



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**Uso de Design Thinking para influenciar en mejores
decisiones de alimentación**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Economista

Annika Ethiel Jave Díaz

**Revisor(es):
Mgtr. Harry Omar Patrón Torres**

Piura, abril de 2022

PAPER NAME

Jave Annika TSP 2021.docx

AUTHOR

Jave

WORD COUNT

12500 Words

CHARACTER COUNT

65458 Characters

PAGE COUNT

50 Pages

FILE SIZE

4.2MB

SUBMISSION DATE

May 9, 2022 1:10 PM GMT-5

REPORT DATE

May 9, 2022 1:13 PM GMT-5**● 10% Overall Similarity**

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

- 8% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 7% Submitted Works database

Dedico esta tesis a:

Mi querida mamá, Marita Dany Díaz Guerrero por su amor y apoyo incondicional en cada momento de mi vida.

Mis tíos, Lida Díaz de Chung y Juan Chung Chong con mucha gratitud y amor.

Mis padrinos Christine Boulan y Johan Smit, por su cariñosa preocupación por mi bienestar y crecimiento.

Cada uno de mis profesores de la Universidad de Piura por los conocimientos y ejemplo brindados.





Resumen

La industria ganadera es responsable del deterioro del suelo y del agua, del consumo excesivo de recursos, de la desigualdad que se genera con los campesinos, de la deforestación excesiva de bosques, de la pérdida de biodiversidad y de mover a poblaciones de sus territorios. Por otro lado también hay consecuencias en la salud que se derivan del consumo de carnes rojas y de lácteos, estudios muestran que con el consumo de estos productos aumentan las probabilidades de adquirir y de morir por enfermedades como cáncer, diabetes, enfermedades cardiovasculares, obesidad y enfermedades crónicas al hígado y los riñones.

Este estudio tiene como finalidad usar la técnica de Design Thinking para capturar las necesidades de las personas y presentar una solución que pueda ayudarlos a modificar sus dietas tradicionales a dietas vegetales, aumentando el número de comidas a la semana en las que consumen dietas vegetales, es decir comidas balanceadas que reemplacen las proteínas de origen animal y productos lácteos por sustitutos vegetales de igual aporte nutricional.

Siguiendo los pasos de Design Thinking se entrevistó a un grupo de personas, localizados en las Ciudades de Shanghái y Dalian en China. Los resultados de las entrevistas mostraron que las personas ya conocían de las dietas vegetales y de cómo éstas podrían ayudar en relación a la salud y preservación del medioambiente. Todos los entrevistados tenían predisposición para comenzar a incluir en su alimentación dietas vegetales, incluso algunos ya tenían dietas completamente vegetales y otros incluyen de vez en cuando dietas vegetales en su alimentación. Las personas que aún no modificaban su dieta, como los que lo hacían de vez en cuando, dijeron que algunos de los problemas que ellos presentaban era no saber qué cocinar, qué alternativas de vegetales usar, dónde comprar esas alternativas vegetales y principalmente no tener un método de organización efectiva.

Al tener un panorama claro de las necesidades de los entrevistados, se planteó tres propuestas para solucionar los problemas pero finalmente se procedió a crear un prototipo una aplicación que le diera a los usuarios la posibilidad de saber qué cocinar, organizar sus dietas para la semana y hacer las compras online, con la posibilidad de que ellos sepan también la cantidad de emisiones o huella de carbono de cada producto y de su compra en general.

Finalmente se procedió a validar la solución propuesta con los usuarios entrevistados para saber la utilidad que tendría para ellos y si con ésta podrían efectivamente aumentar el consumo de dietas vegetales. Los comentarios y sugerencias de los entrevistados fueron muy positivos y con esto se logró el objetivo propuesto de influenciar el consumo de dietas vegetales usando la técnica del Design Thinking.



Tabla de contenido

Introducción.....	11
Capítulo 1. Informe de experiencia profesional	13
1.1 Descripción de la experiencia profesional	13
1.1.1 Experiencia profesional en Honda (Servimotor E.I.R.L.)	13
1.1.2 Experiencia profesional en Caamaño Asia	14
1.1.3 Experiencia profesional en Oldenburger Interior Products Asia.....	16
1.2 Contribución general de la formación académica	18
Capítulo 2. Trabajo del módulo de economía de la empresa	21
2.1 Marco teórico.....	21
2.1.1 Contexto	21
2.1.2 Problemática en la salud, medioambiente y por COVID-19.....	21
2.1.3 Barreras para el cambio de dieta	23
2.1.4 Planteamiento de soluciones	23
2.1.5 Razones para optar por dietas vegetales	24
2.1.6 Beneficios en la salud	25
2.1.7 Beneficios en el medio ambiente.....	26
2.2 Aplicación metodología Design Thinking	26
2.2.1 Usuario típico	26
2.2.2 Mapa de empatía	28
2.2.3 Mapa de experiencia de usuario (Customer Journey Map)	30
2.2.4 Alternativas de solución	32
2.2.5 Diseño de solución	35
2.2.6 Validación de resultados	38
Conclusiones	41
Notas a pie de página	43
Lista de referencias	45
Apéndices	47
Apéndice A. Entrevista Sergio Rea	49
Apéndice B. Entrevista Matteo Ciprian	50
Apéndice C. Entrevista Suskita Su	51
Apéndice D. Entrevista Karla Hernández.....	52
Apéndice E. Entrevista Luca Bettinelli	53
Apéndice F. Entrevista Magalli Aguilar.....	54
Apéndice G. Entrevista Marcela Sierra.....	55



Lista de figuras

Figura 1. Pantalla de inicio	35
Figura 2. Opciones de la aplicación	36
Figura 3. Lista de ingredientes	37
Figura 4. Lista de compras.....	37
Figura 5. Huella total de carbono.....	38





Introducción

Muchos de los problemas que aquejan en la actualidad al medioambiente y a la humanidad están estrechamente relacionados con el sistema de alimentos, pero específicamente con la industria ganadera. De toda la tierra disponible para la agricultura a nivel mundial, el 80% está dedicada a la ganadería, sin embargo, esta industria sólo produce 30% de los alimentos para todo el mundo, por el contrario, los campesinos sólo tienen el 20% de las tierras y con ella producen el 70% de los alimentos para toda la humanidad. De todos los Gases de Efecto Invernadero (GEI), la ganadería produce el 14% de todos los gases siendo una cuota que supera a las emisiones de todos los medios de transporte juntos.

La industria ganadera es responsable del deterioro del suelo y del agua, del consumo excesivo de recursos, de la desigualdad que se genera con los campesinos, de la deforestación excesiva de bosques, de la pérdida de biodiversidad y de mover a poblaciones de sus territorios. Por otro lado, también hay consecuencias en la salud que se derivan del consumo de carnes rojas y de lácteos, estudios muestran que con el consumo de estos productos aumentan las probabilidades de adquirir y de morir por enfermedades como cáncer, diabetes, enfermedades cardiovasculares, obesidad y enfermedades crónicas al hígado y los riñones.

Este estudio tiene como finalidad usar la técnica de Design Thinking para capturar las necesidades de las personas y presentar una solución que pueda ayudarlos a modificar sus dietas tradicionales a dietas vegetales, aumentando el número de comidas a la semana en las que consumen dietas vegetales, es decir comidas balanceadas que reemplacen las proteínas de origen animal y productos lácteos por sustitutos vegetales de igual aporte nutricional.



Capítulo 1. Informe de experiencia profesional

1.1 Descripción de la experiencia profesional

1.1.1 Experiencia profesional en Honda (Servimotor E.I.R.L.)

1.1.1.1 Descripción de la empresa. Servimotor EIRL, en Piura es la segunda concesionaria más grande de la empresa de vehículos Honda en el Perú. Honda Motor Co., Ltd., es una empresa multinacional japonesa también conocida como Kangda, dedicada principalmente a la producción de automóviles, motocicletas, aviones, motores y equipos eléctricos.

Servimotor EIRL vende diversos productos de Honda, brinda el servicio de mantenimiento y además tiene una línea propia de repuestos y accesorios importados de China.

1.1.1.2 Misión y visión

- a) La misión de la empresa es vender vehículos de primera calidad de tecnología amigable que sirva a las personas en su vida diaria. La empresa también busca enfocarse en promover valores de trabajo responsable y el compromiso con la comunidad.
- b) La visión de la empresa es llegar a ser aliada estratégica de los emprendedores piuranos y de la región norte al ofrecerles vehículos y servicios de calidad y con garantía.

1.1.1.3 Estructura de la empresa.

La empresa está compuesta por:

- Gerencia general, ocupada por el dueño de la empresa
- Gerencia comercial
- Departamento de contabilidad
- Departamento de ventas
- Departamento de servicio técnico
- Departamento de importaciones
- Departamento de sucursales en el norte del país.

1.1.1.4 Funciones desempeñadas en el cargo. Ingresó a trabajar en la mencionada empresa en el año 2013, la principal función fue la de organizar e implementar por primera vez en Servimotor EIRL el Departamento de Importaciones, encargándose de su funcionamiento hasta el año 2017.

Entre las funciones que desempeñó como gerente del Departamento de Importaciones estuvo:

- Analizar el mercado local e internacional para nuevas oportunidades de negocio.
- Establecer relaciones comerciales con proveedores internacionales.
- Realizar la gestión de compra (análisis de precios, calidad y cantidad de productos a adquirir) Supervisar la gestión logística (seleccionar agentes de carga y agentes de aduana, trámites ante Sunat).

- Asistir a ferias internacionales para contactar con proveedores y conocer bien la industria de los productos a adquirir.
- Visitar fábricas para verificación de proveedores y control de calidad de los productos in situ.

Logros en la posición desempeñada:

- Organizar el departamento con métodos y procedimientos que hicieron que la tarea de importación se lleve con eficiencia, al analizar exhaustivamente a proveedores, productos, precios y calidad, logrando realizar compras anuales superiores a dos millones de dólares.
- Tramitar proactiva y oportunamente los documentos de importación para evitar el retraso de los embarques, ya que suele ser un problema común con los agentes de carga, lo que se convierte en pérdidas económicas.
- Mantener al día los documentos de compras, especificaciones técnicas y otros.
- Formar al personal a mi cargo en los nuevos procedimientos del departamento.
- Mantener comunicación permanente con proveedores chinos en idiomas chino e inglés.

1.1.2 Experiencia profesional en Caamaño Asia

1.1.2.1 Descripción de la empresa. Caamaño Asia, es una empresa española nacida en La Coruña España por la necesidad que surgió de la rápida expansión de las marcas de Amancio Ortega dueño del Grupo Inditex. Caamaño se dedicó a hacer todas las tiendas, escaparates, fachadas y decoración para el Grupo Inditex a nivel mundial, entre las marcas con las que trabaja Caamaño se encuentra Zara, Massimo Dutti, Pull & Bear, Bershka, Stradivarius, Zara Home, Carolina Herrera, Desigual, Pronovias entre otras. En mayo del 2009 empezó a funcionar la sede en Asia con una planta para hacer las tiendas y fachadas de Inditex especialmente para Asia Pacífico y Oceanía. La sucursal de Asia también es clave porque permitió dar a la empresa otro giro y dedicarse a nuevos proyectos de abastecimiento, de esta forma surgió un negocio paralelo donde se ayudaba a los clientes del Grupo Inditex, así como también a otros clientes de Europa a buscar productos y proveedores o hacer proyectos completos para ellos desde China. La empresa hasta la fecha ha logrado completar exitosamente más de 1000 proyectos en China, Japón, Australia, Singapur, Malasia, Medio Este, Oceanía, entre otros países.

1.1.2.2 Misión y visión

- a) La misión de Caamaño ha sido desde su creación innovar y mantener una evolución constante en su propuesta de valor, productos y servicios, que les permitan brindar soluciones óptimas y a la medida de las necesidades de los clientes, garantizando su respaldo, solidez y calidad.
- b) La visión se relaciona con innovar en la industria manufacturera de muebles, brindar a sus clientes una gama completa de productos y servicios que les permita ser auténticos, revolucionarios y expandirse competitivamente en diferentes mercados.

1.1.2.3 Estructura de la empresa. Caamaño Asia es una empresa que cuenta con más de 200 empleados, donde 1/3 son empleados de oficina y 2/3 son empleados de las plantas de metalúrgica, carpintería y pintado. La estructura de los empleados de oficina está liderada por tres gerentes generales de los cuales dependen los departamentos de recursos humanos, finanzas y contabilidad, compras y abastecimiento, proyectos, fachadas, calidad y montaje. Las 3 plantas de la empresa están lideradas por 3 gerentes de planta.

1.1.2.4 Funciones desempeñadas en el cargo. En Caamaño Asia me desempeñé como Gerente de Compras de la empresa, desde Julio del 2019 hasta agosto de 2020, teniendo a mi cargo a un equipo de personas especialistas en compras. En un corto periodo de tiempo pude familiarizarme con los materiales, equipos y servicios requeridos para la fabricación de muebles, fachadas de tiendas y decoración.

Las principales funciones fueron:

- Mantener una coordinación eficiente con un promedio de 500 proveedores al año, para negociar acuerdos favorables de calidad y precio en cada proyecto.
- Gestionar las compras diarias asegurándome que mi equipo pudiera siempre cumplir con los objetivos de la empresa al tener cotizaciones y materiales en el tiempo requerido.
- Visitar las plantas de los proveedores para asegurar que pudieran cumplir con entregar a tiempo los proyectos.
- Elaborar los procedimientos y políticas a las que se pudiera ceñir la empresa, mi equipo y los proveedores.
- Elaborar contratos estándar y especiales para determinados servicios y productos que pudieran proteger los intereses de la empresa.
- Negociar nuevos términos para contratos ya establecidos que no fueran equilibrados para la empresa y proveedores.
- Entrevistar, contratar y entrenar a nuevos miembros del equipo de compras.
- Supervisar el trabajo del equipo de compras y mantener reuniones permanentes con los responsables de otras áreas de la empresa para verificar el avance de los proyectos de manera coordinada.

1.1.2.5 Logros en la posición desempeñada. Entre los logros más importantes durante el tiempo que desempeñó en esta posición estuvieron:

- El establecer las bases de nuevos procedimientos de compras que servirían para la empresa en general y para mi propio equipo, haciendo más eficientes todos los procesos de compra.

- Lograr construir un equipo muy sólido que se desarrolló muy bien incluso trabajando constantemente bajo presión, al enseñarles maneras más eficientes y rápidas de cálculo para acortar el tiempo de las cotizaciones y promover la transparencia de precios.
- Reducir el costo de las materias primas y productos en un rango desde 20% a 150%, al manejar buenas negociaciones con proveedores.
- Analizar proactivamente el cálculo de precios y materiales que favorezcan a la empresa, evitándole pérdidas de materiales y dinero.
- Optimizar la información en el sistema de planificación de recursos de la empresa (ERP) para tener la información correcta de los proveedores y otros datos actualizados que pudieran ser útiles para generar reportes, análisis de proveedores y análisis de la compra de distintos materiales.
- Cumplir en plazos muy cortos la producción de tiendas enteras, al elegir a los proveedores adecuados para la labor. Por ejemplo, fabricar 23 tiendas en tan sólo dos meses para una nueva marca.

1.1.3 Experiencia profesional en Oldenburger Interior Products Asia

1.1.3.1 Descripción de la empresa. Oldenburger es una empresa alemana especializada en producir muebles de interior para yates y jets privados. La sucursal de Oldenburger en Asia, está ubicada en Shanghái-China y abrió para trabajar directamente con marcas de lujo que necesitan mueblería fina para sus tiendas. Oldenburger exporta los muebles para tiendas enteras a todo el mundo y sus clientes principales son Montblanc, Swarovski, Nespresso, Lamborghini, Ferrari, Luxottica, Läderach, Gaggenau, entre otras.

1.1.3.2 Misión y visión

- a) La misión de Oldenburger es que cada mueble producido para los clientes sea reconocido por su calidad inigualable y constante por la que es reconocida la marca tanto en Alemania como en Shanghái.
- b) Su visión es seguir expandiéndose en el mercado asiático abriendo una oficina en Malasia y pronto innovar implementando en sus plantas inteligencia artificial que pueda ayudar a reducir los picos de trabajo y con el proceso de trazabilidad.

1.1.3.3 Estructura de la empresa. Oldenburger Shanghái está liderado por el director general y apoyado por cuatro departamentos que son:

- Departamento Recursos Humanos y Finanzas
- Departamentos de Proyectos
- Departamentos de Compras y Abastecimiento
- Departamento de Producción

Producción. La empresa tiene 150 personas entre empleados de oficina y trabajadores de planta.

1.1.3.4 Funciones desempeñadas en el cargo. En Oldenburger, se desempeñó como Directora del departamento de Compras y Abastecimiento, teniendo a mi cargo a ambos áreas.

El área de abastecimiento se dedica a buscar nuevos proveedores, muestras de materiales y cotizaciones para clientes nuevos o para nuevos conceptos de marcas de clientes con los que ya se trabaja ya que los materiales para nuevos conceptos son diferentes a los que se suelen comprar para la producción en línea.

El área de compras se encarga de comprar materiales para la línea de producción para las marcas con las que se trabaja recurrentemente. Esta área también se asegura de que los proveedores cumplan con plazos pre-establecidos y de resolver cualquier tema de calidad.

Dentro de las principales funciones como responsable de ambas áreas se consideran:

- Mantener una guía de compras, muy útil en auditorías para asegurar que el trato con proveedores sea ético, debido a que los clientes de marcas de lujo se preocupan más por el aspecto medioambiental y social, los materiales y proveedores con los que trabaja la empresa también deben cumplir con ciertos estándares y ser seleccionados de acuerdo a estas normas. Debiendo hacer toda una evaluación constante de proveedores, ir a sus fábricas, entrevistar a trabajadores, tomar fotos de las plantas y sus sistemas de seguridad para poder corroborar de primera mano que cumplan con todos los estándares necesarios.
- Como líder, mi función es establecer metas para los equipos a través de reuniones periódicas para transmitirles los objetivos y prioridades de la semana, mes y asegurar de que todo se desarrolle de acuerdo a los tiempos requeridos para no retrasar la entrega de los proyectos.
- Realizar reuniones permanentes con el equipo de abastecimiento y con proveedores existentes y nuevos para comparar términos y negociar precios.
- Determinar términos de pago fijos para proveedores como una política de empresa.
- Alcanzar al directorio general los reportes mensuales sobre los 10 principales proveedores, 10 principales grupos de materiales, gráficos mostrando problemas de calidad por materiales y proveedores, entre otros datos.
- Acudir regularmente a ferias a nivel nacional con miembros de mi equipo para encuentros con proveedores y búsqueda de materiales y máquinas altamente innovadoras en aspectos ecológicos porque son las últimas tendencias que se están presentando en el rubro de los muebles.

Logros en la posición desempeñada

- Formular un proyecto para reemplazar todos los materiales de empaquetado por alternativas ecológicas, con este proyecto nos hemos puesto por delante de los competidores y hemos anticipado las expectativas de los clientes. Estas alternativas ayudarían para que tengan un impacto positivo en el medioambiente y por ende también mejorarían el impacto de sus marcas y así podrían llegar a clientes que se preocupan por la conservación del planeta.
- Diseñar una guía de compras que ayudó a clarificar los procesos de compra dentro de la empresa y ante los proveedores.
- Desarrollar un sistema usando Monday.com para que el departamento de proyectos pueda gestionar todas sus solicitudes relacionadas con productos nuevos de manera organizada, poniendo detalles claves como cliente, número de proyecto, plazo, proveedor establecido por el cliente, entre otros detalles; puesto que antes solían comunicarse sólo verbalmente y no había un panorama de todo el trabajo que había pendiente. El sistema volvió el trabajo del departamento de compras más transparente pudiendo así el departamento de proyectos hacer el seguimiento de sus solicitudes con mayor facilidad.
- Crear un catálogo en línea y físico para todas las muestras de materiales que se recolectaban, con toda la información básica, como nombre de proveedor, código, precio y pudieran encontrarse con facilidad evitando tener que volver a pedir a los proveedores que mandaran nuevamente muestras.
- El haber hecho la evaluación cercana de los proveedores, sus plantas, trabajadores y sistemas de seguridad, fue de mucha ayuda para poder pasar las auditorías FSC y SMETA, auditorías claves para poder trabajar con algunos clientes y expandir los negocios.
- Al optimizar el proceso de compras, la mejora se ha visto reflejada en un ahorro para la empresa del 30% del costo en todos los productos comprados en un año.
- Construir una red estable con los mejores proveedores en términos de calidad, tiempos de entrega y precios.

1.2 Contribución general de la formación académica

La formación de la Universidad de Piura ha sido muy valiosa para la experiencia profesional porque sobre todo me formaron para ser una mejor persona y eso permitió llevar el sello de la UDEP en las empresas donde he trabajado. Mi formación académica contribuyó de distintas formas en los trabajos desempeñados, por ejemplo, el curso de “Ética para los Negocios” fue útil fundamental para las tres empresas donde he trabajado pero especialmente en Caamaño y Oldenburger, he formado mis equipos de trabajo en base a integridad y honestidad. El curso también me sirvió como base para crear las guías de compras en ambas empresas y a crear contratos justos con los proveedores. Teniendo las normas claras útiles tanto para el personal de mi equipo como para los proveedores y

habiéndoles transmitido constantemente la importancia de la transparencia y honestidad se pudo crear buenas relaciones de negocios con los proveedores que poco a poco fueron más proactivos en brindar mejores servicios.

El curso “Estadística para Economistas” me sirvió para analizar la data de las empresas donde laboré y elaborar reportes para la gerencia. En Caamaño me encargué proactivamente de mantener la data limpia en el sistema para que pudieran elaborarse reportes que hasta ese entonces tenían poca validez debido a los diferentes criterios que se usaban para ingresar la data al sistema.

En Oldenburger realizó algunos cambios en el sistema ERP para tener data más completa sobre proveedores, materiales, términos de pago, códigos, unidades de medida de productos, tipo de material, entre otros, para poder luego elaborar reportes mensuales sobre los proveedores más importantes, los materiales que más se compraron y ratio de calidad del servicio.

En los cargos como Gerente de Importaciones, Gerente de Compras y Directora de Compras y Abastecimiento, tuve que encargarme de negociar constantemente con proveedores de materiales y servicios, asegurándome de que los términos fueran siempre justos para ambas partes, en este aspecto de mi trabajo fue de mucha ayuda haber llevado el curso de “Juegos y Contratos”. Este curso me guió en las negociaciones y a plasmar los términos en los contratos adecuadamente. Por ejemplo, cuando la empresa nacional que provee gas en China decidió aumentar de precios sin previo aviso debido a que el contrato inicial ponía una cláusula que les permitía modificar precios inesperadamente por razones de que la materia prima aumentaba de precio, esto lo tuve que negociar. Al ser Caamaño un cliente principal para ellos se pudo obtener una cláusula que mantuviera el precio estable al menos durante un año y luego si es que se quería aumentar debían presentar evidencia clara del motivo y se debía volver a negociar pero no aumentar el precio sin previo aviso.

El curso de “Dirección de la Organización” ha sido un curso que ayudó mucho para la toma de decisiones diaria, de manera especial en momentos de mucha presión y cuando se trata de personal. El liderazgo es fundamental para trabajar bien en equipo, evitando conflictos o malas comunicaciones entre miembros de distintos equipos sobre todo cuando hay proyectos con plazos muy cortos. Por ejemplo, en Oldenburger no solo trabajé para mejorar los procesos de los departamentos que tenía a cargo sino también apoyando las interacciones de otros departamentos con el área de compras para poder trabajar más eficazmente, disminuyendo los contratiempos que surgen mucho en empresas internacionales debido a la comunicación. Al crear un sistema para ingresar solicitudes de compras en Monday.com, se evitó que los pedidos fueran solo verbales y por el contrario que se pudiera hacer seguimiento de las solicitudes, cambiando el sistema de trabajo completamente y volviéndose más eficiente para todos los departamentos.

De manera general, la formación académica recibida en la Universidad de Piura considero que es muy valiosa para el desempeño profesional por los resultados satisfactorios que hasta la fecha he obtenido, expresando mi gratitud a todos mis formadores académicos quienes me brindaron los conocimientos para ser mejor persona y profesional.



Capítulo 2. Trabajo del módulo de economía de la empresa

2.1 Marco teórico

2.1.1 Contexto

En la actualidad, varios de los problemas más importantes que afectan a la humanidad y al planeta están relacionados con los alimentos. Por ejemplo, dos billones de personas sufren de problemas de obesidad, alrededor de 900 millones de personas no tienen suficiente para comer de manera regular, además un cuarto de los gases de efecto invernadero derivan de la producción de alimentos.

El problema más serio del sistema alimenticio es la industria ganadera que contribuye en diversos problemas globales como la crisis del cambio climático, deforestación, pérdida de biodiversidad, mover a poblaciones de sus tierras y aun así los gobiernos no están haciendo nada al respecto para controlar más a esta industria. Por otro lado, bancos y grandes corporaciones de inversión siguen financiando activamente a la ganadería. ("Meat Atlas 2021," 2021)

Frente a este panorama hay mucha gente y organizaciones que vienen trabajando en mejorar los sistemas alimenticios para volverlos más sostenibles y una de las soluciones que se propone que más beneficios tiene tanto para la salud como para el medioambiente son las dietas vegetales de alta calidad, además de ser algo que está al alcance de todos los consumidores, poder actuar independientemente de las decisiones que tomen los grupos políticos. Si la gente cambiara sus dietas a dietas basadas en alimentación vegetal, tendrían una vida mucho más sana y sin riesgos de sufrir enfermedades graves. Sin embargo, la gente desconoce que la alimentación que siempre han tenido no es la correcta y será un reto cambiar su forma de pensar e influenciarlos a hacer el cambio sostenible.

2.1.2 Problemática en la salud, medioambiente y por COVID-19

2.1.2.1 Problemática en la salud. Las dietas tradicionales basadas en consumo de carne o productos animales tienen una correlación directa con enfermedades crónicas debido a que la grasa animal se acumula en el cuerpo especialmente si tenemos una vida sedentaria.

En el 2050, se espera que la población de adultos mayores a 60 años se duplique y llegue a dos billones lo que será un reto para los sistemas de salud (UN Department of Economics and Social Affairs, 2013). Con la vejez se incrementa el riesgo de tener enfermedades crónicas como enfermedades cardiovasculares, diabetes de tipo 2, decadencia cognitiva, demencia y cáncer, todas las cuales requieren de tratamientos largos y costosos (Kahleova, Levin, & Barnard, 2021). Frente a esto la Organización Mundial de la Salud ha dicho que tres de los factores estrechamente ligados a estas enfermedades crónicas es el fumar, la falta de actividad física y dietas alimenticias pobres; sin embargo, si estos factores se controlaran a tiempo estarían disminuyendo el riesgo de contraer diabetes en un 80% (WHO, 2005). Las dietas bajas en consumo de frutas, vegetales, granos integrales

y por el contrario altas en consumo de carnes rojas y procesadas son los factores de muy alto riesgo y que con una nutrición apropiada podría ayudar a evitar al menos 50% de las muertes debido a problemas cardiovasculares (Afshin et al., 2019).

Las publicaciones académicas que estudian la relación entre diferentes tipos de dietas, especialmente las dietas vegetales, y la salud han aumentado en los últimos años. Estudios realizados demuestran que los hábitos nutricionales pobres están relacionados directamente con las enfermedades crónicas, a la vez que aumentan las probabilidades de muerte por enfermedades no comunicativas¹, como se ha demostrado en los estudios realizados a nivel mundial (Afshin et al., 2019).

En la literatura también hay diversos estudios que demuestran que el consumo de carnes rojas y procesadas incrementa el riesgo de tener enfermedades crónicas relacionadas con los riñones haciendo que la enfermedad avance más rápido para aquellos que ya la padecen (Joshi, Hashmi, Shah, & Kalantar-Zadeh, 2020).

Diversas publicaciones coinciden en que los cambios hacia dietas vegetales están creciendo debido a la relación que existe entre el consumo de carne con los efectos negativos en la salud, medioambiente y el bienestar animal (Clark & Bogdan, 2019) (Florian Wild & Marija Zunabovic, 2014) (Stehfest et al., 2009) Esta creciente concientización sobre la alimentación sostenible y saludable ha hecho que aumente el interés por las proteínas vegetales o la carne vegetal a nivel mundial (Florian Wild & Marija Zunabovic, 2014).

2.1.2.2 Problemática en el medio ambiente. Actualmente del total de tierra disponible para la agricultura, 80% es usada para la ganadería. Según la FAO la ganadería es de los problemas más urgentes a resolver porque está generando problemas medioambientales, incluyendo el calentamiento global, la degradación de la tierra, contaminación del agua y del aire, así como también la pérdida de biodiversidad por las tierras que se talan, en muchos casos ilegalmente, para la crianza de ganado.

Se estima que la industria del ganado genera 18% de los gases de efecto invernadero que se producen a nivel mundial, que es una cuota más alta que la producen todos los medios de transporte juntos. Tanto el sector de la agricultura y ganadería en conjunto representan 1/3 de las emisiones de gases invernaderos y se está haciendo muy poco para reducir este porcentaje a una cuota justa ("Meat Atlas 2021," 2021).

Los científicos nos han estado recordando por más de una década que una de las formas para reducir la temperatura global y proteger a la biodiversidad sería una dieta vegetal adecuada y ésta debería contener por lo menos 50% menos carne de lo que se está consumiendo actualmente en los países industrializados ("Meat Atlas 2021," 2021).

2.1.2.3 Problemática con el COVID-19. Si el cambio climático no ha sido una razón suficiente, el COVID-19 ha debido serlo porque el aumento de las zonas que se dedican a la agricultura y ganadería a costa de la naturaleza ha puesto al mundo entero en una emergencia sanitaria.

La Organización Mundial de la Salud ha estado recalando constantemente la amenaza de la zoonosis, que son las enfermedades infecciosas transmitidas por los animales y están estrechamente relacionadas con la producción industrial de carne y alimentos ("Meat Atlas 2021," 2021). Además durante la primera y segunda ola del Covid-19 los mataderos fueron focos de contagio en muchos países debido a las malas condiciones en las que se trabaja ("Meat Atlas 2021," 2021).

En China por ejemplo los consumidores de carnes y lácteos están buscando alternativas para estos productos, principalmente por seguridad alimentaria debido al aumento de enfermedades en los animales de granja y la gripe aviar ("China's 700 Million Young Consumers Key To Mainstream Alternative Protein, Report Says," 2021).

2.1.3 Barreras para el cambio de dieta

Existen algunas barreras que se mencionan en diversos estudios y que se deben de tomar en cuenta antes de plantear soluciones. Por ejemplo el estudio de Markowski (Markowski & Roxburgh, 2019) examinó porque el consumo de carne sigue siendo tan importante en la sociedad americana y se plantea que una de las razones más importantes para que muchas personas no se animen a cambiar a dietas vegetales aún está relacionada con el estigma de irrumpir con las convenciones sociales relacionadas con la alimentación, las cuales los no veganos creen que afectaría su vida social.

Otra barrera importante es que el influenciar en las dietas es un tema complejo debido a la variedad de ellas y los factores culturales adyacentes, es por eso que esta tarea requerirá de la cooperación de todos los agentes en el sistema alimenticio incluido políticas del gobierno dirigidas a cada sector del sistema de alimentación (Afshin et al., 2019).

Adicionalmente los consumidores que se plantean hacer un cambio en sus dietas también evalúan la disponibilidad, asequibilidad y dudas sensoriales que podrían afectar el futuro consumo de estas proteínas vegetales (Clark & Bogdan, 2019).

2.1.4 Planteamiento de soluciones

Frente a las barreras existentes se requerirá de esfuerzos coordinados entre todos los agentes de la cadena alimenticia, gobierno, productores, consumidores entre otros para mejorar la calidad de las dietas alimenticias.

Al conocerse que una de las barreras importantes son los estigmas sociales que se cree las dietas vegetales tendrían, se puede trabajar con ello para mejorar la eficacia con la que las iniciativas de salud alientan el consumo de vegetales y a reducir el consumo de carnes (Markowski & Roxburgh,

2019). Por ejemplo, también existe otro estudio que analizó la actitud de distintos adultos jóvenes en Europa sobre los términos vegetariano, vegano y dieta vegetal y el resultado muestra que hay una actitud más positiva con el último término porque le adjuntan un significado positivo en cuanto a la salud, protección de los animales y del medioambiente, saber esto puede ayudar para promover campañas de salud usando el término de dietas vegetales (Faber, Castellanos-Feijoo, Van de Sompel, Davydova, & Perez-Cueto, 2020).

Las autoridades deben encargarse de poner a disposición del público, el impacto de las carnes rojas en el medio ambiente y entrenar a los consumidores para que accedan a información de calidad, con fundamentos científicos (Vainio, 2019). Sin embargo, tampoco se debe esperar a que el gobierno empiece a hacer los cambios; iniciativas privadas o individuales podrían empezar a educar a la población para que tomen mejores decisiones con respecto a su alimentación en su día a día.

Con respecto a la accesibilidad de proteínas vegetales e insumos alimenticios de alta calidad, este tema presenta una gran oportunidad para que se creen soluciones innovadoras que pongan al alcance de toda la población estos insumos. Los cambios en los patrones de alimentación están generando una demanda creciente por alimentos sabrosos, saludables y que tengan un valor nutricional similar al de la carne (Florian Wild & Marija Zunabovic, 2014). Por ejemplo, las proteínas a base de vegetales como el tofu, el tempeh o el seitan contienen elevados valores de proteínas y pueden competir fácilmente con la carne o el pescado en términos de valor nutricional además que son fáciles de conseguir, asequibles y se pueden conservar por algún tiempo (Florian Wild & Marija Zunabovic, 2014). Algunos de los puntos a rescatar para que la demanda siga creciendo es enfocarse en los puntos que a la gente más le interesa y que son la salud, conveniencia, producción sostenible y amigable con los animales (Florian Wild & Marija Zunabovic, 2014).

2.1.5 Razones para optar por dietas vegetales

Los análisis demuestran que la salud personal y la ética con respecto al medio ambiente y a los animales juegan un rol importante en la decisión de consumir proteínas a base de plantas (Clark & Bogdan, 2019). La gente que tiene dietas vegetales es influenciada por fuentes científicas antes que por publicidad comercial (Vainio, 2019). Con esto se puede entender que la gente con las dietas vegetales se informa y se educa con material científico para tener el sustento cognitivo que les lleva a cambiar de dieta. También sería contrario pensar que las personas vegetarianas, veganas y con dietas vegetales tomen sus decisiones de alimentación como una moda social, por lo tanto, cualquier publicidad comercial o sin fundamento sólido no será la forma adecuada de motivar a los consumidores a cambiar de dieta.

Los motivos medio ambientales son otra de las razones que complementan una decisión de cambio de dieta, sin embargo, los fundamentos en estos casos están más asociados a las campañas

de publicidad y no tanto a documentos científicos (Vainio, 2019).

Con esto podemos deducir que para crear una base sólida para un cambio de dieta se debe recurrir a las motivaciones de salud y medioambientales las cuales deben ser por medio de publicaciones científicas sólidas y campañas de publicidad respectivamente.

2.1.6 Beneficios en la salud

- Estudios muestran los beneficios positivos de las dietas vegetarianas que se reflejan en una reducción de sufrir ataques cardíacos (-25%) y reducción de contraer cáncer en un (-8%). La dieta vegana puede reducir el riesgo (-15%) de cáncer (Dinu, Abbate, Gensini, Casini, & Sofi, 2017).
- Las dietas vegetales también influyen positivamente en mejorar el rendimiento de deportistas de alto rendimiento, se ha demostrado que la viscosidad de la sangre disminuye lo cual hace que la flexibilidad de las arterias aumente así como también la función endotelial y esto produce que mejore la oxigenación de la sangre (Barnard et al., 2019).
- Las dietas vegetales saludables tienden a mejorar las funciones del hígado y a disminuir el riesgo de que se generen enfermedades que afecten al mismo (Mazidi & Kengne, 2019).
- Las publicaciones científicas también indican que la medicina debería sugerir dietas vegetales para la prevención y tratamiento de enfermedades crónicas de los riñones (Joshi et al., 2020).
- Para las personas que sufren de inflamación de los intestinos el cambio a dietas vegetales ha producido excelentes resultados que ayudan a la flora intestinal y las consecuencias en la salud en general (Chiba, Ishii, & Komatsu, 2019).
- Las dietas a base de plantas también reducen el nivel de inflamación general en el cuerpo (Barnard et al., 2019).
- Las dietas vegetales son generalmente bien toleradas por el organismo y proveen las proteínas necesarias cuando la dieta es correcta (Joshi et al., 2020).
- Las dietas vegetales también tienen otros beneficios adicionales que sirven para mantener un peso adecuado, reducir la hipertensión, hiperfosfatemia, hiperfiltración, a su vez que disminuye el riesgo de mortalidad ligado a estas enfermedades cuando se padecen (Joshi et al., 2020).
- Los efectos de las dietas a base de plantas con respecto a las enfermedades cardiovasculares es que ayudan a reducir la concentración de lípidos, el peso corporal, la presión arterial e incluso se pueden revertir lesiones ateroscleróticas existentes (Barnard et al., 2019).
- El consumo de frutas y vegetales han demostrado ser de gran ayuda para reducir la acidez metabólica (Joshi et al., 2020).
- Las frutas y verduras también contienen altos niveles de antioxidantes lo que ayuda a que el cuerpo reduzca el estrés oxidativo (Barnard et al., 2019).

2.1.7 *Beneficios en el medio ambiente*

- Conservar más áreas naturales para volverlas a forestar y que se conviertan en el hábitat de toda la biodiversidad que se ha ido perdiendo. La revista de investigaciones científicas Proceedings of the National Academy of Sciences culpó a la industria ganadera por la pérdida del 70% de la población de mamíferos en el mundo.
- Reduciendo el consumo de carne, se estará dando un mensaje directo a la industria ganadera para disminuir la producción y consecuentemente también los Gases de Efecto Invernadero (GEI) de este sector disminuirían y esto tendría un efecto directo en el calentamiento global que se quiere no pase de 1.5°C.
- Se ayudaría a mejorar a disminuir la desigualdad, ya que la producción enriquece a las grandes industrias pero los más afectados son los campesinos que pierden sus tierras de cultivo. Los campesinos son los proveedores de alimentos para el 70% de la población y usan menos del 25% de recursos entre agua, suelo y combustibles. Por otro lado, la industria ganadera usa el 75% de los recursos agropecuarios y sólo produce alimento para el 30% de la población.
- Podría haber más agua para las poblaciones que más necesitan de este recurso. La ganadería usa 29% de toda el agua de la producción agrícola.
- La disminución en el consumo de carne ayudaría directamente a nuestra salud para reducir el riesgo de padecer de enfermedades no comunicativas como el cáncer, diabetes, enfermedades cancerígenas, la obesidad entre otras.

2.2 **Aplicación metodología Design Thinking**

2.2.1 *Usuario típico*

El público objetivo son personas profesionales que viven Shanghái y Dalian, incluidos los extranjeros, que se preocupan por tener una mejor alimentación, pero que les hace falta algunos recursos para hacerlo eficientemente.

a) **Edad**

Las edades del público objetivo están entre 20 y 50 años.

b) **Nacionalidades**

Chinos y extranjeros. Los entrevistados fueron sólo una muestra e incluyen nacionalidades de China, México, Italia, Colombia.

c) **Ubicación**

La población objetivo se ubica en China y cumple también con los parámetros de edad, nivel de instrucción y nivel sociocultural que se mencionan en esta sección de la investigación. Para la muestra se han entrevistado a participantes ubicados en Shanghái y en Dalian. En Shanghái por ser la capital económica de China se puede encontrar todo tipo de comunidades con intereses muy

variados. Dalian situado también en la costa de China, es considerada como el centro financiero del noreste de este país. En Shanghái, la comunidad de personas veganas es probablemente la más grande en todo el país, hay distintos eventos y ferias internacionales que se realizan en la ciudad como ProVeg donde se promocionan todos los productos saludables veganos nacionales e internacionales. Shanghái también está siendo la cuna para distintas empresas emergentes (startups) de proteína vegetal alternativa como Zrou, Haofood, HeroProtein, Starfield, entre otras; que están creciendo a velocidades agigantadas.

d) Nivel de instrucción

Las profesiones de las personas entrevistadas son Licenciado en Medicina, Diseñadora gráfica, Doctores en Ciencia de Materiales, Productora de películas, Contadora, Ingeniero Farmacéutico, Master en Administración de Negocios.

e) Nivel sociocultural

Clase media a alta, que es la población más creciente en China y la prevaeciente en Shanghái. La población de estatus medio alta tiene poder adquisitivo, debido a los elevados salarios que se justifican por el alto costo de vida en Shanghái. Esta ciudad tiene el coste de vida más alto en toda China.

Respecto a la población China viviendo en Shanghái, son profesionales jóvenes que en la mayoría de casos han estudiado en el extranjero maestrías y regresan a trabajar en las empresas top ubicadas en Shanghái. En el caso de los extranjeros, la mayoría son expatriados que vienen porque sus empresas los han traído a ellos y a sus familias. Este tipo de profesionales se preocupan por su salud, tienen los medios suficientes y la influencia de la sociedad para empezar a preocuparse por tener una alimentación sana.

f) Ocupación

Todas las ocupaciones están incluidas cuando pertenecen al estrato social previamente mencionado. Las ocupaciones de las personas entrevistadas son médico, gerentes de proyectos, amas de casa, empresarios, productora de cortos filmográficos y una directora de asociaciones.

g) Dietas

Las dietas del público objetivo pueden ser variadas pero debe haber un interés por querer siempre mejorar y alimentarse mucho mejor. Las personas entrevistadas tienen dietas variadas, algunas son veganas, otros vegetarianos flexibles², otros se alimentan balanceadamente pero incluyen carnes y otros por sus horarios ajetreados se alimentan cuando pueden y sin pensar mucho en lo que consumen.

h) Aspecto físico

Independientemente del aspecto físico todos pueden ser parte del público objetivo siempre y cuando haya un interés en mejorar su salud y niveles de energía en primer lugar. Una consecuencia adicional es que la persona mejorará su aspecto físico. El aspecto físico de las personas entrevistadas es desde aspecto atlético a contextura media. Ello está directamente relacionado con el tipo de alimentación que han venido siguiendo.

2.2.2 Mapa de empatía

El mapa de empatía es una herramienta de Design Thinking creada por Dave Gray que permite conocer a profundidad al público objetivo. Este mapa permite identificar con mayor detalle y da un panorama claro de las necesidades del público para más adelante poder diseñar una solución que se ajuste a resolver estas necesidades.

En base a la información recolectada en las encuestas se analizará a continuación lo que esta muestra piensa, siente, oye, dice, hace y ve.

a) Piensa

Los ocho encuestados para esta investigación, sin excepción, piensan que su alimentación está estrechamente relacionada con su salud. Seis de los entrevistados piensan que necesitan hacer un cambio urgente en su dieta para prevenir enfermedades y estar en mejor forma. Piensan que el consumo de dietas tradicionales que contienen carnes aumenta el riesgo de contraer enfermedades cardiovasculares.

b) Siente

Todos los entrevistados sienten que su alimentación es fundamental para su salud. Dos de las entrevistadas que siguen dietas veganas sienten que su alimentación es la base sobre la cual pueden trabajar el resto de metas para su vida. Su alimentación les da la energía y salud necesarias para mantener el resto de su vida equilibrada según lo mencionan.

Algunos de los entrevistados sienten que hay una presión social, por dietas sanas y por verse saludables especialmente en Shanghái donde la gente está muy consciente de la importancia de dietas vegetales que contengan todas las proteínas y nutrientes necesarios.

Con respecto a los motivos para cambiar de dieta, uno de los entrevistados siente que haría este cambio en primer lugar para prevenir la degradación del medioambiente, la mayoría lo haría principalmente para tener mayor vitalidad y evitar enfermedades a largo plazo, ya que algunos han sufrido la pérdida de algún familiar que sufrió de diabetes o enfermedades cardiovasculares y este tipo de enfermedades crónicas se produjeron por malas dietas. Una de las personas que ya consume dietas vegetales siente mucho el dolor que padecen los animales de granja solo para poder ser

consumidos por las personas, la compasión y la ética con respecto a los animales es su principal motor para haber cambiado de dieta.

c) Oye

Han oído que la ganadería está muy relacionada con algunos problemas medioambientales por las emisiones que se generan en esta industria. Todos los entrevistados también dijeron tener conocimiento que la ingesta de carne, especialmente en grandes cantidades y de animales criados en granjas, genera problemas a la salud. Las enfermedades mencionadas fueron colesterol, enfermedades cardiovasculares y diabetes.

Esto hace pensar que, si bien algo conocen sobre el tema, es información muy básica, de fuentes de internet que no les da un panorama completo de la gravedad del tema tanto en la salud como en el medioambiente.

d) Dice

La mayor parte de los entrevistados que planean hacer un cambio a dietas vegetales dicen que uno de los obstáculos más importantes es la falta de organización, luego encontrar recetas adecuadas ya que no sólo se trata de encontrar recetas tradicionales que reemplazan a la carne o lácteos por alternativas vegetales, sino deben encontrar dietas vegetales de alta calidad o balanceadas que sean sanas pero sobre todo deliciosas. Otros de los entrevistados dijeron que los productos veganos no son tan accesibles, los que se venden en China tienen precios excesivos.

e) Hace

Las entrevistadas que son veganas le dedican tiempo a planear su dieta semanal, comprar los alimentos y a cocinar por ellos mismos día a día o cocinando cada dos o tres días a la semana. Una de ellas dedica dos horas diarias a preparar su alimentación del día siguiente junto con su esposo. Las amas de casa cocinan a veces dietas vegetales y balanceadas y otras veces al no planear terminan comiendo comidas no muy saludables. Les falta organización para tener más constancia y variedad en la dieta.

Los vegetarianos flexibles encuestados cocinan de vez en cuando pero no hay una planeación de la dieta ni organización que les evite caer en alimentación inadecuada.

Una de las encuestadas sigue una dieta tradicional que incluye carnes pero sobre todo mariscos, verduras y muy pocos carbohidratos, esta persona no suele cocinar casi nunca y en el día a día suele almorzar en restaurantes.

El último grupo de encuestados, no planean su dieta, no se organizan aún para mejorar sus hábitos e incluso no se cuestionan lo que comen, se dejan llevar de los horarios, circunstancias y de lo que les apetece comer más de lo que les haga bien.

Una de las personas que sigue una dieta vegetal viene trabajando a través de su propia empresa para promocionar cortos filmográficos que educan a la gente sobre los beneficios de las dietas vegetales para la salud y también de cómo estas dietas pueden beneficiar de manera positiva a la conservación del planeta.

f) Ve

Todas las personas entrevistadas ven que amigos o conocidos están cambiando a dietas vegetales, y notan que estas personas se ven mucho más saludables, de buen humor y también son exitosas en lo que hacen. Uno de los entrevistados dijo percibir que las personas que han cambiado de dietas tienen un horario incluso más ocupado que el suyo pero se organizan tan bien que les da tiempo para tener un equilibrio entre su vida profesional y personal. Ellos ven que hay una tendencia a un cambio de dietas vegetales y no lo ven como algo extraño sino muy positivo en un plano personal y también medioambiental. Esta decisión tiene mucha coherencia con sus principios, creencias y valores por lo que tienen toda la motivación de hacerlo.

2.2.3 Mapa de experiencia de usuario (Customer Journey Map)

El mapa de experiencia del usuario permite ponerse en el lugar de la persona y capturar cada una de las etapas, interacciones, elementos por los que atraviesa la persona en un antes, durante y después del problema. En este caso se quiere saber el antes, durante y después al querer alimentarse con dietas vegetales de alta calidad.

a) Antes

Al tomar la decisión de agregar dietas vegetales en su dieta, el usuario que ya es vegano hace algún tiempo, se organiza anticipadamente, el viernes decide el plan de alimentación para la semana y hace la lista de compras, el sábado hace las compras y el domingo prepara los alimentos para toda la semana. Otras veces, cocinan por las noches para tener los alimentos listos para el día siguiente y poder llevarla a su trabajo.

En el caso de los que se alimentan intermitentemente con dietas vegetales, suelen hacerlo cuando tienen tiempo libre para cocinar, en ese momento buscan la receta, hacen las compras y luego cocinan, lo que suele ser una experiencia bastante larga y no muy eficiente, además mencionan que al no ser las proteínas vegetales algo que se encuentre fácilmente, les toma más tiempo buscar recetas con ingredientes que sean más accesibles. Además, después del esfuerzo no sienten que es algo que quieran repetir a menudo porque les toma mucho tiempo.

Las personas que quisieran cambiar de dieta tienden a pensar más en el esfuerzo que tomaría para ellos organizarse, buscar recetas de una dieta con la que no están familiarizados, informarse sobre las alternativas proteicas y donde conseguirlas. Por lo tanto, para que sea factible el

cambio de dieta deben primero realizar la tarea de informarse y organizarse para volverlo un hábito sostenible.

b) Durante

Cuando las personas han tomado la decisión de cocinar dietas saludables, en el caso de los que ya tienen más experiencia, requieren de menos tiempo, ya que tienen todos los alimentos listos, tienen las recetas a la mano y disfrutan del momento porque les resulta relajante, en ese momento del día se olvidan de otros problemas y están presentes, como lo comentan.

En el caso de los que no son tan constantes, también manifiestan que el momento que lo dedican a cocinar es muy agradable, sobre todo porque tienen en mente que están utilizando el tiempo en algo que beneficiara a su salud y a la de sus parejas o familia. Mencionaron que uno de los problemas es la creatividad porque al no conocer tanto de esta dieta, tienden a pasar mucho tiempo buscando recetas. También al estar decidiendo en el momento lo que van a cocinar deben estar chequeando constantemente en el supermercado online que los productos que necesitan estén disponible. Si luego de intentar algunas veces chequeando recetas y disponibilidad de productos no logran encontrar lo necesario para cocinar, suelen cocinar una dieta tradicional y posponer su dieta vegetal y alimentación saludable para otro día de la semana.

Para las personas que tiene la voluntad de cambiar de dieta pero aún no lo hacen, al momento de estar comiendo suelen sentir culpa por estar comiendo mal porque ven a sus amigos o a su entorno estar un poco más adelantados y que si tienen la disciplina y organización para poder hacerlo. En muchos casos suelen hacerles preguntas de cómo se organizan y en qué momento de la semana o del día se dedican a cocinar, porque al igual que ellos sus amigos también tienen vidas bastante rápidas pero la diferencia es que ellos si se dan el tiempo de seguir una dieta adecuada.

c) Después

Después de haber cocinado y comido, las personas veganas suelen sentir los beneficios en sus cuerpos inmediatamente, porque no se sienten pesadas y tienen más energía para continuar con sus actividades normalmente. Antes con dietas tradicionales altas en carnes y carbohidratos solían sentirse llenos y cansados inmediatamente después de comer por lo que su productividad bajaba y su enfoque y eficiencia también. Adicionalmente a esto tienen la satisfacción de haber hecho lo correcto para su cuerpo y se sienten positivos y contentos.

En el caso de los vegetarianos flexibles, no tan constantes, al terminar su experiencia de comer y alimentarse con dietas vegetales, comentan que inmediatamente después tienen la satisfacción de haberse alimentado sanamente y que están en el camino de verse mejor. Sienten también que deben mejorar su organización, buscar aplicaciones que les ayuden con las recetas y planear anticipadamente qué comer para que el hábito se vuelva más constante. Para hacer esto

ellos saben que requerirían dedicarle unas cuantas horas a la semana primero a investigar recetas y productos y luego organizar su plan de comidas. Sin embargo, posponen esta decisión porque no agendan con anticipación en su calendario que día quieren hacer eso y siempre se presentan cosas más urgentes y ya no pueden hacerlo.

Las personas que no suelen cocinar, después de reflexionar sobre su entorno y decidir que quieren ser más saludables, se dan cuenta que deben dedicarle tiempo a ver dónde pueden comprar los ingredientes, revisan algunas recetas en internet pero tampoco adoptan una perspectiva global que les permita adoptar este hábito a largo plazo. Deben organizarse mejor y planear por anticipado las horas que necesitan dedicarle a esta actividad dentro de su semana para que empiece a ser un hábito. Podrían valerse de la ayuda de amigos para compartir recetas o cocinar juntos para que sea algo que los comprometa a hacerlo, al menos al principio.

2.2.4 Alternativas de solución

2.2.4.1 Opción 1: Página web educativa. Esta página web proporcionaría noticias con la última información sobre las alternativas vegetales proteicas, productos vegetales que van saliendo al mercado como por ejemplo helados que no utilizan leche, yogures a base de leche de coco o almendras, panqueques instantáneos a base de harina de frejoles, *nuggets* o hamburguesas a base de vegetales, alternativas de huevo hechas también a base de otros vegetales, etc. La web también proporcionaría noticias sobre como las dietas vegetales puede ayudar a mitigar el cambio climático, en cuanto se estaría disminuyendo las emisiones verdes al consumir determinados productos o dietas. Noticias también sobre los beneficios de las dietas vegetales en la salud y testimonios de mejoras de enfermedades por cambios a dietas vegetales. Tendencias de como las comunidades o movimientos están creciendo a lo largo del mundo y más gente está cambiando su alimentación, habría la opción de que las personas se puedan unir a comunidades cerca de ellos. Empresas e innovaciones en nuevos productos completamente sanos. Restaurantes con dietas vegetales y con ingredientes de alta calidad.

a) Opción 1: Pros

- Ayudaría a educar a la población.
- Conocerían de más alternativas de productos nuevos que van saliendo al mercado como alternativas para carnes, lácteos, harinas refinadas, huevos.
- Podrían darse cuenta con mayor facilidad del impacto en la reducción de emisiones que tienen los productos.
- Facilitaría que las personas se puedan unir a comunidades que tengan los mismos objetivos y ganas de ser más saludables.

- Los testimonios de cambios positivos en la salud y energía harían que las personas se decidieran a probar nuevas dietas vegetales.

b) Opción 1: Contras

- Si bien la página web educa más a la gente y proporciona alternativas de alimentos vegetales, el problema principal de los entrevistados sigue siendo la falta de organización y esto no permite que el comer sano se vuelva un hábito duradero.
- Esta solución quizá sea más adecuada para una población que recién esté empezando a conocer de dietas vegetales y necesite educarse más para conocer los beneficios.

2.2.4.2 Opción 2: Feria de comida vegetal. En Shanghái las ferias son muy comunes, hay ferias siempre, grandes y pequeñas. A través de ferias se podría educar y promocionar alternativas de proteínas vegetales, todo tipo de productos con ingredientes sanos y vegetales. Las marcas de productos vegetales podrían traer todos sus productos para que el público se familiarice y sepan reconocer estas marcas al momento de comprarlas. También podría haber degustaciones de platos, bebidas, postres, alternativas de productos lácteos hechos a base de nueces, granos o frutas. Los restaurantes de comida vegetariana y vegana podrían tener sus puestos para vender comida y hacerse más conocidos y demostrar que la comida vegetal, al contrario de lo que muchos piensan, es muy deliciosa y variada.

a) Opción 2: Pros

- Vitrina para impulsar a todas las marcas y restaurantes de productos vegetales y 100% sanos
- Experiencia sensorial de nuevos platos y dietas saludables.
- Tener a la mano los productos y platos haría que muchas personas se animen a comprar ingredientes para intentar cocinar en casa.
- Conocerían a nuevas personas que están en distintas partes en el camino de su alimentación vegetal, personas que llevan años, otros que recién van empezando y algunos que se están animando a probar.

b) Opción 2: Contras

- Debido al COVID-19, aún existen prohibiciones por parte del gobierno para reuniones públicas.
- Deberían ser varias ferias a lo largo del año para conectar a productores y clientes para se anime a consumir productos saludables.
- Requiere de mucha logística y permisos especiales preparar todo el evento.

2.2.4.3 Opción 3: Aplicación con recetas y supermercado online. En esta aplicación se podrían encontrar una variedad de recetas vegetales balanceadas y nutritivas para desayunos, almuerzos, cenas, snack, días festivos que usen alternativas de proteínas animales y alternativas de

lácteos y huevos en todas las recetas. Al momento de estar viendo las recetas se podría ver los ingredientes y dándole clic a estos puede llevarlos a las opciones que proporciona el supermercado para ponerlas directamente en el carrito de compras. Al elegir los productos a comprar la aplicación también mostraría la huella de carbono que se ha generado al producir este producto en toda la cadena de suministros. Así al final de la compra la persona sabrá cuantas emisiones de GEI o huella de carbono tiene su compra o en cuanto está contribuyendo a disminuir el calentamiento global. Se puede seleccionar también las recetas y guardarlas de acuerdo al día en que se quiere preparar. La aplicación también ofrecería algunas opciones de platos que estén listos para consumir.

a) Opción 3: Pros

- Es una opción tres en uno que volverá todo el proceso de planificar las dietas mucho más efectivo.
- Habrá muchas más probabilidades de las personas lleguen a cocinar dietas más vegetales
- Brinda la facilidad de que en caso no tener tiempo de cocinar se pueda pedir algunas de los platos listos para consumir.
- Sería una plataforma para que todas marcas, grandes y pequeñas, de alimentos vegetales se exhiban, fortalezcan sus marcas y logren concretar más ventas.
- Las personas no requerirán tanto tiempo al tener que buscar los ingredientes en otras plataformas porque todo estará integrado.
- La falta de creatividad ya no sería más un problema porque será muy fácil inspirarse o elegir una receta.
- El sistema de compras online y de reparto a domicilio está muy desarrollado en China, lo que facilitará poder adaptarlo fácilmente a la aplicación.

b) Opción 3: Contras

- La implementación tomaría cierto tiempo para poder conectar todos los productores en una plataforma que funcione como supermercado.
- Tener la variedad de productos disponibles de acuerdo a las recetas.
- La compra sería online como la mayoría de compras en China pero tendría que haber un monto mínimo de compra y quizá esto desanime a los consumidores.
- Conectar con alguna cadena de distribución ya existente que pueda hacer los repartos.
- Cuidado especial en la frescura de los ingredientes de los platos listos para comer.

2.2.4.4 Opción elegida. La solución 3 puede ser la más factible para satisfacer las necesidades de todos los entrevistados, tanto como los que tienen experiencia llevando una alimentación a base de platos vegetales porque les será muy útil para ver las recetas y hacer las compras directamente, como para los vegetarianos flexibles que están aprendiendo a organizarse en

planear su alimentación para hacerla más eficiente y también para las personas que recién están conociendo las dietas vegetales y no saben que platos cocinar o que ingredientes podrían usar.

La solución 2, sobre las ferias gastronómicas, es también factible para dar a conocer las dietas vegetales, para promocionar nuevos productos, sin embargo, no estaría ayudando a los participantes de manera rápida en organizarse y tener a la mano las recetas y productos en el momento que lo necesitan. La solución 1, referida a la página web ayudaría a educar a la población sobre dietas vegetales, sobre todo a aquellos que aún no tienen conocimientos en la materia. Para las personas que ya conocen y quieren saber que es lo último en el mercado de productos vegetales también sería muy útil pero quizá no sea la solución más adecuada para todo el público entrevistado que lo que buscan es una solución que les ayude en el día a día y en la planificación.

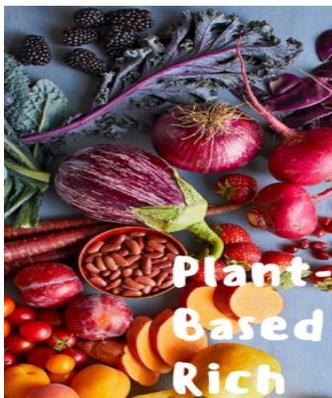
2.2.5 *Diseño de solución*

2.2.5.1 Prototipo. El prototipo elegido para desarrollar es una aplicación que ayudará a todos los usuarios a facilitar la planificación de dietas vegetales. La aplicación los ayudará a organizarse mejor y hará el proceso de compra más efectivo al poder comprar en la misma aplicación, también podrán comprar platos listos y podrán ver la huella de carbono de las compras que realicen. Es una aplicación completamente innovadora no sólo para dietas vegetales porque podrán conectar las recetas, con las compras y la medición de las huellas de carbono. La aplicación en sí al ser de un uso bastante sencillo y eficiente podría animar a usuarios tradicionales a probar dietas vegetales que a la larga se vuelvan algo regular en su alimentación. A continuación, se verán las funciones de la aplicación con cada pantallazo:

2.2.5.1.1 *Página de entrada a la aplicación y el repertorio de recetas.* En el repertorio de recetas las personas podrán encontrar y filtrar recetas de acuerdo a ingredientes o etiquetas como desayuno, almuerzo, cena, postres, etc. Todas las recetas son veganas y con ingredientes de alta calidad u orgánicos, no contienen azúcares, ni ningún tipo de grasas saturadas.

Figura 1

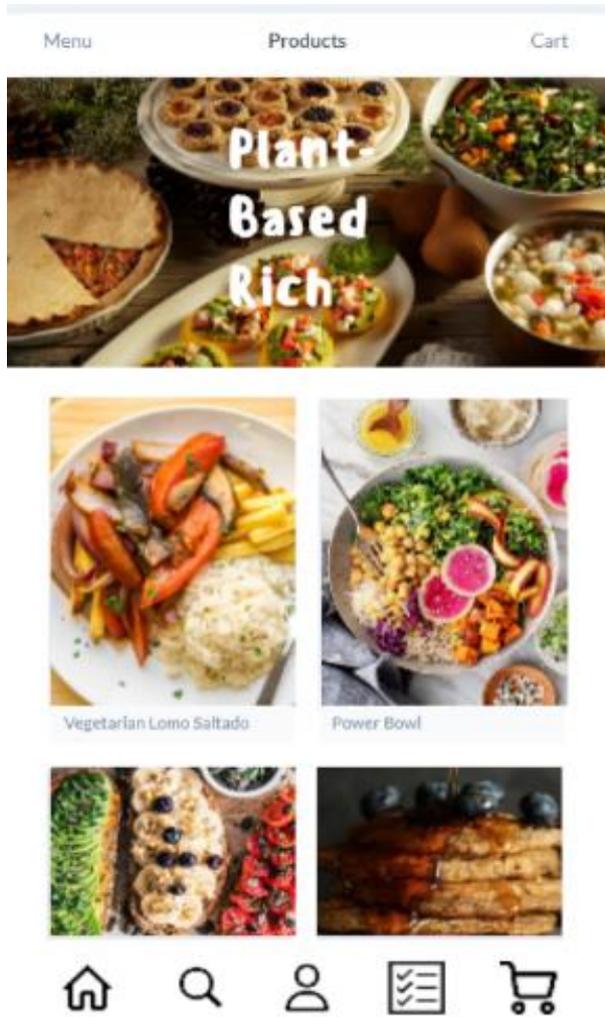
Pantalla de inicio



Nota. Elaboración propia

Figura 2

Opciones de la aplicación



Nota. Elaboración propia

2.2.5.1.2 Recetas y lista de compras. Al seleccionar la receta se podrá ver la descripción de la misma, así como también los ingredientes y las cantidades. Se muestran casilleros a la izquierda de los ingredientes que se pueden seleccionar en caso que se quiera comprar, luego la aplicación mostrará las opciones que tiene el supermercado para ese ingrediente, junto con las cantidades y el costo y la huella de carbono de cada producto. Se podrá seleccionar una o más opciones y luego volver a la receta original a seguir seleccionando más ingredientes. También se podrían comprar ingredientes de otras recetas o simplemente algún otro ingrediente que no incluyan estas.

Figura 3

Lista de ingredientes



Ingredients:

- 4 Portobello mushrooms
- 1 Tomatoes
- 1/2 Onion
- 2 Potatos
- 1 cup of rice
- 1 tsp salt
- 3 tsp soy sauce
- Fresh parsley



Nota. Elaboración propia

Figura 4

Lista de compras



Ingredients:

- 4 Portobello mushrooms

<input type="radio"/>		300g Portobello mushrooms Origin: Shanxi ¥ 15.3	5g
<input checked="" type="radio"/>		200g Organic portobello mushrooms Origin: Henan ¥ 17.8	2g
<input type="radio"/>		400g Stuffed Portobello mushrooms Origin: Shanghai ¥ 42.7	9g



Nota. Elaboración propia

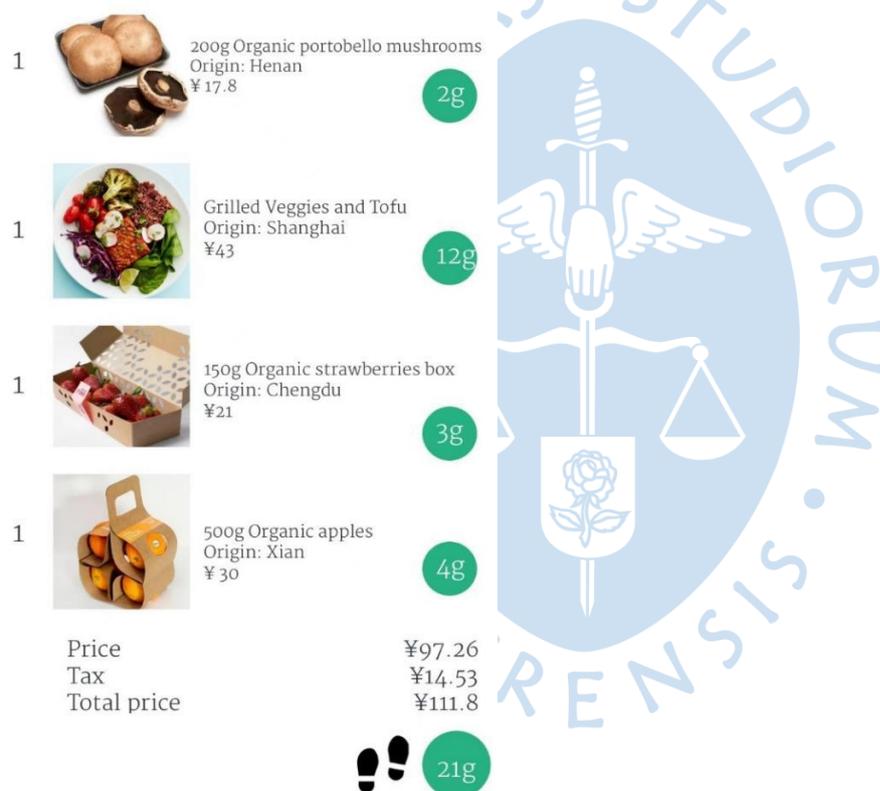
2.2.5.1.3 Pago y huella de carbono total. Una vez que se eligieron todos los productos a comprar, la página mostrará la lista de ítems, el costo unitario, la huella carbono por producto, así como también el monto total a pagar y la huella total. En un futuro se podría hacer un sistema donde las huellas de carbono se puedan compartir en los momentos sociales como suele hacerse en China, y también cuanto menos sean las huellas de los productos que elijan podría haber premios para canjear.

Figura 5

Huella total de carbono

Karla - 1587284941

Address: Dalian, Huahai Middle Road 125



Nota. Elaboración propia

2.2.6 Validación de resultados

Para validar el resultado del prototipo, ha sido necesario testear el funcionamiento de la aplicación con los entrevistados para ver si de esta forma se estaba resolviendo el problema de que más personas puedan incluir dietas vegetales en su alimentación. Se ha querido saber la utilidad, sugerencias y dudas que les ha traído el uso de la aplicación.

La reacción general del grupo fue que es una aplicación muy innovadora porque dado el contexto de China donde las compras online ya existían y donde la logística es muy buena, el combinarlo con recetas y que de las recetas se puedan seleccionar los productos a comprar hace que sea muy efectivo que las personas puedan planear su alimentación. Les pareció una propuesta innovadora y sencilla de usar que sin duda les ahorrará tiempo.

En el caso de las entrevistadas que ya han adoptado las dietas vegetales y para las cuales es una prioridad cuidar su alimentación y planificarla con anticipación para no tener que salirse de la dieta por no tener en el hogar alimentos sanos, la aplicación les ha parecido bastante útil porque recoge necesidades que ellas ya tenían pero que resolvían a su manera. Ahora pueden elegir sus recetas para la semana, ver que productos les falta, hacer la compra y ya tienen todo listo para empezar a preparar sus alimentos. Han mencionado que les ayudaría a ahorrar un 30% del tiempo que pasaban eligiendo recetas de la web, luego anotando lo que necesitaran comprar y luego ir a la aplicación del supermercado a elegir uno a uno los ingredientes a comprar. Las entrevistadas sugirieron que cada receta podría mostrar el valor nutricional total de la receta y de la de los platos listos para que pudieran tener una información más completa de lo que consumen. Ellas también preguntaron cuál sería el tiempo de reparto de alimentos y podría ser el tiempo promedio de los supermercados, entre media hora y una hora.

El grupo de los entrevistados vegetarianos flexibles reaccionaron también positivamente porque ellos ya tienen la voluntad de cambiar de dieta, sin embargo, no tienen la habilidad de organizarse bien. Al enviárseles el prototipo de la aplicación pudieron darse cuenta que podían elegir todo tipo de recetas, agregarlas a los días de la semana donde planeaban cocinarlas y así tener una visión general de lo que sería su alimentación durante la semana y prepararse adecuadamente comprando los alimentos necesarios. Ellos sugirieron que constantemente se añadan más recetas nuevas a la aplicación y que también ellos mismos pudieran subir recetas que no están en la aplicación, donde pudieran elegir los ingredientes para comprar, una sección donde cada usuario pueda guardar las recetas que más le gustan y añadir las suyas propias para en momentos donde no quieren pasar tiempo viendo recetas puedan acudir a recetas que ya conocen y sólo hacer las compras de los ingredientes que necesitan.

Finalmente, el grupo de los entrevistados que suelen comer casi siempre en restaurantes y que no planifican su alimentación pero tienen la voluntad de introducir más dietas vegetales saludables a su alimentación probaron el prototipo de aplicación y el valor para ellos es muy alto, porque la aplicación es la herramienta que necesitaban para acabar con la procrastinación, ya que la aplicación les da la ventaja de la accesibilidad de productos y la compra inmediata. Ahora su trabajo de planificar su alimentación saludable sería más divertido y eficaz en lugar de una tarea tediosa de

realizar porque sólo deben abrir la aplicación, ver todas las fotos, darle clic a la receta más apetitosa, leer rápidamente la descripción e ingredientes, guardarla en el día que quieran cocinarla, elegir los ingredientes a comprar, pagar y esperar a que los productos lleguen para poder empezar a cocinar. Incluso mencionaron que el ver recetas es una actividad relajante ya que pueden ver recetas y elegir sus favoritas durante distintos momentos del día. Ellos sugirieron que las recetas además de tener descripción podrían tener un video en segundos o minutos porque se les hace mucho más entretenido ir cocinando mientras alguien cocina o les dice la receta y les muestran los pasos de lo que tienen que hacer.



Conclusiones

Esta investigación presenta el caso de como las dietas vegetales podrían ayudar a mejorar diferentes problemas por los que está atravesando la humanidad y el medioambiente. La alimentación tradicional donde se consumen productos animales por el simple placer de comer pero sin tener en cuenta los efectos en la salud, está causando en el mundo problemas de sobrepeso enfermedades crónicas como la diabetes, enfermedades cardiovasculares, al hígado y a los riñones, entre otras. Tanto la obesidad como las enfermedades crónicas se podrían evitar con un cambio de alimentación e incluso las personas que ya padecen de estas enfermedades podrían mejorar y disminuir el riesgo de muerte al insertar en su alimentación dietas vegetales de alta calidad.

La industria ganadera que es la que produce la mayor cantidad de gases de efecto invernadero, ganándole incluso a las emisiones de todos los medios de transporte juntos y por lo tanto es de los problemas más importantes a resolver. En muchos casos se incurre en la deforestación ilegal para ampliar las granjas, al talar en áreas prohibidas también está acabando con la biodiversidad que habitaba en esas zonas. Además de los problemas con la salud y el medioambiente, también está el trato no ético que reciben los animales.

Por lo tanto, esta investigación quiere proponer una solución que esté al alcance de todas las personas y es decidir conscientemente lo que consumimos para nuestra salud, por el medioambiente y los animales. Esta es la única manera de que la industria ganadera disminuya su actividad, ya que los gobiernos no están haciendo nada y por el contrario grandes grupos financieros siguen invirtiendo para que la industria ganadera se expanda a costa de la ignorancia y malas decisiones de los consumidores.

Este estudio tiene como objetivo utilizar Design Thinking para diseñar una solución que pueda ayudar a más personas a añadir dietas vegetales a su alimentación. Para esto se entrevistó al azar a ocho personas para que comentaran si sabían a que se referían las dietas vegetales y que pensaban de ellas. Todas las personas entrevistadas sabían ya de las dietas vegetales y los beneficios que tienen para la salud y el medioambiente, algunos de ellos ya habían implementado las dietas vegetales hace algún tiempo, otros lo hacen de vez en cuando y otros sólo planeaban hacerlo pero sin contar con un plan para ello. Las mayores limitaciones para los que no son veganos, o no lo son del todo, es que decían no tener mucha creatividad para cocinar dietas vegetales, no saber cómo organizarse y no conseguir insumos con facilidad.

Se propuso tres soluciones que iban desde una web donde se publicaría todo sobre nuevos ingredientes como proteínas vegetales, productos alternativos a lácteos como helados hechos con leche vegetal, huevos hechos a base de legumbres y vegetales y todo tipo de productos novedosos para dietas vegetales. Además esa web serviría para que comunidades de gente alrededor del mundo pudieran organizarse, conectarse y compartir sobre dietas saludables. La segunda solución propuesta

era hacer ferias gastronómicas donde la gente pudiera degustar distintos platos veganos, conocer de distintos tipos de productos como proteínas alternativas vegetales, alternativas para lácteos y alternativas para harinas refinadas. Los restaurantes también podrían haberse unido para dar a conocer más de ellos y sobre todo demostrar que las dietas vegetales al contrario de lo que muchas personas pueden pensar, no son aburridas, ni repetitivas. Por el contrario, son muy variadas y llenas de sabor. La tercera solución consistió en una aplicación que proporcione recetas de dietas vegetales para desayuno, almuerzos, cenas, merienda, postres, días festivos, entre otras. Cada receta mostraría la lista de ingredientes y las personas podrían elegir los productos que les hace falta comprar, ponerlos en el carrito de compras, ya que la aplicación estaría ligada a un supermercado, que podría hacer el reparto a domicilio y a su vez el supermercado vendería platos vegetarianos o veganos ya preparados. La aplicación también permitiría ver el número de emisiones de carbono de cada producto, lo que hace que el cliente sea consciente de las emisiones que está generando su compra.

La solución que se eligió para desarrollar el prototipo es la número 3 porque ayuda a resolver eficazmente los problemas mencionados por los encuestados, que eran faltos de creatividad, organización y accesibilidad de productos.

Al validar el prototipo con los encuestados, a pesar de que todos estaban en distintas etapas de la adaptación de dietas vegetales, la reacción fue positiva porque la aplicación ayudaría incluso a las personas que ya consumían dietas vegetales y tenían la disciplina de seguir un proceso. Ellas mencionaron que el tiempo que le dedican a la planificación de sus dietas se vería reducida en un 30%; para los demás encuestados el impacto es aún mayor porque podrán tener un plan de comidas para toda su semana y podrán hacer las comprar inmediatamente, sin tener que buscar uno por uno los ingredientes en otras aplicaciones. Las sugerencias que los participantes dieron fueron también muy valiosas y se podrían usar para mejorar la aplicación y hacerla más eficiente. Por ejemplo, poner el valor nutricional de las recetas y los platos listos que se venden, que se puedan guardar las recetas favoritas y también que se pudieran añadir recetas que no estuvieran en la aplicación para uso personal teniendo algo similar a una librería con todas las mejores recetas donde la gente pueda acudir rápidamente cuando no tienen tiempo de elegir de todas las recetas de la aplicación. Otra sugerencia fue que las recetas pudieran tener videos de la preparación, que guíen a los menos expertos y también para hacer a la aplicación más entretenida.

El prototipo que se creó usando Design Thinking para evaluar las necesidades de la muestra ha funcionado muy bien porque realmente logró satisfacer las necesidades de los entrevistados y ayudar para que las personas empiecen a adoptar las dietas vegetales o que incrementen las raciones de dietas vegetales a la semana o que el proceso se vuelva más eficiente y ahorre tiempo a las personas que ya tenían dietas veganas.

Notas a pie de página

- ¹ Las enfermedades no comunicativas son las enfermedades que no se transmiten de personas a persona, como son las enfermedades cardiacas, la mayoría de tipos de cáncer, diabetes, enfermedades crónicas de los riñones, Alzheimer, cataratas, entre otras.
- ² Los vegetarianos flexibles tienen una alimentación mayormente vegetariana, pero de vez en cuando y especialmente en eventos sociales suelen consumir alimentos de origen animal.





Lista de referencias

- Afshin, A., Sur, P. J., Fay, K. A., Cornaby, L., Ferrara, G., Salama, J. S., Murray, C. J. L. (2019). Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *The Lancet*, 393(10184), 1958-1972. doi: 10.1016/s0140-6736(19)30041-8
- Barnard, N. D., Goldman, D. M., Loomis, J. F., Kahleova, H., Levin, S. M., Neabore, S., & Batts, T. C. (2019). Plant-Based Diets for Cardiovascular Safety and Performance in Endurance Sports. *Nutrients*, 11(1). doi: 10.3390/nu11010130
- Clark, L. F., & Bogdan, A.-M. (2019). The Role of Plant-Based Foods in Canadian Diets: A Survey Examining Food Choices, Motivations and Dietary Identity. *Journal of Food Products Marketing*, 25(4), 355-377. doi: 10.1080/10454446.2019.1566806
- Chiba, M., Ishii, H., & Komatsu, M. (2019). Recommendation of plant-based diets for inflammatory bowel disease. *Transl Pediatr*, 8(1), 23-27. doi: 10.21037/tp.2018.12.02
- China's 700 Million Young Consumers Key To Mainstream Alternative Protein*, Report Says. (2021). Green Queen.
- Dinu, M., Abbate, R., Gensini, G. F., Casini, A., & Sofi, F. (2017). Vegetarian, vegan diets and multiple health outcomes: A systematic review with meta-analysis of observational studies. *Crit Rev Food Sci Nutr*, 57(17), 3640-3649. doi: 10.1080/10408398.2016.1138447
- Faber, I., Castellanos-Feijoo, N. A., Van de Sompel, L., Davydova, A., & Perez-Cueto, F. J. A. (2020). Attitudes and knowledge towards plant-based diets of young adults across four European countries. Exploratory survey. *Appetite*, 145, 104498. doi: 10.1016/j.appet.2019.104498
- Florian Wild, M. C., Anke M. Janssen, Adriaan P.W. Kole,, & Marija Zunabovic, K. J. D. (2014). The evolution of a plant-based alternative to meat. *Agro FOOD Industry Hi Tech*, vol 25(1).
- Joshi, S., Hashmi, S., Shah, S., & Kalantar-Zadeh, K. (2020). Plant-based diets for prevention and management of chronic kidney disease. *Curr Opin Nephrol Hypertens*, 29(1), 16-21. doi: 10.1097/MNH.0000000000000574
- Kahleova, H., Levin, S., & Barnard, N. D. (2021). Plant-Based Diets for Healthy Aging. *J Am Coll Nutr*, 40(5), 478-479. doi: 10.1080/07315724.2020.1790442
- Markowski, K. L., & Roxburgh, S. (2019). "If I became a vegan, my family and friends would hate me:" Anticipating vegan stigma as a barrier to plant-based diets. *Appetite*, 135, 1-9. doi: 10.1016/j.appet.2018.12.040
- Mazidi, M., & Kengne, A. P. (2019). Higher adherence to plant-based diets are associated with lower likelihood of fatty liver. *Clin Nutr*, 38(4), 1672-1677. doi: 10.1016/j.clnu.2018.08.010 *Meat Atlas 2021*. (2021). Heinrich Boll Stiftung, Friends of the Earth Europe.

- Stehfest, E., Bouwman, L., van Vuuren, D. P., den Elzen, M. G. J., Eickhout, B., & Kabat, P. (2009). Climate benefits of changing diet. *Climatic Change*, 95(1-2), 83-102. doi: 10.1007/s10584-008-9534-6
- UN Department of Economics and Social Affairs, P. D. (2013). *World Population Ageing 2013*.
- Vainio, A. (2019). How consumers of meat-based and plant-based diets attend to scientific and commercial information sources: Eating motives, the need for cognition and ability to evaluate information. *Appetite*, 138, 72-79. doi: 10.1016/j.appet.2019.03.017
- WHO. (2005). *Preventing Chronic Diseases: a vital investment*. Geneva, Switzerland.



Apéndices





Apéndice A. Entrevista Sergio Rea

PERSONA.MAPEAR/CLIENTE

PROYECTO _____ FECHA _____
DISEÑADO POR _____ VERSIÓN _____

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?
¿cuál es su trabajo?
¿cuál es su nivel cultural?
¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

Edad: 27 años
Familia: Soltero. Padres casados, tengo un hermano
Trabajo: Soy Quiropráctico, actualmente me desempeño como gerente regional en Shanghai, y a su vez soy el director educativo
Nivel Cultural: Bachelor Chiropractic
Círculo Cercano: Tiendo a ser una persona un poco solitario, pero si tuviera una emergencia, creo que mi hermano sería la persona To-go

Sergio Giovanni Rea Sanchez
Edad: 27
Nacido: Mexico
Vive: China, Shanghai



NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Necesidades:
Desarrollarme profesionalmente
Volverme Socio Share holder de la compañía
Estar en forma
Invertir en stocks
Una pareja, (si no llega, its algo ok)
Tener vacaciones
Ir a Mexico a ver a mi familia
Aprender mas Idiomas

Motivaciones:
Volverme el Quiropráctico #1 en Shanghai
Conseguir Pasivos en mi cuenta bancaria
Tener mas tiempo libre para dedicarme a lo que me gusta
Ser un mejor ser humano
Ser un hijo ejemplar para mis padres y un ejemplo para mi hermano

Mi trabajo me pone en constante contacto con personas sumamente exitosas, quienes tienen una vida cómoda, son políglotas, han llevado muy bien su vida con un estilo fitness y tienen un cuerpo bien moldeado, además de algunos ser vegetarianos.

Eso me lleva a pensar que para cuando cumpla su edad puedo tener las mismas oportunidades laborales.

Profesionalmente:
En el próximo año quiero convertirme en share-holder de la compañía para la que actualmente trabajo, de lo contrario con los ahorros de los últimos tres años regresar a Mexico y comenzar mi propia compañía.
Familiar:
Quisiera encontrar una pareja que comparta mi visión, comprenda mi horario cambiante y acompañe en los momentos difíciles.
Físico:
Quiero desarrollar un cuerpo atlético, con buen porcentaje de masa muscular bajo porcentaje graso, trato de llevar una dieta basada en mi índice calórico por las demandas de mi trabajo no me permiten cumplir con los horarios establecidos, a veces no tengo tiempo de cocinar comida decente para llevar a la oficina, por lo cual me apoyo en comida a domicilio y aunque es de bajo aporte calórico, por comodidad lo consumo, se que las proteínas de origen animal (de alta calidad) son la mejor manera de adquirir los nutrientes necesarios para mis metas. Podría invertir en alguien que cocine para mí, pero por terco no quiero gastar en algo que yo mismo puedo hacer.
Personalmente:
Vivo en un constante estrés, duermo en promedio 5-6hrs diarias, por la carga de trabajo, como una o dos veces por día.

Disenado por: ThinkersC®
"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
| Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus afiliados. Todos los derechos reservados |

DESIGNPEDIA™ ThinkersC®
WWW.DESIGNPEDIA.INFO WWW.THINKERSCO.COM

Nota. Elaboración propia

Apéndice B. Entrevista Matteo Ciprian

PERSONA. MAPEAR/CLIENTE

PROYECTO _____
DISEÑADO POR _____

FECHA _____
VERSIÓN _____

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?
¿cuál es su trabajo?
¿cuál es su nivel cultural?
¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

Edad: 35 años
Vive en China hacer 7 años
Familia: Está casado y vive con su esposa en Dalian, China, aún no tienen hijos. Sus padres y hermano menor viven en Italia
Trabajo: Project Manager in an Italian pharmaceutical company
Nivel Cultural: PhD. in Material Science and engineering
Ha vivido en Italia, Australia y ahora China.
Circulo Cercano: Su esposa, sus amigos extranjeron en Dalian, su hermano y padres y sus compañeros de trabajo.

- Profesionalmente: Acaba de empezar a trabajar en la empresa Farmaceutica Italiana, es nuevo en el mundo laboral. Antes estubo haciendo un postdoc en una Universidad de Shanghai y anteriormente hizo un doctorado. Esta muy enfocado en aprender lo máximo que pueda para ponerse al día con sus compañeros de trabajo.
- Se define a si mismo como entusiasta, cat lover, passionate and risk taker
- Su hobby es ver series en netflix y ama ver animés
- Aspecto Familiar: Planea extender su familia muy pronto
- Aspecto Físico: Con el trabajo que tienen, no le da tiempo a ejercitarse como quisiera porque pasa 3 horas en el transporte diario. En su casa come sano porque su esposa tiene tiempo de cocinar pero en el trabajo. Sin embargo, en el trabajo debe comer la comida que le proveen que es alta en aceites saturados y poco valor nutricional.
- Se le hace muy difícil no comer carne en el trabajo porque le dan la comida ya preparada y toda lleva carne.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?
MOMENTO / ESCENARIO

Matteo Ciprian
Edad: 35 años
Nacido en Italia
Vive: China, Dalian



NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Necesidades:
- Desarrollarse profesionalmente
- Adaptarse a la nueva ciudad donde vive, a sus colegas del trabajo y también a su nuevo círculo de amistades
- Quiere estar en forma y saludable
- Le gustaría que hubieran más lugares alrededor de su trabajo que venden comida sin carne o cocinar en casa para llevar.
- Le gustaría añadir más comidas vegetales de alta calidad porque quiere estar en forma y saludable. Sin embargo, actualmente no piensa que cambiarse completamente a una dieta vegetal porque le gusta consumir carne.

Motivaciones:
- Que le vaya muy bien en su trabajo donde le pagan muy bien
- Construir una familia solida junto a su esposa
- Ser padre pronto

Escenario Descrito:
- Profesional joven, con alto nivel de instrucción, le gusta la vida en China.
- Casado 2 años
- Es nuevo trabajando para una empresa, está en una ciudad nueva, en un trabajo nuevo, donde tiene que transportarse 3 horas diarias. Esta contento con su salario pero implica un gran sacrificio para el levantarse todos los días a las 5:30am para prepararse y tomar el bus de la empresa a las 6am.
- No tiene tiempo para ejercitarse ni tiene las posibilidades de comer sano en el trabajo.
- Tiene conocimiento de que comer carne no es lo mejor para su salud y recientemente ha empezado a disminuir la cantidad que consume y también algunas comidas son sólo vegetales.
- También sabe como funciona la industria ganadera, los efectos en el medio ambiente y como son tratados los animales. Sin embargo la decisión más fuerte para que esté disminuyendo su consumo de grasa es su salud.

Diseñado por: Thinkers Co.
"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
[Copyright © 2015 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus afiliados. Todos los derechos reservados]

DESIGNPEDIA™ ThinkersCO®
WWW.DESIGNPEDIA.INFO WWW.THINKERSCO.COM

Nota. Elaboración propia

Apéndice C. Entrevista Suskita Su

PERSONA.

PROYECTO

FECHA

DISEÑADO POR

VERSIÓN

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?
 ¿cuál es su trabajo?
 ¿cuál es su nivel cultural?
 ¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

Edad: 33 años
 Estado: Soltera
 Vive en Shanghai, China
 Profesión: Fotógrafa, filmmaker and producer
 Familia: no tiene familia en Shanghai
 Trabajo: Founder of Suskita Productions and also teaches qigong and meditation
 Círculo Cercano: amigos y compañera de piso
 La inspiró la bióloga Jane Goodall y su maestro de meditación CordyKet.

- Profesionalmente: Se dedica a su empresa, donde hace videos para concientizar que las dietas vegetales son deliciosas y tienen impacto positivo en el medio ambiente.
 - Se define a si mismo como I am that I am sin palabras que la definan como algo en específico, de esa forma puede ser flexible consigo misma. Por ejemplo no se llama vegana a si misma porque cuando esta en eventos sociales y no puede comer algo, puede consumir alimentos vegetarianos. También entiende que hay momentos en la vida donde a pesar de la meditación puede estar de mal humor y esta bien para ella porque la vida se trata de caer y volver a empezar.
 - Decidió empezar a ser vegana desde el 1ro de Enero porque después de meditar mucho su cuerpo y su corazón se sensibilizaron y empezaron a sentir el dolor porque el pasan los animales criados para consumo humano.
 - Las dietas vegetales son mucho más divertidas y emocionantes.
 - Su hobby es ver cocinar comida vegana para ella y su flatmate
 - Aspecto Físico: Esta en forma, va al gimnasio regularmente . Tiene una dieta a base de plantas de alta calidad porque cocina ella misma sus comidas.
 Esta muy satisfecha con su vida.

Nombre: Xiaofang Su
 Nickname: Suskita
 Edad: 33 años
 Nacida: China, Fujian
 Vive: China, Shanghai



NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Necesidades:
 - Ella no quiere que ningún animal sufra una vida entera para luego ser comido por ella.
 -Ella quiere estar saludable y feliz, vivir positivamente para que quizá 20 años más tarde, cuando la gente le pregunte porque es tan energética, ella diga orgullosamente que se debe a haber elegido dietas vegetales.

Motivaciones:
 - Su meta en la vida es usar la fotografía, la producción de videos y storytelling para transmitirle a muchas más personas que las dietas vegetales son buenas para sus corazones, medioambiente y para el bienestar de los animales.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?

MOMENTO / ESCENARIO

Escenario Descrito:
 -Suskita es una joven empresaria positiva, saludable física y mentalmente que decidió tomar las riendas de su vida y prestar más atención a su alimentación. En su empresa filmatográfica se enfoca en hacer videos para concientizar a la población china que el consumo de dietas vegetales es bueno para la salud y medioambiente.
 - Ella cree que no se puede forzar a nadie a cambiar sus dietas o ha hacer lo que es mejor para ellos pero se puede mostrarles los hechos, the big picture para ayudarlos a ser más concientes y que ellos puedan tomar sus propias decisiones.

Diseñado por: Thinkers Co. ©
 "Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
 | Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus aliados. Todos los derechos reservados |

DESIGNPEDIA™ ThinkersCo®
 WWW.DESIGNPEDIA.INFO WWW.THINKERSCO.COM

Nota. Elaboración propia

Apéndice D. Entrevista Karla Hernández

PERSONA.

MAPEAR/CLIENTE

PROYECTO FECHA
 DISEÑADO POR VERSIÓN

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?
 ¿cuál es su trabajo?
 ¿cuál es su nivel cultural?
 ¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

Edad: 34 años
 Estado: Casada
 Vive en china hace 7 años
 Profesión: PhD in Material Science and Engineering
 Familia: casada hace 2 años
 Trabajo: R&D engineer
 Circulo Cercano: esposo, amigas en Shanghai y Wuhan, padres y hermanas en Mexico.

- Profesionalmente: Investigadora científica, trabajó hasta el 2021 en una universidad de China.
 - Se acaba de mudar a Dalian donde también vive su esposo, por el momento no trabaja pero quiere estudiar chino porque cree que es fundamental para desarrollarse bien en el país donde vive.
 - Se define como una cat lover, empática y cautelosa.
 - Karla es extrovertida, analítica, le gusta trabajar en equipo.
 - Su hobby es bailar música folclórica mexicana
 - Ahora que tiene un poco más de tiempo y se encuentra en casa, aprovecha en cocinar más saludable para ella y su esposo. Se ha dado cuenta que empezó a subir de peso y no es tan fácil como antes bajar por lo que decidió disminuir el consumo de carnes y de vez en cuando consume pescado. También aumento su consumo de verduras.
 - Aspecto Físico: Es de contextura media, su manera de ejercitarse era el baile.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?

MOMENTO / ESCENARIO

Nombre: Karla Hernández Ruiz
 34 years old
 Nacida: Mexico
 Vive: China, Dalian



NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Necesidades:
 - Aprender mejor chino
 - Conseguir un trabajo de acuerdo a sus habilidades en una empresa en Dalian
 - Alimentarse saludablemente
 - Dedicarle tiempo a encontrar recetas vegetarianas
 - Aprender a organizarse mejor

Motivaciones:
 - Aumentar su familia a finales de este año
 - Mejorar su nivel de chino para tener mejores oportunidades laborales

Escenario Descrito:
 - Karla es una mujer con alto nivel de instrucción, que actualmente no trabaja porque todos los trabajos requieren que hable chino.
 - Piensa tomarse un año sabático para estudiar Chino, mientras intenta salir embarazada.
 - Pasará los próximos años en China
 - Sabe que debe comer más dietas vegetales pero siente que la información de recetas, ingredientes, beneficios no es tan accesible, sin embargo, por su salud le dedicará más tiempo a organizarse y buscar recetas.

Diseñado por: Thinkers Co. ©



"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
 | Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus afiliados. Todos los derechos reservados |

Nota. Elaboración propia

Apéndice E. Entrevista Luca Bettinelli

PERSONA.

PROYECTO FECHA
 DISEÑADO POR VERSIÓN

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?
 ¿cuál es su trabajo?
 ¿cuál es su nivel cultural?
 ¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

Edad: 34 años
 Estado: Soltero
 Vive en china hace 3 años
 Profesión: Pharmaceutical Engineer
 Familia: sus padres y hermano mayor están en Italia
 Trabajo: Senior Project Manager
 Círculo Cercano: amigos en Dalian

- Profesionalmente: Trabaja hace 3 años en Dalian China en una empresa farmacéutica donde es project manager.
 - En su ambiente laboral él era el único extranjero por mucho tiempo y al no hablar chino se le hacía un poco difícil relacionarse y tener amigos.
 - Tiene una personalidad extrovertida, le gusta hablar y hacer amigos.
 - Valora a la gente por sus principios y por la coherencia con la que los viven.
 - Su hobby es montar en moto, hobby que solía compartir con su hermano mayor. También disfruta de nadar, de hacer free diving y de cocinar. Reconoce que no le gusta leer y que es muy perfeccionista en el trabajo.
 - Ha escuchado que consumir carne no es beneficioso para su salud, conoce el impacto de la industria ganadera en el medio ambiente y el maltrato hacia los animales para consumo humano. No tiene fundamentos muy sólidos para cambiar de dieta, sin embargo, si se ha planteado consumir dietas vegetales un par de veces por semana porque le preocupa sobretudo el impacto en el medio ambiente.
 - Aspecto Físico: Es de contextura media, no se ejercita frecuentemente pero le gusta caminar por la playa cerca a su casa. No se cuestiona lo que come y usualmente son dietas altas en azúcar, carnes y grasas según sus propias palabras.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?

MOMENTO / ESCENARIO

Nombre: Luca Bettinelli
 34 years old
 Nacida: Italian
 Vive: China, Dalian



NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Necesidades:

- Viajar a visitar a sus padres que no ha visto desde antes de la pandemia.
- Encontrar una pareja para pasar su vida con ella.
- Informarse más con respecto a su alimentación ya que la información de dietas vegetales no está tan a la mano como las recetas de platos tradicionales que contienen carne.
- Más disponibilidad de insumos para cocinar dietas vegetales.

Motivaciones:

- Abrir una tienda de gelatos en Shanghai
- Trabajar en una empresa que se dedique a producir empaquetados ecológicos.
- Ser más saludable

Escenario Descrito:

- Luca es un joven positivo que trabaja mucho y no tiene mucho tiempo libre ni un círculo de amigos muy grande.
- Los fines de semana él cocina para el mismo y a veces invita a sus amigos.
- Se preocupa por el medioambiente y se ha propuesto en un futuro cercano trabajar en algún proyecto que tenga impacto positivo para el planeta y también consumir algunas comidas hechas solo a base de vegetales.

Diseñado por: Thinkers Co. ©
 "Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
 | Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus aliados. Todos los derechos reservados |

DESIGNPEDIA™ ThinkersCo®
 WWW.DESIGNPEDIA.INFO WWW.THINKERSCO.COM

Nota. Elaboración propia

Apéndice F. Entrevista Magalli Aguilar

PERSONA.

PROYECTO

FECHA

DISEÑADO POR

VERSIÓN

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?
 ¿cuál es su trabajo?
 ¿cuál es su nivel cultural?
 ¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

Edad: 43 años
 Estado: Casada
 Vive en china hace 13 años
 Profesión: Contadora
 Familia: esposo, sin hijos
 Circulo Cercano: su esposo y su comunidad fitness

- Profesionalmente: Tiene sus propias empresa de control de calidad, travel tech, organización de eventos y programas de alta educación.
- Es de personalidad introvertida, analítica, organizada y muy independiente.
- Magalli nació en la ciudad de Mexico, ha vivido en Paris y en el 2008 se mudó a Shanghai.
- Tuvo la oportunidad de probar muchos platos típicos de estos increíbles países pero en el 2017 decidió empezar a hacer cambios en su estilo de vida junto con su esposo con la finalidad de ser mucho más saludable (perder peso y ser mucho más activa). Como ella misma lo dice, convertirse en el CEO de su propio cuerpo. Los pequeños cambios hicieron una gran diferencia en su salud.
- Al momento está siguiendo una dieta vegetal y alimentos integrales o poco procesados, lleva ya 21 meses desde que empezó a hacerlo. "Cocinar no es perder el tiempo, es invertir en tu salud". Ella y su esposo cocinan 2 horas al día por la noche para poder llevar la comida preparada a sus trabajos.
- Ha hecho 2 cursos online relacionados a alimentación saludable y se ha interesado cada vez más en el impacto de la comida en su cuerpo como también en el medio ambiente.
- Aspecto físico: en forma, se ejercita regularmente, es muy ágil y tiene mucha resistencia debido a los continuos entrenamientos. Ha corrido media maratón y se prepara para correr una maratón de 42km.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?

MOMENTO / ESCENARIO

Nombre: Magalli Aguilar
 Edad: 43 years old
 Nacida: Mexican
 Vive: China, Shanghai



NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Necesidades:

- Tener una comunidad de personas que estén interesadas en los mismos temas de alimentación saludable, plant-based diet/whole foods, para poder discutir diferentes puntos de vista.
- La vida agitada que se lleva en Shanghai muchas veces hace que se deba comer en la calle y existen algunas opciones de platos vegetales pero los precios son elevados por lo que ella percibe que debería haber más disponibilidad de platos vegetarianos/veganos y a mejores precios.
- Los precios de los productos, ingredientes veganos tienen precios muy elevados.
- Magalli considera innecesarias las nuevas alternativas de proteínas alternativas que simulan ser carne, pollo o pescado porque hay alimentos como el tofu, tempeh, lentejas, garbanzos, que son mucho más naturales y sin tanto procesamiento y tienen mayor valor nutricional y proteico para la salud.

Motivaciones:

- Conocer más y participar de cursos online sobre alimentación natural y el medio ambiente.
- Ayudar a dueños de pequeñas startups a promover sus productos/servicios e iniciativas relacionadas con alimentación y conservación del medio ambiente.
- La motiva también poder compartir todo lo que ella sabe sobre estilos de vida saludable con cualquier persona que este interesada en hacer cambios.
- Explicarle a la gente que pueden ahorrar mucho dinero cocinando y con dietas vegetales.

Magalli es una señora que pone su salud en primer lugar, comparte la misma mentalidad con su esposo y siguen una rutina de alimentarse bien con dietas limpias y ejercitarse a diario. Tiene mucho conocimiento de dietas vegetales y granos integrales y se sigue educando constantemente. Lleva su vida en cada aspecto (profesional, pareja, amical, salud) con bastante equilibrio y también se preocupa por ayudar a los demás.

Diseñado por: Thinkers Co. ©
 "Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
 | Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus afiliados. Todos los derechos reservados |

DESIGNPEDIA ThinkersCo®
 WWW.DESIGNPEDIA.INFO WWW.THINKERSCO.COM

Nota. Elaboración propia

Apéndice G. Entrevista Marcela Sierra

PERSONA.MAPEAR/CLIENTE

PROYECTO _____ FECHA _____
DISEÑADO POR _____ VERSIÓN _____

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad?¿cómo es su familia?
¿cuál es su trabajo?
¿cuál es su nivel cultural?
¿con quién tiene más confianza?¿quién es la persona en la que se apoya?

Edad: 36 años
Estado: Casada
Vive en china hace 3 años
Profesión: Diseñadora industrial, especialista en espacios interiores y gerencia de marca
Familia: esposo, hija de 1.5 años
Circulo Cercano: su esposo, amigos latinoamericanos, entre ellos un algunos amigos vegetarianos.

Nombre: Marcela Sierra
Edad: 36 years old
Nacida: Colombia
Vive: China, Shanghai

NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Necesidades:
-Habilidades de organización para planear sus comidas con anticipación
- Volver a poner a las verduras en primer lugar
- Ser más creativa al cocinar porque antes su esposo cocinaba pero ahora que está más ocupado no puede hacerlo.
- Una dieta vegetal balanceada que sea buena para cuando ella salga embarazada y no la tenga que dejar
- Una dieta vegetal balanceada para una niña de 1.5 años

Motivaciones:
- Mejorar y planear su alimentación para eliminar las molestias en el colon y sentirse más ligera.
- Salir embarazada de su segundo bebé.

Marcela ya tiene conocimiento de los beneficios que tienen las dietas vegetales en la salud por sus amigos y porque en algún momento modificó su alimentación poniendo a las verduras en un primer plano. Esto le trajo beneficios en su problema al colon y dándole más energía. Su problema es la organización y el tiempo porque ahora debe dedicarse a su casa y bebe. También se preocupa por una dieta basada en vegetales que sea buena para un bebe en camino y su pequeña hija.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?
MOMENTO / ESCENARIO

Diseñado por: Thinkers Co. ©
"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
| Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus aliados. Todos los derechos reservados |

DESIGNPEDIA™ ThinkersCo®
WWW.DESIGNPEDIA.INFO WWW.THINKERSCO.COM



Nota. Elaboración propia

Apéndice H. Entrevista Li Jiang

PERSONA. MAPEAR/CLIENTE

PROYECTO

FECHA

DISEÑADO POR

VERSIÓN

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?
 ¿cuál es su trabajo?
 ¿cuál es su nivel cultural?
 ¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

Edad: 36 años
 Estado: Soltera
 Vive en Shanghai, China
 Profesión: Master in Business Administration
 Familia: no tiene familia en Shanghai, sus padres viven en Yangtian
 Trabajo: Associate Director de empresa aseguradora, tiene a cargo el área de partnership
 Círculo Cercano: amigas en Shanghai

- Profesionalmente: Hace unos meses fue ascendida al puesto que tiene actualmente. Ella dice que le encanta su trabajo porque tiene mucha libertad cuando va a visitar a los clientes. le encanta conversar y con su personalidad canismatica consigue a muchos socios con los que su empresa puede colaborar.
 - Es muy segura, le gusta conversar, verse siempre bien.
 - Su hobby es bailar salsa y bachata
 - Trata de comer sano, no cocina por si misma y casi siempre come en restaurantes.
 - Come carnes y especialmente mariscos pero ha leído y escuchado que la carne no es muy buena para la salud, cree que debería haber mucha más información al respecto para que ella y mucha más gente se anime a agregar dietas vegetales a sus comidas de la semana.
 - Aspecto Físico: Es delgada por su genética asiatica, hace poco empezó a entrenar en el gimnasio para bajar los niveles de grasa en su organismo y reemplazarlos por músculo.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?
MOMENTO / ESCENARIO

Nombre: Jiang Li
 Nickname: Li
 Edad: 36 años
 Nacida: China, Yantian
 Vive: China, Shanghai



NECESIDADES / MOTIVACIONES

cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Necesidades:
 -Encontrar una pareja
 -Estar saludable y verse bien
 -Que le vaya muy bien en su trabajo
 - Más información sobre dietas vegetales porque sabe y ha escuchado de los beneficios de estas pero cree que con un poco más de información ella y muchas otras personas podrían aumentar o empezar a cambiar sus dietas.

Motivaciones:
 -Mejor educación para niños con pocos recursos
 - Le gusta voluntariar y ayudar a pequeños que están en hospitales y orfanatos

Escenario Descrito:
 -Li vive una situación de estabilidad profesional porque disfruta mucho de lo que hace. Es una chica feliz y positiva, muy inteligente que le gusta progresar y también ser más saludable poco a poco. Está dispuesta a aumentar el consumo de dietas vegetales porque entiende más que nada que a largo plazo le ayudará a prever enfermedades graves y también porque quiere seguir viendose joven y bella.

Diseñado por: Thinkers Co. e
 "Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"
 | Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus afiliados. Todos los derechos reservados. |

DESIGNPEDIA™ ThinkersO*
 WWW.DESIGNPEDIA.INFO WWW.THINKERSCO.COM

Nota. Elaboración propia