ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

NutriRed: Sistema digital para mejorar el acceso a alimentos frescos en sectores populares de Lima Metropolitana

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

AUTORES:

Mijal Sandhaus Schreiber

https://orcid.org/0009-0008-0186-865X

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

AUTORES:

Eric Sandhaus Schreiber

https://orcid.org/0009-0006-1358-5310

ASESORES:

Juniors Manuel Calderón Riojas

Sara Beatriz Ibarra Vargas

Lima - Perú

2025

NutriRed - Tesis .docx %282%29.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:496224758

Submission Date
Sep 10, 2025, 9:56 PM GMT-5

Download Date
Oct 5, 2025, 2:45 PM GMT-5

File Name
NutriRed - Tesis .docx (2).pdf

File Size
2.7 MB

37 Pages

6,872 Words

39,458 Characters

18% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

7% Internet sources
2% Publications
15% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. 1

1.1 1

1.2 1

1.3 1

II. 1

2.1 1

2.2 22

2.3 3 3

2.3.1 Objetivo General 3

2.3.2 Objetivos Específicos33

2.4 4 4

2.3.1 Objetivo General 4

2.3.2 Objetivos Específicos35

2.5 66

2.5.1 66

2.5.2 77

2.5.3 88

2.5.4 119

2.5.4 Diseño de producto 9

2.5.4.1 Diseño de servicio311

2.5.5 1212

2.5.6 144

2.5.7 15

2.5.8 16

2.5.9 17

III. 19

3.1 1919

IV. ¡Error! Marcador no definido.

4.1 200

4.2 211

V. ¡Error! Marcador no definido.3

VI. 24

6.1 244

6.2 Mapa de Actores 24

6.3 Guía de entrevistas 29

6.4 Entrevistas 29

6.5 Arquetipo y Customer Journey Map - As Is 28

6.6 Lienzo de propuesta de valor 29

6.7 Logotipo Nutrired 30

6.8 Interfaz de la aplicación 30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuestos 19

1. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

NutriRed: Sistema digital para mejorar el acceso de familias de sectores populares a alimentos frescos, nutritivos y asequibles en Lima Metropolitana.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

Este proyecto aborda la problemática del acceso desigual a alimentos frescos en sectores populares de Lima Metropolitana. A través de la aplicación móvil NutriRed, se busca conectar a familias en situación de vulnerabilidad con productores locales, ofreciendo canastas de alimentos saludables, nutritivos y a precios justos. El sistema integra un módulo de control de presupuesto, recetas prácticas y distribución a través de puntos comunitarios o delivery cercano. Con esta propuesta, se busca contribuir al Objetivo de Desarrollo Sostenible 2 (Hambre Cero) y generar un triple impacto: social, económico y ambiental. El proyecto es resultado de un proceso de investigación participativa que incluyó entrevistas, observaciones en mercados locales, construcción de arquetipos, Customer Journey Maps y validación de prototipos.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Lima Metropolitana es una ciudad de más de 10 millones de habitantes donde coexisten realidades muy distintas en el acceso a alimentos. Mientras en algunos sectores hay acceso a supermercados y variedad de productos frescos, en distritos como San Juan de Lurigancho, Villa El Salvador o Comas, las familias deben recurrir a bodegas con oferta limitada y precios elevados. Según el INEI (2023), más del 40% de hogares en zonas urbanas populares experimentan inseguridad alimentaria moderada o severa. Asimismo, la FAO (2022) ha señalado que la inseguridad alimentaria urbana en América Latina está vinculada con el aumento en el consumo de ultraprocesados, lo que repercute directamente en la salud de niños y niñas. En este escenario, NutriRed surge como una solución innovadora que articula tecnología, sostenibilidad y redes locales de abastecimiento para mejorar el acceso a alimentos frescos y nutritivos.

2. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

El problema central identificado es el acceso desigual a alimentos frescos y nutritivos en sectores populares de Lima Metropolitana. Las familias reconocen que la alimentación

saludable es clave para el crecimiento de sus hijos, pero se enfrentan a tres barreras principales: los precios elevados de productos frescos en sus barrios, la escasez de mercados con variedad de frutas, verduras y proteínas, y la falta de tiempo para desplazarse a zonas alejadas. Esto las obliga a optar por opciones menos nutritivas como productos envasados y ultraprocesados. De acuerdo con MINSA (2021), la mala alimentación en etapas críticas incrementa los riesgos de anemia y desnutrición infantil, lo que impacta en el desarrollo cognitivo y físico.

2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria de este estudio está conformada por las familias de sectores populares de Lima Metropolitana, con especial atención en aquellas que tienen a su cargo niños y niñas en edades críticas para el crecimiento. Se trata de un grupo poblacional particularmente vulnerable, ya que en estas etapas del ciclo vital la alimentación adecuada resulta fundamental para asegurar un desarrollo físico y cognitivo saludable (MINSA, 2021). Sin embargo, la evidencia recopilada demuestra que estas familias enfrentan limitaciones estructurales preexistentes que condicionan sus decisiones y prácticas alimentarias.

El análisis de campo permitió identificar que, más allá de la diversidad interna de los hogares, existe un perfil recurrente que representa a la población beneficiaria: madres de familia jóvenes, de entre 28 y 40 años, que residen en distritos periféricos como San Juan de Lurigancho, Villa El Salvador o Comas. Muchas de ellas trabajan de manera independiente o en empleos de baja estabilidad, lo que implica ingresos reducidos e irregulares (INEI, 2023). Al mismo tiempo, asumen la responsabilidad principal del cuidado del hogar y de los hijos, lo que genera una doble carga laboral —remunerada y doméstica— que limita drásticamente su tiempo disponible.

A estas condiciones se suma la oferta alimentaria en el entorno inmediato, dominada por bodegas y pequeños comercios que priorizan la venta de productos ultraprocesados de bajo valor nutricional. Aunque existen ferias barriales o mercados locales, estos suelen ser poco frecuentes, con horarios limitados y precios más elevados en comparación con los grandes mercados mayoristas, a los que solo se puede acceder con largos desplazamientos que requieren tiempo y dinero adicional (CEPAL, 2021). Esta situación configura una paradoja cotidiana: las familias saben lo que significa una alimentación saludable y expresan un deseo

explícito de brindar más frutas, verduras y proteínas a sus hijos, pero la estructura de su entorno urbano restringe su capacidad de hacerlo (FAO, 2022).

La investigación cualitativa mostró expresiones comunes que reflejan esta tensión: “sé que mis hijos necesitan más verduras, pero no alcanza el dinero ni el tiempo”. Estas frases dan cuenta de una realidad en la que las decisiones alimentarias no se guían únicamente por el conocimiento nutricional, sino por la interacción entre restricciones económicas, limitaciones de tiempo y disponibilidad real en la oferta local.

Por tanto, la población beneficiaria no solo puede definirse en términos demográficos, sino también en función de las necesidades insatisfechas que experimenta: acceso estable, cercano y asequible a alimentos frescos; disponibilidad de tiempo para la compra y preparación; y confianza en la calidad de los productos adquiridos. Estas familias encarnan las tensiones propias de la vida urbana popular en Lima Metropolitana, donde la desigualdad en el acceso a alimentos frescos se convierte en un factor determinante en la reproducción de la pobreza y la exclusión social.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.3.1 Objetivo General:

Crear un sistema digital que mejore el acceso de las familias de sectores populares a alimentos frescos, nutritivos y asequibles en Lima Metropolitana, fomentando la sostenibilidad y fortaleciendo las redes locales de abastecimiento, con un enfoque de triple impacto (social, económico y ambiental).

2.3.2 Objetivos Específicos:

• Facilitar el acceso a alimentos frescos mediante canastas saludables personalizadas y accesibles.

• Optimizar el presupuesto familiar con herramientas de control de gastos integradas en la aplicación.

• Promover hábitos de alimentación saludable a través de recetas prácticas y orientación nutricional.

• Fortalecer las cadenas cortas de abastecimiento mediante alianzas con productores locales, municipalidades y ONGs.

2.4 Marco referencial y teórico

2.4.1 Marco Referencial

Este proyecto se enmarca en el Objetivo de Desarrollo Sostenible 2 (Hambre Cero), cuyo propósito es garantizar que todas las personas tengan acceso a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año (ONU, 2015). De acuerdo con la FAO (2022), más del 20% de la población de América Latina padece inseguridad alimentaria moderada o severa, lo que evidencia que el hambre y la malnutrición persisten como problemáticas estructurales, incluso en contextos urbanos.

En el caso peruano, el INEI (2023) estima que el 37% de los hogares urbanos de menores ingresos experimentan dificultades para adquirir alimentos frescos de manera regular. Esto repercute directamente en la calidad de la dieta infantil: el MINSA (2021) alerta que la anemia afecta a aproximadamente 4 de cada 10 niños menores de 3 años, mientras que el UNICEF (2020) ha subrayado que la inseguridad alimentaria urbana en el Perú está asociada a un aumento en el consumo de productos ultraprocesados de bajo valor nutricional.

A este panorama se suma un proceso de urbanización acelerado y desigual. La CEPAL (2021) advierte que en zonas periféricas de ciudades latinoamericanas los precios de alimentos básicos han aumentado en más de 15%, intensificando la exclusión social y la vulnerabilidad de los hogares. El Banco Mundial (2020) señala que los sectores urbanos más pobres enfrentan una doble carga: mayores costos relativos de los alimentos saludables y menor disponibilidad de tiempo y recursos para acceder a ellos.

En el plano conceptual, diversos autores han abordado la innovación social como un enfoque clave para enfrentar problemas estructurales como la desigualdad alimentaria. Murray y Caulier-Grice (2010) destacan que las innovaciones sociales son aquellas que generan soluciones sostenibles y replicables para necesidades insatisfechas, mientras que Choi y Majumdar (2014) resaltan que su éxito radica en la participación activa de los actores locales y la creación de redes colaborativas. En el ámbito alimentario, estudios recientes en *Food Policy* han demostrado que las cadenas cortas de abastecimiento y los sistemas de comercio

justo pueden mejorar tanto el acceso a alimentos frescos como la resiliencia de pequeños productores (Ilbery & Maye, 2019).

De esta manera, este proyecto se fundamenta en una convergencia entre el marco global del ODS 2 y la literatura sobre innovación social aplicada a la seguridad alimentaria. La evidencia internacional y nacional coincide en que el acceso desigual a alimentos frescos no se resuelve únicamente desde la oferta, sino que requiere la construcción de soluciones integrales que articulen a familias, productores y actores comunitarios bajo esquemas de confianza y sostenibilidad.

2.4.2 Marco Teórico

El proyecto se enmarca en el ODS 2: Hambre Cero, cuyo objetivo es garantizar que todas las personas tengan acceso a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año (ONU, 2015). En este sentido, la seguridad alimentaria es un concepto central, entendido como la disponibilidad y acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos (FAO, 2022).

En Lima Metropolitana, el problema se expresa como acceso desigual a alimentos frescos, especialmente en los sectores populares. Según el INEI (2023), el 37% de los hogares urbanos de menores ingresos presenta dificultades para adquirir frutas, verduras y proteínas de manera regular, lo que repercute en la calidad de la dieta infantil. La CEPAL (2021) advierte que la urbanización periférica intensifica esta desigualdad, elevando los precios de los alimentos básicos hasta en un 15% respecto a otras zonas.

La literatura también subraya la importancia de las cadenas cortas de abastecimiento, que conectan directamente a productores con consumidores, reduciendo costos y fortaleciendo economías locales (Ilbery & Maye, 2019). Este enfoque permite repensar las dinámicas de comercialización en contextos donde predominan supermercados y mayoristas, pero donde las familias de menores ingresos dependen de redes locales más frágiles.

Asimismo, la noción de innovación social aporta un marco conceptual útil. Murray y Caulier-Grice (2010) señalan que estas innovaciones buscan generar soluciones sostenibles a problemas sociales complejos, incorporando la participación de los actores locales. En el caso

alimentario, esto se traduce en iniciativas como las canastas de alimentos, que buscan organizar y distribuir productos frescos de manera equitativa y asequible.

Por otro lado, en el campo de la innovación y el diseño, el enfoque de diseño centrado en el usuario (Norman, 2013) resulta clave para comprender las motivaciones, limitaciones y aspiraciones de los usuarios —en este caso, las familias de sectores populares— y transformar esa comprensión en servicios pertinentes. Este marco se complementa con herramientas como el arquetipo y el customer journey map, que permiten representar y analizar las experiencias reales de los usuarios.

Finalmente, este proyecto se articula con el concepto de triple impacto: social, al mejorar la alimentación de las familias vulnerables; económico, al fortalecer la participación de productores locales; y ambiental, al promover circuitos de abastecimiento más cortos y sostenibles.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El actor central de la investigación fueron familias de sectores populares de Lima Metropolitana, especialmente aquellas con niños y niñas en edades críticas para el crecimiento. Este grupo fue seleccionado porque representa de forma directa a quienes viven la problemática del acceso desigual a alimentos frescos.

Durante la investigación, se realizaron entrevistas semiestructuradas a seis familias en distritos como San Juan de Lurigancho, Villa El Salvador y Comas. En ellas se identificó que:
- Las familias son conscientes de la importancia de una alimentación saludable para el desarrollo infantil, pero sienten que comer sano está fuera de su alcance.
- El precio elevado de frutas, verduras y proteínas en sus barrios limita el consumo regular.
- La falta de tiempo para desplazarse a mercados mayoristas obliga a recurrir a bodegas cercanas con oferta reducida y ultraprocesados.
- Existe preocupación por la salud de los hijos, expresada en frases como: “sé que necesitan más verduras, pero no alcanza el dinero ni el tiempo”.

A partir de esta información, se construyó un arquetipo representado en Verónica Alarcón

(madre de familia de 34 años, trabajadora independiente con dos hijos pequeños), que manifiesta los problemas, aspiraciones y frustraciones de este segmento.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El mercado de alimentos en Lima Metropolitana presenta una estructura altamente centralizada en supermercados y mercados mayoristas. En estos espacios se concentra la mayor variedad de productos frescos y los precios más competitivos gracias a economías de escala y cadenas de suministro consolidadas. Sin embargo, el acceso a estos puntos de abasto está condicionado por la ubicación geográfica: la mayoría se concentra en zonas céntricas de la ciudad, lo que obliga a los hogares de los distritos periféricos a realizar largos desplazamientos que implican tiempo y costos adicionales de transporte.

Como consecuencia, las familias de sectores populares suelen abastecerse en bodegas cerca al barrio de residencia y pequeños comercios, que representan la opción más inmediata para la compra diaria. No obstante, estos establecimientos ofrecen una gama reducida de frutas, verduras y proteínas frescas, priorizando productos envasados y ultraprocesados por su mayor durabilidad y menor riesgo de pérdidas. Además, los precios en estos puntos suelen ser considerablemente más altos: estudios han evidenciado que en algunos distritos los productos frescos pueden costar entre un 20% y un 30% más que en mercados mayoristas (CEPAL, 2021).

Si bien existen ferias itinerantes y mercados locales organizados por municipalidades o asociaciones de productores, su presencia es intermitente y de cobertura limitada. Estas ferias constituyen una alternativa más saludable y cercana, pero no logran consolidarse como un canal estable de abastecimiento debido a la falta de frecuencia, continuidad y promoción.

Otro elemento clave es la dificultad que enfrentan los pequeños productores locales para colocar sus productos en barrios urbanos populares. Las barreras logísticas transporte, almacenamiento, distribución en pequeña escala limitan la llegada de alimentos frescos a las zonas de mayor necesidad. Esto crea una paradoja: mientras los productores enfrentan dificultades para acceder a nuevos mercados, las familias urbanas carecen de una oferta estable y asequible de productos frescos.

En conjunto, este escenario se conoce como un mercado dual: eficiente y accesible para sectores con recursos y cercanía geográfica, pero limitado, dividido y encarecido para los hogares con menores ingresos. Esta dualidad reproduce y profundiza la desigualdad en el

acceso a alimentos frescos, con consecuencias directas en la nutrición infantil y en la calidad de vida de miles de familias en Lima Metropolitana (FAO, 2022; INEI, 2023).

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

A partir de los hallazgos de la investigación, se formuló el concepto central de la propuesta: NutriRed es una aplicación móvil que articula a familias de sectores populares con productores locales, facilitando el acceso a canastas de alimentos frescos, nutritivos y asequibles, diseñadas de acuerdo con el presupuesto disponible y distribuidas mediante puntos de entrega comunitarios cercanos que reducen tiempos y costos de desplazamiento.

La propuesta de valor se estructura en torno a una combinación clara de alivio de dolores (pain relievers) y generadores de beneficios (gain creators) identificados directamente a partir de las necesidades y expectativas de los usuarios:

- Pain relievers:

    1. Reducción de precios gracias a la compra directa a productores locales, lo que elimina intermediarios y permite ofrecer alimentos frescos a un costo más accesible para familias con presupuestos limitados.
    2. Ahorro de tiempo, ya que los puntos de entrega comunitarios evitan traslados largos hacia mercados mayoristas, un obstáculo recurrente identificado en las entrevistas.
    3. Acceso confiable a alimentos de calidad, en contraste con la oferta de bodegas locales, que suele ser limitada y con precios elevados. Este aspecto responde a la necesidad de las familias de garantizar frescura y seguridad en la dieta de sus hijos.
- Gain creators:
    1. Recetas prácticas y contextualizadas, diseñadas para aprovechar al máximo los insumos disponibles en las canastas, considerando que muchas familias carecen de tiempo y requieren preparaciones rápidas y nutritivas.

2. Control del presupuesto integrado en la aplicación, que permite a los usuarios planificar sus compras semanales o mensuales, evitando gastos imprevistos y favoreciendo una mejor gestión de sus recursos.
3. Sensación de seguridad y bienestar, ya que el acceso regular a alimentos frescos se traduce en la tranquilidad de poder alimentar mejor a los hijos y cuidar su salud, un aspecto que las familias manifestaron como su principal motivación durante la investigación.

En síntesis, el concepto de NutriRed no solo busca resolver barreras económicas y logísticas en el acceso a alimentos frescos, sino también fortalecer la confianza y el empoderamiento de las familias en torno a su capacidad de tomar decisiones alimentarias más saludables, asequibles y sostenibles.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

El diseño del servicio de NutriRed se plantea como una solución integral que combina tecnología digital con un proceso logístico comunitario, asegurando que las familias de sectores populares accedan a alimentos frescos, nutritivos y a precios justos. El producto central es una aplicación móvil que actúa como intermediaria entre productores locales y familias usuarias, pero su funcionamiento se complementa con un sistema de acopio, distribución y supervisión de la calidad de los alimentos.

La propuesta se estructura a partir de las siguientes funcionalidades principales:

1. Registro de usuario y presupuesto familiar.
   La aplicación permite a cada familia crear un perfil en el que se registran datos básicos como número de integrantes, ubicación y presupuesto mensual destinado a la alimentación. Esta información sirve para personalizar la experiencia y recomendar canastas que se ajusten a las necesidades económicas y nutricionales del hogar.

2. Selección de canastas saludables.
   A través de la app, los usuarios pueden elegir entre diferentes tipos de canastas previamente diseñadas (básica, balanceada o familiar). Cada canasta se organiza bajo

criterios nutricionales y con base en la disponibilidad de alimentos frescos de productores locales. Este sistema de selección simplifica la compra, reduce la incertidumbre en precios y asegura que los hogares reciban productos variados y de calidad.

3. Recetas y consejos nutricionales.
   La aplicación incluye un recetario digital que ofrece preparaciones sencillas y prácticas, elaboradas con los insumos disponibles en cada canasta. Además, incorpora consejos de conservación y aprovechamiento de alimentos, fomentando el consumo responsable y el fortalecimiento de hábitos de alimentación saludable.

4. Sistema de pago digital.
   Con el fin de eliminar barreras tecnológicas y de accesibilidad, NutriRed integra medios de pago ampliamente utilizados en los sectores populares, como Yape y Plin, así como tarjetas de débito. De esta manera, se garantiza que los usuarios puedan realizar transacciones seguras y rápidas sin necesidad de intermediarios.

5. Entrega en puntos comunitarios.
   Las canastas son distribuidas en puntos de entrega estratégicamente ubicados en cada comunidad, tales como colegios, locales comunales o comedores populares. Estos espacios, gestionados en coordinación con la Municipalidad Metropolitana de Lima y ONGs aliadas, permiten acercar los alimentos al territorio de las familias, reduciendo el costo y tiempo de desplazamiento.

6. Feedback y seguimiento del usuario.
   Una vez recibida la canasta, los usuarios confirman la entrega a través de la aplicación y califican la calidad de los productos. También tienen la opción de reportar incidencias, lo cual alimenta un sistema de retroalimentación que permite a NutriRed y a sus aliados implementar acciones correctivas y garantizar la mejora continua del servicio.

En conjunto, estas funcionalidades no solo resuelven barreras de acceso económico y territorial, sino que también generan confianza al asegurar la calidad de los alimentos mediante la participación de actores estratégicos en la supervisión. De esta forma, NutriRed se consolida como un servicio integral que articula innovación tecnológica, sostenibilidad social y fortalecimiento de redes locales de abastecimiento.

2.5.4.1 Diseño de servicio

El servicio propuesto por NutriRed no se limita únicamente a la aplicación digital, sino que se sustenta en un proceso operativo diseñado para garantizar la frescura de los productos, la accesibilidad de las canastas y la confianza de las familias usuarias. Este proceso responde a las barreras identificadas en la investigación y se articula con el rol de productores locales, la Municipalidad Metropolitana de Lima y organizaciones sociales aliadas.

En primer lugar, los productores locales trasladan sus alimentos a centros de acopio comunitarios, que pueden ubicarse en mercados de barrio, locales municipales o espacios facilitados por ONGs. En estos puntos, un equipo de supervisión conformado por representantes de la Municipalidad Metropolitana de Lima, organizaciones sociales y personal de NutriRed se encarga de verificar que los alimentos cumplan con condiciones adecuadas de frescura, higiene e inocuidad. Solo aquellos productos que pasan este control inicial son incorporados al sistema.

Una vez validados los insumos, se procede al armado de las canastas en función de las categorías disponibles en la aplicación (canasta básica, balanceada o familiar). Cada canasta es empacada en materiales sostenibles y recibe una etiqueta con la fecha de armado, la lista de productos y recomendaciones de conservación. En esta etapa, supervisores designados por NutriRed revisan nuevamente los lotes antes de que salgan a distribución, asegurando que los alimentos lleguen en condiciones óptimas.

En la fase de distribución y entrega, el modelo contempla dos modalidades:

- Puntos comunitarios: las canastas se trasladan a espacios seguros como locales comunales, colegios o comedores populares, muchos de ellos facilitados por la Municipalidad Metropolitana de Lima. Allí, un responsable del punto verifica que las canastas se entreguen completas y en buen estado a cada familia, validando la

operación mediante el código generado en la aplicación.

- Delivery cercano: mediante alianzas con repartidores locales (mototaxistas, ciclistas o microemprendedores), se ofrece un servicio de entrega a domicilio. Cada repartidor registra la entrega en la aplicación y está sujeto a verificación posterior por parte del equipo de supervisión, que valida que las canastas lleguen íntegras y con los alimentos en estado fresco.

El sistema incluye un módulo de seguimiento y retroalimentación, mediante el cual los usuarios confirman la recepción en la aplicación, califican la calidad de los productos y reportan incidencias (por ejemplo, alimentos dañados o faltantes). Esta información es revisada por el equipo de NutriRed y la Municipalidad, quienes definen acciones correctivas y garantizan un ciclo de mejora continua en la cadena de abastecimiento.

Finalmente, la Municipalidad Metropolitana de Lima y las ONGs aliadas cumplen un rol central como garantes de confianza comunitaria. Supervisan de manera independiente la transparencia en precios, la frescura de los productos y la calidad de las entregas, asegurando que el servicio responda efectivamente a las necesidades de las familias. Este respaldo institucional refuerza la legitimidad de NutriRed y fortalece el vínculo entre productores y consumidores.

En conjunto, este proceso operativo complementa la propuesta tecnológica de NutriRed, consolidando una solución sostenible que garantiza alimentos frescos y seguros a familias de sectores populares, al mismo tiempo que impulsa la economía local y contribuye al cumplimiento del ODS 2 (Hambre Cero).

2.5.5 Modelo de Negocio

NutriRed se basa en un modelo B2C (business-to-consumer), diseñado para ofrecer una solución digital gratuita y accesible para familias de sectores populares que enfrentan dificultades estructurales para acceder a alimentos frescos, nutritivos y a precios justos. La aplicación permite a los usuarios registrarse, seleccionar canastas saludables, gestionar su

presupuesto alimentario y coordinar la entrega de productos mediante puntos comunitarios o repartidores locales, todo desde un entorno intuitivo y funcional.

El modelo de ingresos se estructura en dos niveles:

- Ingreso principal: margen aproximado del 15% sobre la venta de canastas saludables, logrado gracias a acuerdos directos con productores locales. Esto permite eliminar intermediarios, reducir los precios para las familias usuarias y garantizar una retribución justa para quienes cultivan y suministran los alimentos.

- Ingreso complementario: generación de ingresos mediante publicidad integrada dentro de la aplicación, priorizando contenido relevante y de valor para los usuarios (como marcas de alimentos saludables, productos sostenibles o servicios comunitarios). Este modelo publicitario permite mantener gratuita la experiencia del usuario sin comprometer la funcionalidad de la plataforma.

El funcionamiento de NutriRed se apoya en una red de alianzas estratégicas clave, que fortalecen la logística y la confianza del servicio:

- Productores locales, quienes encuentran en la plataforma una vía directa y estable para colocar sus productos en nuevos mercados urbanos.

- La Municipalidad Metropolitana de Lima, que proporciona espacios físicos para puntos de entrega comunitarios y supervisa la calidad del servicio.

- ONGs y organizaciones sociales, que aportan redes de contacto, validación comunitaria y posibilidades de articulación con programas sociales existentes.

Este modelo de negocio apunta a un equilibrio entre sostenibilidad financiera y valor social, manteniendo el servicio gratuito para las familias y fomentando una economía más justa y solidaria. Al promover el acceso a alimentos saludables, fortalecer los circuitos de abastecimiento local y activar una red de distribución comunitaria, NutriRed no solo resuelve

una necesidad concreta, sino que propone una forma distinta y más equitativa de gestionar el consumo alimentario en contextos urbanos vulnerables.

.

2.5.6 Resultados esperados

La implementación de NutriRed busca generar mejoras en la calidad de vida de las familias de sectores populares de Lima Metropolitana, especialmente en relación con el acceso a alimentos saludables, el manejo del presupuesto familiar y el fortalecimiento de la economía local. Los resultados esperados incluyen:

1. Acceso más directo y frecuente a alimentos frescos:
   Las familias podrán adquirir frutas, verduras y proteínas de manera más cercana, reduciendo la dependencia de bodegas con oferta limitada y precios altos. La entrega en puntos comunitarios facilitará el acceso territorial, disminuyendo el tiempo y el costo de desplazamiento.

2. Ahorro en el gasto alimentario:
   Al eliminar intermediarios y permitir compras directas a productores locales, las canastas ofrecidas por NutriRed tendrán precios más accesibles. Esto permitirá que las familias optimicen su presupuesto sin sacrificar calidad nutricional.

3. Mejora en la alimentación infantil:
   Con una mayor disponibilidad de productos frescos, se espera que las familias incorporen más variedad y nutrientes en su dieta diaria, impactando positivamente en la salud y desarrollo de niños y niñas, especialmente en etapas críticas.

4. Sostenibilidad del modelo sin costo para el usuario:
   Gracias a un sistema de ingresos basado en publicidad dentro de la aplicación, NutriRed se mantendrá como un servicio gratuito para los usuarios. La publicidad será segmentada y contextual, evitando interrupciones y generando ingresos sin comprometer la experiencia de uso.

5. Fortalecimiento de los productores locales:
   Los agricultores tendrán acceso a un canal de comercialización estable, justo y eficiente, reduciendo pérdidas por sobreoferta o falta de distribución. Esto generará beneficios económicos directos en zonas rurales y periurbanas.

6. Impacto ambiental positivo:
   Al promover el consumo de productos locales y de temporada, se reducirá la huella de carbono asociada al transporte de alimentos. Además, el uso de empaques sostenibles contribuirá a una logística más responsable con el entorno.

7. Consolidación de redes comunitarias:
   La participación de municipalidades y ONGs como aliados operativos y garantes de calidad fomentará vínculos de confianza entre vecinos, productores y organizaciones, creando una red sólida de abastecimiento local.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Como parte del proceso de diseño, se elaboraron prototipos navegables en Figma con el objetivo de materializar la propuesta y validar su usabilidad con los usuarios potenciales. El prototipado permite traducir las ideas conceptuales en una interfaz concreta, facilitando la identificación de mejoras en la experiencia de uso de la aplicación.

Los prototipos incluyeron las siguientes pantallas y funcionalidades clave:

1. Inicio y registro de usuario.
   Una interfaz sencilla que guía al usuario en la creación de su perfil, priorizando la accesibilidad y el registro del presupuesto familiar. Este paso resultó fundamental para personalizar la experiencia y adaptar las canastas ofrecidas a las capacidades económicas de cada hogar.

2. Selección de presupuesto y control de gastos.
   El prototipo muestra un módulo donde se registra el presupuesto destinado a

alimentos, junto con un indicador dinámico que refleja el saldo disponible y lo ya gastado. Esta funcionalidad fue muy valorada en las pruebas, ya que brinda control financiero a las familias.

3. Canastas saludables.
   Se desarrollaron pantallas que muestran diferentes opciones de canastas, destacando la variedad de productos frescos, su valor nutricional y el énfasis en la calidad de los insumos. La interfaz buscó ser clara y visual, facilitando la comparación y selección.

4. Recetario saludable.
   Se diseñó un módulo con recetas prácticas elaboradas a partir de los productos incluidos en cada canasta, con el fin de optimizar el uso de los alimentos y promover hábitos de alimentación saludable en las familias.

5. Confirmación de compra.
   El flujo culmina con una pantalla de confirmación que resume el pedido, el punto de entrega seleccionado y el monto pagado. Esta pantalla también permite al usuario guardar el comprobante digital para recoger la canasta en el punto comunitario asignado.

El desarrollo de estos prototipos permitió validar aspectos visuales (colores, iconografía, jerarquía de la información) y funcionales (fluidez de navegación, claridad de las opciones). Además, la interacción con las familias durante las pruebas confirmó la pertinencia de incluir elementos como el control de presupuesto y las recetas asociadas a las canastas, reforzando la coherencia de la propuesta con las necesidades detectadas en la investigación.

En suma, los prototipos no solo sirvieron como representación gráfica del servicio, sino que se convirtieron en una herramienta de co-creación y validación, al permitir que los usuarios aportaran observaciones que enriquecieron el diseño final.

2.5.8 Experimentos

Para esta investigación, se llevaron a cabo tres tipos de experimentos:
1. Entrevistas en profundidad: seis usuarios de sectores populares compartieron sus

experiencias y barreras de acceso a frescos.
- Ejemplo de hallazgo: “En la bodega de la esquina venden tomate a S/6 el kilo, en el mercado mayorista está a la mitad, pero me toma dos horas ir hasta allá”.
2. Observaciones en mercados locales: se identificaron diferencias de precio y disponibilidad entre mercados de barrios periféricos y mayoristas.
3. Pruebas de prototipo: los usuarios interactuaron con el prototipo de la app.

Resultados:
- 5 de 6 usuarios encontraron útil el módulo de recetas.
- 4 de 6 confiaron en que la app garantiza productos frescos.
- Todas valoraron la posibilidad de establecer un presupuesto máximo, siendo un recurso de valor para ellos.

Los experimentos confirmaron que la propuesta responde a necesidades reales, aunque los usuarios señalaron la importancia de contar con garantías de frescura y seguridad de los alimentos a la hora de la entrega.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

NutriRed es el resultado de un proceso de innovación social y tecnológica que tuvo como punto de partida la identificación de las principales barreras en el acceso a alimentos frescos en sectores populares de Lima Metropolitana. A través de entrevistas, observaciones en mercados locales y pruebas de prototipos, se logró comprender las limitaciones económicas, temporales y territoriales que enfrentan las familias, así como sus expectativas respecto a soluciones viables.

La propuesta final se concreta en una aplicación móvil que conecta directamente a productores locales con familias usuarias, permitiendo el acceso a canastas de alimentos saludables y asequibles, ajustadas al presupuesto de cada hogar. El diseño del servicio no solo integra funcionalidades digitales —como el registro de presupuesto, la selección de canastas, el pago en línea y la retroalimentación del usuario—, sino que también se apoya en un proceso operativo comunitario que garantiza la frescura y seguridad de los alimentos. Este aspecto fue

reforzado mediante la alianza con la Municipalidad Metropolitana de Lima y ONGs locales, actores que cumplen un rol fundamental como garantes de confianza y sostenibilidad.

Los principales aportes del proyecto se expresan en tres dimensiones:

- Social: mejora del acceso equitativo a alimentos nutritivos, fortalecimiento de la seguridad alimentaria urbana y apoyo a la salud infantil a través de una dieta más variada.

- Económica: reducción del gasto familiar en alimentos frescos, eliminación de intermediarios en la cadena de distribución y fortalecimiento de la economía de productores locales.

- Ambiental: promoción del consumo de productos locales y de temporada, lo que disminuye la huella de carbono asociada al transporte y fomenta el uso de empaques sostenibles.

En conjunto, NutriRed se configura como un modelo de innovación que articula tecnología, sostenibilidad y redes comunitarias. La validación realizada con familias beneficiarias demostró que la propuesta responde a necesidades reales y es percibida como útil y confiable, siempre que se mantengan garantías claras sobre la calidad de los productos.

Finalmente, el proyecto no sólo busca impactar en Lima Metropolitana, sino que tiene potencial de ser replicable en otras ciudades del Perú y de América Latina, adaptándose a distintos contextos urbanos con problemáticas similares. De esta forma, NutriRed se consolida como un ejemplo de cómo la innovación social y tecnológica puede contribuir de manera tangible al cumplimiento del ODS 2 (Hambre Cero), generando un triple impacto social, económico y ambiental.

3. Estimación de costos

Tabla 1: Presupuesto

El presupuesto estimado para la implementación del proyecto NutriRed se ha calculado considerando los principales rubros necesarios para su desarrollo y operación inicial.

Función	**Descripción**	**Costo estimado S/.**
Desarrollo tecnológico (MVP)	Desarrollo de una versión funcional mínima (registró, selección de canastas, recetario y feedback).	S/. 3.500
Logística comunitaria y distribución	Apoyo en transporte, empaques básicos y puntos de entrega habilitados (con apoyo municipal o comunitario).	S/.6.000
Comunicación	Piezas gráficas, redes sociales, volanteo local y coordinación con líderes vecinales.	S/.2.000
Producción de contenido educativo	Recetas impresas o digitales, consejos básicos de nutrición y uso de productos	S/.1.000
Personal clave (honorarios parciales)	Apoyo freelance o voluntariado para diseño UX, coordinación operativa	S/.4.500
Evaluación y retroalimentación	Impresiones de encuestas, reuniones con usuarios, mejora de prototipo	.1.000
Plataforma y soporte digital básico	Hosting, dominio, backups y mantenimiento técnico inicial (uso de servidores gratuitos)).	S/.1.000
Total:		**S/.19.000**

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

- La investigación confirma que el problema del acceso desigual a alimentos frescos en sectores populares de Lima no solo responde a factores económicos, sino también a barreras estructurales como la centralización de mercados, la escasa oferta local y la falta de tiempo disponible en las familias.

- Las familias entrevistadas mostraron un alto interés por mejorar su alimentación, pero enfrentan limitaciones reales para hacerlo. Esto demuestra que la solución no pasa únicamente por generar conciencia, sino por diseñar servicios prácticos, accesibles y adaptados a su realidad cotidiana.

- NutriRed surge como una alternativa innovadora que articula tecnología, sostenibilidad y participación comunitaria. Su valor diferencial radica en combinar un enfoque digital mediante una app gratuita con una operación logística cercana al territorio, facilitando el acceso a alimentos saludables sin aumentar la carga económica o de tiempo para las familias.

- El modelo de negocio, basado en márgenes de venta justos y publicidad integrada, permite ofrecer la aplicación sin costo al usuario final, manteniendo la sostenibilidad operativa sin comprometer la experiencia ni el propósito social del proyecto.

- La validación realizada con usuarios reales confirma que funcionalidades como el control de presupuesto, la selección de canastas y el recetario saludable son altamente valoradas. Además, se destaca la importancia de contar con aliados institucionales que garanticen calidad y confianza en la entrega de productos.

- Finalmente, NutriRed demuestra que es posible aplicar la innovación social y digital al sector alimentario urbano, generando un triple impacto positivo: Social, al mejorar la seguridad alimentaria; Económico, al dinamizar la economía de productores locales; Ambiental, al fomentar prácticas de consumo responsables y sostenibles.

4.2 Recomendaciones

- Implementar un piloto en distritos con alta inseguridad alimentaria
  Se recomienda iniciar el proyecto en zonas como San Juan de Lurigancho, Villa El Salvador o Comas, donde la investigación ha identificado condiciones propicias para la validación del servicio. El piloto debe medir indicadores como: acceso efectivo a productos frescos, ahorro en el presupuesto familiar y mejora en la dieta infantil.

- Fortalecer alianzas institucionales y comunitarias
  Es fundamental consolidar acuerdos con municipalidades, ONGs locales y asociaciones vecinales, no solo para facilitar la logística del servicio, sino también como garantes de confianza, calidad y transparencia. Estos aliados son clave para generar legitimidad y fomentar la adopción sostenida del sistema.

- Monitorear el impacto de la publicidad integrada en la app
  Dado que NutriRed se sostiene a través de anuncios, se recomienda implementar un sistema de control que asegure que la publicidad sea contextual, relevante y no invasiva. Además, sería valioso explorar alianzas con marcas comprometidas con la alimentación saludable o el desarrollo sostenible, asegurando coherencia con el propósito del proyecto.

- Desarrollar contenido educativo y práctico dentro de la app
  Se sugiere reforzar los módulos de recetas y consejos nutricionales con información adaptada al contexto de los usuarios. Incluir tutoriales, videos cortos o dinámicas interactivas puede ayudar a fortalecer hábitos saludables desde un enfoque cercano y útil para las familias.

- Incluir mecanismos de retroalimentación activa con los usuarios
  La participación de las familias no debe limitarse a recibir productos; también deben poder compartir sus opiniones, sugerencias o quejas a través de la app. Este canal bidireccional permitirá mejorar constantemente el servicio, mantener la confianza y fomentar el sentido de pertenencia con la comunidad NutriRed.

- Explorar mecanismos de reconocimiento o fidelización saludable
  Sin necesidad de implementar un sistema de pago o membresía, se pueden diseñar estrategias de gamificación simples (como insignias, recompensas o niveles) que reconozcan buenas prácticas, como el uso frecuente de canastas saludables o la participación en espacios comunitarios.

- Difundir los resultados del piloto y buscar escalabilidad
  Documentar el desarrollo, resultados y aprendizajes del piloto permitirá generar evidencia útil para replicar el modelo en otras ciudades del país. Además, servirá como insumo para establecer vínculos con entidades públicas, privadas o cooperantes internacionales interesados en soluciones con impacto social y alimentario.

- Vincular NutriRed con políticas públicas y programas sociales
  Se recomienda establecer puentes con iniciativas estatales como *Qali Warma*, *Haku Wiñay* o programas municipales de alimentación saludable, demostrando cómo la tecnología y la innovación social pueden complementar y fortalecer las estrategias públicas de seguridad alimentaria.

V. Referencias Bibliográficas

FAO. (2022). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

INEI. (2023). Encuesta Nacional de Hogares. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

MINSA. (2021). Informe sobre nutrición infantil en el Perú. Lima: Ministerio de Salud.

ONU. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Nueva York: Naciones Unidas.

Murray, R. & Caulier-Grice, J. (2010). The Open Book of Social Innovation. Nesta: Young Foundation.

CEPAL. (2021). Panorama Social de América Latina. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Banco Mundial. (2020). *Pobreza y equidad en América Latina*. Washington, DC.

Choi, N., & Majumdar, S. (2014). Social innovation: Toward a conceptualisation. *International Journal of Innovation Management, 19*(4).

Ilbery, B., & Maye, D. (2019). Alternative food networks and the reconfiguration of agri-food supply chains. *Food Policy, 79*, 1–8.

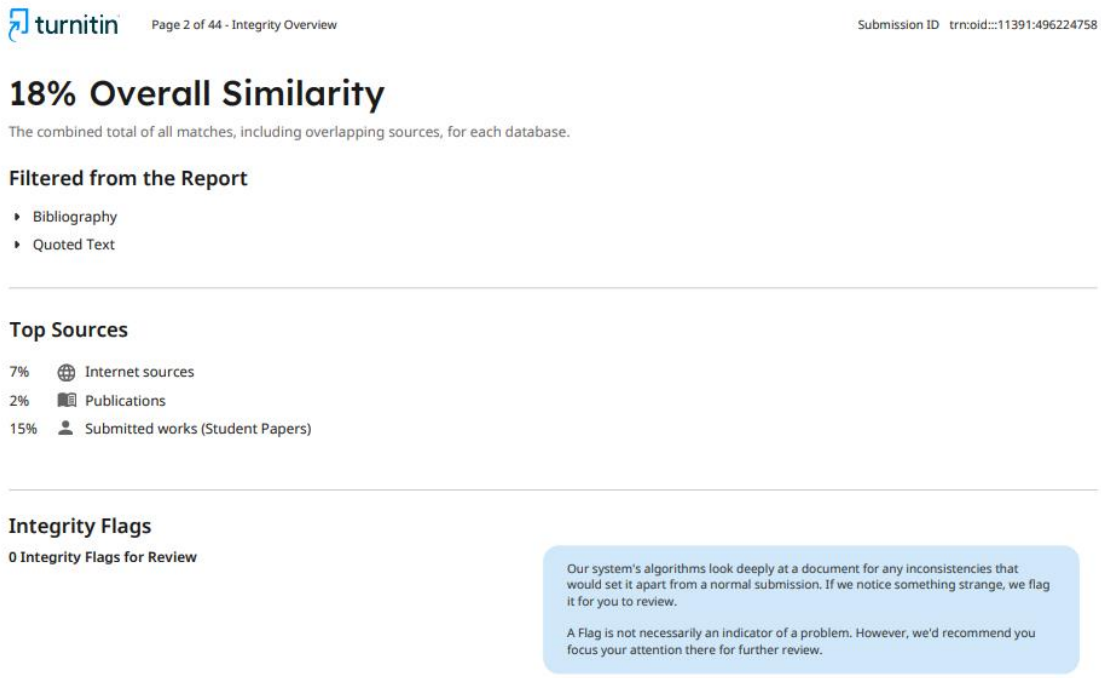
UNICEF. (2020). *La situación de la niñez en el Perú*. Lima: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.

OMS. (2020). *El estado de la salud y la nutrición en el mundo*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud.

Norman, D. (2013). *The design of everyday things*. MIT Press.

VI. Anexos

6.1 Informe de Turnitin



turnitin Page 2 of 44 - Integrity Overview Submission ID trn:oid:::11391:496224758

18% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

7% Internet sources
2% Publications
15% Submitted works (Student Papers)

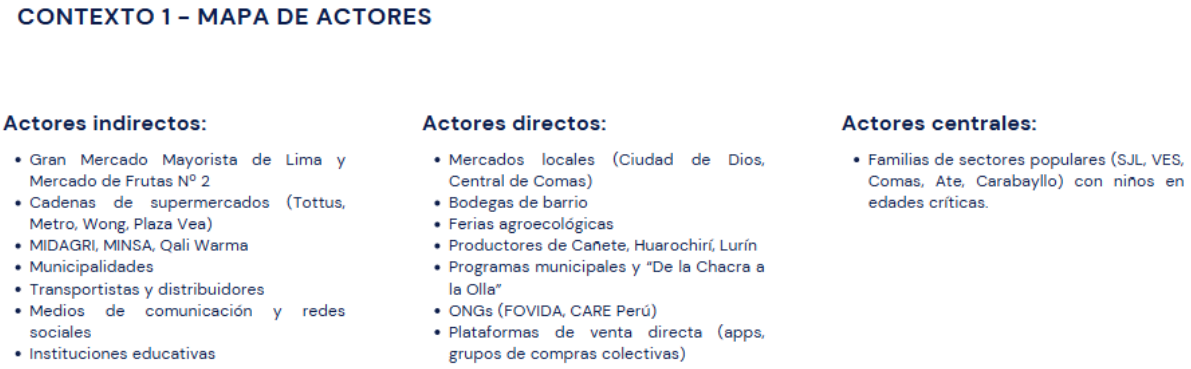
Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

6.2 Mapa de actores



CONTEXTO 1 – MAPA DE ACTORES

Actores indirectos:

- Gran Mercado Mayorista de Lima y Mercado de Frutas Nº 2
- Cadenas de supermercados (Tottus, Metro, Wong, Plaza Vea)
- MIDAGRI, MINSA, Qali Warma
- Municipalidades
- Transportistas y distribuidores
- Medios de comunicación y redes sociales
- Instituciones educativas

Actores directos:

- Mercados locales (Ciudad de Dios, Central de Comas)
- Bodegas de barrio
- Ferias agroecológicas
- Productores de Cañete, Huarochirí, Lurín
- Programas municipales y "De la Chacra a la Olla"
- ONGs (FOVIDA, CARE Perú)
- Plataformas de venta directa (apps, grupos de compras colectivas)

Actores centrales:

- Familias de sectores populares (SJL, VES, Comas, Ate, Carabayllo) con niños en edades críticas.

6.3 Guía de entrevistas

Introducción:
"Hola, gracias por aceptar participar. Estamos investigando cómo las familias acceden a alimentos frescos y nutritivos, y queremos entender tu experiencia. No hay respuestas correctas o incorrectas, solo tu perspectiva. La conversación durará unos 20 minutos y será confidencial."

Sección 1 – Perfil y contexto:
- ¿Puedes contarme un poco sobre tu familia y cuántas personas viven en casa?
- ¿Cuántas veces a la semana compras alimentos frescos (frutas, verduras, carnes, etc.)?
- ¿Dónde sueles hacer esas compras?

Sección 2 – Hábitos y barreras:
- ¿Qué factores influyen en tu elección de dónde comprar (precio, cercanía, calidad, confianza, etc.)?
- ¿Has tenido dificultades para encontrar alimentos frescos de buena calidad a un precio justo?
- ¿Qué haces cuando no encuentras o no puedes pagar ciertos productos?

Sección 3 – Percepciones y oportunidades:
- ¿Qué significa para ti que un alimento sea "fresco" o "de calidad"?
- ¿Has probado comprar en ferias, biohuertos o plataformas de venta directa?
- Si existiera un servicio que te acercara alimentos frescos y nutritivos a buen precio, ¿cómo te gustaría que funcionara?

Cierre:
"Gracias por tu tiempo y por compartir tu experiencia. Esto nos ayudará a entender mejor la situación y buscar soluciones que se adapten a las necesidades reales."

6.4 Entrevistas:

6.4.1 Entrevista 1: Rosa Martínez - 34 años

ENTREVISTA 1

Nombre: Rosa Martínez - 34 años
Ocupación: Vendedora ambulante
Lugar: San Juan de Lurigancho

CONTEXTO

Madre de 3 hijos (2, 6 y 9 años). Vive en zona periférica, compra alimentos en mercado local y algunas veces en bodega cercana. Presupuesto semanal limitado

PREGUNTA	RESPUESTA	
¿Puedes contarme un poco sobre tu familia y cuántas personas viven en casa?	Vivo con mi esposo y mis tres hijos. Los dos más grandes están en primaria y el más pequeño en inicial. Mi mamá viene a veces a ayudarnos.	Sección 1
¿Cuántas veces a la semana compras alimentos frescos?	Dos veces, los domingos y miércoles, pero a veces compro algo extra en la bodega.	
¿Dónde sueles hacer esas compras?	En el mercado del barrio y, si hay feria, compro ahí porque a veces es más barato.	
¿Qué factores influyen en tu elección de dónde comprar?	El precio y la confianza en el vendedor. Prefiero comprar donde sé que no me van a engañar con el peso.	Sección 2
¿Has tenido dificultades para encontrar alimentos frescos de buena calidad a un precio justo?	Sí, especialmente las frutas y verduras. A veces se ven bonitas por fuera, pero duran poco.	
¿Qué haces cuando no encuentras o no puedes pagar ciertos productos?	Compro menos cantidad o busco algo más barato, aunque no sea lo que tenía en mente.	
¿Qué significa para ti que un alimento sea "fresco" o "de calidad"?	Que esté limpio, sin golpes y que dure varios días sin malograrse.	Sección 3
¿Has probado comprar en ferias, biohuertos o plataformas de venta directa?	Sí, en ferias. Me gusta porque los precios son mejores, pero no siempre hay.	
Si existiera un servicio que te acercara alimentos frescos y nutritivos a buen precio, ¿cómo te gustaría que funcionara?	Que me traigan los productos a casa o cerca, con precios justos y variedad.	

6.4.2 Entrevista 2:Juan Gutiérrez - 41 años

ENTREVISTA 2

Nombre: Juan Gutiérrez – 41 años
Ocupación: Mototaxista
Lugar: Villa El Salvador

CONTEXTO

Padre de dos hijos (4 y 8 años). Vive con su esposa y su suegra. Él trabaja todo el día, su esposa se encarga de las compras.



6.4.3 Entrevista 3: Carmen Flores – 58 años

ENTREVISTA 3

Nombre: Carmen Flores – 58 años
Ocupación: Ama de casa, cuida a sus dos nietos
Lugar: Comas

CONTEXTO

Vive con su hija y sus dos nietos (5 y 7 años). La hija trabaja todo el día y Carmen se encarga de las compras y la comida.



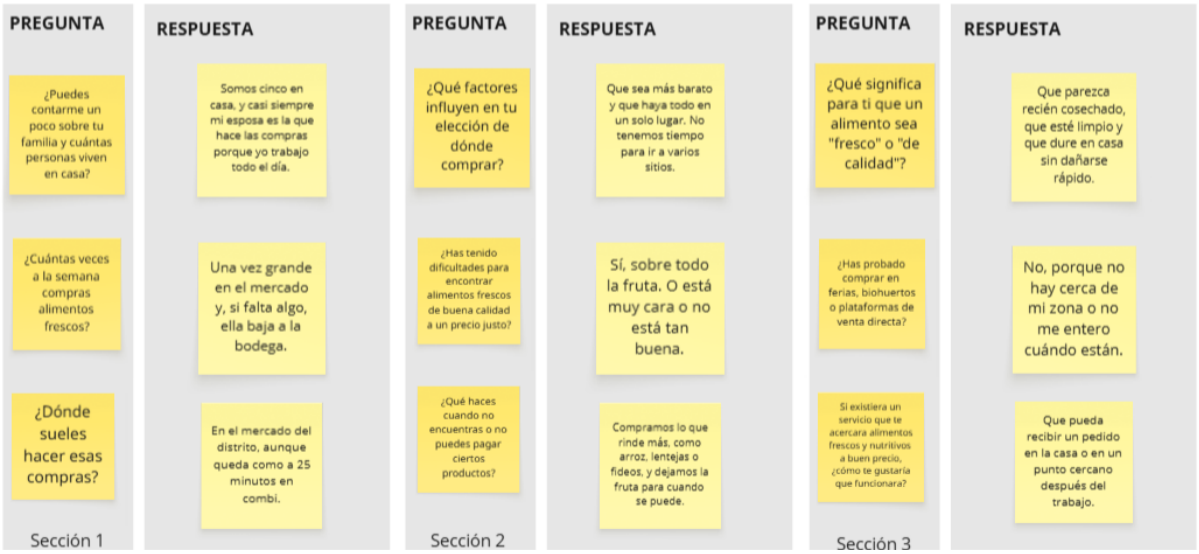
6.4.4 Entrevista 4: Luis Ramos – 35 años

ENTREVISTA 4

Nombre: Luis Ramos – 35 años
Ocupación: Albañil
Lugar: San Juan de Lurigancho

CONTEXTO

Vive con su esposa y tres hijos (2, 6 y 9 años). Trabaja largas jornadas y su esposa se encarga de la compra de alimentos.



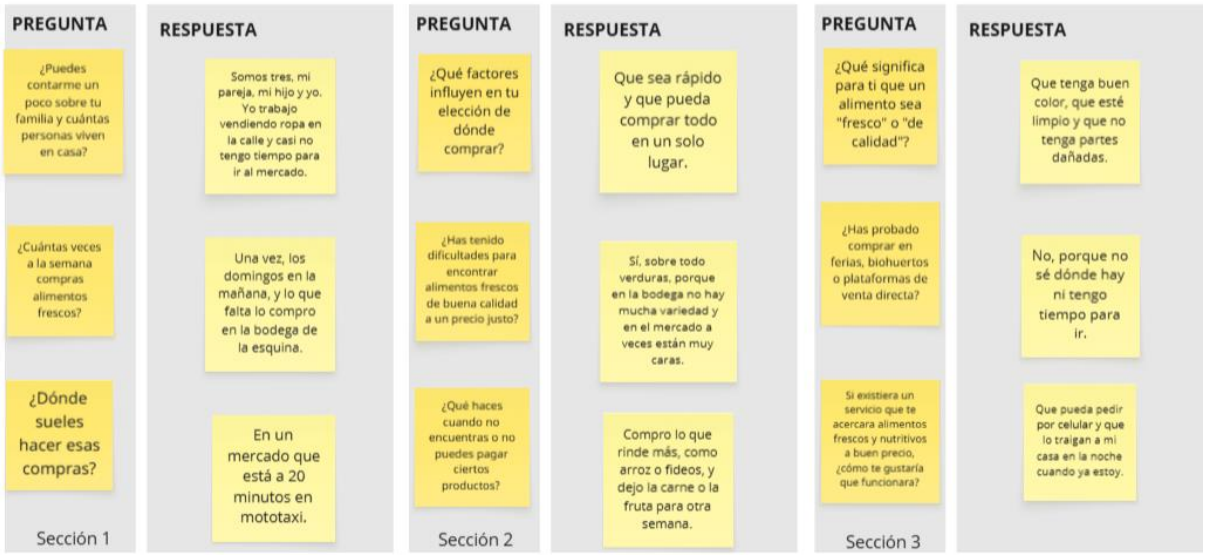
6.4.5 Entrevista 5: Mariela Quispe – 29 años

ENTREVISTA 5

Nombre: Mariela Quispe – 29 años
Ocupación: Vendedora ambulante de ropa
Lugar: Villa El Salvador

CONTEXTO

Vive con su pareja y su hijo de 4 años. Trabaja en la calle todo el día, por lo que el tiempo para comprar y preparar alimentos es limitado.



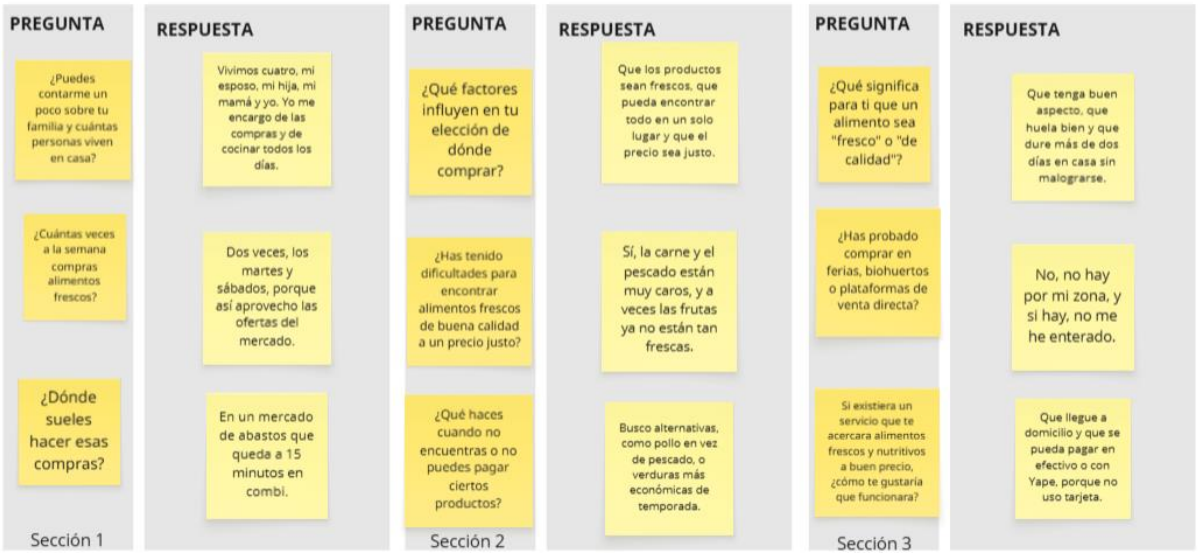
6.4.6 Entrevista 6: Rosa Gutiérrez – 47 años

ENTREVISTA 6

Nombre: Rosa Gutiérrez – 47 años
Ocupación: Ama de casa
Lugar: Comas

CONTEXTO

Vive con su esposo, su hija de 12 años y su madre adulta mayor. Ella se encarga de todas las compras y la preparación de alimentos en casa.



6.5 Arquetipo y Customer Journey Map - As Is

6.5.1 Arquetipo

NOMBRE

Verónica Alarcón

ROL

Madre de familia y jefa del hogar

IMAGEN



Historia del arquetipo en el contexto de estudio

Verónica vive en un barrio popular de Lima, donde el acceso a alimentos frescos y nutritivos es limitado por precio y disponibilidad. Trabaja largas horas para sostener a su familia, lo que reduce el tiempo que puede dedicar a cocinar. Busca alimentar bien a sus hijos, pero se enfrenta a la barrera económica, la oferta de productos ultraprocesados más accesibles y la falta de información sobre opciones saludables y económicas.

INSIGHT

DILEMA

Quiere dar a sus hijos una alimentación saludable y suficiente, pero el presupuesto ajustado y la falta de tiempo le obligan a optar por opciones rápidas y menos nutritivas.

POR QUÉS

El costo de frutas, verduras y proteínas de calidad es alto en su zona; además, los mercados locales no siempre cuentan con variedad o frescura. La publicidad y disponibilidad de productos ultraprocesados es más fuerte.

MOTIVACIÓN

Que sus hijos crezcan sanos, rindan en el colegio y desarrollen buenos hábitos alimenticios desde pequeños, evitando enfermedades como diabetes y obesidad.

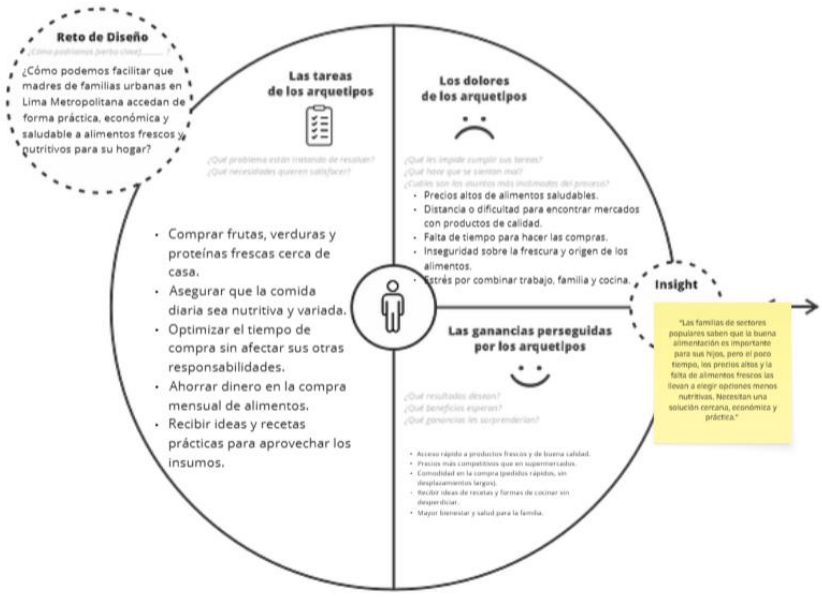
ESTADO IDEAL

Contar con acceso cercano y económico a alimentos frescos, nutritivos y de calidad, además de conocer recetas prácticas que pueda preparar rápido, sin comprometer el valor nutricional.

6.5.2 Customer Journey Map - As Is



6.6 Lienzo de Propuesta de valor



6.7 Logotipo de Nutrired

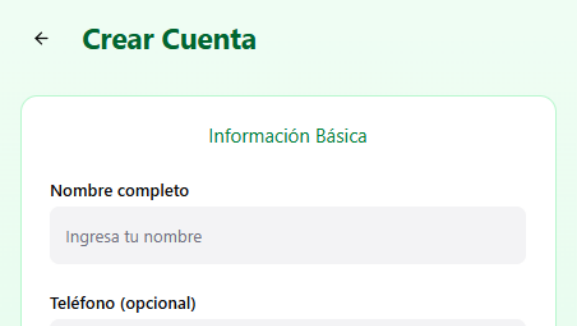
NutriRed

6.8 Interfaz de la aplicación

6.8.1 Portal de inicio



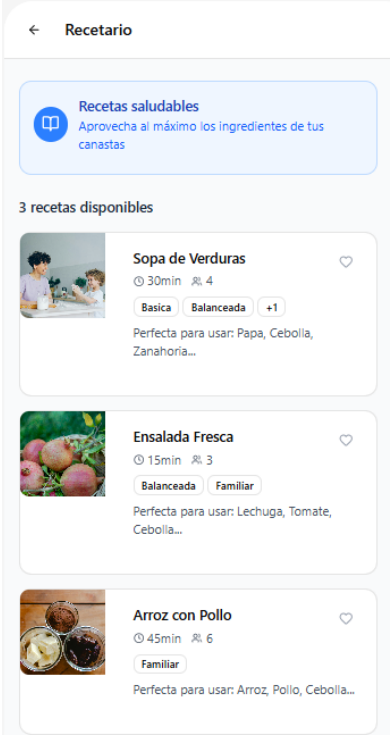
6.8.2 Registro de usuario



6.8.3 Menú de usuario



6.8.6 Sección Recetario Saludable



6.8.7 Sección de entrega/pago

