ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Acceso desigual a alimentos frescos en la Cooperativa Umamarca San Juan de Miraflores

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y DISEÑO PUBLICITARIO

PRESENTADA POR

Camila Irene Chancafe Pejerrey
DNI: 70580650, Perú

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN ARQUITECTURA DE INTERIORES

PRESENTADA POR

Alisson Daniela Paulino Robalino
DNI: 77073771, Perú

ASESOR

Ana Lucía Cárdenas Urquizo
DNI: 71661766, Perú
ORCID: 0009-0002-2305-2631

JURADO

Francheska Baca Cayo
Luis Miguel Peña Maceda
Paola Margarita Sánchez Mendoza

Lima, Noviembre 2025

Acceso desigual a alimentos frescos en la Cooperativa Umamarca%2C San Juan de Miraflores.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:517375402

Submission Date
Oct 23, 2025, 11:34 PM GMT-5

Download Date
Oct 24, 2025, 9:05 PM GMT-5

File Name
Acceso desigual a alimentos frescos en la Cooperativa Umamarca, San Juan de Miraflores.docx

File Size
9.7 MB

65 Pages

12,295 Words

71,204 Characters

turnitin Page 1 of 76 - Cover Page Submission ID trn:oid:::11391:517375402

16% 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
3% Publications
13% 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. Información general 1

1.1 1 1

1.2 1 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 2

II. Descripción de la innovación 5

2.1 Planteamiento del Problema 5

2.2 Población beneficiaria 6

2.3 Objetivo(s) del proyecto 8

2.3.1 Objetivo general 8

2.3.2 Objetivos específicos 11

2.4 Marco referencial 11

2.5 Proceso creativo y experimentos 14

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 14

2.5.2 Información sobre el Mercado 19

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 22

2.5.4 Diseño de producto/servicio 24

2.5.5 Modelo de Negocio 28

2.5.6 Resultados esperados 31

2.5.7 Prototipos desarrollados 32

2.5.8 Experimentos 37

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 46

III. Estimación de costos **48**

3.1 Presupuesto 48

IV. Conclusiones y recomendaciones **51**

4.1 Conclusiones 51

4.2 Recomendaciones 52

V. Referencias Bibliográficas 54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estimación de costos del proyecto ComiDate: Desarrollo tecnológico (MVP funcional proyectado) 48

Tabla 2. Estimación de costos del proyecto ComiDate: Marketing y difusión inicial 49

Tabla 3. Estimación de costos del proyecto ComiDate: Operación y mantenimiento (primer semestre) 49

Tabla 4. Estimación de costos del proyecto ComiDate: Inversión total inicial (seis primeros meses) 50

Tabla 5. Estimación de ingresos del proyecto ComiDate. 51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Arquetipo elaborado en Miro 7

Figura 2. Priorización de Ideas elaborado en Miro. 9

Figura 3. Matriz Dolor - Ganancia elaborado en Miro. 10

Figura 4. Primera parte del customer Journey Map as is del Arquetipo elaborado en Miro. 16

Figura 5. Segunda parte del customer Journey Map as is del Arquetipo elaborado en Miro. 17

Figura 6. Primera parte del lienzo de propuesta de valor elaborado en Miro. 18

Figura 7. Segunda parte del lienzo de propuesta de valor elaborado en Miro. 23

Figura 8. Prototipo de baja definición de ComiDate. 33

Figura 9. Primera parte del prototipo de alta definición de ComiDate. 36

Figura 10. Segunda parte del prototipo de alta definición de ComiDate. 37

Figura 11. Collage de fotos de las tres etapas de experimentos. 45

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Acceso desigual a alimentos frescos en la Cooperativa Umamarca, San Juan de Miraflores.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El presente trabajo de investigación se centra en la Cooperativa Umamarca, ubicada en el distrito de San Juan de Miraflores, donde se evidencian desigualdades en el acceso a alimentos frescos y nutritivos. El público objetivo está compuesto principalmente por jóvenes trabajadores entre 25 y 30 años, quienes enfrentan el reto de mantener una alimentación equilibrada en medio de jornadas extensas de trabajo, el caótico tráfico limeño, la alta presencia de locales de comida rápida y bodegas que priorizan productos ultraprocesados.

Si bien este grupo reconoce la importancia de alimentarse bien, factores como el cansancio, la falta de tiempo y la conveniencia inmediata los llevan a optar por soluciones rápidas y poco saludables, generando un ciclo de culpa, frustración y conformismo alimenticio.

Ante esta problemática, se propuso el diseño de ComiDate, una aplicación móvil de acompañamiento alimenticio que ayuda a los jóvenes a planificar, cocinar y mantener hábitos saludables sin requerir grandes inversiones de tiempo. ComiDate busca hacer que comer bien sea accesible, práctico y emocionalmente satisfactorio, promoviendo la constancia y el disfrute al cocinar desde casa. Estas herramientas buscan no solo mejorar la organización, sino también reducir el consumo de ultraprocesados y fomentar la autonomía alimentaria.

La metodología empleada se basó en herramientas de diseño estratégico y centrado en el usuario, utilizando herramientas como el Arquetipo de usuario, el Customer Journey Map, el Blueprint del servicio y el Lienzo de Propuesta de Valor. Estas metodologías permitieron comprender las emociones, barreras y oportunidades que enfrentan los jóvenes frente a la alimentación saludable, traduciéndolas en funciones digitales útiles y motivacionales.

El impacto esperado se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible N.º 3: Salud y Bienestar, específicamente con la meta 3.4, que promueve la reducción de enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el fortalecimiento de hábitos saludables. A nivel local, ComiDate busca ser una alternativa accesible, educativa y emocionalmente positiva para los jóvenes de la Cooperativa Umamarca en San Juan de Miraflores, demostrando que la innovación social y digital puede mejorar la calidad de vida a través del diseño de servicios.

Palabras clave: alimentación saludable, desigualdad, diseño de servicios, San Juan de Miraflores, ODS 3.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

La Cooperativa Umamarca, ubicada en el distrito de San Juan de Miraflores, refleja muchas de las desigualdades alimentarias que caracterizan a las zonas periféricas de Lima Metropolitana. Según Cuadra et al. (2024), la desigualdad urbana influye directamente en el acceso a alimentos de calidad y en la cantidad que las personas pueden obtener, ya que factores como la distancia a los puntos de abastecimiento y las limitaciones de movilidad condicionan esta disponibilidad.

En este contexto, el acceso a alimentos frescos y nutritivos no es constante ni asequible. Los mercados mayoristas se concentran en zonas alejadas y los precios en

supermercados suelen ser elevados, lo que obliga a los vecinos a recurrir a bodegas y minimarkets cercanos donde predominan productos ultraprocesados y con bajo valor nutricional. Huerta et al. (2024) señalan que la creciente ingesta de alimentos ultraprocesados representa una preocupación, ya que se vincula al aumento de casos de sobrepeso y obesidad. Esto se debe a que gran parte de la población es vulnerable a adoptar hábitos poco saludables que afectan su bienestar.

Los jóvenes trabajadores de entre 25 y 30 años que viven en la Cooperativa Umamarca asumen un rol de independencia en su vida diaria: organizan su alimentación, pagan servicios, realizan compras para su hogar y, en algunos casos, cuidan de mascotas o familiares. Según Grimaldi (2025), independizarse significa ganar libertad y autonomía en las decisiones cotidianas. Sin embargo, en el contexto peruano, este proceso se dificulta debido a las barreras económicas y culturales que retrasan el ingreso pleno a la vida adulta.

A esto debemos sumarles sus rutinas marcadas por largas jornadas laborales y traslados desgastantes debido al caótico tráfico en todo Lima, lo cual reduce significativamente el tiempo y la energía disponibles para planificar y preparar comidas saludables. Como consecuencia, muchos jóvenes optan por opciones rápidas como fast food, el delivery de estos mismos o snacks de baja calidad, lo que refuerza un círculo de conveniencia inmediata y descuido de su salud a largo plazo. En este contexto, las preferencias de consumo también reflejan una tendencia hacia la inmediatez y el atractivo del sabor, más que hacia la calidad nutricional. Según un estudio reciente de Activa (2025):

> En términos de lo que más valoran, el sabor de la comida ocupa el primer lugar (44,1%). Las promociones y descuentos son factores clave para los segmentos

NSE B y C, mientras que en Lima y dentro del NSE D, el precio es un criterio determinante al elegir un local de fast food.

Finalmente, predomina la preferencia por comprar directamente en tiendas físicas (68,7%), principalmente entre hombres de 30 a 59 años del NSE C. Sin embargo, también se utilizan otros canales como plataformas online y pedidos por teléfono o WhatsApp.

Esta situación no solo impacta en su bienestar físico, incrementando el riesgo de enfermedades no transmisibles como la diabetes, la hipertensión y la obesidad, sino también en su estado emocional. Según la Organización Panamericana de la Salud (2021), el 3,1 % de las muertes por enfermedades no transmisibles en el Perú están relacionadas con una alimentación alta en sodio, el 4,4 % con el consumo de alcohol, y el 20,8 % se atribuye a enfermedades cardiovasculares. La contradicción entre la intención de comer sano y las decisiones de último minuto genera sentimientos de culpa, frustración y falta de control sobre sus hábitos.

Frente a este escenario, surge la necesidad de replantear la relación entre alimentación, bienestar y tecnología, diseñando soluciones que no solo faciliten la organización de alimentos, sino que también motiven emocionalmente al usuario a mantener hábitos sostenibles.

La problemática se vincula directamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente con el ODS 3: Salud y Bienestar y la meta 3.4 que propone reducir en un tercio la mortalidad prematura causada por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y la promoción de hábitos saludables.

En el caso de la Cooperativa Umamarca, ComiDate representa una oportunidad de innovación social que integra la cultura alimentaria saludable con herramientas digitales, promoviendo un cambio real en los hábitos cotidianos de los jóvenes adultos y fortaleciendo su autonomía en la toma de decisiones saludables.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

En la Cooperativa Umamarca, ubicada en San Juan de Miraflores, los jóvenes adultos de 25 a 30 años que viven y trabajan de manera independiente enfrentan dificultades constantes para acceder a alimentos frescos y nutritivos. La oferta alimentaria predominante está conformada por bodegas, minimarkets con productos ultraprocesados y puestos de comida rápida, lo que limita las opciones saludables y accesibles. Esto genera una rutina alimentaria basada en la conveniencia, el bajo costo y la rapidez, priorizando estos aspectos sobre la calidad nutricional y el equilibrio en la dieta. Según Activa Perú (2025), la gran mayoría de los adultos peruanos mayores de 18 años (92,6 %) consume comida rápida.

La causa principal es la desigualdad urbana en el acceso a alimentos saludables, que se origina por la concentración de mercados mayoristas en zonas alejadas, la escasa infraestructura local de distribución de productos frescos y el aumento de precios en distritos periféricos. Maquet (2020) argumenta que, a pesar de la riqueza alimentaria del Perú, el acceso a productos saludables está limitado por factores económicos, culturales y logísticos, lo que convierte la alimentación sana en un privilegio para ciertos sectores.

A ello se suma la falta de tiempo y educación alimentaria de los jóvenes trabajadores, quienes, tras largas jornadas laborales y extensos traslados, recurren a alternativas de comida

rápida o snacks procesados**.** Oncosalud (2022) señala que una de las razones por las que las personas optan con mayor frecuencia por la comida rápida es su fácil accesibilidad. No solo porque pueden solicitarla fácilmente por internet o por apps de delivery, sino que este tipo de establecimientos supera en número a los que ofrecen comida tradicional en las calles.

La presencia dominante del marketing y las promociones de fast food refuerzan esta conducta, normalizando el consumo de alimentos poco nutritivos. Esta situación provoca una alimentación deficiente y desequilibrada, que incrementa el riesgo de enfermedades no transmisibles como la obesidad, la diabetes y la hipertensión.

El Ministerio de Salud del Perú (MINSA, 2025) resalta la importancia de disminuir el consumo de azúcares añadidos, grasas saturadas y sodio, así como evitar los alimentos ultraprocesados, con el fin de mantener niveles adecuados de glucosa en sangre y prevenir posibles complicaciones relacionadas con la diabetes.

Asimismo, esta situación produce sentimientos de culpa, frustración y descontrol emocional en los jóvenes que reconocen su deseo de comer mejor, pero no encuentran opciones que se ajusten a su tiempo, presupuesto y contexto local.

A nivel social, refuerza una brecha de desigualdad alimentaria, donde la salud se vuelve un privilegio y no un derecho accesible para todos.

2.2 Población beneficiaria

El presente proyecto está dirigido principalmente a jóvenes adultos de entre 25 y 30 años, trabajadores e independientes que residen en la Cooperativa Umamarca, ubicada en el distrito de San Juan de Miraflores. Este grupo se caracteriza por asumir con responsabilidad

su independencia económica, laboral y alimentaria, enfrentando los retos de organizar su día a día en una ciudad con altos niveles de estrés, largas jornadas laborales y escaso tiempo para la planificación de sus comidas.

Para representar a este público se construyó el arquetipo de María Ordóñez, la cual vive sola, trabaja largas horas y desea alimentarse de forma saludable, pero su rutina y el acceso limitado a productos frescos la llevan a depender de opciones rápidas y poco nutritivas. La frase que la representa es: "Queremos sentirnos bien hoy, aunque eso signifique descuidar el mañana."

Figura 1

Arquetipo elaborado en Miro.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura muestra el arquetipo, la cual representa al segmento de la población de estudio, jóvenes trabajadores de 25 a 30 años, su contexto, el dilema, sus motivaciones, su

estado ideal, sus jobs to be done, sus pains o dolores, sus gains o beneficios, sus principales características y la oportunidad que encontramos .

¿Qué significa esa frase? Refleja la búsqueda inmediata de satisfacción y conveniencia: comer algo rápido, calmar el hambre, tener energía en el momento, darse un "gustito" y "aunque eso signifique descuidar el mañana" muestra la contradicción: saben que a largo plazo puede traer consecuencias (obesidad, diabetes, hipertensión), pero el futuro queda en segundo plano frente a la necesidad actual.

Maria, al igual que sus vecinos, se convierten así en la población beneficiaria que además, comparten valores vinculados al autocuidado, la sostenibilidad y la organización personal, aunque aún carecen de herramientas accesibles que integren estos ideales a su ritmo de vida. En ese sentido, ComiDate se plantea como una alternativa tecnológica empática, práctica y educativa, que acompaña al usuario paso a paso en su proceso de cambio alimentario, sin imponerle restricciones, sino motivándolo con recompensas, recordatorios y planificación flexible.

Es por ello que el proyecto busca reducir la brecha alimentaria presente en comunidades como Umamarca, fortalecer la cultura de bienestar y promover hábitos sostenibles que contribuyan a mejorar la salud física y emocional de los jóvenes.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.3.1 Objetivo general

Diseñar una aplicación móvil que facilite la organización alimentaria de jóvenes adultos con poco tiempo disponible, mediante una experiencia práctica, visual y personalizada que promueva hábitos de alimentación saludable y mejore su bienestar diario.

Figura 2

Priorización de Ideas elaborado en Miro.

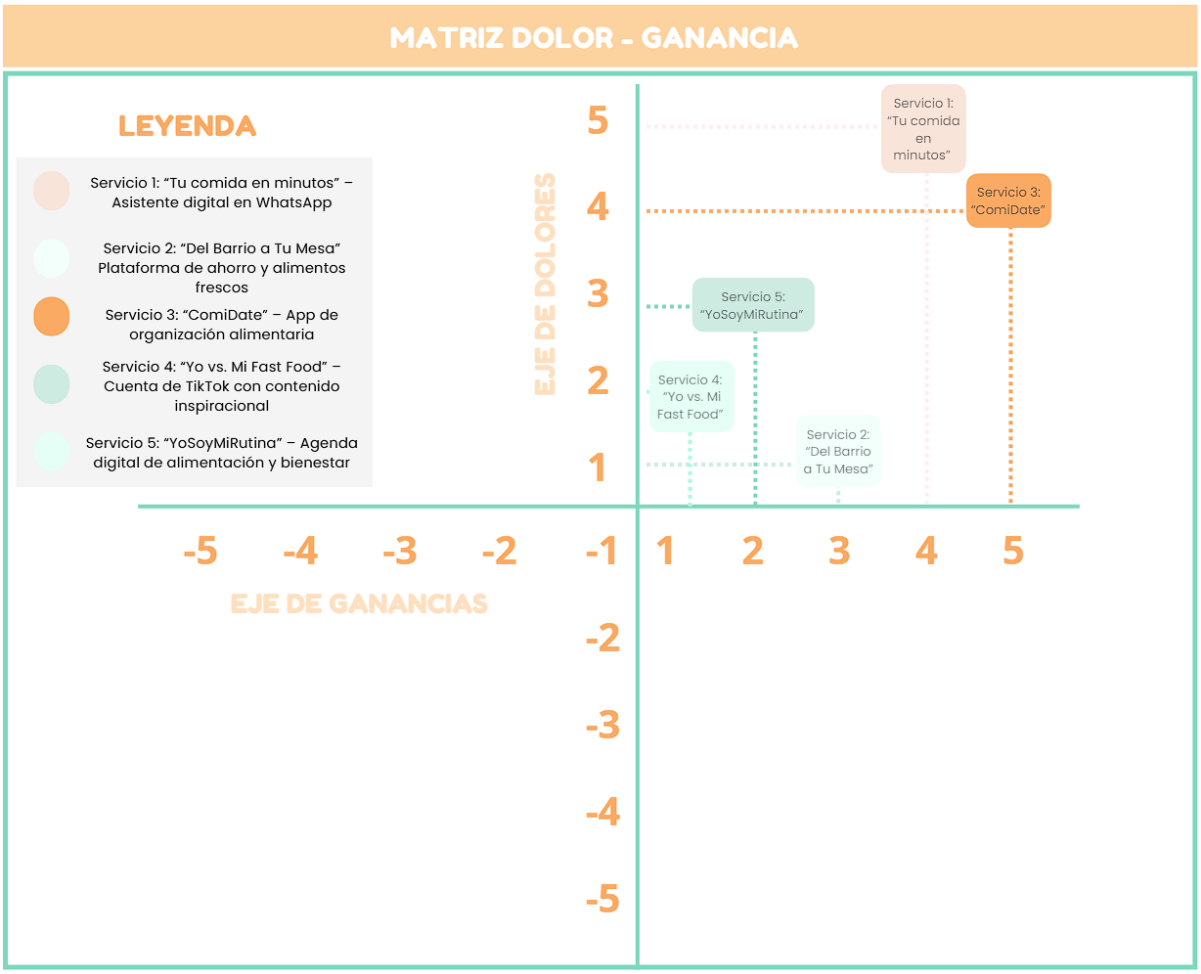


Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura muestra el resultado del proceso de priorización de ideas realizado en la plataforma Miro, como parte del diseño centrado en el usuario. A partir del análisis de los dolores y ganancias del arquetipo, se establecieron posibles soluciones y se clasificaron según dos criterios: el nivel de respuesta frente a los dolores identificados y el grado de alineación con las ganancias deseadas por el usuario. Esta matriz permitió visualizar con mayor claridad qué ideas aportan mayor valor y orientar el desarrollo funcional hacia las necesidades reales del público objetivo.

Figura 3

Matriz Dolor - Ganancia elaborado en Miro.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura muestra el análisis comparativo de las distintas propuestas de solución en función del nivel de impacto que generan sobre los dolores y ganancias del arquetipo. Este ejercicio permitió visualizar con mayor claridad qué servicios responden mejor a las necesidades reales del usuario. En conjunto con la matriz de priorización de ideas, este proceso metodológico fue decisivo para seleccionar y desarrollar la propuesta de ComiDate, al evidenciar su potencial para aliviar frustraciones cotidianas y generar beneficios tangibles en la organización alimentaria de jóvenes adultos.

2.3.2 Objetivos específicos

- En primer lugar, se busca identificar los principales problemas y limitaciones que enfrentan los jóvenes adultos al momento de planificar su alimentación diaria.
- Luego, se plantea analizar los hábitos, preferencias y comportamientos de consumo del público objetivo para comprender sus motivaciones y barreras respecto a la comida saludable.
- Después, se pretende desarrollar un prototipo funcional de la aplicación *ComiDate* que integre herramientas como registro con personalización inicial, planificador semanal inteligente, lista de compras personalizada, recetas rápidas en video, integración con calendario, insignias y recordatorios motivacionales, modo "aprovecha tu refri", sección "mi progreso", escaneo inteligente de productos y modo offline .
- A continuación, se propone validar la propuesta a través de pruebas con usuarios reales, evaluando su usabilidad, utilidad percibida y nivel de satisfacción.
- Finalmente, proponer mejoras y estrategias de implementación futuras, incluyendo posibles alianzas o integraciones tecnológicas que fortalezcan el valor del servicio.

2.4 Marco referencial

Como primer antecedente tenemos Mayón et al. (2022), el cual lleva por título "Propuesta de negocio para disminuir el tiempo de preparación de alimentos y mejorar la alimentación de las personas". Tesis de Magíster en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

El objetivo del estudio fue desarrollar una propuesta de negocio llamada Rapibox, la cual está orientada a reducir el tiempo de preparación de comidas y mejorar los hábitos alimenticios de personas con estilos de vida acelerados.

La metodología consistió en un estudio de prefactibilidad con enfoque mixto, en el que se aplicaron encuestas a potenciales usuarios para identificar sus hábitos de consumo, además del desarrollo de un plan financiero y operativo que sustentara la viabilidad del modelo de negocio.

Los resultados mostraron que una gran parte de la población urbana peruana, especialmente quienes viven solos o también denominados personas que viven de manera independiente, presentan dificultades para mantener una alimentación saludable debido a la falta de tiempo y la preparación de alimentos para ellos mismos. Cabe resaltar que se evidenció un alto nivel de aceptación hacia soluciones prácticas y saludables listas para preparar.

La tesis concluye que existe una oportunidad de mercado rentable para ofrecer productos alimenticios saludables y de fácil preparación que reduzcan el tiempo de cocina, mejoren los hábitos alimenticios y se adapten al ritmo de vida actual del público objetivo.

La utilidad de esta tesis para nuestro proyecto radica en que respalda la existencia de una necesidad real vinculada al poco tiempo disponible para cocinar y la búsqueda de opciones nutritivas y prácticas. Además, sirve como base para validar que la propuesta de nuestra app ComiDate —centrada en la organización alimentaria eficiente— responde a una problemática similar desde un enfoque digital y accesible.

Como segundo antecedente tenemos a Abanto et al. (2020), el cual lleva por título “Propuesta de solución a la escasez de tiempo, alimentación poco saludable y búsqueda de

bienestar en los millennials en Lima Metropolitana". Tesis de Magíster, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

El objetivo del estudio fue diseñar una solución de negocio que atienda la problemática de los millennials con poco tiempo disponible, quienes frecuentemente consumen alimentos no saludables, proponiendo un modelo integral de bienestar alimentario.

La metodología consistió en un estudio de prefactibilidad que incluyó encuestas al público objetivo para identificar hábitos alimenticios, análisis financiero, diseño del modelo de servicio (4U Healthy Life) y validación de recepción del mercado.

Los resultados mostraron que dicho segmento demográfico (20-40 años) está dispuesto a pagar por servicios que le lleven comidas, cenas y snacks saludables, integrados con servicios complementarios como asesorías nutricionales, ejercicio o mindfulness. También se identificó que el negocio proyectado podía tener rentabilidad con indicadores como TIRE = 25,8 % y TIRF = 62,3 %.

La tesis concluye que existe viabilidad para un modelo que no solo entrega alimentos, sino que forma parte de una estrategia holística de bienestar, que combine nutrición, ejercicio y experiencias de salud.

La utilidad de esta tesis para nuestro proyecto radica en que respalda la demanda real de soluciones alimentarias prácticas integradas con bienestar para profesionales jóvenes; refuerza que no basta con alimentación rápida, sino que se valoran servicios complementarios que hagan más completa la oferta; además, aporta parámetros de negocio (rentabilidad esperada) que pueden servir de referencia en la planificación económica de ComiDate.

Como tercer antecedente tenemos a Chávez et al. (2022), el cual lleva por título "Guías alimentarias en adolescentes: Piloto sobre uso de aplicación web para estilos de vida saludables". Revista Chilena de Nutrición, 49(1), 62-69. Artículo científico (estudio piloto).

Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile. El objetivo del estudio fue desarrollar una aplicación web interactiva para que los adolescentes puedan aplicar los conceptos de las Guías Alimentarias Basadas en Alimentos (GABA) mediante desafíos que promuevan decisiones saludables.

La metodología consistió en un estudio piloto con diagnóstico previo mediante encuesta a 37 adolescentes, desarrollo de una app basada en esos insumos, y luego evaluación de usabilidad y opiniones por 10 adolescentes durante un periodo de prueba, utilizando cuestionarios y análisis descriptivo.

Los resultados mostraron que los participantes identificaron la importancia de mantener una alimentación saludable personalizada. En el piloto, la app fue percibida como autoexplicativa (70 %), simple de usar (100 %) y útil (90 %).

La tesis concluye que una herramienta web bien diseñada puede fomentar el autocuidado alimentario en adolescentes mediante mecanismos lúdicos y adaptados a su forma de comunicación, siempre que cuente con interfaz amigable, retos, personalización y acompañamiento apropiado.

La utilidad de este estudio para nuestro proyecto radica en que valida que apps/web orientadas a hábitos alimentarios sí pueden generar impacto en poblaciones jóvenes, reforzando la importancia de la simplicidad de uso, desafío lúdico, personalización y retroalimentación, todos los elementos que nuestro prototipo ComiDate debe incorporar para ser relevante para usuarios como María.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El usuario principal identificado para este proyecto es María Ordóñez, una joven profesional independiente de 28 años que reside en la Cooperativa Umamarca, San Juan de

Miraflores. Representa a un perfil de adultos jóvenes que buscan equilibrar su independencia personal y laboral con el deseo de cuidar su salud y bienestar físico, enfrentando el reto de mantener hábitos saludables dentro de una rutina acelerada.

Su día a día está marcado por largas jornadas laborales, traslados desgastantes y una carga constante de cansancio físico y mental. Esto provoca que no tenga tiempo para un desayuno completo, lo que genera estrés y una ligera culpa desde temprano, haciendo que el día comience con la sensación de ir a contrarreloj. A lo largo del día, María duda si realmente está comiendo bien, lo que se traduce en inseguridad y ansiedad. Por las noches, al regresar a casa, la desmotivación y el cansancio la llevan a optar por opciones rápidas como delivery o snacks poco saludables, reforzando un ciclo de conveniencia y frustración.

Este comportamiento la hace pensar en su familia como espejo de su descuido, generando en ella vergüenza, ya que teme repetir patrones poco saludables y seguir estancada en una rutina que no le permite avanzar hacia una vida más equilibrada. Cada día, al mirar el reloj y darse cuenta de que está nuevamente con el tiempo encima, inicia un ciclo emocional de culpa y frustración que se repite constantemente.

A pesar de ello, existen momentos que rompen ese patrón negativo. Cuando logra llevar algo preparado de casa, siente satisfacción, orgullo y alivio momentáneo, pues demuestra que sí puede organizarse. Del mismo modo, cuando consigue llevar su almuerzo casero, experimenta tranquilidad y orgullo, al reconocer que ha podido ahorrar dinero y cuidar su salud al mismo tiempo. Estos instantes se convierten en pequeñas victorias personales que refuerzan su autoestima y su motivación para mejorar.

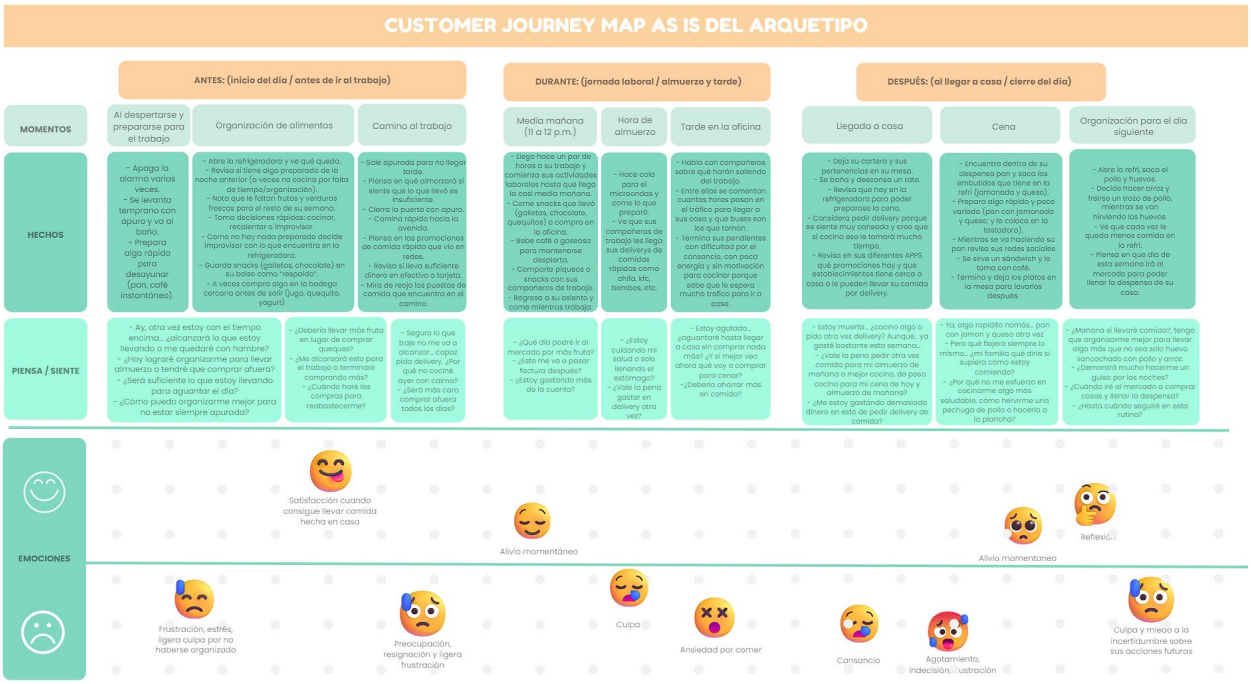
Los momentos significativos en su experiencia alimentaria son reveladores:

- Cuando mira el reloj y se da cuenta de que vuelve a estar con el tiempo justo, siente que el día ya empezó mal.

- Cuando logra cocinar o llevar comida casera, se siente orgullosa y con la sensación de que está progresando.
- Cuando observa sus snacks poco saludables, se enfrenta a un recordatorio silencioso de aquello que quiere cambiar.
- Y cuando llega a casa agotada y debe decidir entre cocinar o pedir delivery, vive un pico de frustración que refleja su tensión interna entre el cansancio y el deseo de cuidarse.

Figura 4

Primera parte del customer Journey Map as is del Arquetipo elaborado en Miro.

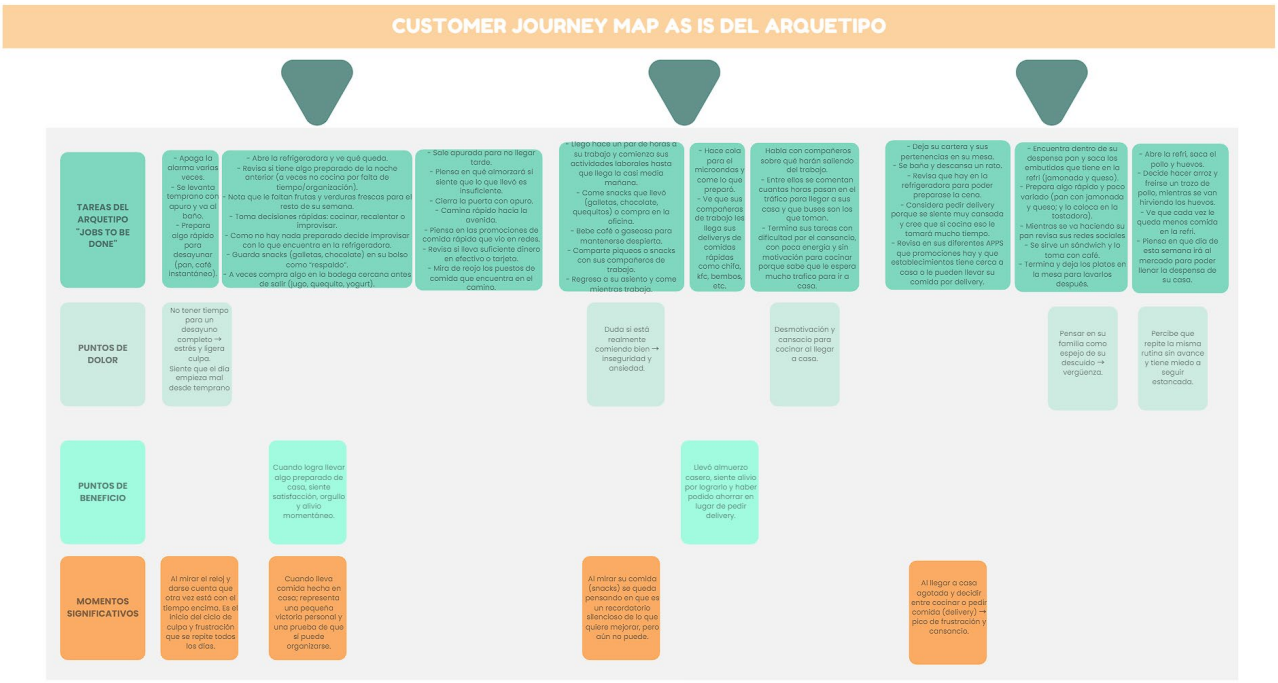


Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura representa la primera parte del Customer Journey Map, centrado en los momentos, hechos, pensamientos, emociones y trayectorias emocionales del arquetipo identificado. Este recorrido permite comprender cómo se desarrolla la experiencia antes, durante y después del uso del servicio, revelando puntos críticos de frustración y oportunidad. Esta figura se complementa con la segunda parte del mapa.

Figura 5

Segunda parte del customer Journey Map as is del Arquetipo elaborado en Miro.



Fuente: Elaboración propia.

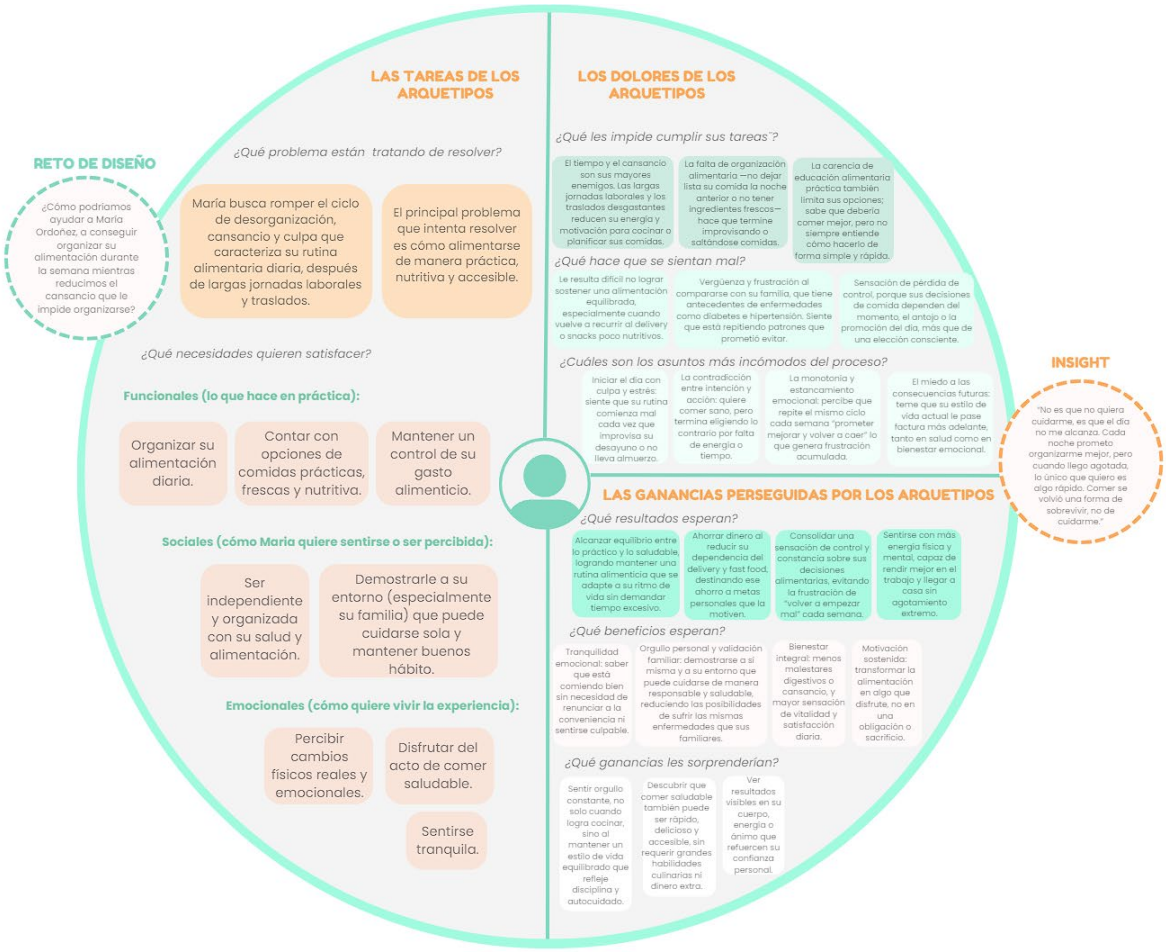
Nota. La figura muestra la segunda parte del Customer Journey Map, organizada en torno a las tareas del arquetipo, los puntos de dolor, los beneficios percibidos y los momentos significativos. Este análisis permitió identificar con claridad los momentos que generan mayor sentido y motivación en el usuario, los cuales se convierten en oportunidades clave para el diseño de soluciones más relevantes y empáticas.

Asimismo, el insight central que resume su experiencia es el siguiente:

"No es que no quiera cuidarme, es que el día no me alcanza. Cada noche prometo organizarme mejor, pero cuando llego agotada, lo único que quiero es algo rápido. Comer se volvió una forma de sobrevivir, no de cuidarme."

Figura 6

Primera parte del lienzo de propuesta de valor elaborado en Miro.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura presenta el análisis inicial del perfil de usuario, centrado en las tareas, dolores y ganancias de los arquetipos identificados. Este lienzo permite comprender el contexto funcional, social y emocional de los usuarios, este proceso permitió identificar el reto de diseño principal y derivar el insight central del proyecto.

Este hallazgo evidencia que el problema principal no radica en la falta de información sobre alimentación saludable, sino en la falta de tiempo, energía y acompañamiento práctico. María no busca complicarse con dietas o rutinas exigentes, sino soluciones accesibles,

empáticas y realistas que se adapten a su ritmo de vida. Esta necesidad de equilibrio entre lo emocional y lo práctico se alinea con lo señalado por el Instituto Nacional de Salud Honorio Delgado - Hideyo Noguchi (INSM, 2021), que advierte que una alimentación saludable contribuye al bienestar emocional, mientras que el consumo frecuente de comida chatarra se asocia con mayor riesgo de depresión, ansiedad y estrés.

Por ello, la propuesta de valor de este proyecto busca transformar su relación con la comida, ofreciendo herramientas digitales que la ayuden a organizar su alimentación de manera práctica y emocionalmente positiva, convirtiendo la culpa y el cansancio en orgullo, bienestar y satisfacción personal.

2.5.2 Información sobre el Mercado

En los últimos años, el estilo de vida acelerado de los jóvenes peruanos ha incrementado la demanda de soluciones digitales que simplifiquen la organización personal y promuevan hábitos saludables. Según el informe Think Digital Report de INESDI & OBS (2024), existe un notorio incremento en la cantidad de empresas que ya están en proceso de transformación digital debido a las crecientes demandas digitales emergentes.

Esta realidad representa una oportunidad significativa para el desarrollo de herramientas tecnológicas como ComiDate, una aplicación móvil que facilita la planificación alimentaria semanal, ayudando al usuario a comer de forma saludable y práctica, sin depender del tiempo ni de conocimientos avanzados en cocina.

Según Business Empresarial (2025), las diferentes herramientas tecnológicas que buscan revolucionar la gestión de la alimentación y el estado físico continuarán ampliándose como una tendencia en desarrollo, consolidándose como una de las principales tendencias de consumo digital en América Latina.

En cuanto a competencia nacional, existen aplicaciones como:

- Fitia, donde obtienes un plan de comidas para bajar de peso de forma fácil, cuenta las calorías, contiene recetas saludables y diseñadas para conseguir resultados, ayuno intermitente simplificado, entre otras características más.
- Alerta, una app que cuenta con respaldo de nutricionistas del Centro Nacional de Alimentación y Nutrición del Instituto Nacional de Salud, que tiene por objetivo brindar información nutricional sobre el contenido de grasas, azúcares y sodio que contienen los diferentes productos industrializados en tiempo real.
- Y como competidor indirecto tenemos a Yico, el cual contiene temas sobre la lactancia materna, alimentación complementaria, preparación de recetas fáciles y nutritivas, según el mes de gestación de la madre o la edad del bebé. Si bien no aplica directamente a nuestro público objetivo, es un ejemplo de app nutricional local.

Y en cuanto a competidores internacionales tenemos a:

- Eatr - Plan de comidas - Dieta, el cual es un planificador de comidas de IA con recetas, tiene niveles en habilidad de cocina, puedes escoger tus preferencias alimentarias, entre otras cosas.
- Calz - Calorías de los alimentos. Esta app es un contador de calorías IA y planificador de dieta para medir las calorías en las comidas y registrar tus pasos diarios.
- Ekilu - Recetas saludables, en el cual eliges entre más de 2000 recetas para cocinar y mejorar tu nutrición a través de alimentos variados y equilibrados.

Las principales barreras identificadas son:

- Costo inicial de desarrollo tecnológico, que requiere inversión en diseño UX/UI y programación.
- Competencia de apps internacionales consolidadas, con altos presupuestos de marketing.
- Generación de confianza y hábito en los usuarios, dado que muchos aún asocian “comer saludable” con alto costo o esfuerzo adicional.

Sin embargo, al tratarse de un producto local, ComiDate puede aprovechar el conocimiento del público peruano y el lenguaje cercano, lo cual facilita la conexión emocional con el usuario.

Durante su primera etapa, ComiDate busca posicionarse en la Cooperativa de Umamarca, San Juan de Miraflores. Para luego seguir en Lima Metropolitana, especialmente en los distritos de clase media/baja con un alto número de jóvenes trabajadores.

El objetivo a mediano plazo es ampliar el alcance a otras ciudades del Perú mediante alianzas estratégicas con universidades, empresas de alimentación saludable y creadores de contenido. Fortaleciendo así su posicionamiento como herramienta tecnológica de bienestar.

El mercado objetivo principal está compuesto por jóvenes trabajadores entre 25 y 30 años, como el arquetipo “María”: profesionales independientes o estudiantes que viven solas, con poco tiempo para cocinar, pero con interés en mejorar sus hábitos sin gastar demasiado. Los cuales buscan organizarse dentro de sus apretadas actividades de su día a día, haciendo que la experiencia de mejorar sus hábitos alimenticios sea positiva.

Este público busca soluciones rápidas, confiables y accesibles, valorando la practicidad y el equilibrio emocional.

Según Deb, T. (2025), se estima que el uso de las aplicaciones fitness abarque un 30% de usuarios que actualmente usen teléfonos inteligentes alrededor de todo el mundo. Lo cual

busca una integración entre personas y tecnología, que ayuden a enfatizar el papel importante que tiene su rutina alimentaria.

Si se considera que, según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE, 2022), la cantidad de jóvenes trabajadores fue representada por 1 millón 664 personas. La demanda potencial inicial para ComiDate buscaría superar que al menos la mitad de esta cifra de usuarios digitales activos, especialmente dentro del segmento que busca bienestar sin sacrificar tiempo ni dinero.

Sintetizando, ComiDate encuentra su oportunidad en un mercado que demanda tecnología cercana, accesible y alineada con las rutinas reales de los jóvenes peruanos, convirtiéndose no solo en una app de planificación, sino en una herramienta de transformación de hábitos y bienestar sostenible.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

ComiDate es una aplicación digital de organización alimentaria que forma parte de los servicios tecnológicos orientados al bienestar y la alimentación saludable. Su diseño está pensado para acompañar a jóvenes adultos que enfrentan rutinas exigentes y desean mejorar su relación con la comida sin invertir tiempo ni esfuerzo adicional.

Mediante herramientas como un planificador semanal inteligente, listas de compras automáticas y recetas prácticas, entre otras, la app simplifica la organización alimentaria diaria. Su objetivo principal es ayudar al usuario a ahorrar tiempo, dinero y energía, mientras adopta hábitos más saludables. Más que una aplicación, ComiDate se convierte en una compañera de bienestar que transforma la alimentación en un acto de autocuidado y equilibrio, porque “comer bien nunca fue tan fácil”.

ComiDate surge como respuesta a una problemática común en la vida urbana actual: la falta de tiempo y energía para planificar una alimentación equilibrada. Muchos jóvenes

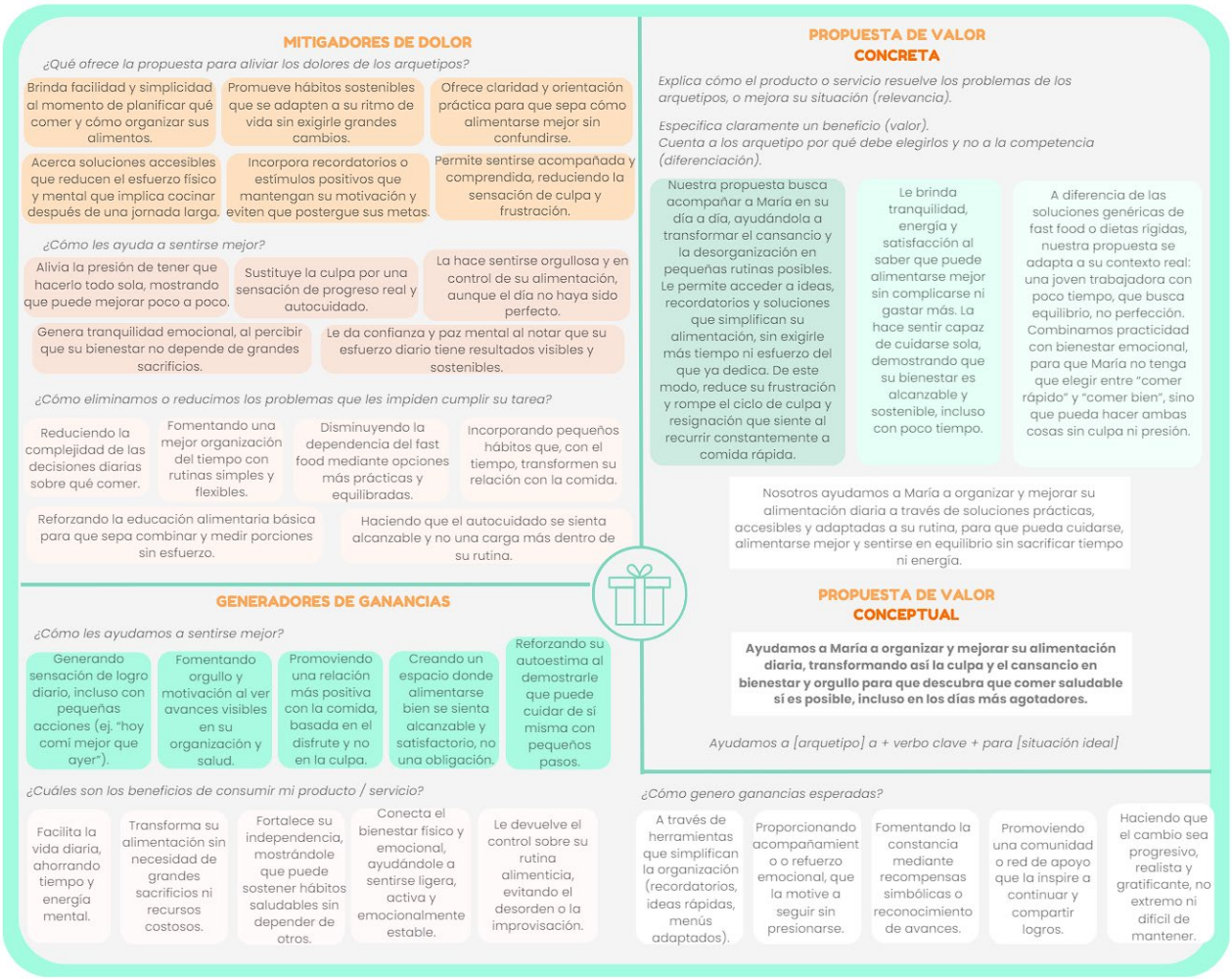
trabajadores, como nuestro arquetipo María, priorizan la conveniencia del fast food o el delivery debido al cansancio y la desorganización, lo que genera sentimientos de culpa y frustración.

En base a este análisis, y como resultado del desarrollo del lienzo de propuesta de valor elaborado en la herramienta colaborativa Miro, se definió la siguiente promesa central:

Ayudamos a María a organizar y mejorar su alimentación diaria, transformando así la culpa y el cansancio en bienestar y orgullo, para que descubra que comer saludable sí es posible, incluso en los días más agotadores.

Figura 7

Segunda parte del lienzo de propuesta de valor elaborado en Miro.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura presenta la propuesta de valor conceptual de ComiDate, desarrollada a partir de la identificación de tareas, dolores y ganancias del usuario. Se detallan los mitigadores de dolor, generadores de ganancia y propuesta de valor que sustentan el enfoque estratégico de la aplicación.

Esta propuesta sintetiza el enfoque empático y funcional de ComiDate, alineado con las necesidades reales del usuario.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

ComiDate es una aplicación móvil de organización alimentaria diseñada para facilitar la planificación de comidas saludables en jóvenes adultos entre 25 y 30 años que enfrentan rutinas laborales exigentes y poco tiempo para cocinar. Su propósito es devolver el control sobre el tiempo, la alimentación y el bienestar personal, transformando el acto de planificar y cocinar en un hábito simple, accesible y sostenible.

La propuesta se desarrolla bajo un enfoque de diseño centrado en el usuario, combinando interfaz intuitiva, tono empático y acompañamiento motivacional. A nivel de experiencia, ComiDate busca generar una sensación de logro y bienestar a través de microinteracciones diarias, gamificación y recordatorios personalizados.

Hemos dividido las funciones en gratuitas y premium, comencemos con las gratuitas:

1. **Registro + personalización inicial:** Permite registrarse a través de Google, correo electrónico o teléfono. Durante el registro, el usuario selecciona sus preferencias alimentarias (vegana, sin gluten, criolla, etc.), su nivel culinario (principiante,

intermedio o avanzado) y alergias relevantes. Esta información permite que el sistema adapte los menús y sugerencias a su perfil.

2. **Planificador semanal inteligente:** El usuario elige cuánto tiempo tiene para cocinar (15, 20, 30 o 40 minutos), qué tipo de comidas desea preparar (vegana, criolla, pescados y mariscos, etc.) y para cuántas personas desea cocinar (1 persona, 2 personas, 3 personas, etc). A partir de ello, la app genera automáticamente tres opciones de menú saludable por día, ajustadas a sus necesidades y tiempo.
3. **Lista de compras personalizada:** Genera una lista de compras a partir del menú elegido. El usuario puede marcar los ingredientes que ya posee.
4. **Recetas rápidas en video:** Biblioteca audiovisual con recetas cortas y prácticas que incluyen etiquetas de tiempo estimado (“15 min”, “20 min”, “25 min”, etc) y tiene la opción de guardar en “Favoritos” o “Ver ingredientes”. Fomentando así una experiencia visual clara y motivadora.
5. **Integración con el calendario:** Permite sincronizar ComiDate con Google Calendar y recibir recordatorios automáticos de planificación o compras. Ejemplo: *“*Buen trabajo hoy 🌿 Mañana tú yo del futuro te lo agradecerá 💚.” , “Hoy cocinaste 2 comidas caseras”.
6. **Modo “Aprovecha tu refri”:** Buscador donde el usuario escribe los ingredientes disponibles y la app sugiere recetas simples y saludables con base en esos productos.
7. **Mi progreso:** A medida que el usuario mantiene sus hábitos saludables, gana insignias temáticas y puede ver contabilizados sus días que va cocinando, cuántas comidas saludables lleva realizando, las cuales reconocen sus avances personales, reforzando la motivación y el sentido de progreso.

   Las funciones premium son las siguientes:

1. **Filtro preventivo de salud:** permite registrar antecedentes familiares (diabetes, obesidad, hipertensión) y recibir menús preventivos basados en esta información.
2. **Sistema de alerta:** Cuando contiene algún ingrediente no apto para el usuario, el cual hace que automáticamente cuando una receta contiene algo no apto, le emita una alerta.
3. **Acceso completo al catálogo de recetas premium.**
4. **Check-list interactivo + exportación a apps de delivery:** integración directa con PedidosYa.
5. Acceso al modo **“ 👩‍🍳 Manos a la olla”** (paso a paso interactivo).
6. Acceso a través de la Función **"Mi progreso"** donde tendrás acceso a una sección con contacto directo a nutricionistas (hombre o mujer) para asesorías personalizadas.
7. **Descuentos y recompensas saludables:** en tiendas, bodegas o mercados cercanos al usuario.
8. **Escaneo inteligente de productos:** lector de códigos de barras para conocer el valor nutricional (grasas, sodio, azúcar).
9. **Modo offline:** acceso sin conexión a las recetas y planificación guardadas.

La mecánica del servicio se desarrolla a través de un modelo freemium: la descarga es gratuita y ofrece acceso a las funciones esenciales, mientras que la versión premium incluye otro tipo de beneficios. Este enfoque permite validar el producto con una inversión inicial baja y escalar progresivamente conforme crezca la base de usuarios. El precio aproximado para la versión premium es de S/30. Esto lo decidimos basándonos en la media de costo de las apps similares a la nuestra.

Según Lacasa (2025), el modelo freemium es una estratégica muy popular y de las más efectivas en el ámbito del software, la cual combina las palabras "gratis" y "premium" debido a que se les ofrece al público una versión gratuita de un producto o servicio con funciones limitadas y otras funciones adicionales si se suscriben a la versión de pago. Cabe resaltar que se requiere una ejecución cautelosa, en el sentido de que primero se debe de comprender las dinámicas del mercado, analizar el comportamiento de tu buyer person, tener clara la propuesta de valor y el impacto que tendría en los usuarios y así poder aprovechar al máximo tanto el modo gratuito y el de paga.

Desde la perspectiva del triple balance (económico, social y ambiental), ComiDate busca impactar positivamente en los tres niveles:

Económico, que funciona como un conector entre usuarios y comercios locales. A través de su integración con plataformas como PedidosYa, la app facilita la adquisición de ingredientes sin intervenir en los precios o comisiones de envío. Además, busca establecer alianzas con mercados de barrio y negocios saludables de la zona, fortaleciendo el comercio local y generando oportunidades para pequeños emprendedores.

Social, debido a que fomenta hábitos alimentarios más saludables y sostenibles, mejorando la calidad de vida de los jóvenes y contribuyendo a su bienestar físico y emocional. Al facilitar recetas caseras saludables, ComiDate ayuda a reducir el consumo de alimentos ultraprocesados, azúcares y grasas saturadas, factores clave en enfermedades no transmisibles (ENT) como diabetes tipo 2, hipertensión y obesidad. Por otro lado, este grupo poblacional de jóvenes adultos trabajadores de 25 a 30 años suele estar en transición hacia la independencia, por lo cual ComiDate actúa como un puente entre la autonomía y el

autocuidado. Según Trucco (2024), en los últimos 20 años la edad promedio en la que los jóvenes constituyen un nuevo hogar o se independizan es de 26 a 27 años.

Ambiental, mediante el modo "Aprovecha tu refri", ComiDate incentiva el aprovechamiento máximo de los ingredientes disponibles, reduciendo el desperdicio de alimentos, el cual es una de las principales problemáticas en entornos urbanos. Según el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS, 2023), en el Perú el promedio de pérdidas y desechos equivale a 12,8 millones de toneladas al año y en conjunto con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) se estima que para el año 2032 los desperdicios de alimentos sean de 234 millones.

2.5.5 Modelo de Negocio

ComiDate se estructura bajo un modelo digital freemium que combina accesibilidad con personalización. La versión gratuita ofrece funciones esenciales para organizar la alimentación diaria, mientras que la versión premium amplía la experiencia con herramientas avanzadas, beneficios exclusivos y mayor control sobre los hábitos alimentarios. Este enfoque permite generar valor desde el primer uso, fomentar el compromiso progresivo y asegurar una fuente sostenible de ingresos. El precio aproximado para la versión premium es de S/30. Esto lo decidimos basándonos en la media de costo de las apps similares a la nuestra.

El modelo se basa en una lógica de ciclo de acompañamiento, donde el usuario descubre la app, se registra fácilmente, personaliza su perfil y accede a funciones que lo guían desde la planificación hasta la ejecución. A medida que interactúa con la aplicación, recibe retroalimentación, recompensas y motivación constante, fortaleciendo su vínculo con el servicio.

Además, ComiDate promueve alianzas estratégicas con nutricionistas, marcas locales de alimentación saludable y plataformas de delivery como Pedidos Ya, fortaleciendo un ecosistema colaborativo en torno al bienestar alimentario. Esta red de colaboración permite ofrecer beneficios tangibles al usuario, como descuentos, asesoría profesional y opciones de compra integradas.

Forma de comercialización: La estrategia de comercialización combina presencia digital con activación local comunitaria, buscando conectar con los usuarios desde la cercanía, la empatía y la experiencia real. Se implementa a través de los siguientes puntos de contacto:

- **Espacio físico / estaciones interactivas:** En San Juan de Miraflores, especialmente en la Cooperativa Umamarca, se instalarán banners con códigos QR en gimnasios, cafeterías y universidades locales. Estos incluirán frases como *"Escanea y mejora tu forma de comer"*, invitando a los usuarios a descubrir la app de forma rápida y directa.
- **App:** ComiDate estará disponible para descarga gratuita en Play Store y App Store. El proceso de registro es accesible, permitiendo el ingreso mediante correo electrónico, cuenta de Google o número de teléfono.
- **Redes sociales:** La difusión digital se realizará principalmente en TikTok e Instagram, mediante campañas visuales y testimoniales que conecten con el estilo de vida del arquetipo María. Se utilizarán los siguientes formatos:
    - Reels y stories mostrando los beneficios de la app, sus funciones principales y los platillos disponibles.

- Enlace directo en la bio de TikTok que lleva al Play Store con botón de descarga.
- Stories con llamados a la acción como *"Desliza y descárgala aquí"*.
- Publicaciones con tips de primeros pasos y mensajes de apoyo como *"Tu constancia inspira"*.
- Comunidad digital con retos saludables, recetas sugeridas y logros compartidos por los usuarios.
- Contenido generado por usuarios reales, incluyendo historias de mejora y experiencias tipo *"Antes y después con ComiDate"*.
- Alianzas con microinfluencers de distintos rubros (no solo alimenticio), que se identifiquen con el estilo de vida del público objetivo y promuevan la app desde su experiencia personal.

- **Financiamiento con el apoyo de StartUp Perú, en la etapa de "Antes" del Blueprint:** Se contempla la posibilidad de participar en el concurso "Emprendimientos Innovadores" impulsado por ProInnóvate mediante el programa StartUp Perú. Este concurso ofrece capital semilla y acompañamiento técnico a startups peruanas que cuenten con un Producto Mínimo Viable (PMV) con tracción, es decir, un prototipo funcional que haya sido probado con potenciales usuarios y que demuestre interés en el mercado.

  Dado que el proyecto está siendo desarrollado por dos personas naturales y se encuentra en etapa de validación del MVP, se considera que cumple con los requisitos mínimos para postular. Esta alternativa de financiamiento no representa una certeza, sino una opción viable que se evaluará estratégicamente como parte del modelo de

negocio. En caso de ser seleccionados, el apoyo recibido permitiría fortalecer la propuesta de valor y acelerar la validación comercial de ComiDate.

Para más información sobre los requisitos, etapas y fechas de postulación al concurso, se puede consultar la página oficial de ProInnóvate en el siguiente enlace: https://startup.proinnovate.gob.pe/concursos/emprendimientos-innovadores/

Estas estrategias buscan generar una conexión auténtica con los usuarios, posicionando a ComiDate como una herramienta cercana, útil y emocionalmente significativa en su rutina diaria.

2.5.6 Resultados esperados

Se espera que, al introducir ComiDate en el mercado, los jóvenes adultos entre 25 y 30 años de la Cooperativa Umamarca en el distrito de San Juan de Miraflores comiencen a incorporar hábitos alimenticios más organizados y conscientes, reduciendo su dependencia de la comida rápida y del delivery. La aplicación facilitará la planificación semanal de comidas y la gestión práctica del tiempo, ayudando al usuario a optimizar su día a día, disminuir el desperdicio de alimentos y percibir la alimentación como una actividad accesible y gratificante, incluso en medio de rutinas laborales exigentes.

A corto plazo, se prevé un incremento en la percepción de control y bienestar del usuario, al sentirse acompañado por una herramienta que simplifica su rutina diaria. Además, se espera una mejora en su relación con la comida, disminuyendo los sentimientos de culpa o frustración asociados a una mala organización alimentaria.

A mediano plazo, ComiDate podría consolidarse como un referente en organización alimentaria digital dentro del segmento joven urbano, ya no solo en la Cooperativa

Umamarca sino a nivel de toda Lima Metropolitana, impulsando el desarrollo de una comunidad digital activa que comparta experiencias, consejos y recetas. Esta app de bienestar contribuiría a reforzar el sentido de identidad y motivación colectiva en torno a una alimentación saludable y sostenible.

En términos de impacto social y ambiental, se espera una disminución del desperdicio de alimentos gracias a la función “Aprovecha tu refri” y a la planificación inteligente de compras. Además, se busca que los usuarios reconozcan la importancia del autocuidado y la prevención desde un enfoque integral, en concordancia con el ODS 3: Salud y Bienestar.

Finalmente, el contacto con el mercado permitirá validar la aceptación del modelo freemium propuesto, generando información valiosa sobre los comportamientos de consumo digital, el nivel de fidelización y la disposición de los usuarios a adoptar soluciones tecnológicas que mejoren su calidad de vida en torno a la comida saludable.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Prototipo de baja definición

El primer prototipo de ComiDate fue diseñado como un Producto Mínimo Viable (MVP), con el propósito de validar la estructura general, la comprensión visual y la experiencia de navegación antes de avanzar hacia un desarrollo más complejo. El diseño se elaboró en escala de grises, priorizando la funcionalidad sobre la estética para evaluar la usabilidad y el flujo de interacción de los usuarios con las principales funciones de la aplicación.

El prototipo, disponible en el enlace https://comi-date-ff86854a.base44.app, permitió simular el recorrido principal dentro de la app, mostrando herramientas clave como el planificador semanal inteligente, la lista de compras personalizada, las recetas rápidas en video, la integración con calendario y el sistema de insignias.

El MVP fue presentado de forma virtual a un grupo de usuarios del público objetivo, quienes exploraron la propuesta e interactuaron con las distintas pantallas. A partir de esta experiencia, se obtuvieron percepciones positivas sobre la facilidad de uso, la claridad del flujo y la pertinencia de las funciones, además de recomendaciones orientadas a optimizar la personalización de la app.

Estas observaciones confirman la aceptación general del concepto y ofrecen una base sólida para el diseño de una versión de alta fidelidad más completa y ajustada a las necesidades reales del público objetivo**.**

Figura 8

Prototipo de baja definición de ComiDate.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura muestra el Producto Mínimo Viable (MVP) en escala de grises, priorizando la funcionalidad sobre la estética para validar la estructura general, la comprensión visual y la experiencia de navegación. Permitió simular el recorrido principal dentro de la app y evaluar herramientas clave como el planificador semanal, la lista de compras personalizada y las recetas rápidas.

Prototipo de alta definición

Tras la validación del Producto Mínimo Viable (MVP), se desarrolló el prototipo de alta fidelidad de ComiDate con el objetivo de representar visualmente la versión más cercana al producto final. Este prototipo fue diseñado en la plataforma Figma, incorporando mejoras derivadas de la retroalimentación obtenida en la etapa anterior, así como ajustes visuales, funcionales y de navegación que responden directamente a las necesidades del público objetivo.

A diferencia del MVP, el prototipo de alta fidelidad incluye una interfaz más pulida, con diseño a color, iconografía personalizada y jerarquía visual clara. Se integraron elementos gráficos que refuerzan la identidad de marca, así como microinteracciones que mejoran la experiencia del usuario. Además, se incorporaron todas las funciones definidas en el modelo freemium, tanto gratuitas como premium, permitiendo visualizar el recorrido completo dentro de la aplicación.

El prototipo está disponible en el siguiente enlace: https://www.figma.com/proto/lhXolv74GIXw4yx5B8mwRx/ComiDate?page-id=0%3A1&node-id=4-2&viewport=376%2C434%2C0.13&t=gyP6ZDDIZCWYhVkR-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed

Durante su presentación, se destacó la claridad en la navegación, la coherencia entre pantallas y la integración de funciones como el planificador semanal inteligente, la lista de compras personalizada, el modo “Manos a la olla”, el sistema de insignias temáticas, el escaneo inteligente de productos y la sección “Mi progreso”. También se evidenció la mejora

en la experiencia emocional del usuario, gracias a los mensajes motivacionales, el diseño empático y la posibilidad de contacto directo con nutricionistas.

- Las pantallas incluidas en el prototipo de alta fidelidad son las siguientes:
- Pantalla de inicio / bienvenida
- Pantalla de registro y personalización inicial (gratuita)
- Planificador semanal inteligente
- Lista de compras personalizada
- Recetas rápidas en video
- Integración con el calendario
- Mi progreso
- Modo "Aprovecha tu refri"
- Pantalla Hazte Premium

Estas pantallas permiten simular el recorrido del usuario dentro de la app, evidenciando la propuesta de valor de ComiDate como una herramienta tecnológica accesible, emocionalmente conectada y centrada en el bienestar alimentario.

Figura 9

Primera parte del prototipo de alta definición de ComiDate.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura muestra una vista preliminar del prototipo de alta fidelidad de la aplicación ComiDate, elaborado en Figma. En esta primera parte se observan las funciones principales orientadas a la experiencia inicial del usuario: pantalla de inicio y bienvenida, registro con personalización gratuita, planificador semanal inteligente y lista de compras personalizada. Estas interfaces reflejan el enfoque gamificado y funcional del diseño, orientado a facilitar la organización alimentaria de manera atractiva y accesible.

Figura 10

Segunda parte del prototipo de alta definición de ComiDate.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura presenta la segunda sección del prototipo de alta fidelidad de la aplicación ComiDate, elaborado en Figma. En esta etapa se visualizan funciones orientadas al seguimiento y optimización de la experiencia del usuario: recetas rápidas en formato video, integración con el calendario personal, módulo de progreso individual, modo "Aprovecha tu refri" para utilizar ingredientes disponibles, y pantalla "Hazte premium" que invita a explorar beneficios adicionales. Estas interfaces complementan el ciclo de acompañamiento propuesto, reforzando la utilidad práctica y el vínculo emocional con la aplicación.

2.5.8 Experimentos

El proceso de experimentación de ComiDate se desarrolló en tres etapas complementarias, con el propósito de validar el problema identificado, la propuesta de valor y la efectividad del servicio digital diseñado.

Estas fases permitieron recopilar información directa de los potenciales usuarios, identificar oportunidades de mejora, hallazgos y medir el nivel de aceptación del producto, fortaleciendo la transición desde un prototipo de baja fidelidad hacia un prototipo final de alta fidelidad.

Primera etapa: Observación y encuestas presenciales.

La primera fase se llevó a cabo de manera presencial en la Cooperativa Umamarca, ubicada en el distrito de San Juan de Miraflores. A través de la observación directa y una entrevista, se buscó identificar los hábitos alimenticios, las rutinas laborales y los principales obstáculos que enfrentan los vecinos en su alimentación diaria.

La entrevista se basó en:

- Introducción:

  Hola, somos estudiantes del CreativeLab y estamos investigando cómo se alimentan y organizan los jóvenes trabajadores en San Juan de Miraflores, para entender mejor su realidad y diseñar soluciones que mejoren el acceso a alimentos frescos y nutritivos. Queremos escuchar tu experiencia y opinión. No hay respuestas correctas o incorrectas. ¿Está bien si grabamos la conversación para no perder detalles? La información será confidencial y usada solo con fines académicos.
- Sección 1: Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales.

  1. ¿Podrías contarme un poco sobre ti? (edad, a qué te dedicas, con quién vives).
  2. ¿Cómo es un día típico para ti entre trabajo, casa y responsabilidades?
  3. ¿Qué tareas del hogar sueles asumir? (cocinar, hacer compras, pagar servicios,

cuidar mascotas).

Si no es un joven trabajador, adaptar: ¿Tienes hijos, familiares o conocidos jóvenes trabajadores? ¿Cómo describirías su rutina y responsabilidades?

- Sección 2: Son preguntas más profundas y específicas.

  4. ¿Cómo organizas tus comidas durante la semana? (cocinar, comprar en la calle, delivery, etc.).

  5. ¿Dónde sueles comprar los alimentos? (mercados, bodegas, minimarkets, supermercados, ferias). ¿Por qué decides comprar en ese lugar y no en otro?

  6. ¿Qué factores influyen más en tu decisión de compra? (precio, frescura, cercanía, tiempo, confianza).

  7. ¿Qué dificultades encuentras al momento de conseguir frutas, verduras o carnes frescas?

  8. ¿Qué tan frecuentemente consumes comida rápida o productos ultraprocesados (gaseosas, snacks, embutidos)? ¿Qué los hace más atractivos o convenientes para ti?

  9. ¿Cuáles son los productos que más sueles comprar al momento de ir a un supermercado?

  10. En tu opinión, ¿qué tanto influyen la publicidad o las promociones en tus decisiones de compra?

- Sección 3: Se hacen preguntas que piden al participante su visión del futuro, expectativas y conclusiones.

  11. ¿Qué cambios te gustaría que existieran en tu barrio para que sea más fácil acceder a alimentos frescos y saludables?

  12. Si existiera un servicio que te facilitara tener una mejor alimentación, ¿cómo te lo imaginarías?

13. ¿Qué estarías dispuesto a hacer o cambiar (tiempo, dinero, hábitos) para mejorar tu alimentación a largo plazo?

14. ¿Qué opinas sobre la relación entre la alimentación actual de los jóvenes y su salud futura (cuando tengan 40, 50, 60 años)?

- Cierre: Se pregunta a la persona participante si tiene algo más y se cierra la entrevista contando los próximos pasos.

15. ¿Sueles comprar snacks, gaseosas, comidas listas, alcohol o cigarrillos en un supermercado durante la semana? ¿Sabías que el consumo frecuente de alimentos ultraprocesados (snacks, gaseosas, comidas instantáneas) está relacionado con mayor riesgo de obesidad y diabetes en la adultez? ¿Te preocupa el impacto en tu salud a largo plazo?

16. ¿Sabías que en Lima muchos productos de supermercado tienen altos niveles de azúcar, sal o grasas, y que su consumo frecuente ya está relacionado con que más de 1,3 millones de peruanos vivan con diabetes? ¿Qué opinas de eso?

Los resultados evidenciaron que la mayoría de los encuestados presentan falta de tiempo y cansancio como los principales motivos para no cocinar en casa, recurriendo con frecuencia a comidas rápidas o ultraprocesadas. Asimismo, se observó una predisposición positiva hacia un cambio en su estilo de vida alimenticia, pero ellos mismos indicaban que se les hacía complicado por los puntos nombrados anteriormente.

Esta fase permitió validar lo siguiente:

1. El problema central del proyecto.
2. Confirmar la existencia de una oportunidad de mercado en el público objetivo.

3. Poder conocer y entender mejor su realidad y diseñar soluciones que mejoren el acceso a alimentos frescos y nutritivos.
4. Saber en qué factores y lugares compran, y el por qué.
5. Conocer su contexto de vida (si tienen familia, si viven solos, si tienen hijos).
6. Conocer sus puntos de dolor.
7. Identificar la frecuencia de consumo de comida rápida o ultraprocesada.
8. Comprender los cambios que desean para sus vidas dentro de su Cooperativa Umamarca.

Los hallazgos de esta etapa fueron:

- El cansancio y la falta de tiempo fueron los principales motivos para no cocinar.
- Se identificó una alta dependencia del delivery y fast food.
- Los jóvenes mostraron interés genuino por mejorar su alimentación, pero con baja constancia.

Y con ello poder armar un arquetipo que sea la representación conjunta de todas estas personas y nos ayude a identificar los principales motivadores y frenos del usuario, y construir el arquetipo de María Ordoñez y el posterior Customer Journey Map, base de la experiencia de ComiDate.

Segunda etapa: Testeo del primer MVP

La segunda fase consistió en la presentación y testeo del primer prototipo de baja fidelidad (MVP) de ComiDate, diseñado en escala de grises para evaluar su usabilidad y comprensión visual. El experimento se realizó de manera virtual, donde los usuarios pudieron navegar por

la interfaz y conocer las principales funciones de la aplicación, como el planificador semanal, la lista de compras personalizada y las recetas rápidas en video.

A través de una encuesta posterior que se baso en:

1. Introducción:

   App ComiDate

   ¡Hola! 👋

   Somos estudiantes de Toulouse Lautrec, y estamos desarrollando el proyecto ComiDate como parte de nuestra investigación para optar el grado de Bachiller. ComiDate es una aplicación diseñada para ayudarte a planificar tus comidas semanales de forma práctica, saludable y sin complicaciones.

   Tu participación nos permitirá validar y mejorar esta propuesta, entendiendo mejor cómo las personas organizan su alimentación en su día a día.

   ¡Gracias por tu tiempo y por ayudarnos a construir un servicio hecho para ti! 💚
2. Nombres y apellidos.
3. Edad.
4. Profesión: Trabajo o trabajo y estudio.
5. ¿Pudiste entender cuál es el propósito de la App? Sí o no.
6. ¿Pudiste entender cómo usar la app desde el principio, sintiendo que es intuitiva? Sí o no.
7. En una escala del 1 al 5, ¿qué tan fácil te resultó entender cómo usar la app por tu cuenta? Donde el 1 se considera "Difícil" y el 5 se considera "Fácil".
8. ¿Cómo calificarías tu experiencia general con la app? Donde el 1 se considera "Malo" y el 5 se considera "Excelente".

9. ¿Crees que esta app te ayudaría a ahorrar tiempo y a planificar mejor tu rutina de alimentos? Sí o no.
10. En una escala del 1 al 5, ¿qué tanto crees que la app te sería útil para ahorrar tiempo y planificarte mejor? Donde el 1 se considera "Muy poco" y el 5 se considera "Bastante".
11. ¿Cómo describirías el diseño y el tono de la app? Cabe resaltar que es un MVP "Mínimo Producto Viable" Muy agradable / motivador, agradable, neutro, poco agradable o nada agradable.
12. ¿Descargarías esta app si estuviera disponible? Sí o no.
13. Cuéntanos, ¿tienes alguna sugerencia y/o mejora para nuestra App ComiDate? Ayúdanos a mejorar para ti.

Los participantes brindaron retroalimentación sobre la navegación, funcionalidad y atractivo visual del prototipo. Entre los comentarios más destacados se encuentran:

- La sugerencia de incluir un servicio de envío a domicilio de ingredientes, con el fin de optimizar el tiempo del usuario.
- La recomendación de añadir filtros de nivel culinario (principiante, intermedio, avanzado).
- La propuesta de incorporar una sección de reseñas o calificaciones de platos.
- La solicitud de incluir una opción para indicar alergias o intolerancias alimentarias.

Los resultados del testeo permitieron validar las hipótesis principales del proyecto, especialmente en relación con:

- El valor percibido de las funciones de planificación semanal y lista de compras.
- El interés en herramientas digitales simples, visuales y personalizables.

- La alta motivación del usuario cuando percibe progreso y reconocimiento (reforzando la función de insignias de logros).

Estos hallazgos confirman la viabilidad funcional y emocional del producto, además de proporcionar una base sólida para el desarrollo del segundo prototipo, el cual incorporará las mejoras sugeridas por los usuarios.

Tercera etapa: Validación del prototipo de alta fidelidad

El prototipo final de alta fidelidad, diseñado en Figma, incorporó las funciones refinadas (gratuitas y premium) y una interfaz atractiva y funcional.

Entre ellas:

- Pantalla de Inicio / Bienvenida.
- Pantalla de Registro + Personalización Inicial.
- Pantalla de Planificador Semanal Inteligente.
- Pantalla de Lista de Compras Personalizada.
- Pantalla de Recetas rápidas en video.
- Pantalla de Integración con el Calendario.
- Pantalla de Mi progreso.
- Pantalla de Modo Aprovecha tu refri.
- Pantalla de Hazte Premium.

El testeo del modelo final se centró en evaluar la experiencia emocional, la comprensión funcional y la conexión visual del producto.

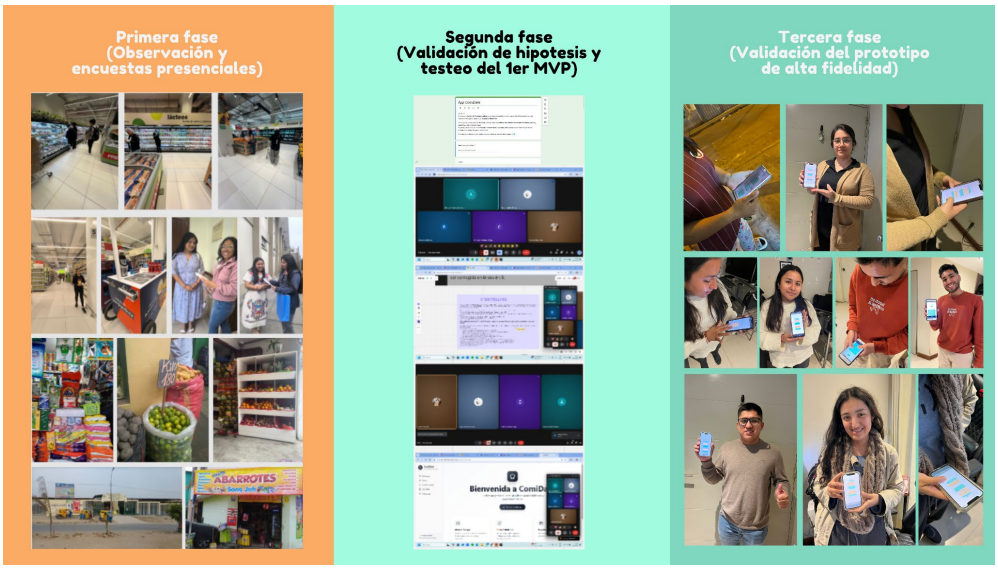
Los participantes expresaron una alta identificación con el concepto, destacando la sensación de acompañamiento, el diseño “amigable” y la utilidad real de las funciones gratuitas.

Con los resultados obtenidos confirmamos la validez de la hipótesis principal: los jóvenes trabajadores desean mejorar su alimentación, pero necesitan una herramienta práctica y simple que les ahorre tiempo y les ayude a mejorar su rutina alimenticia. ComiDate demostró viabilidad funcional, emocional y social, con un alto nivel de aceptación y claridad en su propuesta de valor.

El siguiente paso proyectado consiste en ampliar las pruebas con usuarios de diferentes distritos de Lima, establecer alianzas con mercados locales y apps de delivery, y evaluar la versión beta funcional mediante métricas de uso real (retención semanal, interacción con funciones y nivel de conversión hacia la versión premium). El precio aproximado para la versión premium es de S/30. Esto lo decidimos basándonos en la media de costo de las apps similares a la nuestra.

Figura 11

Collage de fotos de las tres etapas de experimentos.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. La figura muestra fotografías tomadas durante las tres etapas de experimentos, la primera etapa fue "Observación y encuestas presenciales", la segunda etapa fue "Validación de hipótesis y primer testeo del MVP" y la tercera etapa fue "Validación del prototipo de alta fidelidad".

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El presente proyecto de innovación se desarrolla en la Cooperativa Umamarca, ubicada en el distrito de San Juan de Miraflores (Lima, Perú), donde se evidencian desigualdades en el acceso a alimentos frescos y nutritivos. Los jóvenes trabajadores entre 25 y 30 años, público objetivo de este estudio, enfrentan el reto de mantener una alimentación equilibrada en medio de largas jornadas laborales, limitaciones de tiempo y la constante exposición a la oferta de comida rápida y productos ultraprocesados.

A partir de esta problemática, surge ComiDate, una aplicación móvil de organización alimentaria que busca facilitar la planificación de comidas saludables de forma práctica, accesible y personalizada. La propuesta tiene como propósito mejorar los hábitos alimenticios y la relación emocional con la comida mediante una experiencia digital intuitiva que combina planificación semanal, recetas rápidas en video, listas de compras personalizadas y recordatorios motivacionales.

La metodología empleada se sustentó en el diseño estratégico y centrado en el usuario, utilizando herramientas como el Arquetipo de usuario, Customer Journey Map, Blueprint del servicio y prototipado en Figma, lo que permitió comprender los hábitos, emociones y puntos de dolor del público objetivo. Se aplicaron entrevistas y encuestas presenciales en la Cooperativa Umamarca, seguidas por testeos digitales con el prototipo de alta fidelidad de la aplicación, validando así la pertinencia del servicio.

Los resultados evidencian que el cansancio, la falta de tiempo y la desorganización son las principales causas del consumo de comida rápida, pero también que existe una fuerte disposición al cambio si se ofrecen soluciones tecnológicas simples y empáticas. La validación del prototipo mostró una alta aceptación del modelo freemium y un interés genuino en herramientas que combinen bienestar, practicidad y motivación.

ComiDate busca impactar en tres niveles:

- Económico, al promover una gestión eficiente del presupuesto alimentario.
- Social, al fomentar hábitos de alimentación saludables y sostenibles.

- Ambiental, al reducir el desperdicio de alimentos mediante la planificación anticipada.

En conjunto, el proyecto contribuye directamente al cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) N.º 3: Salud y Bienestar, particularmente a la meta 3.4 que propone reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el fomento de estilos de vida saludables.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Tabla 1

Estimación de costos del proyecto ComiDate: Desarrollo tecnológico (MVP funcional proyectado)

Categoría	Descripción	Recurso / Responsable	Costo estimado (S/.)
Programador front-end	Implementación del prototipo funcional (Android y versión web responsive)	Freelancer especializado	S/ 2,500
Programador back-end	Desarrollo de base de datos, integración de recetas y funciones principales	Freelancer / Desarrollador asociado	S/ 1,800
Integración con APIs externas (PedidosYa)	Configuración de conexión y permisos de interoperabilidad	Desarrollador asociado	S/ 600
Servidor y hosting (AWS, Firebase u otro)	Almacenamiento y mantenimiento por 6 meses	Equipo técnico	S/ 400
		TOTAL:	S/ 5,300

Nota. Los montos son estimativos basados en tarifas promedio del mercado peruano 2025 en soles.

Tabla 2

Estimación de costos del proyecto ComiDate: Marketing y difusión inicial

Categoría	Descripción	Recurso / Responsable	Costo estimado (S/.)
Estrategia digital y pauta publicitaria	Campañas en TikTok, Meta Ads y colaboración con microinfluencers	Agencia de marketing	S/ 2,000
Producción de contenido audiovisual	Video promocional del lanzamiento y tutorial de uso	Agencia de marketing	S/ 400
Material gráfico complementario	Flyers digitales, piezas para redes sociales y mockups	Agencia de marketing	S/ 300
		TOTAL:	S/ 2,700

Nota. Los montos son estimativos basados en tarifas promedio del mercado peruano 2025 en soles.

Tabla 3

Estimación de costos del proyecto ComiDate: Operación y mantenimiento (primer semestre)

Categoría	Descripción	Recurso / Responsable	Costo estimado (S/.)
Soporte técnico y actualizaciones	Resolución de errores, mantenimiento preventivo y mejoras	Desarrollador / Soporte técnico	S/ 600
Gestión y monitoreo de redes sociales	Community manager freelance parcial (gestión de contenido y atención)	Community manager	S/ 600
Alianzas con mercados locales y proveedores	Traslados, reuniones y acuerdos con aliados estratégicos	Coordinador de proyecto	S/ 400
		TOTAL:	S/ 1,400

Nota. Los montos son estimativos basados en tarifas promedio del mercado peruano 2025 en soles.

Tabla 4

Estimación de costos del proyecto ComiDate: Inversión total inicial (seis primeros meses)

Categoría	Recurso / Responsable	Costo estimado (S/.)
Desarrollo tecnológico (MVP funcional proyectado)	Freelancer / Desarrollador especializado, equipo técnico en Servidor y hosting (AWS, Firebase u otro)	S/ 5,300
Marketing y difusión inicial	Agencia de marketing	S/ 2,700
Operación y mantenimiento	Desarrollador / Soporte técnico, community manager y coordinador de proyecto	S/ 1,400
	TOTAL:	S/ 9,400

Fuente: Elaboración propia.

Nota. Los montos son estimativos basados en tarifas promedio del mercado peruano 2025. El equipo académico asume el desarrollo del prototipo visual en Figma, lo que reduce los costos iniciales del diseño. La inversión total estimada cubre la implementación del MVP, su difusión inicial en la Cooperativa Umamarca y mantenimiento por seis meses, en una escala piloto antes de expandirse a Lima Metropolitana. El total de toda la inversión sería de S/ 9,400.

Tabla 5

Estimación de ingresos del proyecto ComiDate.

Categoría	Recurso / Responsable	Costo estimado (S/. y $)
Sueldos de las creadoras de ComiDate	Camila Chancafe y Alisson Paulino	S/ 2,260
Suscripción Premium	Suscripciones mensuales de la App ComiDate	S/30 mensual
Publicidad en el app ComiDate (versión gratuita)	A través de redes publicitarias (AdMob / Meta Audience Network)	Por CPC entre $0.02 y $0.10. Por CPM entre $1 y $3.

Fuente: Elaboración propia.

Nota. Los sueldos de las creadoras son montos son estimativos basados en el costo de un sueldo mínimo en Perú y en cuanto a la suscripción premium, es basado en una data media comparativa entre otras apps que dan un servicio similar.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

ComiDate surge como una respuesta viable y contextualizada frente a la problemática alimentaria de los jóvenes trabajadores de la Cooperativa Umamarca, quienes enfrentan limitaciones de tiempo, cansancio y desorganización en su rutina diaria. La aplicación logra conectar la conveniencia tecnológica con el bienestar personal, transformando la alimentación saludable en una práctica alcanzable y sostenida en el tiempo.

La investigación confirmó que el principal obstáculo no es la falta de interés por alimentarse mejor, sino la ausencia de herramientas simples, accesibles y emocionalmente motivadoras que acompañen al usuario en su día a día. En ese sentido, ComiDate responde eficazmente al comportamiento real del público objetivo, ofreciendo soluciones basadas en sus hábitos y emociones.

Tanto en la etapa inicial de validación del MVP de baja fidelidad como en la fase posterior con el prototipo de alta fidelidad, ComiDate recibió una respuesta positiva por parte de los usuarios. En ambos casos, se evidenció una comprensión clara de la propuesta, facilidad de navegación y una conexión significativa con el enfoque práctico y emocional de la aplicación. Los participantes destacaron la utilidad de las funciones centrales y la coherencia visual del diseño, así como el valor motivacional que aporta en la rutina diaria. Estos resultados confirman la viabilidad funcional y emocional del producto, y refuerzan su potencial de adopción dentro del mercado objetivo.

Desde la perspectiva del triple balance, el proyecto genera un impacto positivo a nivel económico, al optimizar la gestión alimentaria y reducir gastos innecesarios; social, al promover hábitos saludables y bienestar emocional; y ambiental, al reducir el desperdicio de alimentos a través de la planificación anticipada.

Finalmente, el modelo freemium propuesto refuerza la sostenibilidad del proyecto, permitiendo un equilibrio entre accesibilidad para el público general y rentabilidad a largo plazo. ComiDate no solo representa una innovación tecnológica, sino también una herramienta de cambio social alineada con el ODS 3: Salud y Bienestar.

4.2 Recomendaciones

Ampliar la validación del aplicativo ComiDate con una muestra más diversa de usuarios en distritos clave de Lima Metropolitana —como San Juan de Lurigancho, El Agustino, Comas, entre otros — permitirá evaluar su funcionalidad en contextos urbanos con desafíos alimentarios y logísticos particulares. Estos territorios presentan condiciones ideales para testear la propuesta, dado su densidad poblacional, limitada cercanía a supermercados y alta presencia de apps de delivery.

Asimismo, se proyecta a mediano plazo extender la validación hacia provincias de Lima, como Huaral, Cañete y Barranca, con el fin de ofrecer soluciones concretas para la mejora en la organización alimentaria, el acceso a productos frescos y la planificación de hábitos saludables. Esta expansión permitirá ajustar la propuesta según realidades diversas y fortalecer su aplicabilidad en otros entornos urbanos y semiurbanos.

Fortalecer alianzas estratégicas con mercados locales y mayor apps de delivery como Rappi Uber Eats y Didi Food, resulta clave para ampliar el alcance de ComiDate, especialmente en zonas donde el acceso directo a supermercados es limitado. Esta colaboración permitirá optimizar las funciones de la app ComiDate, facilitar adquisición de ingredientes frescos y la elaboración de comidas saludables sin complicaciones.

Continuar fortaleciendo el sistema de retroalimentación dentro de la app, mediante encuestas breves que permitan a los usuarios valorar recetas, registrar avances y sugerir mejoras. Esta herramienta ya implementada fomenta una comunidad digital participativa y facilita la mejora constante del servicio.

Explorar integraciones futuras con dispositivos de salud y bienestar, como relojes inteligentes o apps de ejercicio, ampliando el enfoque de ComiDate hacia un acompañamiento integral que combine alimentación, movimiento y bienestar mental.

Explorar oportunidades de financiamiento o incubación a través de programas de innovación tecnológica y sostenibilidad social, como el concurso "Emprendimientos Innovadores" impulsado por ProInnóvate mediante StartUp Perú, representa una vía estratégica para escalar el proyecto. Esta iniciativa ofrece capital semilla de entre S/ 67,000 y S/ 150,000, así como acompañamiento técnico especializado, dirigido a startups con un Producto Mínimo Viable (PMV) con tracción, es decir, que haya sido probado con potenciales usuarios y demuestre interés en el mercado. Postulaciones pueden realizarse desde personas naturales, siempre que el emprendimiento cuente con mérito innovador a nivel nacional y potencial de crecimiento.

Acceder a este tipo de apoyo permitiría consolidar el impacto de ComiDate en la salud pública, acelerar su desarrollo comercial y posicionarlo como una herramienta clave para el bienestar juvenil en el Perú, especialmente en contextos urbanos con desafíos alimentarios.

IV. Referencias Bibliográficas

Cuadra, M., De las casas, F., Meza, A. y Miranda, A. (2024). Segregación socioespacial y estrategias comunitarias de alimentación durante la crisis sanitaria en Huaycán (Lima, Perú). *Revista de Alimentación Contemporánea y*

Desarrollo Regional, volumen 34. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9931240

Huerta, R., Villalobos, S., Vidal, F., Palomino, L. y Gomez, J. (2024). Estado nutricional y consumo de alimentos ultraprocesados en adultos de Lima – Perú. *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria. Volumen 44(2).* https://revista.nutricion.org/index.php/ncdh/article/view/554

Grimaldi L. (2025) La sorprendente razón por la cual los peruanos tardan más en independizarse que el resto de Sudamérica según un estudio. *La Republica.* https://larepublica.pe/sociedad/2025/04/08/la-sorprendente-razon-por-la-cual-los-peruanos-tardan-mas-en-independizarse-que-el-resto-de-sudamerica-segun-un-estudio-evat-501512

Activa. (2025, Mayo). *Radiografía del consumo de Fast Food / comida rápida de los peruanos.* https://peru.activasite.com/estudios/consumo-de-fast-food/

Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2021). *Prevención y control de las enfermedades no transmisibles y los trastornos mentales en el Perú: El caso a favor de la inversión.* https://iris.paho.org/handle/10665.2/54306

Mayón, V., Obando, R., Ramírez, M. y Zelaya, M. (2022). *Propuesta de Negocio para Disminuir el Tiempo de Preparación de Alimentos y Mejorar la Alimentación de las Personas.* [Tesis para obtener el grado de magíster en Administración estrategica de empresas otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de tesis PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/items/26eac205-a0d6-4f9a-86ab-a382e284814c

Abanto, C., Iparraguirre, P., Talledo, S. y Yarasca, J. (2020). *Propuesta de Solución a la Escasez de Tiempo, Alimentación Poco Saludable y Búsqueda de Bienestar*

en los Millennials en Lima Metropolitana. [Tesis para obtener el grado de magíster en Administración estratégica de empresas otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de tesis PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/items/cb0dbebc-8798-4e59-9a1f-dc8c465c6d1f

Chávez, E., Moranes, S. y Troncoso, C. (2022). Guías alimentarias en adolescentes: Piloto sobre uso de aplicación web para estilos de vida saludables. *Revista Chilena de Nutrición, 49*(1), 62-69. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-75182022000100062&script=sci_arttext&tlng=en

INESDI & OBS. (2024). Barómetro sobre la Transformación Digital en España y Latinoamérica. *Think Digital Report. Edición* (4), 19. https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20OBS%20INESDI%20Think%20Digital%20Report.pdf

Business Empresarial. (2025). *Conoce 5 tendencias de alimentación para el 2025.* https://www.businessempresarial.com.pe/conoce-5-tendencias-de-alimentacion-para-el-2025/

Deb, T. (2025). *Estadísticas de aplicaciones de dieta y nutrición 2025 por seguimiento, salud y bienestar.* Market.us Media. https://media.market.us/diet-and-nutrition-apps-statistics/

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE]. (2022). *Informe Anual del Empleo Juvenil en el Perú.* https://www.gob.pe/institucion/mtpe/informes-publicaciones/4992368-informe-anual-del-empleo-juvenil-en-el-peru-2022

Lacasa, A. (2025). ¿Qué es el freemium model y cómo aplicarlo en una startup de software? *TodoStartups.* https://www.todostartups.com/3/186509/freemium-model-como-aplicarlo-startup-software

Trucco, D. (2024). Salir de casa en LatAm: los países en donde a los jóvenes les cuesta más independizarse. *Bloomberg Línea.* https://www.bloomberglinea.com/2024/09/16/salir-de-casa-en-latam-los-paises-en-donde-a-los-jovenes-les-cuesta-mas-independizarse/

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. (2023). *MIDIS, MIDAGRI y PMA suman esfuerzos para la recuperación de alimentos.* Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/midis/noticias/842306-midis-midagri-y-pma-suman-esfuerzos-para-la-recuperacion-de-alimentos

Oncosalud. (2022). *Comida chatarra: ¿Qué nos lleva a consumirla con frecuencia?* Blog Oncosalud. https://blog.oncosalud.pe/comida-chatarra-que-nos-lleva-a-consumirla-con-frecuencia

Ministerio de Salud del Perú. [MINSA]. (2025). *Ha caído en el sedentarismo y la mala alimentación, esos son los principales factores de riesgo para diabetes*. https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/1191590-minsa-ha-caido-en-el-sedentarismo-y-la-mala-alimentacion-esos-son-los-principales-factores-de-riesgo-para-diabetes

Maquet, P. (2020). *Comer sano en el Perú: ¿Es un privilegio?* Wayka. https://wayka.pe/comer-sano-en-el-peru-es-un-privilegio-por-paul-maquet/

Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado - Hideyo Noguchi. (2021). *Una mala alimentación puede afectar la salud mental*.

https://www.insm.gob.pe/oficinas/comunicaciones/notasdeprensa/2021/041.html