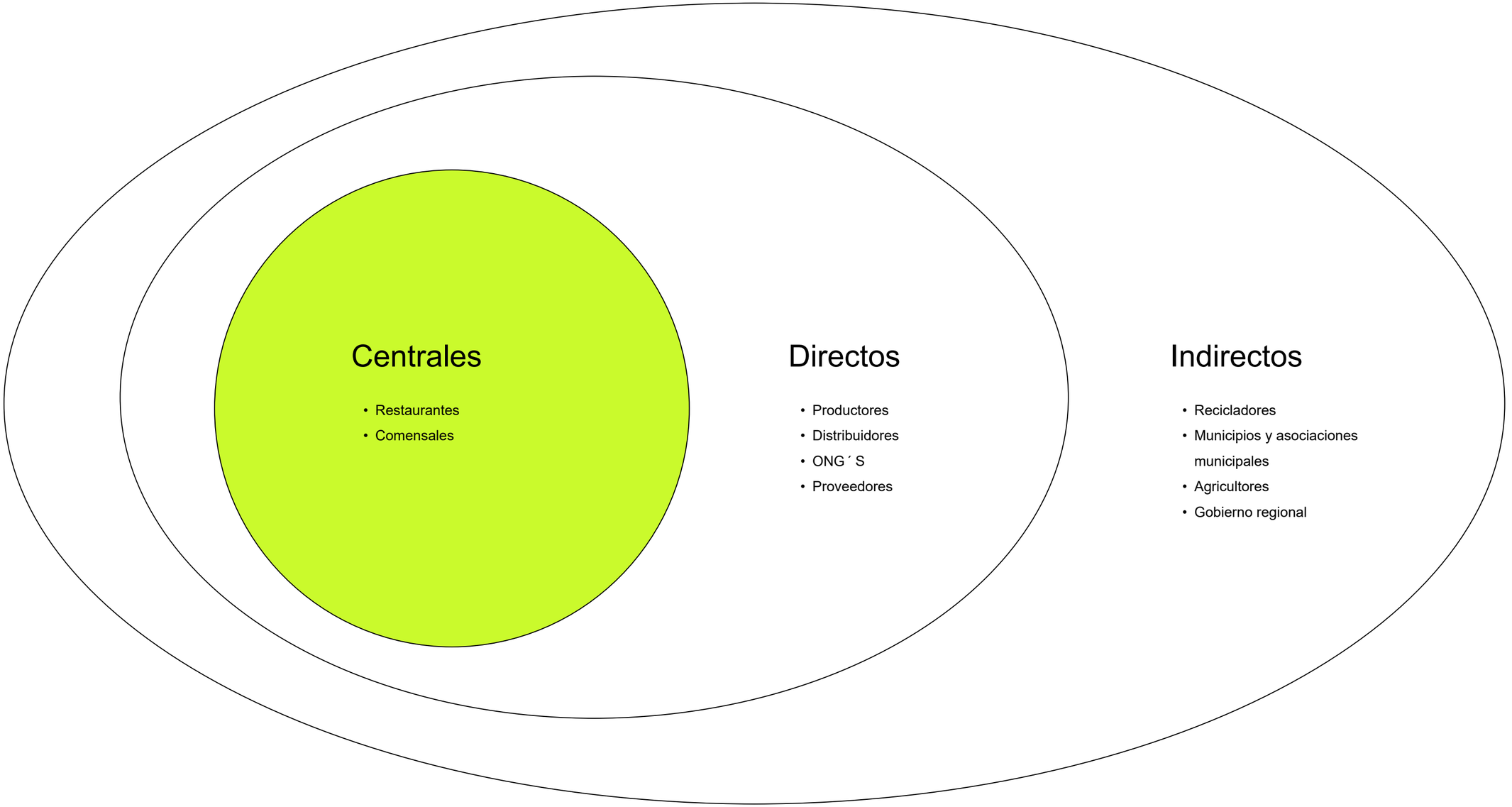
CONTEXTO DPESTA

Primero hicimos una investigación que responda a cada uno de los factores: Demográfico, político, económico, sociocultural, t
contexto y cómo afectan a nuestra problemática, nos ayudó a conocer la posición de un negocio en el mercado e identificar opo
ecn ológico y ambiental. Luego identificamos los factores del
rtu nidades y amenazas.

	INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
D Demográfico	Según el FAO, el 17%, lo que equivale a 931 millones de toneladas, de los alimentos producidos en el mundo se desperdician. Dicho porcentaje incrementa drásticamente en el caso del Perú, pues para el 2021 el 47,6% de los alimentos eran desperdiciados.	La FAO y el IICA recomiendan mejorar la eficiencia de los sistemas alimentarios y la gobernanza sobre el tema mediante marcos normativos, inversión, incentivos y alianzas estratégicas entre el sector público y privado.	A nivel individual, como consumidores no somos conscientes de nuestro comportamiento, la selección de productos y compra de alimentos que realizamos.
P Político	Un primer gran cambio de paradigma está referido a considerar el residuo sólido como un insumo para otras industrias. La nueva Ley deja de concebirlo como basura para pensarlo como materia prima en otras industrias que pueden darle valor al desperdicio de otras industrias.	Ministerio del Ambiente (Minam), dice que el rol de la ciudadanía es fundamental para generar un consumo responsable y desarrollar principios relacionados con la minimización de los residuos.	En el 2019 se promulgó la Ley No 30988, Ley que promueve la reducción y prevención de pérdidas y desperdicios de alimentos, que buscaba intervenir en toda la cadena alimentaria. No obstante, tales lineamientos fueron dados en forma general, sin medidas o instrumentos en específico para lograr el objetivo principal. Por lo que, a pesar de existir un marco normativo que reconoce la problemática y la necesidad de intervención del Estado, este ha ido empeorando.
E Económico	En Ministerio del Ambiente (Minam) destacó hoy que en el Perú, cerca del 80% de los residuos pueden ser valorizados económicamente, lo cual constituye una oportunidad de negocio para el sector privado.	Según la revista "Quality Assurance and Food Safety", son los milennials los que traen un nuevo concepto acerca de la alimentación saludable basada en la simplicidad, tanto en los alimentos en sí como en los métodos de preparación, lo que dibuja una tendencia significativa hacia los productos frescos que luego ellos mismos cocinan.	Actualmente, no contamos con un servicio que sea SOSTENIBLE. Hoy está subsidiado por los Municipios, pero los vecinos debemos aprender a pagar. Aun en las ciudades y sectores más modestos, los vecinos debemos aprender a ser BUENOS CIUDADANOS y pagar PAULATINAMENTE por el servicio.
S Sociocultural	Hay estudios en este aspecto de pobreza alimentaria que demuestran que en Perú hay serios problemas nutricionales que podrían ser cubiertos con esta cantidad de alimentos que se pierden o se desperdician	Fork, uno restaurante sostenible, utiliza los sobrantes de la cocina o ingredientes que están a punto de echarse a perder para crear platos para el personal del restaurante que no están en el menú. Por ejemplo, se tiene un filete de coliflor en el menú que se corta de una manera específica y deja muchos sobrantes del vegetal, esos residuos se hornean y se pueden convertir en otro plato.	Sin un sistema y mecanismos adecuados en el proceso de suministro para manejar los desperdicios y, de ser posible, destinarlos correspondientemente en caso aún mantengan su valor nutricional, no se puede partir para la resolución de esta problemática.
T Tecnológico	“Too Good To Go” es una app que hace de intermediario entre restaurantes o tiendas que ponen a la venta productos o alimentos que no han vendido al servicio de los consumidores para no malgastar la comida. Una herramienta que localiza los puntos más cercanos donde poder recoger y reaprovechar sus sobras a un precio más que razonable.	En la actualidad contamos con Tecnologías como inteligencia artificial (IA) o ‘blockchain’ y ‘startups’ dedicadas a redistribuir o reutilizar alimentos que son ingredientes esenciales para avanzar hacia sistemas alimentarios más eficientes, resilientes y sostenibles.	Estamos acostumbrados a caer en compras impulsivas e innecesarias que solo generan más desperdicios. Además de no consumimos o adquirimos productos dañados o en mal estado, convirtiéndose en descarte para nosotros.
A Ambiental	Cuando desperdiciamos alimentos, desperdiciamos la energía y el agua que se requiere para cultivarlos, cosecharlos, transportarlos y empacarlos. Y si los alimentos llegan a parar a un el vertedero y se pudren, producen metano, un gas de efecto invernadero aún más potente que el dióxido de carbono, trayendo así el calentamiento global. Muchos alimentos se pierden o desperdician a lo largo de toda la cadena alimentaria, desde la producción agrícola hasta el consumo final en los hogares.	De acuerdo al informe del estado actual de la gestión de los residuos sólidos municipales en el Perú (año 2021), se incrementó drásticamente el desperdicio de los alimentos a un 47,6% lo que causa una gran contaminación ambiental.	De las 1.844 municipalidades que realizan el servicio de recojo de residuos sólidos, el 84% los deposita en un botadero, el 31.2% los dispone para reciclaje, el 18.3% los destina a un relleno sanitario, el 10.1% lo quema o incinera y el 5.9% restante va para compostaje y otros.

MAPA DE ACTORES

Completamos el lienzo de actores relacionados con el tema, reconociendo los actores directos e indirectos.



PLAN DE INVESTIGACIÓN

Realizamos un plan de investigación para entender a profundidad el problema, al usuario y el mercado. Además de planificar la he rramienta y la cantidad de personas.

¿QUÉ QUIERO APRENDER?	MÉTODO	CARACTERÍSTICAS	RECURSOS
Buscamos capturar los hábitos que los encuestados presentan frente a la adquisición y manejo de residuos orgánicos.	40 encuestas	**Hombres y mujeres (20 - 35):** Este grupo de edad es crucial porque suelen ser más conscientes del medio ambiente y tienen una mayor influencia en las plataformas de redes sociales.	Google Forms
	40 encuestas	**Hombres y mujeres (36 - 55):** Son los mayores consumidores de artículos para el hogar y pueden haber establecido hábitos de eliminación de desechos que son difíciles de cambiar. Comprender sus actitudes hacia los desechos y cómo los eliminan puede ayudar a identificar las barreras a las que nos enfrentamos.	
Indagamos sobre los conocimientos que el encuestado posee acerca del impacto que genera los residuos recolectados en restaurantes	10 entrevistas a profundidad	**Restaurantes:** Nos puede proporcionar una perspectiva sobre el manejo de desechos que puede no estar disponible a través de otros métodos de investigación. Sus experiencias y conocimientos nos ayudan a identificar soluciones prácticas y más sostenibles. (ver de desde la otra perspectiva)	zoom
Nos centramos en los aspectos de comportamiento y actitudes frente al manejo de residuos	1 observación	**Hombres y mujeres (20 - 35):** Este grupo de edad es crucial porque suelen ser más conscientes del medio ambiente y tienen una mayor influencia en las plataformas de redes sociales.	
	1 observación	**Hombres y mujeres (36 - 55):** Son los mayores consumidores de artículos para el hogar y pueden haber establecido hábitos de eliminación de desechos que son difíciles de cambiar. Comprender sus actitudes hacia los desechos y cómo los eliminan puede ayudar a identificar las barreras a las que nos enfrentamos.	
	1 observación	**Restaurantes:** Nos puede proporcionar una perspectiva sobre el manejo de desechos que puede no estar disponible a través de otros métodos de investigación. Sus experiencias y conocimientos nos ayudan a identificar soluciones prácticas y más sostenibles. (ver de desde la otra perspectiva)	
Queremos promover el cambio de comportamiento mediante actividades prácticas con demostraciones e incluir oportunidades para el debate y retroalimentación	1 taller generativo	**Hombres y mujeres (20 - 35):** Este grupo de edad es crucial porque suelen ser más conscientes del medio ambiente y tienen una mayor influencia en las plataformas de redes sociales.	zoom
	1 taller generativo	**Hombres y mujeres (36 - 55):** Son los mayores consumidores de artículos para el hogar y pueden haber establecido hábitos de eliminación de desechos que son difíciles de cambiar. Comprender sus actitudes hacia los desechos y cómo los eliminan puede ayudar a identificar las barreras a las que nos enfrentamos.	
	1 taller generativo	**Restaurantes:** Nos puede proporcionar una perspectiva sobre el manejo de desechos que puede no estar disponible a través de otros métodos de investigación. Sus experiencias y conocimientos nos ayudan a identificar soluciones prácticas y más sostenibles. (ver de desde la otra perspectiva)	

GUION DE ENTREVISTAS

Planteamos la estructura para realizar la entrevista a profundidad, realizando conversaciones relajadas, pero manteniendo una conversación relacionada con sus experiencias y comportamientos en torno a la gestión y perdida de alimentos que se generan en los restaurantes.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

¿Es importante para ellos los desechos orgánicos? ¿Cómo gestionan los residuos que se generan dentro de un restaurante?

RESULTADOS ESPERADOS:

Descubrir sobre los procesos de recolección de residuos, qué cantidad todavía se puede reutilizar y que metas u objetivos se plantean.

RESTAURANTES

INTRODUCCIÓN: Las entrevistas se deben introducir contando a la persona participante de qué se va a tratar la entrevista y cuál es el objetivo. Si se va a grabar se debe pedir la autorización Hola! Somos un grupo de estudiantes de la institución Toulouse Lautrec y estamos desarrollando esta entrevista para recolectar información sobre el desperdicio y gestión de residuos orgánicos en restaurantes. Ante todo agradecemos tu participación. Esta entrevista va a ser grabada y su uso es netamente académico. ¿Tienes algún problema con eso?	**Sección 1:** Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales. Primero haremos unas preguntas para saber un poco sobre de ti. Cuéntanos como te llamas, cuantos años tienes. Dinos cuál es tu puesto de trabajo y de qué tareas te encargas dentro de la empresa.	**Sección 2:** Son preguntas más profundas y específicas. ¿Cuántas personas calculas que atienden al día? ¿Cómo manejan los alimentos que no se utilizan o sobran al final del día? ¿Crees que hay algún tipo de alimento que se desperdicia con más frecuencia en el restaurante? ¿Qué porcentaje aproximadamente de alimentos que se preparan en el restaurante terminan siendo desperdiciados? ¿Qué factores influyen en el desperdicio de alimentos en tu cocina? ¿Dónde crees que se generan más desechos, de personas que no terminan sus porciones de comida o vienen de alimentos que se echan a perder?	**Sección 3:** Se hacen preguntas que piden al participante su visión del futuro, expectativas y conclusiones Considerando tu respuesta anterior, ¿Crees que existen grandes cantidades de desechos orgánicos que se generan dentro del restaurante? ¿Están implementado medidas para reducir el desperdicio de alimentos en su restaurante? Si la respuesta es no, ¿Alguna vez han pensado de apoyar a algún programa de alimentos u ong? ¿Les parece interesante esta propuesta?	**Cierre:** Se pregunta a la persona participante si tiene algo más y se cierra la entrevista contando los próximos pasos. Te agradecemos por tu tiempo dedicado y honestidad en esta entrevista, ha sido de mucha ayuda para nuestro proyecto.

GUION DE ENCUESTAS

Ejecutamos una serie de preguntas con el objetivo de conocer sus experiencias, costumbres y comportamientos en torno a al des per dicio de alimentos.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

¿Cuál es el impacto que causa en personas de entre 30 y 39 años que consumen y adquieren productos en el rubro de alimentación, que causa el ver los desperdicios de comida diaria, se entiende lo alarmante que es esto?

RESULTADOS ESPERADOS:

Conocer acerca de los hábitos y tendencias que los usuarios realizan frente al manejo de residuos orgánicos y descubrir su opinión acerca la forma de consumo actual.

HOMBRES Y MUJERES (30- 39)

Introducción: Realizar un párrafo introductorio a la encuesta y al objetivo de la misma

Redistribución de los desechos orgánicos

Hola! Somos un grupo de estudiantes que está haciendo esta encuesta para recolectar información sobre el desperdicio de alimentos en restaurantes y supermercados. Agradecemos tu participación 😊

Banco de preguntas: Preguntas orientadas a la caracterización de las personas, a nivel general y en relación con el problema seleccionado y la pregunta de investigación (el para qué de las encuestas o lo que se quiere conocer).



Cierre: Preguntas que orienten conclusiones. Se pueden plantear preguntas abiertas a modo de reflexión o aportes de las personas.

7.- ¿Consideras que en tu compras se refleja tu preocupación por el medio ambiente? ¿Por qué?

8.- ¿Qué sugieres para reducir el desperdicio de alimentos?

GUION DE TALLERES GENERATIVOS

Creamos una dinámica creativa con el objetivo que las personas compartan sus experiencias y reflexiones que se llevaron luego de observar el impacto de sus acciones.

PERFILES PARTICIPANTES:

H&M de 40 a 55 años

OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN:

Identificar el impacto que tiene en los usuarios
el tirar alimentos a la basura

HOMBRES Y MUJERES (40- 55)

Introducción a la dinámica:
Explica de manera simple y clara quienes son ustedes, qué es lo que están queriendo entender, para qué y las partes del taller

Hola! Somos un grupo de estudiantes de la institución Toulouse Lautrec y estamos desarrollando esta entrevista para recolectar información sobre el desperdicio y gestión de residuos orgánicos en restaurantes.

Ante todo agradecemos tu participación.

Este taller va a ser grabado y su uso es netamente académico. ¿Tienes algún problema con eso?

Dinámica: plantea y diseña una dinámica para tu propio taller generativo, puedes utilizar dinámicas cualquier dinámica que se base en la cocreación: crear un storytelling, actuar una situación o servicio, crear una maqueta, etc.

1. Explicación de la actividad: Les pedimos que vayan y revisen sus cocinas en busca de productos que hayan caducado, estén a punto de caducar o que no vayan a consumir. La idea es que presenten estos productos al taller, en donde los clasificará y discutirá las implicaciones del desperdicio de alimentos.

2. Instrucciones: Le damos a los participantes instrucciones específicas sobre qué buscar y cómo preparar los productos para el taller. Por ejemplo, podemos pedirles que busquen artículos que hayan caducado en el último mes, que estén a punto de caducar en el próximo mes o que sepan que no comerán.

3. Clasificación: La idea es pedirles que clasifiquen los productos que trajeron en categorías, como caducados, a punto de caducar y sin abrir.

4. Discusión: Una vez que hayan traído sus productos, comenzamos una discusión sobre las implicaciones del desperdicio de alimentos. Les pedimos a los participantes que compartan sus experiencias y sentimientos sobre los productos que encontraron en sus cocinas.

Cierre: Pídele a las personas que presenten el trabajo realizado. Aprovecha para lanzar preguntas que permitan profundizar en las respuestas.

Te agradecemos por tu tiempo dedicado y participación en este taller, ha sido de mucha ayuda para nuestro proyecto.

DIARIO DE OBSERVACIÓN

Acudimos a los hogares y establecimientos donde se encuentran las personas objeto de estudio, observamos y tomamos notas acer ca de la interacción de las personas con los alimentos.

Día - horario - Lugar de la observación	Descripción del lugar	Descripción de las personas	Elementos y eventos observados: actividades, quehaceres, acciones, interacciones, comportamientos, situaciones, aspectos "normales" y "no normales", entre otros
Viernes 7 9 am - 9 pm **Hogar del usuario**	La casa de un piso es una vivienda de una sola planta, que está construida con ladrillo. En su exterior, la casa puede tener una entrada principal con patio al aire libre y detalles decorativos como aleros. En su interior, la casa puede tener diferentes espacios, como una sala de estar, una cocina con una barra para desayunos, algunos dormitorios, y dos baños.	Esta mujer tiene 26 años, es de estatura media, con una complexión delgada. Tiene el cabello corto y ondulado, de un tono castaño claro. Sus ojos son de un color marrón oscuro. Suele vestir con ropa cómoda pero con un estilo urbano.	El usuario realiza su rutina de fin de semana, se sienta a tomar desayuno e invita parte de su comida a su mascota. Para el almuerzo, se sirve una porción generosa de comida. Una vez que termina de comer, las sobras que deja, las tira a la basura. Y para la cena, decide salir a comer a un restaurante en donde luego de comer, pide llevar las sobras para dárselo a su mascota. Por la noche, se encarga de tirar la basura, todos los residuos destinados a un solo contenedor de basura.
Sábado 8 9 am - 9 pm **Hogar del usuario**	El departamento está situado en un edificio de varios pisos. Desde el exterior, se ve como un conjunto de ventanas que se extienden por la fachada, con un diseño contemporáneo. El acceso es a través de un vestíbulo con iluminación elegante. Una vez dentro del departamento, se encuentra un ambiente luminoso, con paredes blancas y suelo de madera. La sala es un espacio abierto que se comunica con la cocina.	Este hombre de 50 años es de estatura media y una complexión robusta. Su cabello se encuentra ligeramente canoso y corto. Sus ojos son de un color marrón. Viste de manera cómoda, generalmente con prendas de colores oscuros.	En un día común de trabajo, suele levantarse temprano para prepararse su desayuno. Luego se dirige a su trabajo en donde después de hacer sus requerimientos, se va al restaurante más cercano en donde almuerza. Cuando termina de comer, decide no llevarse las sobras porque sabe que no lo va a consumir después. Una vez que completa parte de su rutina, continua con su jornada de trabajo. Por la noche, se dirige al supermercado para comprar los alimentos necesarios para el mes. No suele tener en cuenta si son productos naturales o ecológicos, una vez que tiene lo necesario, decide pagar y saca su propia bolsa de tela.
Lunes 10 4 p.m - 9 p.m **Pollería El Andino**	El establecimiento se encuentra al costado del hogar del propietario. Se encuentra en un barrio rodeado de otras tiendas con otros rubros, es la única pollería del lugar.	El dueño de la pollería es un hombre de 55 años de estatura media. Su cabello es corto con algunas canas. Sus ojos son de un color marrón oscuro. Viste con camisa clara y pantalón marrón claro. El personal del restaurante son jóvenes entre los 20 a 30 años de edad, visten ropa casual.	El restaurante abre a las 5pm, pero todo el personal entra una hora antes para preparar todo. Limpian, preparan servilletas, las cremas. Van vendiendo. El dueño viene después, regresa con algunas compras, como la papa. La comida que sobra lo ponen en recipientes con bolsas, ahi es donde van llenando los desperdicios. Y lo sacan en la noche, esperando que el basusero pase a recoger.

DESCARGA DE ENCUESTAS

¿Qué edad tienes?



Indica tu género



¿Qué edad tienes?



¿En qué distrito resides?



¿Cuál es tu situación laboral actual?



¿Alguna vez has botado comida a la basura?



Si la respuesta de la pregunta anterior fue sí, ¿Cuáles han sido las causas para esta acción?



¿Con qué frecuencia sueles tirar comida que has comprado?



¿Qué tipo de alimentos sueles tirar con mayor frecuencia?



Cuando te encuentras en un restaurante y la comida sabe ¿Te da para llevármela?¿Por qué?



¿Qué te impide reducir tu desperdicio de alimentos?



¿Crees que los supermercados y otros establecimientos de venta de alimentos desperdician alimentos de forma excesiva? ¿Por qué crees eso?



¿Consideras que en tus compras se refleja su preocupación por el medio ambiente? ¿Por qué?



¿Qué sugieres para **reducir** el desperdicio de alimentos?



DESCARGA DE ENCUESTAS

Creamos tablas con los resultados para cruzar datos.

CRUCE DE DATOS

El 92% de los encuestados han desechado comida a la basura	La mayor causa para botar comida es porque son alimentos que ya caducaron	43% de los encuestados ha tirado ocasionalmente comida que ha comprado
Solo el 3% nunca ha tirado comida	Gran parte de los encuestados comentan que suelen llevarse las sobras de comida	El 50% está de acuerdo que los establecimientos desperdician alimentos de forma excesiva
Las frutas y verduras son los amientos que se suelen tirar con mayor frecuencia	El mayor impedimento para reducir los desperdicios es que mucha gente no es consciente del tiempo de caducidad de estos	La preocupación por el medio ambiente no es un factor qué suelan tomar en cuenta a la hora de realizar compras
	La comida que sobra suele estar destinada para consumirla en otra oportunidad o para alimentar a sus mascotas	

DESCARGA DE ENTREVISTAS

Trasladamos todas las entrevistas a un lienzo y empezamos a buscar patrones por temas que se mencionaron muchas veces, coment ari os o comportamientos.





















DESCARGA DE TALLERES GENERATIVOS

Taller Generativo 1
Participante: Cesar Ramírez (50 años)
Fecha: Viernes 7

EVIDENCIA
DEL TALLER



En un principio me sorprendí de la cantidad de alimento que estaba desperdiciando, luego sentí que estaba gastando demasiado dinero en productos y sobre todo en alimento tengo guardado.

Taller Generativo 1
Participante: Angélica Ramírez (26 años)
Fecha: Viernes 7

EVIDENCIA
DEL TALLER



Sentí que estaba tirando plata a la basura, porque era mi culpa no revisar que era lo que tenía guardado antes de comprar otras cosas y olvidarme y seguir acumulando alimentos.

COMPILAR

Escribimos todas las conclusiones obtenidas en un tablero con el fin de realizar un análisis de los datos compilados.

Todos los encuestados comentan que alguna vez han desechado comida a la basura	Normalmente, se suele tirar la comida comprada, esto es en más de un 50% de los encuestados.	Los encuestados suelen pedir para llevar la comida que consumen en restaurantes, con el fin de dárselo a una segunda persona o mascotas.	Los encuestados dicen que deben programar mejor sus compras.	Dicen que deben tener más presente el tiempo de vida de los alimentos.	Los encuestados dicen que deberían informarse acerca del tema. Buscar formas de reducir los desperdicios que generan.	No estar conscientes de la caducidad de un alimento causa que este sea desechado.	Mayormente, en restaurante se suele pedir la comida que sobra para llevar.	Los clientes no suelen terminar sus porciones, lo que genera casi un 20% de desperdicios
Pescados y mariscos son los alimentos más desechados en restaurantes.	Los productos más desperdiciados son los lácteos y las comidas rápidas	Dicen que deberían regalar o donar comida si uno ya no lo va a consumir a gente que lo necesite o a comunidades.	Las personas saben que deben comprar lo necesario.	Dicen que se debería comprar frutas y verduras locales para que no se malogren muy rápido.	Los encuestados dicen que una de las causas de botar comida es que se sirven porciones más grandes de las que suelen consumir.	Los pescados y mariscos se echan a perder debido a los cambios de temperatura. Peor aún con las altas temperaturas actuales.	Hay estudios en este aspecto de pobreza alimentaria que demuestran que en Perú hay serios problemas nutricionales que podrían ser cubiertos con esta cantidad de alimentos que se pierden o se desperdician	Aproximadamente el 90% de los encuestados ha botado comida a la basura.
Una principal causa de botar los alimentos es que estos estén caducados.	Según los entrevistados, los clientes de un restaurante son los que generan más desperdicios al no terminar su plato.	Una entrevistada dice que lo que más se desperdicia en su restaurante son las papas.	Las personas se preocupan más por el dinero que desperdician en alimento que no consumen	Los alimentos que se desperdician pueden ser dirigidos para personas que lo necesitan o animales de la calle.	Los tubérculos se desperdician más después de las frutas y verduras.	Las personas guardan la comida que sobra para sus perritos.	Algunas personas no miden lo que compran.	Las personas tratan de comprar lo necesario
	Las personas no piden para llevar lo que sobra porque son conscientes de que no lo comerán.	Las personas guardan comida sobrante para comérsela más tarde.	Los productos lácteos contribuyen esencialmente a la nutrición de alto valor para los seres humanos	Una de las causas al desperdiciar comida es que las personas se sirven porciones más grandes de las que consumen.	Las personas tiran ocasionalmente los alimentos a la basura.	Los restaurantes desperdician cuando la gente no termina su plato.		

ORGANIZAR

Jugamos con las variables y las clasificamos por categorías para filtrar la información recolectada.

Desperdicios	Alimentos malogrados	Comida para después	Mala organización de compras	Caducidad en los alimentos	Productos lácteos	Frutas y verduras	Necesitados o animalitos de la calle	Gestión en restaurantes	Concientizar	Falta de información
Todos los encuestados comentan que alguna vez han desechado comida a la basura	Pescados y mariscos son los alimentos más desechados en restaurantes.	Los encuestados suelen pedir para llevar la comida que consumen en restaurantes, con el fin de dárselo a una segunda persona o mascotas.	Los encuestados dicen que deben programar mejor sus compras.	Las personas tiran ocasionalmente los alimentos a la basura.	Los encuestados dicen que deberían informarse acerca del tema. Buscar formas de reducir los desperdicios que generan.	No estar concientes de la caducidad de un alimento causa que este sea desechado.	Las personas saben que deben comprar lo necesario.	Los clientes no suelen terminar sus porciones, lo que genera casi un 20% de desperdicios	Hay estudios en este aspecto de pobreza alimentaria que demuestran que en Perú hay serios problemas nutricionales que podrían ser cubiertos con esta cantidad de alimentos que se pierden o se desperdician	Según los entrevistados, los clientes de un restaurante son los que generan más desperdicios al no terminar su plato.
Normalmente, se suele tirar la comida comprada, esto es, en más de un 50% de los encuestados.	Los pescados y mariscos se echan a perder debido a los cambios de temperatura. Peor aún con las altas temperaturas actuales.	Las personas guardan comida sobrante para comérsela más tarde.	Algunas personas no miden lo que compran.	Dicen que se debería comprar frutas y verduras locales para que no se malogren muy rápido.	Los encuestados dicen que una de las causas de botar comida es que se sirven porciones más grandes de las que suelen consumir.	Una entrevistada dice que lo que más se desperdicia en su restaurante son las papas.	Los productos lácteos contribuyen esencialmente a la nutrición de alto valor para los seres humanos	Los productos más desperdiciados son los lácteos y las comidas rápidas	Dicen que deberían regalar o donar comida si uno ya no lo va a consumir a gente que lo necesite o a comunidades.	Una principal causa de botar los alimentos es que estos estén caducados.
Aproximadamente el 90% de los encuestados ha botado comida a la basura.		Las personas se preocupan más por el dinero que desperdician en alimento que no consumen	Las personas tratan de comprar lo necesario	Los alimentos que se desperdician pueden ser dirigidos para personas que lo necesitan o animales de la calle.	Los tubérculos se desperdician más después de las frutas y verduras.	Las personas guardan la comida que sobra para sus perritos.		Los restaurantes desperdician cuando la gente no termina su plato.		Dicen que deben tener más presente el tiempo de vida de los alimentos.
Las personas no piden para llevar lo que sobra porque son conscientes de que no lo compran		Mayormente, en restaurante se suele pedir la comida que sobra para llevar.		Una de las causas al desperdiciar comida es que las personas se sirven porciones más grandes de las que consumen.						

INTERPRETAR

Creamos un mapa mental con el fin de organizar, de manera gráfica, las conexiones entre cada grupo, concepto e idea. Luego empezamos a buscar conectores de datos para generar nueva información y también nos ayudó para identificar insights.



INSIGHTS

Una vez que determinamos hallazgos razón -finalidad, construimos un relato que dé cuenta del porqué del comportamiento de nuestro usuario y así crear un insight orientado a la creación.

Contexto

1 de 3 alimentos que se producen en establecimientos de venta de alimentos van a parar a la basura.

Dilema

Casi un 10 % de la población desperdician alimentos que ya caducaron o no van a consumir.

Por qué

Porque el impacto ambiental no es un factor qué suelan tomar en cuenta a la hora de consumir.

Motivación

Tienen en cuenta las pérdidas económicas que conlleva el desperdicio. No se trata solo de costo de producción, sino también el precio del producto.

Estado ideal

Debemos tener la capacidad de equilibrar nuestros consumos y desechos, para generar un menor impacto.

Insight

La preocupación por el medio ambiente no es considerado un factor relevante al momento de adquirir algún alimento, por lo que a menudo no se optimizan los residuos que se generan a partir de estos.

Para lograrlo, necesitamos modificar los patrones de consumo y ser capaces de gestionar los excesos de los restaurantes.

ARQUETIPOS

Desarrollamos 4 arquetipos con la finalidad de entender como esta persona ve y se relaciona con la problemática.



ALONSO GONZALES

Dueño de restaurante

Chef de cocina
Tiene 55 años de edad
De unos 1.80 aprox.

¿QUÉ HACE?

Es dueño de una pollería, se encarga de la supervisión del restaurante, se encarga de la supervisión de los trabajadores y realiza las compras de los alimentos a consumir diarios.

¿QUÉ DICE O PIENSA?

- Mejorar las porciones que se ponen en cada plato
- Como mejorar la distribución de alimentos en cada plato
- Piensa que siempre trata que no queden desperdicios en su restaurante, pero lo siente como algo imposible

COMPORTAMIENTOS

Es una persona responsable con características de liderazgo

El dueño del establecimiento hace las compras, mientras que los trabajadores van preparando todo para abrir.

QUÉ LE DUELE Y MOLESTA

- Le molesta el tema del clima, es un factor que está afectando los insumos.
- Le molesta tener que botar sobras de alimentos, el cual detrás de eso ha habido una inversión.

QUÉ NECESITA Y ESPERA

- Necesita que haya una mejor organización en el tema de la cantidad de las porciones que se ponen en cada plato.
- Saber qué cosa se podría hacer con los residuos sobran al final del día.



PAOLA GUTIERREZ

Administradora de restaurante

Joven de 27 años, de contextura delgada, mide 1.58 aprox. Viste ropa casual, en el trabajo usa blusa blanca, jeans azules.

¿QUÉ HACE?

Administra el área de alimentos y bebidas, la planificación y la administración de personal, la compra, almacenaje y venta de productos y servicios, control contable, financiero; apoyar a la dirección.

¿QUÉ DICE O PIENSA?

- Piensa que las personas son indiferentes cuando dejan comida.
- ¿Qué debo hacer con la comida sobrante?
- "Las personas piden comida y luego no la terminan"
- Cree que las personas son indiferentes cuando dejan comida.

COMPORTAMIENTOS

Llega temprano a trabajar al restaurante, cerca de las 6am para hacer inventario de los alimentos. Después pide al personal que hagan las compran correspondientes.

Durante la tarde ve que los clientes dejan platos a medio comer. No dice nada, porque no sabe si al resto le importará que se bote comida.

Ya en la noche, junta a todo el personal, habla con el encargado que hizo las compras para saber si lo hizo correctamente. Solo les da instrucciones generales.

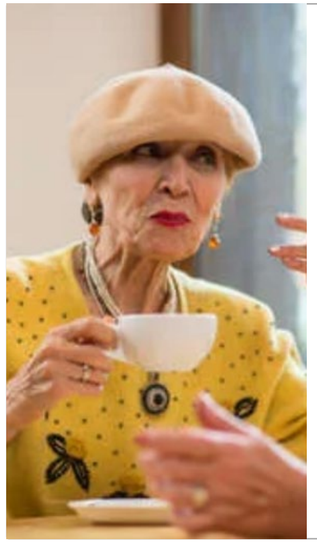
A pesar de que quiera hablar si se excedió o no al hacer las compras, no dice nada porque sabe que eso debe hacerlo el dueño.

QUÉ LE DUELE Y MOLESTA

- Le molesta que no hay una buena coordinación en la compra de alimentos, por lo que posteriormente estos caducan.
- Le molesta ver a los clientes sigan pidiendo comida y después dejen a medio comer.
- No saber qué hacer con los alimentos sobrantes

QUÉ NECESITA Y ESPERA

- Necesita planificar mejor las compras: las cantidades para ser más específica.
- Buscar una manera de usar los alimentos sobrantes en lugar de desperdiciarse.
- Necesita encontrar un lugar para donar alimentos y no sentirse mal por desperdiciarse



ELEONOR COLOME

Ama de casa

Señora de 60 años, de contextura delgada, mide 1.67 aprox. Se viste de colores vivos. Suele ir seguido a restaurantes, ya que no cocina.

¿QUÉ DICE O PIENSA?

- Piensa que el plato servido debe verse agradable.
- Si una comida no se ve apetitoso, solo lo deja
- Cuando un alimento se ve en mal estado, ¿por qué comerlo?

COMPORTAMIENTOS

Suele ir a restaurantes seguidos, dice que si tiene dinero, puede hacer lo que quiera. Suele pedir varios platos para probar variedad, pero apenas come un poco y deja el resto.

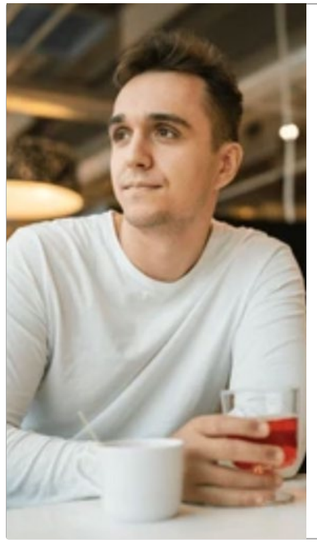
Su frase es "quien puede comer, lo hace, quien no, que se ponga a trabajar"

QUÉ LE DUELE Y MOLESTA

- Le molesta que algunos restaurantes no la dejen cambiar ciertos alimentos por otros
- No le gusta la comida con mala apariencia.

QUÉ NECESITA Y ESPERA

- Necesita un plato de comida que este ideal para ella como para terminarlo
- Necesita un plato de comida agradable a la vista.



JORGE SCOTT

Comunicador audiovisual

Joven de 26 años, mide 1.72 aprox. Viste ropa casual y de color claro. No suele acudir a restaurantes.

¿QUÉ DICE O PIENSA?

- "En mi casa no existía la costumbre de reciclar o gestionar la comida porque compramos lo necesario"

COMPORTAMIENTOS

Jorge vive solo en departamento, realiza las compras cada mes para administrar bien su dinero de manera efectiva. Si tiene sobras de alimentos, los guarda para consumirlos más tarde.

No suele ir a restaurantes porque se preocupa más por como estos gastos pueden afectar su estabilidad económica.

QUÉ LE DUELE Y MOLESTA

- Le molesta incurrir en gastos adicionales para adquirir productos orgánicos certificados.
- Se siente abrumado acerca de cómo comenzar a realizar cambios a un estilo de vida más sostenible.
- Le molesta que el esfuerzo invertido no valga la pena desde el punto de vista económico.

QUÉ NECESITA Y ESPERA

- Busca soluciones que requieran poco esfuerzo y tiempo.
- Está interesado en opciones que le proporcionen ahorros a largo plazo.
- Busca maneras de gestionar los desechos orgánicos de manera económica.

RETO DE DISEÑO

Planteamos una pregunta por arquetipo, la cual nos guiara en la fase de ideación, basada en un dolor o necesidad de nuestro a rqu etipo.









TEMA, PROBLEMA, RETO

Compilamos toda la información y de esta manera conectamos el tema, problema, insight y los arquetipos con nuestro reto de di seño.

EL MARCO DEL PROYECTO

ODS

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

META ESPECÍFICA DE LA ODS

12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha

CONTEXTO

Los restaurantes son capaces de generar grandes cantidades de desperdicio alimentario. Por lo general, ellos deben preparar una cantidad adecuada de comida para cubrir la demanda de los clientes, lo que puede dar lugar a una sobreproducción y exceso de comida que los comensales no consumen ni suelen dar uso. Además, los restaurantes pueden descartar alimentos que no cumplan con los estándares de calidad o hayan expirado.

EL TEMA

PÉRDIDA Y EXCEDENTES DE ALIMENTOS EN RESTAURANTES DE LIMA METROPOLITANA

DESARROLLO DEL PROBLEMA

DATOS RELEVANTES DEL PROBLEMA

En el 2021 en el Perú se incrementó drásticamente el desperdicio de los alimentos a un 47.0%; habiendo unos 10,6 millones de personas, más de la mitad de la población, que no tienen acceso regular a alimentos suficientes.

Hay estudios en el aspecto de pobreza alimentaria que demuestran que en Perú hay serios problemas nutricionales que podrían ser subsanos con esa cantidad de alimentos que se pierde o se desperdicia.



PROBLEMA

Desperdicio de alimentos por parte de los comensales y en restaurantes



DATOS RELEVANTES DE LAS PERSONAS, ASOCIADO AL PROBLEMA

"Debería comprar lo necesario"

Le molesta tener que botar sobras de alimentos, el cual detrás de eso ha habido una inversión.

Le molesta que no hay una buena coordinación en la compra de alimentos, por lo que posteriormente estos caducan.

"Puedes darle lo que sobra a tu perro"

"Planificar mis compras"

ENTENDIENDO A LAS PERSONAS

ARQUETIPO



DOLORES PRINCIPALES

Le molesta tener que botar sobras de alimentos, el cual detrás de eso ha habido una inversión.

BENEFICIOS ESPERADOS

Necesita que haya una mejor organización en el tema de la cantidad de las porciones que se ponen en cada plato.
Saber que cosa se podría hacer con los residuos que sobran al final del día.

ARQUETIPO



DOLORES PRINCIPALES

Le molesta que no hay una buena coordinación en la compra de alimentos, por lo que posteriormente estos caducan.

BENEFICIOS ESPERADOS

Necesita planificar mejor las compras: las cantidades para ser más específica.

ARQUETIPO



DOLORES PRINCIPALES

No le gusta la comida con mala apariencia.

BENEFICIOS ESPERADOS

Necesita un plato de comida agradable a la vista.

ARQUETIPO



DOLORES PRINCIPALES

Su esfuerzo para obtener un estilo de vida más sostenible no vale la pena desde un punto de vista económico.

BENEFICIOS ESPERADOS

Está interesado en opciones que le proporcionen ahorros a largo plazo.

DEFINIENDO EL RETO DE DISEÑO

Quisiera optimizar el uso de mis alimentos y maximizar mi eficiencia financiera

¿Cómo creamos alternativa que ayude a reducir el desperdicio, pero que a su vez, sea más económica?

Necesito planear mis compras del mes con antelación porque estoy desperdiciando alimentos de forma excesiva

¿Cómo desarrollamos una herramienta que ayude a planificar compras de manera eficiente?

La presentación de los platos desempeña un papel crucial en mi percepción de la calidad de la comida

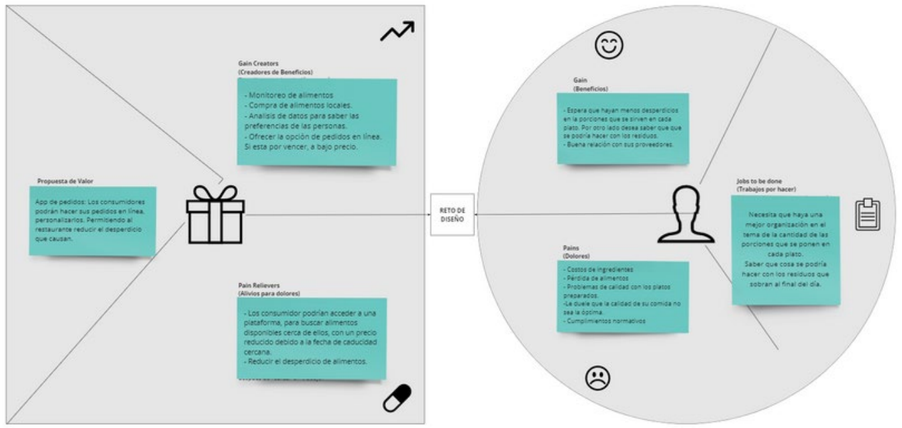
¿Cómo podemos ofrecer alimentos de buena calidad, adaptándonos a las preferencias individuales de cada comensal?

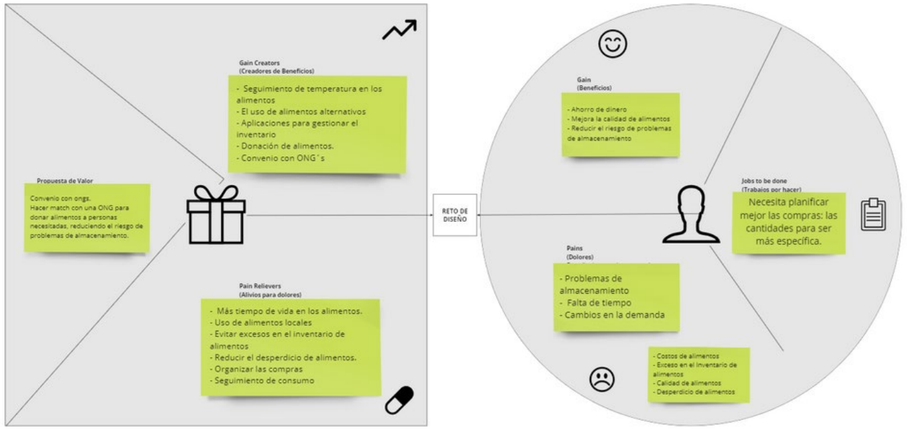
Quiero llevar un estilo de vida más saludable, pero este tipo de alimentos suelen ser mucho más caros

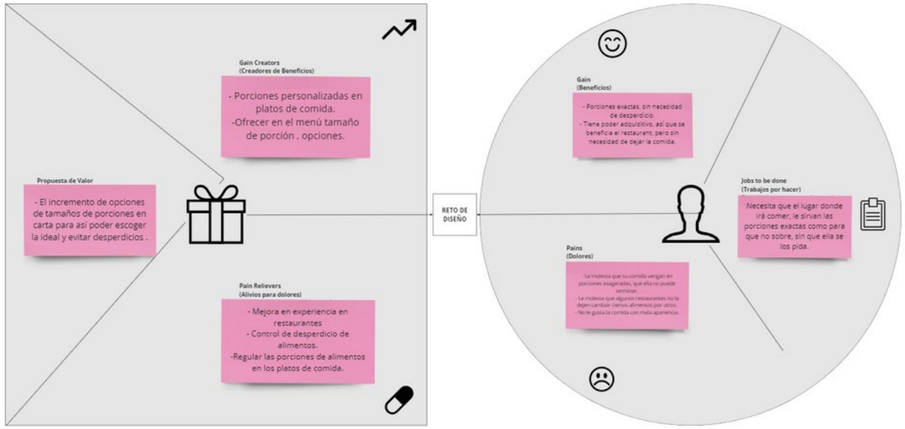
¿Qué motivación podríamos ofrecer que lleve al usuario a optar por una alternativa más ecológica?

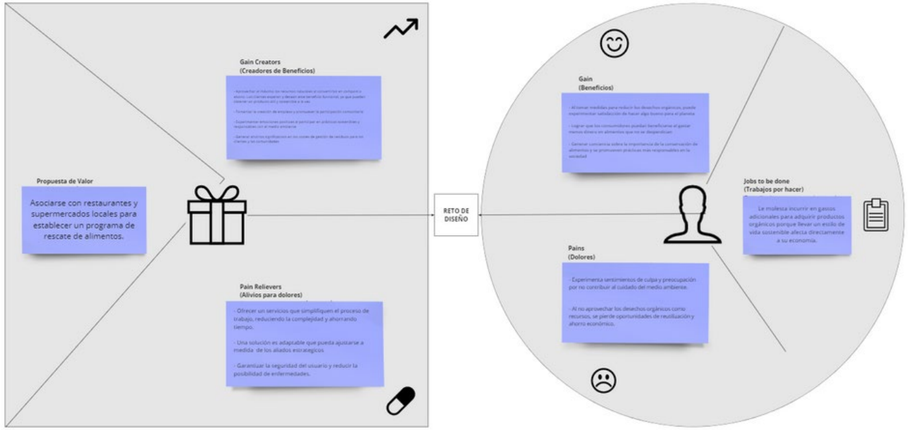
PROPUESTA DE VALOR

Trasladamos la información de los arquetipos a los segmentos de usuario del lienzo de propuesta de valor, una vez ubicados en el lienzo, describimos sus principales necesidades, dolores y beneficios.



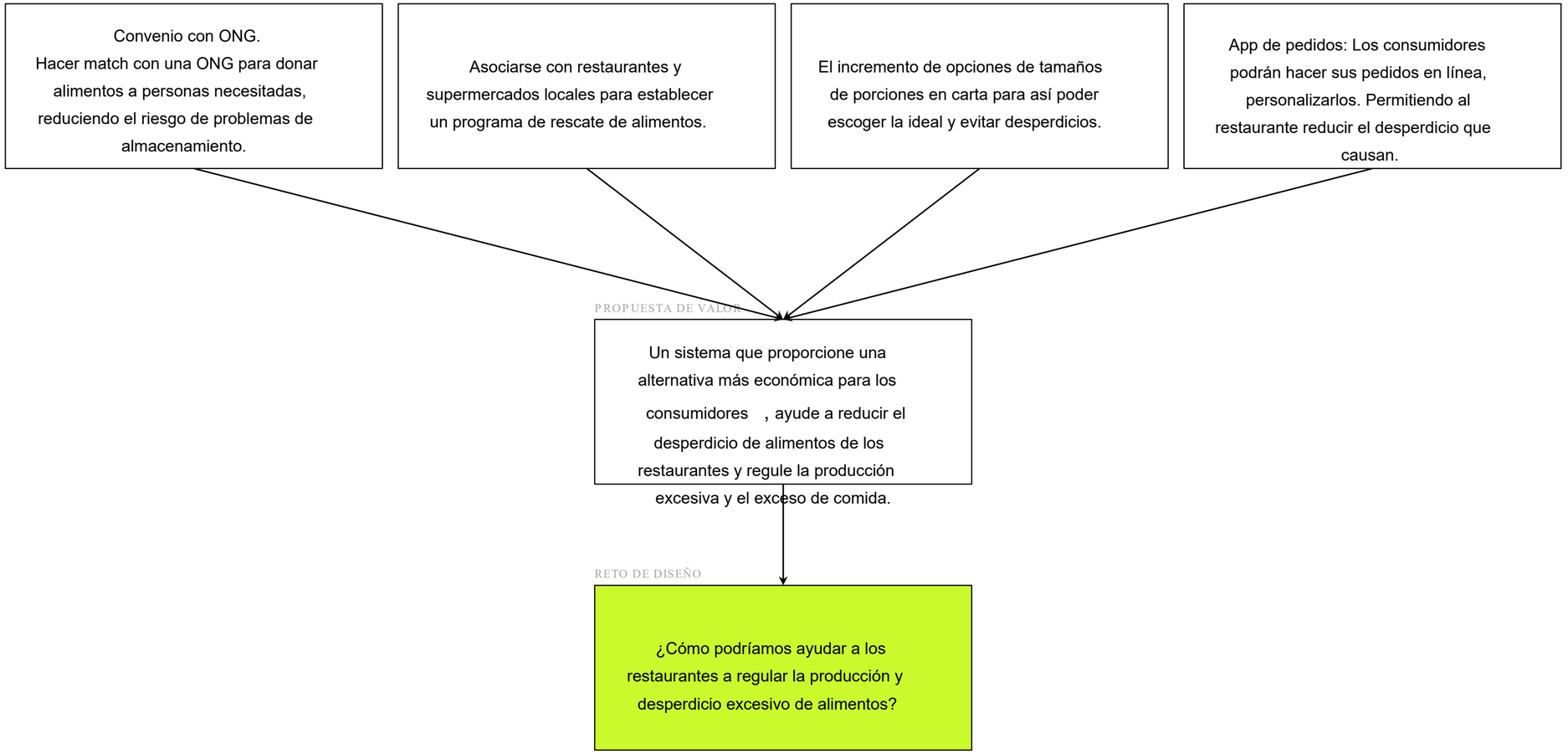






PROPUESTA DE VALOR

Organizamos las propuestas de cada arquetipo para generar la propuesta de valor general del proyecto, luego de construir la p rop uesta, finalmente desarrollamos nuestro reto de diseño general. De esta manera nos aseguramos que toda la información tenga concordancia y se encuentre conectada.



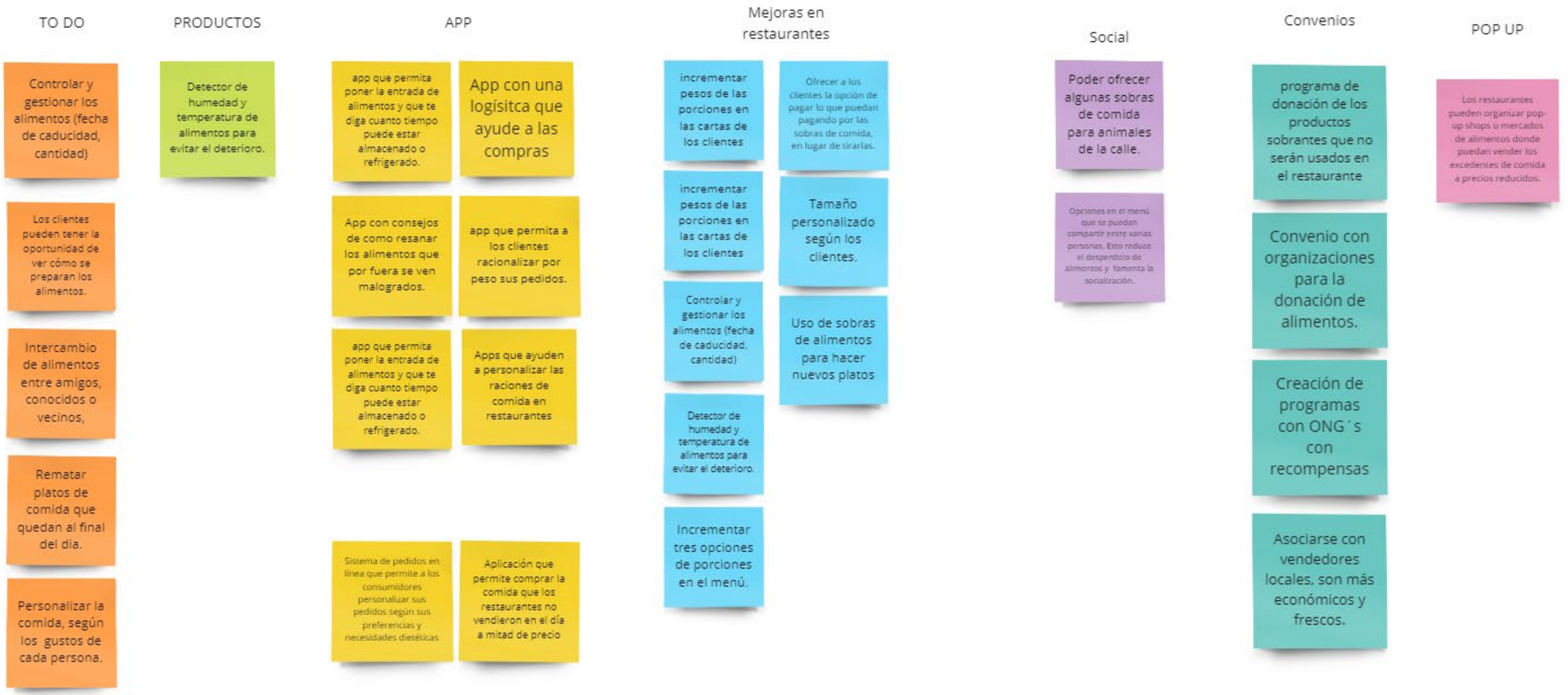
IDEACIÓN

Realizamos una lluvia de ideas grupal, así cada integrante tuvo la oportunidad de proponer muchas ideas creativas dentro de e ste proceso



IDEACIÓN

Luego las organizamos por categorías y depuramos para filtrar cada idea. Conectamos ideas y complementamos propuestas, creand o así una afinidad entre ellas.



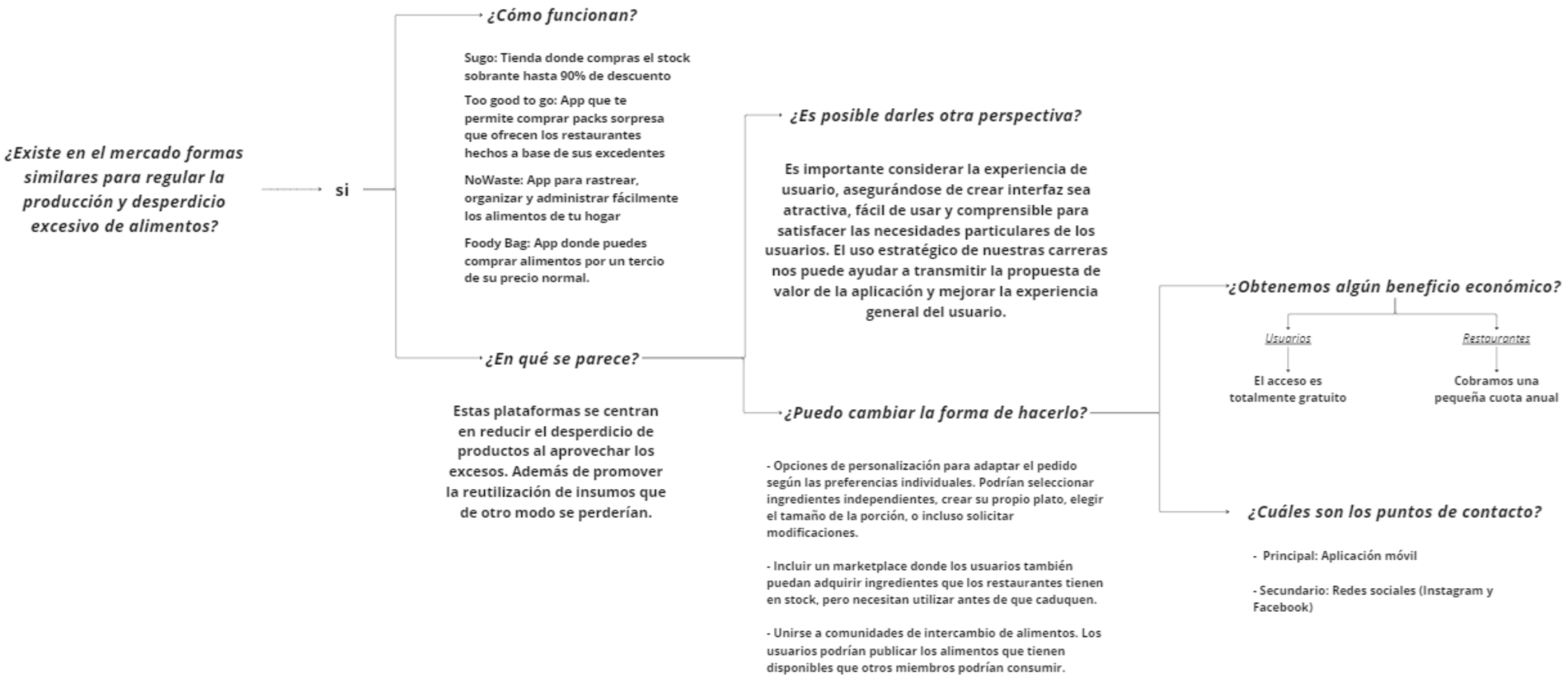
IDEACIÓN

Filtramos las mejores ideas de acuerdo a criterios de características, beneficios, aliviadores de dolor, innovación, viabilidad y factibilidad

	Acciones	Mejoras	App	Alianzas	Pop Up
Características de la Propuesta de Valor	Permite mayor personalización en la cantidad y tipo de alimento que se intercambia. Al intercambiar productos no es necesario usar envases. Fomenta la sostenibilidad.	Permite reconocer al cliente cuanto es lo que va a consumir, de esa manera hay un consumo más responsable.	Te permite adquirir comidas a precios reducidos, esta opción te permite disfrutar de una comida asequible mientras contribuyes al medioambiente al reducir la perdida de alimentos	Ayuda a reducir la cantidad de alimentos que se desperdician Permite que los alimentos sobrantes se donen a organizaciones benéficas en lugar de tirarlos. Puede aumentar la responsabilidad social.	Permite tener ventajas tanto como económicas en descuento de comidas y fácilidad para adquirir los alimentos y así evitar los desechos. Una forma rápida de llegar al mercado de una forma atractiva.
Creadores de beneficios	Reducción de la cantidad de alimentos que se desperdician. Oportunidad de aprovechar los alimentos al máximo.	Se reduce el desperdicio de alimentos, ya que hay pesos exactos en cada ración.	Ofrecer alimentos de calidad a un precio más asequible. El beneficio consiste en comidas que generalmente ofrecen un descuento hasta del 80%	Los restaurantes pueden ahorrar dinero y ayudar a las personas que lo necesitan al donar su comida sobrante en lugar de tirarla a la basura. Así, evitan los costos de eliminación de residuos y pueden contribuir a la comunidad.	Los restaurantes Tendrán una gran facilidad para no tener alimentos desperdiciados, una plataforma muy completa donde se verán beneficiadas ambas partes (restaurantes y compradores)
Aliviadores de dolores	Usar todo lo que tenemos en la cocina, mediante un intercambio, no dejar nada sobrando o tirarlo a la basura.	Ayuda en la economía del restaurant, ya que se hacen compras con pesos exactos.	Usar nuestra aplicación es una forma rápida, conveniente y asequible, pero saludable de obtener alimentos	Puede ayudar a reducir los costos de eliminación de residuos y aumentar la sostenibilidad del restaurante.	Usar pop ups llamativos que generen interés y evitar desperdicios al medio ambiente y evitar pérdidas económicas en los restaurantes.
Tipo de innovación	Disruptiva	Incremental	Incremental	Evolutiva	Discontinua
Viabilidad y factibilidad	- Fácilmente accesible. - Reducción del transporte de alimentos. - Fomenta la colaboración entre personas.	- Consumo responsable - Fácil de realizarse, pensando los alimentos - Incrementar los datos de pesos en las cartas presentadas a los clientes	- Establecer acuerdos de colaboración con los restaurantes - Implementar protocolos de calidad y seguridad alimentaria - Establezcamos un modelo de negocio sostenible	- Puede ayudar a combatir el hambre y la inseguridad alimentaria en la comunidad. - Mejora la imagen del restaurante. - Reduce los desperdicios de alimentos.	- Reduce los excesos generados - Ofrece un ingreso más a los restaurantes - Otorga una oportunidad nueva de consumo

DESARROLLO

Desarrollamos un diagrama de flujo con el usuario, cliente o beneficiario y que plasme cómo se pondrán en contacto con el ser vicio, cómo se usa, cómo se paga por él, en qué consiste, todo el desarrollo de uso del servicio, si hay logística asociada o no, etc.

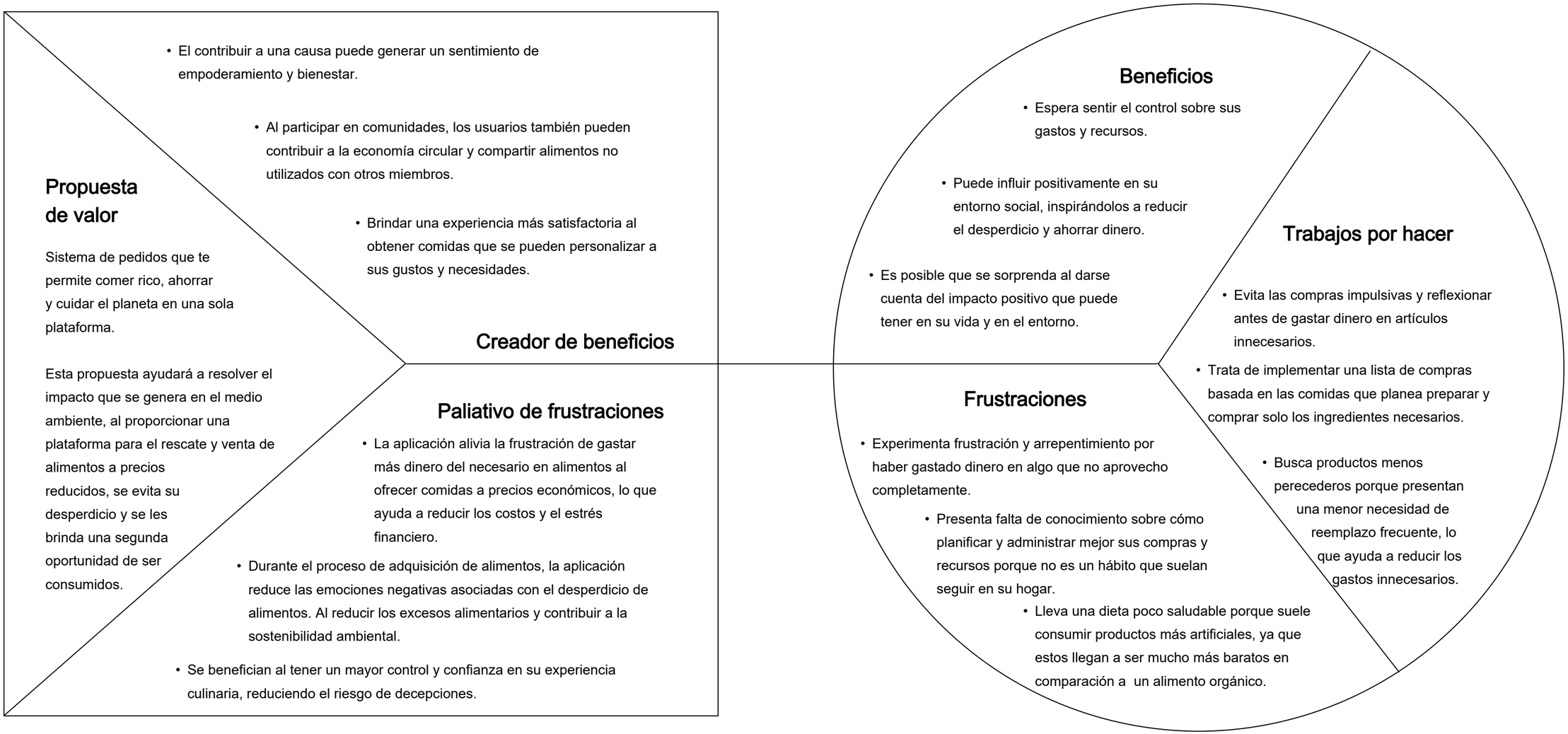


Título: Sistema de pedidos

Resumen: Sistema de pedidos que ofrece una alternativa a la hora de tirar comida en perfecto estado. En lugar de desecharla a la basura, las porciones vendidas por los restaurantes representarán una porción menos desperdiciada y un ingreso más en su contabilidad. Esto le permitirá a los usuarios conseguir comida de calidad de restaur antes por una fracción del precio original.

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR

Consolidamos una única propuesta de Valor, teniendo en cuenta las alternativas, priorizando aspectos y definiendo la promesa par a resolver el reto de diseño.



NIVEL DE INNOVACIÓN

INNOVACIÓN INCREMENTAL

Buscamos mejorar la experiencia del cliente basándonos un concepto existente. Con nuevas funciones, ofrecemos una experiencia personalizada y adaptada a los gustos y necesidades de cada usuario. Nos enfocamos en brindar un mayor valor a través de nuestras mejoras, por lo que nuestro producto se cataloga como un nivel de innovación incremental donde dichas funciones enriquecerán la oferta de la aplicación, fomentando la reducción de los excedentes alimenticios, brindando beneficios tanto a restaurantes como a los consumidores y promoviendo la colaboración entre la comunidad de usuarios.

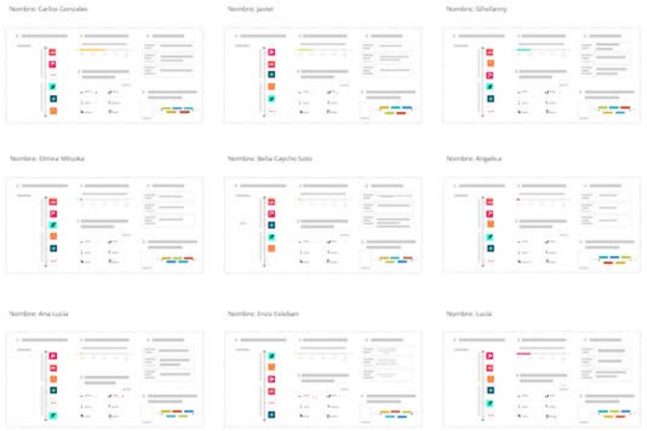


TALLERES GENERATIVOS

Compilamos y organizamos todos los datos, ideas y resultados de los talleres generativos.

Sistematizar la información

Recoger acá todos los datos, ideas y resultados producto de los talleres generativos: esto es un proceso similar al de ***compilar y organizar*** del análisis de información



RESULTADOS

¿Cuáles son las conclusiones, hallazgos y mejoras según los resultados de los talleres? Este proceso es similar al de ***interpretar*** del análisis de información.

Las promociones y descuentos son la mayor motivación para utilizar estas aplicaciones

Suelen facilitar la vida a la hora de elegir algo para comer

El seguimiento del pedido es sumamente necesario

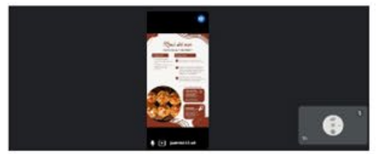
La mejor función son los sistemas de pagos

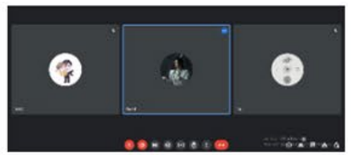
Sistema de pedidos que te permite comer rico, ahorrar y cuidar el planeta en una sola plataforma.

Practicidad en app, al momento de solicitar la comida.

Sistematizar la información

Recoger acá todos los datos, ideas y resultados producto de los talleres generativos: esto es un proceso similar al de ***compilar y organizar*** del análisis de información







RESULTADOS

¿Cuáles son las conclusiones, hallazgos y mejoras según los resultados de los talleres? Este proceso es similar al de ***interpretar*** del análisis de información.

El uso de Instagram a través de historias, tiene un impacto positivo en las ventas del negocio.

No todos los negocios dependen de las redes sociales para sobrevivir.

Instagram se ha convertido en una herramienta valiosa para impulsar las ventas de tu negocio.

Siempre es bueno estar abierto a nuevas oportunidades y evaluar qué otras plataformas o estrategias podrían beneficiar tu negocio.

IDENTIFICAR EL NIVEL DE INNOVACIÓN

Medimos el nivel de innovación de nuestra propuesta, distribuyéndolo en 12 criterios para medir su efectividad.



LIENZO MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocios nos sirvió para ir a la práctica y plasmar nuestro modelo empresarial. Por esta razón consideramos nuev e m ódulos, que refleja la lógica que seguimos para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, in fra estructuras y viabilidad económica.

Aliados clave

- Restaurantes
- Servicios de delivery
- Plataformas de pago

Actividades clave

- Desarrollo de aplicación
- Conexión con restaurantes
- Gestión de inventario y caducidad
- Algoritmos de personalización y recomendación
- Servicio de atención al cliente

Recursos clave

- Diseñadores UX/UI
- Diseñadores gráficos
- Recursos financieros
- Infraestructura tecnológica (almacenamiento, seguridad de datos, funcionamiento óptimo)

Propuesta de valor

Sistema de pedidos que te permite comer rico, ahorrar y cuidar el planeta en una sola plataforma

Relación

- Cercana, empática y orientada a satisfacer sus necesidades individuales
- Respuesta rápida y resolución de problemas.
- Personalización y recomendaciones adecuadas.
- Descuentos exclusivos
- Promociones especiales

Canales

- Aplicación móvil
- Redes sociales (Instagram)
- Notificaciones push

Segmento

Hombres y mujeres (20 - 35)
Este grupo de edad es crucial porque suelen ser más conscientes del medio ambiente y tienen una mayor influencia en las plataformas de redes sociales.

Restaurantes pequeños
Suelen generar una mayor cantidad significativa de excedentes de alimentos al final del día.

Presupuestos

- Publicidad y marketing
- Desarrollo de la aplicación
- Servicios de delivery
- Plataformas de pago
- Comisión del restaurante

Fuentes de ingresos

- Comisión del 33% de subscripción, según el tamaño del restaurante
- Comisión del 15% de cada pedido
- Publicidad y patrocinios

IDENTIFICAR LA COMPETENCIA

Identificamos productos y servicios que responden a la misma necesidad que nuestra propuesta está resolviendo a nivel naciona l e internacional.

	competencia 1	competencia 2	competencia 3	competencia 4	competencia 5
Producto / Servicio	Too good to go	Sugo	Cirkula	Food Cowboy	The Real Junk Food Project
Breve descripción	App móvil que conecta consumidores con restaurantes y tiendas de alimentos para comprar excedentes a precios reducidos y evitar el desperdicio.	es una plataforma online que vende con descuentos significativos productos que minoristas van desechar.	App de venta de excedentes de comida de restaurantes, cafeterías y otros establecimientos que te permite comprar comida de varios locales a más de 50% de descuento.	Plataforma digital que conecta productores, distribuidores y bancos de alimentos para redistribuir productos no vendidos y cercanos a su fecha de vencimiento, evitando el desperdicio de alimentos.	Iniciativa global que utiliza alimentos excedentes, descartados o no vendidos para crear comidas saludables y accesibles para todos.
¿En qué se parece a mi solución?	Busca reducir el desperdicio de alimentos, a través de una aplicación móvil con precios reducidos.	Busca aprovechar excedentes para reducir el desperdicio.	Presenta altos descuentos. Se centra en establecimientos de comida o bebidas	Reducir el desperdicio de alimentos, permitiendo que estos productos sean utilizados y consumidos en lugar de ser descartados	Utilización de alimentos excedentes y la promoción de prácticas sostenibles.
¿En qué se diferencia de mi solución?	Además de trabajar con restaurantes, tambien trabaja con tienda.	Se enfocar en diversas categorías, como , artículos para el hogar, alimentos, entre otros.	Nuestra diferencia principal es la personalización según las preferencias del consumidor	Trabaja con proveedores y distribuidores	Trabaja con supermercados y los transforma en platos. Donde el consumidor es el que decide cuanto pagará, en caso de no tener, realizará tareas de voluntariado.

LIENZO MODELO DE NEGOCIO MVP

Generamos un mínimo viable de nuestro servicio, el cual buscamos que tengan las funcionalidades mínimas para poder presentarl o a nuestros clientes y verificar si les interesa la propuesta.

Aliados clave

- Restaurantes
- Servicios de delivery
- Plataformas de pago

Actividades clave

- Desarrollo de aplicación
- Algoritmos de personalización y recomendación
- Servicio de atención al cliente

Recursos clave

- Diseñadores UX/UI
- Diseñadores gráficos
- Recursos financieros
- Infraestructura tecnológica (almacenamiento, seguridad de datos, funcionamiento óptimo)

Propuesta de valor

Sistema de pedidos que te permite comer rico, ahorrar y cuidar el planeta en una sola plataforma

Relación

- Cercana, empática y orientada a satisfacer sus necesidades individuales
- Respuesta rápida y resolución de problemas.
- Personalización y recomendaciones adecuadas.
- Descuentos exclusivos

Canales

- Aplicación móvil
- Redes sociales (Instagram)
- Notificaciones push

Segmento

Hombres y mujeres (20 - 35)
Este grupo de edad es crucial porque suelen ser más conscientes del medio ambiente y tienen una mayor influencia en las plataformas de redes sociales.

Restaurantes pequeños
Suelen generar una mayor cantidad significativa de excedentes de alimentos al final del día.

Presupuestos

- Publicidad y marketing
- Desarrollo de la aplicación
- Servicios de delivery
- Plataformas de pago
- Comisión del restaurante

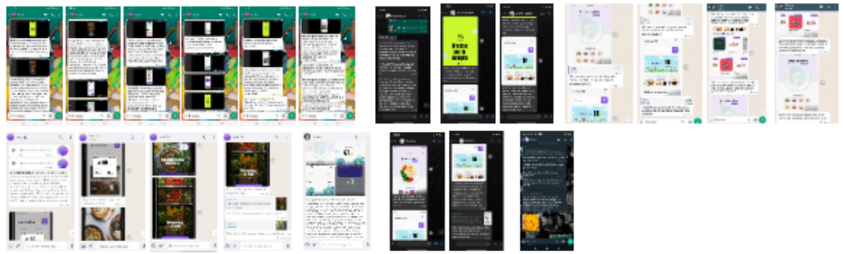
Fuentes de ingresos

- Comisión del 33% de subscripción, según el tamaño del restaurante
- Comisión del 15% de cada pedido

PROTOTIPOS

Se realizó el testeo tanto del producto (en este caso el prototipo del app para conocer sus puntos de vista en cuanto a la in
aquí donde empezamos a reclutar restaurantes interesados en colaborar con nuestra propuesta, luego creamos una cuenta en rede
potenciales acerca de nuestro servicio y es así como logramos convertirlos en clientes reales, dispuestos a invertir en nuest
ter faz), además se testeó tanto el modelo de negocios como el servicio (es
s sociales para brindarles información a nuestros clientes
ra propuesta.

TESTEAR EL PRODUCTO Prototipo de Figma



TESTEAR EL SERVICIO

Pedidos realizados: (Clientes)

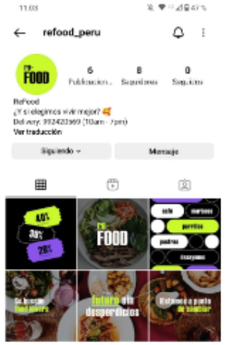


TESTEAR EL MODELO DE NEGOCIO

Restaurantes aliados:

- Rulos (pescados y mariscos)
- Rosita (pescados y mariscos)
- Rosita 2 (desayunos)
- Bon Pecado (pastelería)
- Andino (pollería)

Perfil de Instagram:



Personas interesadas:

- 30 personas

VALIDACIÓN

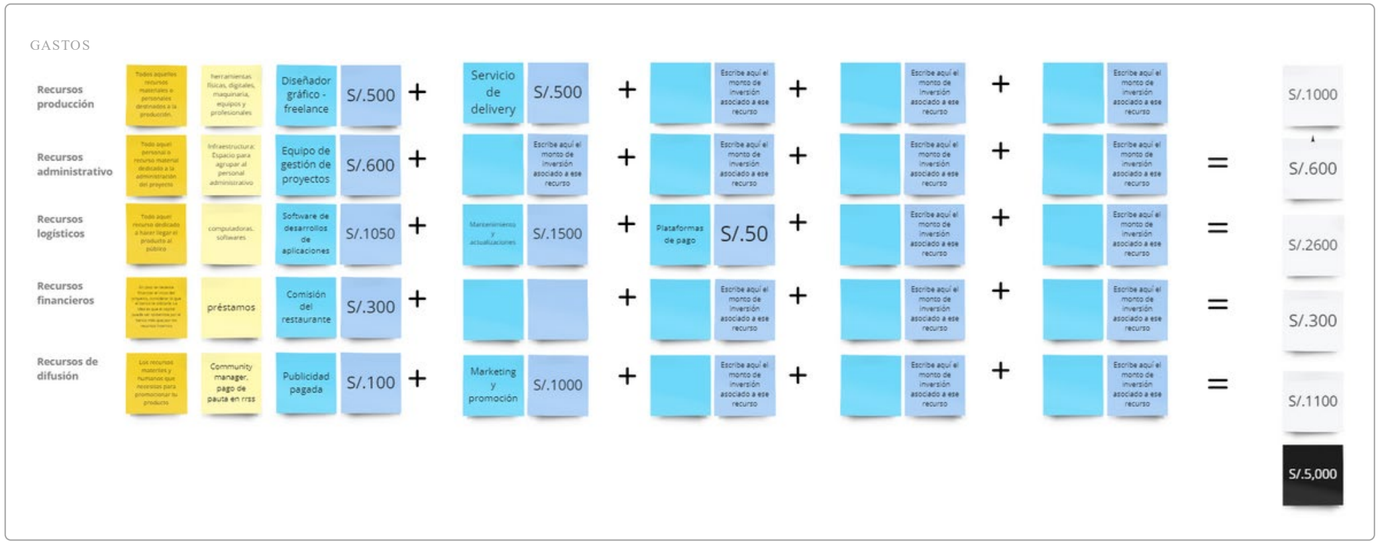
Planteamos y diseñamos una dinámica para realizar la validación de la propuesta, utilizando dinámicas para la validación con nue stros potenciales clientes,

Introducción a la dinámica:	**Dinámica:**	**Cierre:**
Hola! Hoy estamos aquí para mostrarles el prototipo de una aplicación innovadora que hemos estado desarrollando. Su uso será netamente académico	1.- Se les manda el link correspondiente del prototipo de app. 2.- Se les da las siguietnes indicaciones: - Tienen que comprar un plato. - Después revisar la app. - Al finalizar, comentarnos en cuanto a diseño y experiencia, que les pareció o si quitarían o agregaría alguna característica adicional.	Te agradecemos por tu tiempo dedicado y participación en esta dinámica, ha sido de mucha ayuda para nuestro proyecto.

LIENZO DE PRESUPUESTOS

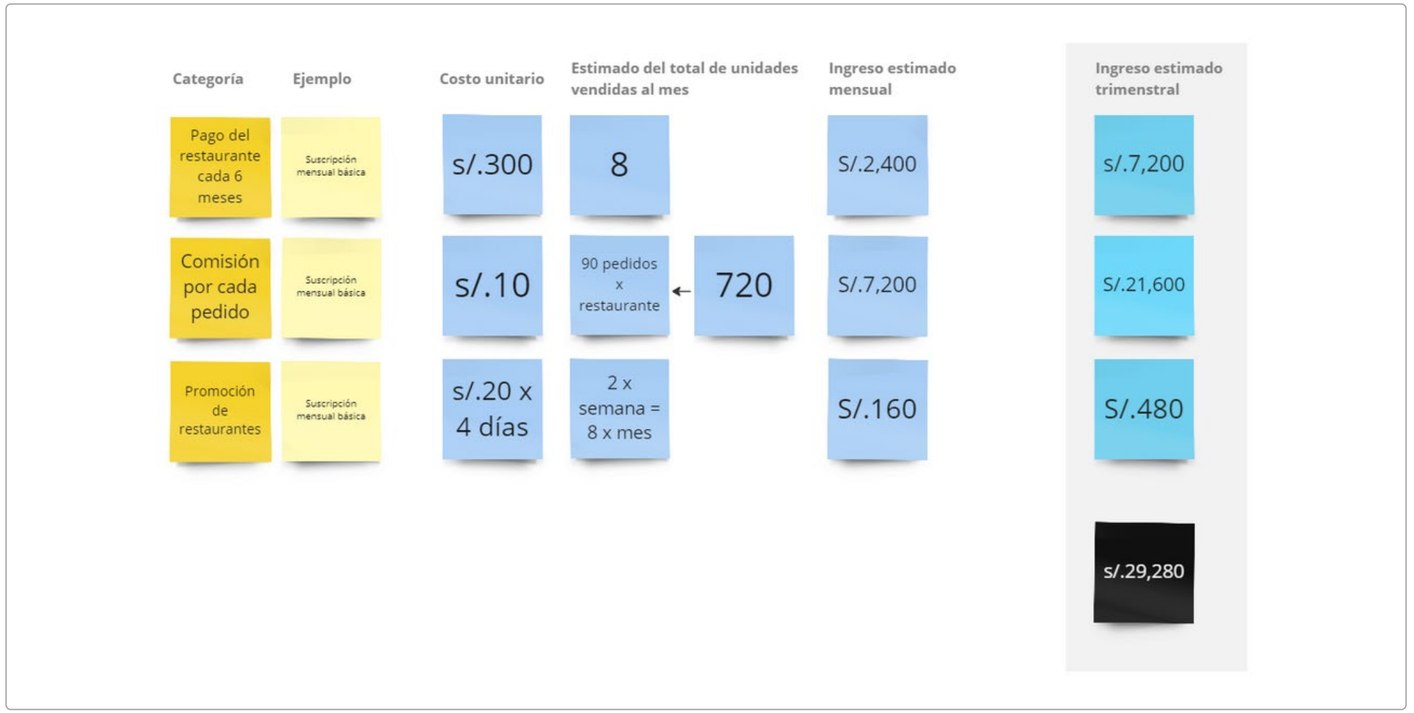
Desarrollamos este lienzo, el cual nos ayuda a tener una visión más clara de todas aquellas fuentes de desembolso que nuestro ne gocio enfrentará.





LIENZO DE INGRESOS

La tabla desarrollada nos ayuda a tener una visión sobre los ingresos totales del negocio y permite saber si este será rentab le o no.





VALIDACIONES

Creamos una plantilla que nos servirá para diseñar nuestros ejercicios de validación y recoger neustras observaciones.

Hipótesis:

- Fácil navegación de la app
- Conocimiento de la huella de carbono para entender porque se encuentra en la app
- Visual atractivo
- Realizar una compra con facilidad

Observaciones:

- Hacer la compra fue fácil, entendible e intuitiva
- Me parece genial que pueda formar mi plato ya que me permite personalizarlo
- Me gusto que puedas armar tu plato como se te antoje
- Me gusto el dato de cuanta comida ha salvado, recalca el impacto de cada compra
- ¿Como se le da la seguridad a los clientes que los alimentos no están vencidos o en mal estado?
- No se entiende la relación de la "huella de carbono" con la app

Resultados:

- Según los resultados vimos que fue fácil la interactividad de la app
- El diseño les pareció atractivo y adecuado
- La personalización de pedidos tiene respuestas positivas

Acciones:

- Agregar información sobre que trata el app
- Añadir apartados de categorías

Acciones futuras:

- Apartado donde se muestre cada restaurante
- Agregar una categoría con filtros de búsqueda
- Gestión de inventario, para dar seguridad

re-
FOOD





2023