ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

Organización Comunitaria Como Pilar para el Hambre Cero: Mercado Móvil y Redes Alimentarias en Villa el Salvador

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

PRESENTADA POR

Nicole Deyanira Manco Castillo
DNI: 75309004, Perú

ASESOR

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
DNI: 43685292, Perú
ORCID: 0009-0001-6908-7277

JURADO

Julio Manuel Martinez Cieza
Kelly Doris Sanchez Villanueva
Brigitte Madelein Perez Ortiz

Lima, Octubre 2025

INFORME DE PROYECTO DE INNOVACIÓN_Manco Castillo.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:546955695

Fecha de entrega
17 ene 2026, 1:10 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
20 ene 2026, 12:49 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
INFORME DE PROYECTO DE INNOVACIÓN_Manco Castillo.pdf

Tamaño del archivo
5.3 MB

37 páginas

5539 palabras

33.107 caracteres

18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas
- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

12% Fuentes de Internet

5% Publicaciones

14% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

TABLA DE CONTENIDO

I. **Información general**

1.1 Título del Proyecto de Innovación …….. 4

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación ……. 4

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación ……...5

II. **Descripción de la innovación**

2.1 Planteamiento del Problema …….,.,6

2.2 Población beneficiaria ……. 7

2.3 Objetivo(s) del proyecto ……8

2.4 Marco referencial ……..10

2.5 Proceso creativo y experimentos ……...11

2.5.1 Información sobre el usuario(s) ……..11

2.5.2 Información sobre el Mercado ……13

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor ……...14

2.5.4 Diseño de producto/servicio……..…15

2.5.5 Modelo de Negocio……..16

2.5.6 Resultados esperados……...18

2.5.7 Prototipos desarrollados ……..19

2.5.8 Experimentos…….19

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación……..22

III. **Presupuesto**

3.1 Presupuesto ……23

IV. **Conclusiones**

4.1 Conclusiones …….24

4.2 Recomendaciones …….25

V. **Anexos**…….26

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Organización Comunitaria como Pilar para el Hambre Cero: Mercado Móvil y Redes Alimentarias en Villa El Salvador

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Organización Comunitaria como Pilar para el Hambre Cero se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y Bienestar Social y la actividad económica de Comercio, y busca resolver la desigualdad al acceso a alimentos frescos teniendo como población beneficiaria mujeres cuidadoras de Villa El Salvador, responsables de la alimentación familiar y con limitaciones de tiempo, recursos y acceso a canales de distribución saludables. Se adoptó la metodología de resolución creativa de problemas, la cual integró recursos de Toulouse Thinking, centrados en la experiencia del usuario, junto con el enfoque de Lean Startup, orientado a favorecer la implementación progresiva de los resultados. Estas aproximaciones metodológicas se sustentan en el trabajo colaborativo y en el uso de técnicas de pensamiento visual. Entre ellas destacan: la estrategia persona, que posibilita la construcción de arquetipos y la validación de perfiles de usuarios; el mapa de actores, útil para identificar el contexto y los agentes vinculados al mercado; el mapa de trayectoria, que permite describir la dinámica de la propuesta; el lienzo de propuesta de valor, orientado a sintetizar el componente innovador; y el lienzo de modelo de negocio, que facilita el análisis de la viabilidad y sostenibilidad de la iniciativa.

El resultado de este proceso se materializó en una propuesta innovadora basada en la implementación de un mercado móvil barrial, complementado con ferias comunitarias y vouchers solidarios, se trata de un servicio arquitectónico y digital que articula aspectos sociales, económicos y ambientales. Para la experimentación se diseñaron prototipos físicos, digitales y de servicio que fueron testeados en ferias barriales y comedores comunitarios, validando la aceptación del modelo por parte de la comunidad. Se concluye que la solución propuesta es viable, culturalmente aceptada y con potencial de escalamiento, y se recomienda la implementación piloto en Villa El Salvador, con monitoreo y posterior expansión.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El proyecto tiene lugar en Villa El Salvador, un distrito ubicado en la zona sur de Lima Metropolitana, conocido por su trayectoria de organización social y por mantener una marcada identidad comunitaria. Con más de 400 mil habitantes, es un espacio donde la vida barrial y el trabajo colectivo han sido pilares para enfrentar retos sociales y económicos. Entre sus costumbres destaca la preferencia por alimentos frescos adquiridos en mercados locales y ferias, así como la preparación de comidas caseras que forman parte de la identidad familiar.

Sin embargo, en los últimos años, el acceso a alimentos saludables se ha visto afectado por la centralización de los mercados mayoristas, el dominio de grandes cadenas minoristas y el incremento de precios en zonas periféricas. Muchas familias, especialmente aquellas con niños en etapas críticas de crecimiento, dependen de bodegas con oferta limitada y predominio de productos ultra procesados, lo que impacta en su nutrición y bienestar.

Ante esta realidad, el proyecto busca fortalecer las capacidades de mujeres cuidadoras de sectores populares, brindándoles acceso constante y digno a alimentos frescos y nutritivos. Esto se logrará mediante la creación de ferias barriales, redes de abastecimiento colaborativo y talleres prácticos, permitiendo que estas mujeres alimenten saludablemente a sus familias sin sacrificar su tiempo, economía ni bienestar. Con ello, se espera contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible vinculados al Hambre Cero, la Salud y Bienestar, y las Ciudades y Comunidades Sostenibles.

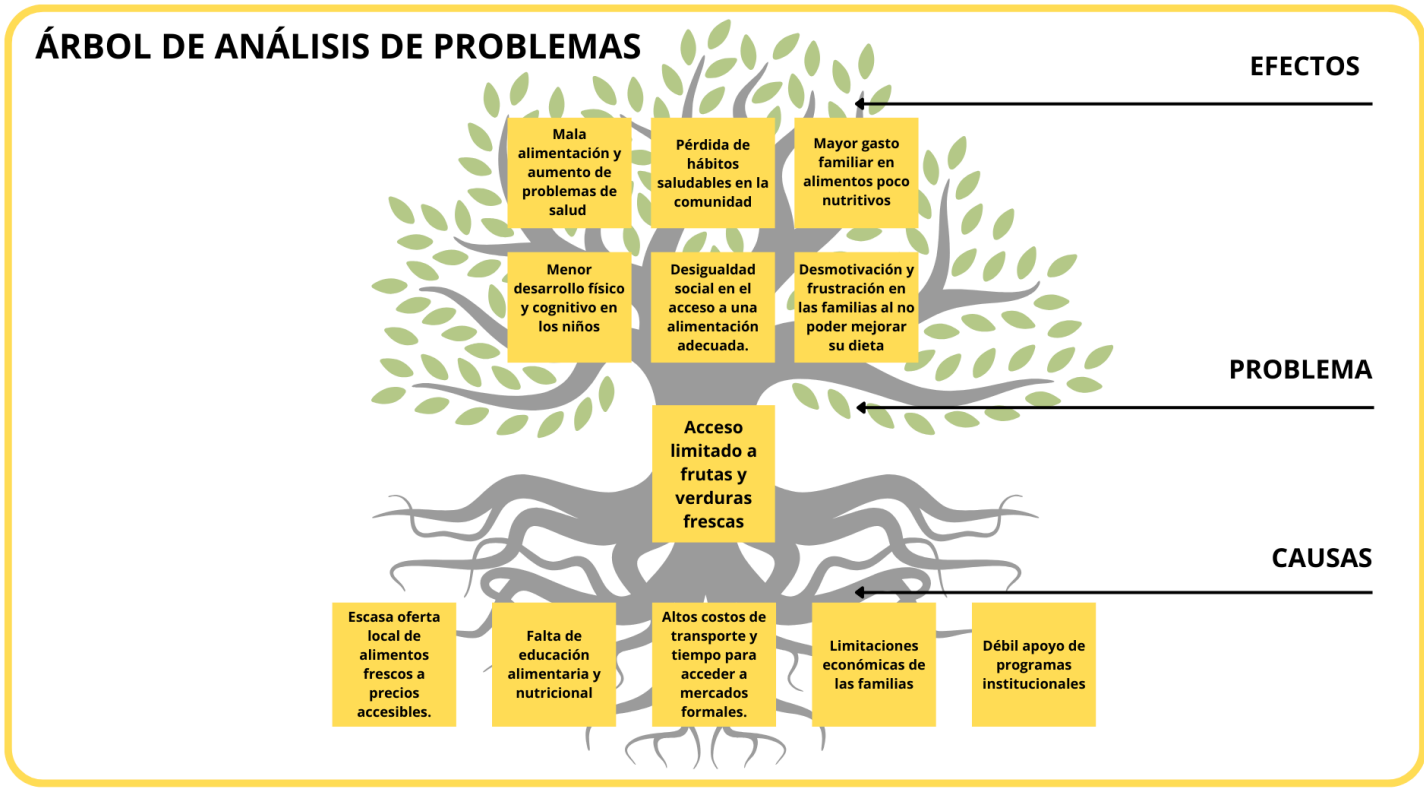
II. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN

2.1 Planteamiento del Problema:

En Villa El Salvador, la dificultad para acceder a frutas y verduras frescas se presenta como un problema central que afecta de manera directa la salud y la calidad de vida de la población. Esta situación se origina en diversos factores: la reducida oferta local de alimentos a precios justos, los elevados costos y tiempos de transporte hacia mercados formales, las limitaciones económicas de las familias, la carencia de educación alimentaria y nutricional, y el escaso respaldo de programas institucionales.

Como resultado, la comunidad enfrenta consecuencias negativas, entre ellas una dieta deficiente que incrementa los problemas de salud, la pérdida de hábitos saludables, un desarrollo físico y cognitivo insuficiente en la niñez y un mayor gasto de los hogares en productos poco nutritivos. Asimismo, se profundiza la desigualdad en el acceso a una alimentación adecuada, lo que genera frustración y desmotivación en las familias al no poder mejorar sus dietas.

En conjunto, esta problemática evidencia una cadena de causas y efectos que impacta tanto en el bienestar de los hogares como en la cohesión social, lo que plantea la necesidad de acciones integrales que aseguren la disponibilidad, el acceso y la valorización de alimentos frescos y nutritivos.



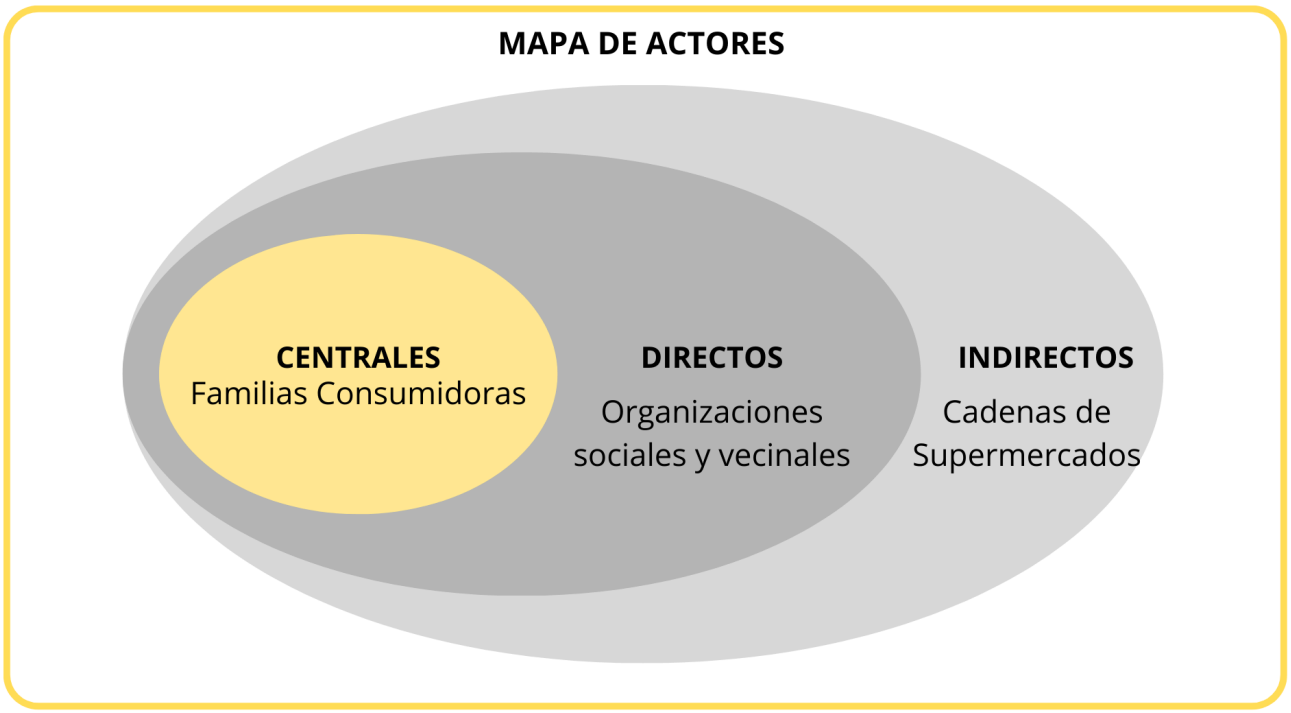
2.2 Población Beneficiaria:

la población beneficiaria central del proyecto son las familias consumidoras mujeres cuidadoras y responsables de la compra y preparación de alimentos en sus hogares, residentes en sectores populares de Villa El Salvador, ya que son quienes se encuentran en el núcleo del esquema y constituyen el grupo directamente impactado por la iniciativa.

De manera complementaria, también se benefician:

Directamente: las organizaciones sociales y vecinales, al fortalecer su rol en la comunidad.

Indirectamente: las cadenas de supermercados, al diversificar su oferta y estrechar vínculos con los consumidores.



2.3 Objetivo del Proyecto

Objetivo General: El objetivo general del proyecto busca contribuir al cumplimiento del ODS 2: Hambre Cero mediante la implementación de un sistema comunitario de abastecimiento alimentario en Villa El Salvador. Este sistema tiene como propósito garantizar que las familias, especialmente las más vulnerables, tengan acceso constante a alimentos frescos, nutritivos y a precios asequibles, promoviendo al mismo tiempo la equidad social, el fortalecimiento de la economía local y la sostenibilidad ambiental. La iniciativa integra tanto la provisión de alimentos

como la educación nutricional y la participación activa de la comunidad, asegurando un impacto positivo y sostenible en el distrito.

Objetivos Específicos: Para alcanzar el objetivo general planteado, se propone, en primer lugar, diseñar un mercado móvil arquitectónico que acerque alimentos frescos y nutritivos a las zonas más vulnerables de Villa El Salvador, reduciendo la dependencia de bodegas con oferta limitada y de alto costo. Asimismo, se busca validar el prototipo del mercado móvil a través de talleres de co-diseño con la comunidad y pruebas piloto, lo que permitirá recoger percepciones, sugerencias y niveles de aceptación del modelo.

De igual manera, se pretende implementar un sistema de vouchers solidarios que funcione como mecanismo de subsidio comunitario y garantice que las familias en situación de vulnerabilidad consisten en la entrega de vales físicos o digitales que funcionan como medio de intercambio dentro del mercado móvil, permitiendo cubrir parcial o totalmente el costo de los productos alimenticios. Su financiamiento puede provenir de aportes voluntarios de vecinos, asociaciones, productores, autoridades locales u otras entidades solidarias, fomentando la corresponsabilidad social y la sostenibilidad del sistema.puedan acceder a productos frescos a precios reducidos o gratuitos, promoviendo a su vez la corresponsabilidad social entre vecinos, productores, asociaciones y autoridades locales.

Otro objetivo específico es promover la educación alimentaria y nutricional mediante talleres, campañas y actividades participativas dentro del mercado comunitario. Para ello, se implementarán espacios de aprendizaje práctico como el taller de maceteros móviles para la siembra de semillas, la entrega de kits de mini-huerto para el hogar y la personalización de bolsas de tela reutilizables, con especial énfasis en la participación de niños, niñas y adolescentes. Estas acciones buscan fortalecer los conocimientos sobre alimentación saludable,

fomentar hábitos responsables desde temprana edad y promover una cultura de sostenibilidad ambiental en la comunidad.

Del mismo modo, se busca fortalecer la articulación comunitaria y productiva, estableciendo vínculos sostenibles entre pequeños productores, comerciantes locales y consumidores, y promoviendo la participación activa de la comunidad en la gestión del sistema para garantizar su sostenibilidad social.

Finalmente, se plantea evaluar el impacto social, económico y ambiental del proyecto, midiendo los cambios en los hábitos de consumo, la mejora en la seguridad alimentaria, el fortalecimiento de la economía local y la reducción de la huella de carbono asociada al transporte de larga distancia. Esta evaluación permitirá ajustar el sistema de manera continua y garantizar que los beneficios del mercado móvil sean sostenibles y equitativos para toda la comunidad.

2.4 Marco referencial

El programa “De la Chacra a la Olla” fue impulsado en el año 2020 por el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri) como respuesta a la pandemia de la COVID-19 y la necesidad de garantizar la seguridad alimentaria de las familias peruanas. Su principal objetivo es acercar a los pequeños productores agrícolas directamente a los consumidores, eliminando intermediarios y ofreciendo alimentos frescos, nutritivos y a precios justos.

La iniciativa se implementa a través de ferias itinerantes organizadas en diferentes regiones del país, donde los agricultores pueden comercializar de manera directa frutas, verduras, granos, carnes y otros productos de primera necesidad. Con ello, se promueve el fortalecimiento

de la agricultura familiar, se fomenta el consumo de productos locales y se apoya la economía de las comunidades rurales.

Este programa también cumple un rol social importante, ya que facilita el acceso a alimentos saludables en zonas urbanas y periurbanas, donde muchas veces las familias no cuentan con una oferta variada o asequible. A lo largo de estos años, "De la Chacra a la Olla" se ha consolidado como un modelo de comercialización justa que contribuye a la reducción de la pobreza rural y al mismo tiempo mejora la nutrición de la población.

En el ámbito internacional, un referente es el programa "Farmers' Markets" de Estados Unidos, impulsado desde hace varias décadas y fortalecido en los últimos años con apoyo del USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos). Este modelo busca conectar directamente a los agricultores locales con los consumidores urbanos a través de ferias semanales en plazas, parques o espacios comunitarios. El enfoque principal es ofrecer alimentos frescos, de temporada y producidos en la misma región, eliminando intermediarios y promoviendo una economía más justa.

De manera similar, en Europa existen iniciativas como los "Mercados Campesinos" en Francia o España, donde los productores venden sus cosechas en mercados temporales que resaltan el consumo local y sostenible. Estos proyectos priorizan el circuito corto de comercialización y la soberanía alimentaria, generando vínculos de confianza entre productores y consumidores.

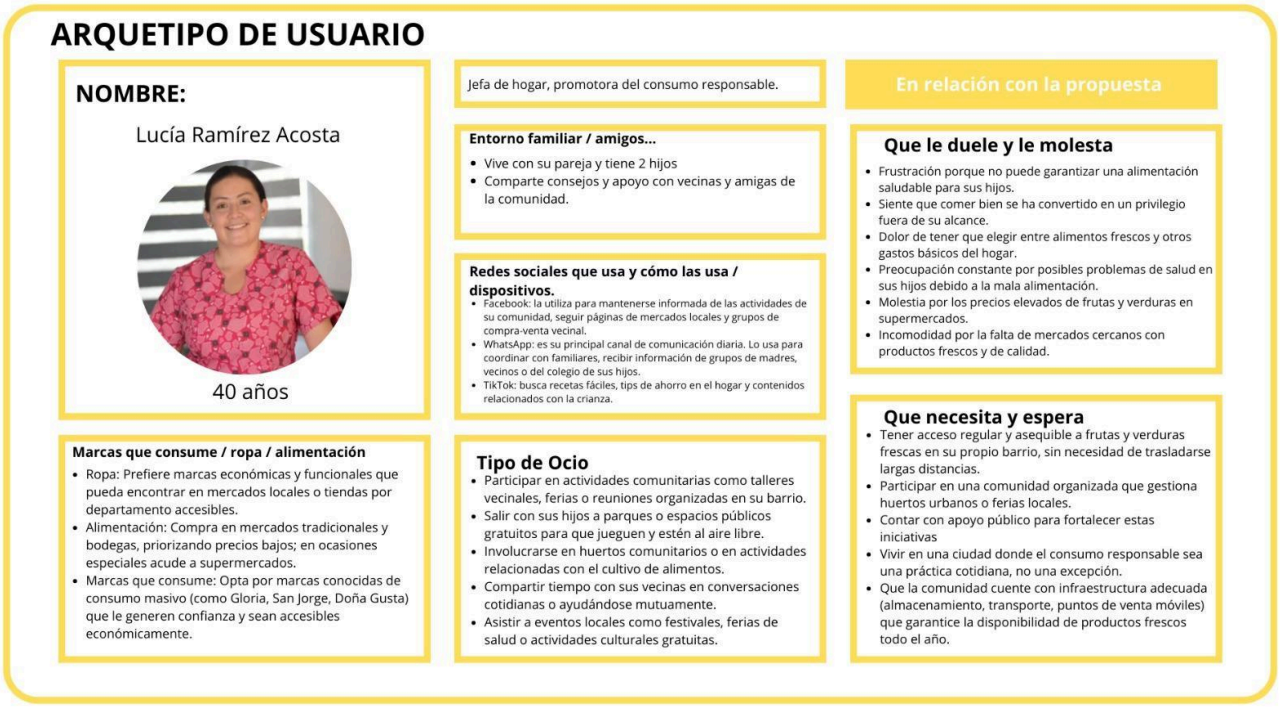
Sin embargo, tanto en Estados Unidos como en Europa, la mayoría de estas experiencias se centran únicamente en la venta directa de productos agrícolas, sin incluir componentes de formación comunitaria, talleres educativos ni sistemas de incentivos como vouchers. En ese

sentido, tu propuesta integra no solo la comercialización, sino también la educación alimentaria y la participación activa de la comunidad, lo que la convierte en un modelo más completo y con mayor impacto social.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Lucía Ramírez, de 40 años, es jefa de hogar y madre de dos hijos. Su principal dificultad radica en el acceso limitado a frutas y verduras frescas, una situación originada por la escasa oferta local, los altos costos de transporte, las restricciones económicas de las familias y el débil apoyo de programas institucionales. Estas condiciones repercuten negativamente en su vida cotidiana, generando problemas de salud, menor desarrollo físico y cognitivo en los niños, un mayor gasto en alimentos poco nutritivos y sentimientos de frustración al no poder garantizar una dieta adecuada para su familia. En este escenario, las familias consumidoras, como la de Lucía, constituyen los actores centrales afectados, mientras que organizaciones sociales y vecinales actúan como aliados directos en la búsqueda de soluciones comunitarias, y las cadenas de supermercados intervienen de manera indirecta al influir en los precios y la disponibilidad de productos. Frente a ello, Lucía expresa la necesidad de contar con alternativas accesibles y sostenibles, tales como ferias barriales, huertos urbanos o compras colaborativas, que le permitan mejorar la alimentación y la calidad de vida de su hogar y de su comunidad.



2.5.2 Información sobre el Mercado

Villa El Salvador presenta una necesidad significativa de acceso a alimentos frescos y nutritivos, especialmente en familias de bajos ingresos que dependen de bodegas locales con oferta limitada y precios elevados. Esta situación crea una oportunidad de mercado para implementar un sistema innovador como el mercado móvil comunitario, que combine abastecimiento de alimentos, educación nutricional y participación activa de la comunidad.

Aunque existen supermercados, bodegas y ferias itinerantes en el distrito, la mayoría no ofrece actividades educativas, talleres prácticos ni mecanismos de apoyo económico como los vouchers solidarios, lo que constituye una ventaja competitiva del proyecto. Sin embargo, la iniciativa enfrenta algunas barreras de entrada, como la logística de transporte y distribución de alimentos frescos, la adaptación del modelo a la infraestructura del distrito, la sensibilización de

la comunidad y la coordinación con productores y autoridades locales para mantener precios justos y sostenibles.

El mercado objetivo son principalmente las familias de bajos ingresos, con especial atención a niños, niñas y adolescentes que participen en los talleres educativos, así como a los pequeños productores locales que buscan canales de distribución directos y sostenibles. Se espera que la demanda potencial sea alta, dada la carencia de opciones frescas y accesibles, y que la combinación de educación alimentaria, incentivos comunitarios y herramientas digitales, como la App del mercado móvil, aumente la participación y fidelización de la comunidad.

En conjunto, este proyecto busca no sólo abastecer alimentos, sino generar un impacto positivo en la seguridad alimentaria, fomentar hábitos saludables y sostenibles, y fortalecer la articulación entre consumidores, productores y la comunidad en general.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

El **Mercado Comunitario** constituye una estrategia de acceso alimentario orientada a ampliar la disponibilidad de productos frescos, nutritivos, saludables y a precios justos dentro de comunidades urbanas y periurbanas, especialmente en aquellas donde las familias enfrentan dificultades para obtener una dieta adecuada. Más que un espacio de comercialización, este proyecto representa una propuesta integral que garantiza el abastecimiento mediante mercados móviles, centros de acopio y alianzas con productores locales, a la vez que impulsa procesos de educación alimentaria a través de talleres, recetas y dinámicas comunitarias que fomentan la sostenibilidad y el consumo responsable. Con estas acciones se busca disminuir los gastos de los hogares, mejorar la nutrición y fortalecer tanto la economía como la cohesión social de las comunidades. Asimismo, el Mercado Comunitario responde a las necesidades concretas de las

familias al integrar principios de accesibilidad, sostenibilidad y participación ciudadana. En conclusión, se trata de una iniciativa que no solo asegura el acceso a alimentos sanos y de calidad, sino que también promueve el bienestar integral y eleva la calidad de vida de la población beneficiaria.





2.5.4 Diseño de producto/servicio

El proyecto del mercado móvil comunitario se concibe como un sistema integral que combina el acceso a alimentos frescos y nutritivos con educación alimentaria y participación comunitaria, utilizando tanto componentes físicos como digitales.

Físicamente, el mercado cuenta con un vehículo adaptado que permite exhibir frutas, verduras y productos básicos, manteniendo la frescura mediante refrigeración y ofreciendo espacios interactivos para talleres prácticos, como el de maceteros móviles, la personalización de bolsas de tela reutilizables y la entrega de kits de mini-huerto para el hogar. Además, los usuarios reciben vouchers solidarios en formato físico, que funcionan como subsidio para cubrir parcial o totalmente el costo de los productos.

En el ámbito digital, la App del mercado móvil permite consultar los productos disponibles, agendar compras, acceder a recetas, realizar pagos de manera segura y recibir vouchers electrónicos, fortaleciendo la participación de la comunidad y facilitando la continuidad del programa. Los usuarios también pueden interactuar en la comunidad digital, compartiendo recetas, recomendaciones y experiencias, lo que refuerza la educación nutricional y el sentido de corresponsabilidad.

La mecánica del servicio es sencilla y práctica: Los vecinos reciben información sobre el mercado a través de flyers, redes sociales y la App; realizan sus compras, participan en talleres educativos y reciben vouchers solidarios, que les permiten acceder a más alimentos frescos. La App complementa esta experiencia, asegurando que los usuarios puedan planificar sus compras, acceder a contenidos educativos y mantener la conexión con la comunidad.

El mercado móvil genera un impacto positivo en el triple balance: socialmente, fomenta la inclusión de familias vulnerables y la educación en hábitos saludables; económicamente, fortalece los ingresos de pequeños productores locales y promueve la corresponsabilidad comunitaria; y ambientalmente, reduce la huella de carbono asociada al transporte de alimentos, promueve el cultivo doméstico mediante los kits de huerto y fomentar prácticas sostenibles como la reutilización de bolsas. En conjunto, este diseño convierte al mercado móvil en una propuesta innovadora, funcional y socialmente responsable, alineada con los objetivos del ODS 2 (Hambre Cero).

2.5.5 Modelo de Negocio

CANVAS MODELO DE NEGOCIO

ALIADOS CLAVE:

- Productores locales de frutas, verduras y granos.
- Organizaciones sociales y ONGs que apoyen a comunidades vulnerables.
- Gobiernos locales o municipalidades (facilitando espacios o permisos).
- Conductores y proveedores logísticos para el mercado móvil.
- Aliados tecnológicos para la app de pedidos.

ACTIVIDADES CLAVE:

- Operación del mercado móvil en zonas periurbanas.
- Organización de puntos de recojo comunitarios.
- Desarrollo y mantenimiento de la app para compras planificadas.
- Implementación del sistema de vouchers.
- Realización de talleres de educación alimentaria y huertos familiares.

PROPUESTA DE VALOR:

Acercamos alimentos frescos, nutritivos y asequibles a comunidades con acceso limitado, combinando mercados móviles, puntos de recogida y compra planificada, para mejorar la alimentación, optimizar recursos y fortalecer la economía local de manera sostenible.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES:

- Comunicación cercana y directa en mercados móviles y puntos de recojo.
- Atención personalizada a través de la app.
- Vouchers como medio de fidelización e inclusión social.
- Construcción de confianza mediante talleres y actividades comunitarias.

SEGMENTO DE CLIENTES:

- Familias de zonas periurbanas y rurales con acceso limitado a alimentos frescos.
- Madres de familia responsables de la alimentación del hogar.
- Niños y jóvenes interesados en talleres de nutrición y cultivo.
- Comunidades que buscan reducir gastos en la canasta básica.

RECURSOS CLAVE:

- Camiones/vehículos para transportar el mercado móvil.
- Plataforma digital (app).
- Alianzas con productores locales.
- Personal logístico y voluntarios.
- Fondos para el sistema de vouchers y programas sociales.

CANALES:

- Mercado móvil en comunidades.
- Puntos de recojo comunitarios.
- App para pedidos digitales.
- Talleres presenciales en comunidades y difusión digital.

ESTRUCTURA DE COSTOS:

- Costos de operación de vehículos (combustible, mantenimiento, personal).
- Desarrollo y actualización de la app.
- Adquisición y almacenamiento de alimentos.
- Implementación y financiamiento del sistema de vouchers.
- Materiales y logística para talleres comunitarios.

FLUJO DE INGRESOS:

- Venta de alimentos en el mercado móvil y puntos de recojo.
- Compras a través de la app.
- Apoyo económico de ONGs o instituciones para el financiamiento de vouchers sociales.
- Posibles patrocinios o colaboraciones de empresas privadas para talleres.

2.5.6 Resultados esperados

Con la implementación del mercado móvil comunitario se espera generar un impacto positivo en la calidad de vida de las mujeres cuidadoras y sus familias en Villa El Salvador. En primer lugar, se busca mejorar el acceso a alimentos frescos, nutritivos y a precios justos, reduciendo así las brechas alimentarias que enfrentan actualmente estas comunidades. Asimismo, se espera fomentar la seguridad alimentaria al garantizar la disponibilidad constante de productos básicos de calidad.

Otro resultado esperado es el fortalecimiento del poder de decisión de las mujeres cuidadoras, quienes al acceder a un sistema confiable y económico podrán administrar de manera más eficiente el presupuesto familiar destinado a la alimentación. Esto contribuye también a la confianza comunitaria, al generar un espacio seguro y transparente de compra.

En el aspecto económico, el proyecto proyecta dinamizar la economía local, al articular productores, comerciantes y consumidores bajo un modelo sostenible que favorezca el consumo responsable. Paralelamente, los vouchers solidarios permitirán a personas en situación de vulnerabilidad acceder a una alimentación digna, reduciendo las barreras económicas.

Finalmente, mediante los talleres de educación alimentaria y cultivo, se espera impulsar cambios en los hábitos de consumo y promover prácticas saludables y sostenibles, fortaleciendo el sentido de corresponsabilidad comunitaria. En conjunto, estos resultados se orientan a generar un impacto social, económico y ambiental positivo, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en especial con el ODS 2: Hambre Cero.

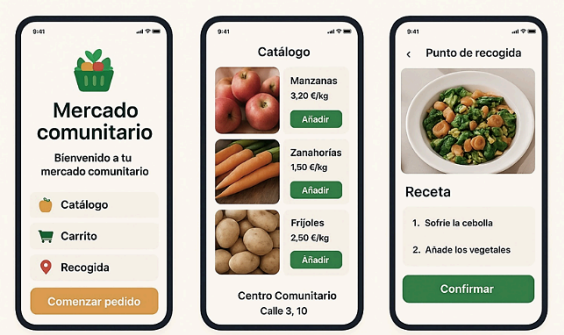
2.5.7 Prototipos desarrollados

Prototipos del Mercado Comunitario Móvil

En la etapa de desarrollo del Mercado Comunitario Móvil, se consideraron distintos niveles de prototipado para medir el alcance y realizar la evolución de la propuesta de manera optimizada. A continuación, se presentan los prototipos organizados en tres niveles: Sketch, Baja Fidelidad y Alta Definición.

Sketch

Es el nivel inicial y base del desarrollo de prototipos, nos permite visualizar y tomar las primeras decisiones acerca de la propuesta.





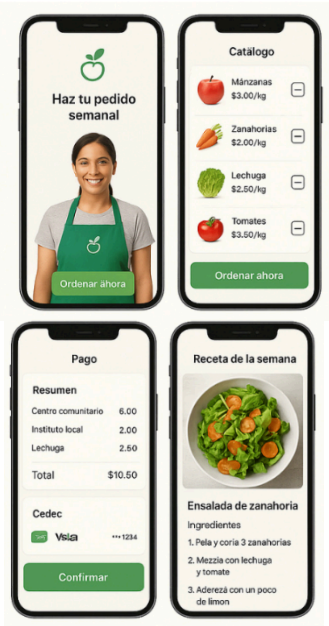






Prototipos de baja fidelidad

Son prototipos rápidos construidos con materiales accesibles, que permiten experimentar y tomar decisiones iniciales.









Prototipos de alta definición

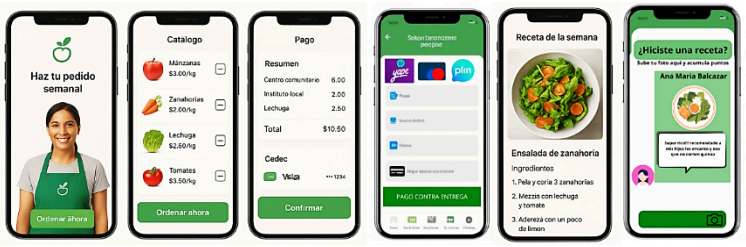
Son prototipos que lucen como el producto final y se utilizan para evaluar características concretas.











CHECKLIST DE PROTOTIPADO (completado)

Hacer tangible el concepto

- ✔ **Le da forma al concepto**

  Cada prototipo (carrito, app, vouchers, flyer, etc.) representa visual y funcionalmente el servicio del Mercado Comunitario.

- ✔ **Permite contar la idea por sí solo**

  El flyer informativo y el carrito móvil explican los beneficios y lógica del mercado sin necesidad de mediación.

- ✔ **Permite experimentar (según nivel)**

  Los usuarios pueden interactuar con la app, recoger productos, participar en talleres y usar los vouchers.

SE PUEDE EVALUAR Y VALIDAR

- ✔ **Evidencia lo que es relevante para los usuarios**

  Se validó con familias necesidades como acceso económico, recetas y experiencia educativa.

- ✔ **Hace posible validar con terceros (según nivel)**

  Se realizaron pruebas piloto con vecinos, promotores y familias.

- ✔ **Hace posible obtener retroalimentación**

  Se obtuvo feedback de claridad, accesibilidad, logística y utilidad.

- ✔ **Hace posible entender qué funciona y qué no**

  Se identificaron mejoras necesarias en logística y comunicación digital.

¿COMUNICA?

- ✔ **Sirve para mostrar lo que se puede hacer (según nivel)**

  Los flyers, app y puntos de recojo muestran el recorrido del servicio.

- ✔ **Se puede evaluar rápido**

  Fue posible implementar pruebas rápidas en talleres y barrios.

- ✔ **Comunica y posibilita compartir con el equipo o público**

  Los materiales fueron usados para presentar el concepto a usuarios y autoridades.

RECURSOS Y PRESUPUESTO

Recursos involucrados:

- Humanos: equipo de diseño, promotores comunitarios, facilitadores de talleres.
- Tecnológicos: desarrollo de app, impresión de flyers, QR.

- Económicos: impresión de materiales, compra de productos, incentivos (vouchers), fabricación del carrito móvil.

Presupuestos:

LISTA DE PRESUPUESTO		
Producto	**Descripción**	**Precio**
Módulo	Carrito de madera con estructura para exhibición, almacenamiento y pequeña refrigeración	S/1.200
Transporte y movilidad	Traslado del carrito entre sectores (combustible / mototaxi)	S/300
Materiales para talleres y kits	Kits de mini-huerto, maceteros móviles, bolsas reutilizables	S/800
Materiales impresos	Flyers, carteles educativos, manuales	S/200
Vouchers solidarios	Incentivo de S/3 según compras y familias en pobreza extrema	S/300
Coordinación y administración	Honorarios coordinador de proyecto (mensual)	S/ 1.200
Materiales digitales	Desarrollo de App, hosting, contenidos digitales	S/ 800
Gastos imprevistos	Extra	S/300
Personal	Pago a facilitadores/talleristas (2 personas por jornada/mes)	S/ 1.600
		S/6.700

TABLERO DE CONTROL

2.5.8 Experimentos

En esta fase del proyecto se llevaron a cabo actividades de validación preliminar con la finalidad de conocer la percepción de la comunidad sobre la propuesta del mercado móvil, los talleres de alimentación saludable y los incentivos mediante vouchers. Dado que no se implementaron físicamente los talleres ni la distribución de productos, la metodología se centró en entrevistas cualitativas, observación y presentación de la propuesta a los vecinos, explicando cómo funcionaría cada componente y recogiendo sus comentarios y expectativas.

El enfoque de estas entrevistas fue doble: por un lado, explorar la aceptación general de la propuesta, y por otro, identificar posibles mejoras y ajustes que hicieran el proyecto más útil y atractivo para la comunidad. Las entrevistas se realizaron con vecinos de distintas edades y ocupaciones, incluyendo padres de familia, adultos mayores y jóvenes, con el objetivo de tener una visión representativa de las necesidades y prioridades del barrio.

TO DO (por hacer)	DOING (en proceso)	DONE (hecho)	FECHA de entrega
Ajustes finales en la App	Difusión en nuevos barrios	Prototipos de punto de recojo, flyers y carrito móvil	15/08/2025
Evaluación de usabilidad con adultos mayores	Talleres de alimentación saludable	Validación con usuarios y promotores	22/08/2025
Elaborar versión 2.0 de materiales educativos	Rediseño de Tote bag con vecinos	Entrega de vouchers solidarios	01/09/2025
Cotizar impresión para expansión a más zonas	Pruebas de recolección con punto inteligente	Desarrollo e impresión de folletos con recetas	05/09/2025

Testeo de aceptación

Durante la presentación del concepto del mercado móvil, se explicó cómo funcionaría la entrega de alimentos frescos directamente en la comunidad, eliminando la necesidad de trasladarse a mercados más alejados. Los comentarios recogidos indicaron que esta propuesta ahorra tiempo a las familias, quienes actualmente deben destinar varias horas a desplazarse y realizar compras en diferentes puntos. Además, los vecinos destacaron que la comodidad de recibir productos directamente en su barrio podría incentivar un consumo más frecuente de alimentos frescos y nutritivos.

Validación de vouchers

Se presentó la idea de otorgar vouchers de S/3 como incentivo para la adquisición de verduras y la participación en los talleres de educación alimentaria. Los vecinos manifestaron que esta estrategia motiva y facilita el consumo de alimentos saludables, sobre todo para familias con presupuestos ajustados. Muchos señalaron que, además del beneficio económico, los vouchers constituyen un estímulo para explorar nuevos productos y preparaciones que normalmente no comprarían, generando un aprendizaje práctico sobre cómo integrar verduras y otros alimentos nutritivos en su alimentación diaria.

Piloto de taller exprés (simulado)

Se explicó a los participantes cómo serían los talleres exprés de alimentación saludable y autocultivo, incluyendo la duración aproximada, la metodología práctica y los contenidos

principales, como recetas económicas y técnicas de mini-huertos para espacios reducidos. Los comentarios evidenciaron que los talleres generan valor agregado y fortalecen la comunidad, al ofrecer conocimientos aplicables en la vida cotidiana y fomentar la interacción entre vecinos. Además, los participantes valoraron la posibilidad de aprender estrategias de autocultivo que podrían mejorar la autosuficiencia alimentaria y reducir la dependencia de mercados externos.

Interés por precios accesibles

Durante las entrevistas también se exploró la percepción de los vecinos sobre el precio de los productos. La comunidad manifestó un interés claro en precios justos y accesibles, destacando que el costo es un factor determinante a la hora de decidir qué alimentos comprar. Este hallazgo refuerza la importancia de mantener una oferta económica y adaptada a la capacidad adquisitiva de los hogares, garantizando que la propuesta del mercado móvil sea sostenible y realmente útil para la población.

Síntesis de hallazgos

En conjunto, estas actividades exploratorias y cualitativas permitieron comprender en profundidad las expectativas, necesidades y preferencias de la comunidad. Los hallazgos muestran que la propuesta del mercado móvil no solo tiene aceptación, sino que también aporta soluciones a problemas concretos como la falta de tiempo, la necesidad de alimentación saludable y el acceso a productos económicos. La retroalimentación obtenida servirá como base para planificar futuras implementaciones, ajustar los talleres, definir rutas eficientes y establecer mecanismos de incentivos más efectivos, asegurando un impacto positivo y sostenible en la alimentación y bienestar de las familias de Villa El Salvador.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto Mercado Comunitario Móvil surge como respuesta a la problemática de acceso limitado a alimentos frescos y nutritivos en comunidades periurbanas de Lima, específicamente en Villa El Salvador. Se centra en mujeres cuidadoras como principales beneficiarias, ya que ellas priorizan precio, disponibilidad y confianza al momento de abastecer a sus familias.

La propuesta de innovación integra tres pilares:

Movilidad: un mercado itinerante que acerca productos esenciales a las zonas de difícil acceso.

Accesibilidad económica: implementación de un sistema de vouchers solidarios que permite a las familias adquirir alimentos a precios justos.

Corresponsabilidad comunitaria y educación: desarrollo de un ecosistema digital y actividades de educación alimentaria que fomentan hábitos saludables y fortalecen la participación colectiva.

De esta manera, el proyecto no solo responde a una necesidad básica, sino que también promueve el empoderamiento comunitario, la seguridad alimentaria y la sostenibilidad social y ambiental. El valor diferencial radica en ofrecer una solución integral que combina

abastecimiento, educación y colaboración, generando impacto positivo tanto en el bienestar de las familias como en la cohesión social del distrito.

III. ESTIMACIÓN DE COSTOS

3.1 Presupuesto (estimado):

A continuación, se presenta el presupuesto estimado para la implementación del mercado móvil comunitario, considerando los principales rubros necesarios para su operatividad y sostenibilidad:

Rubro	Detalle / Función	Costo (S/.)
Módulo carrito de madera	Carrito de mayor tamaño para exhibición de productos y realización de talleres	1,200
Transporte y movilidad	Traslado del carrito entre sectores atendidos	300
Materiales para talleres y kits	Kits de mini-huerto, maceteros móviles, bolsas reutilizables	800
Materiales impresos	Flyers, carteles educativos y manuales	200
Vouchers solidarios	Incentivos de S/3 para compras o familias en pobreza extrema	300

Coordinación y administración	Honorarios del coordinador del proyecto	1,200
Materiales digitales	Desarrollo de App, hosting y contenidos educativos	800
Gastos imprevistos	Recursos para eventualidades y compras menores	300
Personal	Pago a facilitadores y talleristas (2 personas, 4 jornadas/mes)	1,600

Total, aproximado mensual: S/6,700

Este presupuesto contempla todos los recursos necesarios para garantizar la operatividad del mercado móvil, la implementación de talleres educativos, la entrega de vouchers solidarios y la gestión digital del proyecto. Cada rubro se ha diseñado para asegurar eficiencia, funcionalidad y sostenibilidad, permitiendo que el mercado cumpla sus objetivos de inclusión social, educación alimentaria y fomento de hábitos saludables en la comunidad.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

El proyecto evidenció que en Villa El Salvador existe una necesidad urgente de mejorar el acceso a alimentos frescos, nutritivos y a precios justos. Las limitaciones económicas, la falta de transporte adecuado y la dispersión geográfica de los puntos de venta dificultan que muchas familias accedan a productos de calidad de manera constante. En este contexto, el mercado móvil se consolidó como una alternativa práctica y viable, ya que acerca los productos directamente a la comunidad y reduce significativamente las barreras de tiempo y costo.

Los talleres de alimentación saludable y la entrega de recetas gratuitas permitieron identificar que el acceso a los alimentos por sí solo no garantiza cambios en los hábitos de consumo. La educación alimentaria se convierte en un componente esencial para que las familias aprendan a aprovechar los productos disponibles en preparaciones nutritivas, económicas y equilibradas. Esto demuestra que la combinación de oferta de productos y educación fortalece la capacidad de las familias para tomar decisiones informadas sobre su alimentación.

Asimismo, la implementación de talleres de maceteros móviles y mini-huertos aportó un valor adicional al proyecto, fomentando la autosuficiencia alimentaria, el autocultivo y la conciencia sobre sostenibilidad. La participación activa de los vecinos evidenció un interés real por adquirir conocimientos prácticos que puedan aplicar en su vida cotidiana, demostrando que estas iniciativas no solo contribuyen a mejorar la alimentación, sino también a generar hábitos responsables y sostenibles.

En conjunto, estos hallazgos destacan la importancia de abordar la seguridad alimentaria de manera integral, combinando la provisión de alimentos, la educación en nutrición y el impulso de prácticas sostenibles que empoderen a la comunidad.

4.2 Recomendaciones

Implementar un piloto en sectores específicos:

Se sugiere iniciar la expansión del mercado móvil en dos sectores seleccionados de Villa El Salvador. Esto permitirá evaluar la operatividad, medir la aceptación por parte de la comunidad y realizar ajustes antes de una implementación más amplia.

Fortalecer los talleres educativos y de autocultivo:

Mantener y diversificar los talleres de alimentación saludable y mini-huertos, incorporando nuevas recetas, técnicas de cocina económica y materiales impresos o digitales sobre nutrición y cultivo casero. Esto garantiza que las familias cuenten con herramientas duraderas para mejorar sus hábitos alimentarios.

Establecer alianzas institucionales:

Colaborar con municipalidades, ONGs, instituciones educativas y empresas privadas para asegurar financiamiento, logística, difusión del proyecto y respaldo técnico. Estas alianzas son clave para la sostenibilidad y escalabilidad de la iniciativa.

Escalar a otros distritos:

Una vez validado el piloto y fortalecidos los talleres, se recomienda extender el proyecto a otros distritos con características socioeconómicas similares, adaptando la propuesta a las necesidades específicas de cada comunidad.

Continuar la iteración tecnológica:

Incorporar mejoras en los procesos de registro, seguimiento de ventas y control de rutas mediante herramientas tecnológicas que optimicen la operación del mercado móvil y faciliten la retroalimentación de los usuarios.

Evaluación y retroalimentación constante:

Implementar mecanismos de monitoreo y evaluación para medir el impacto en la seguridad alimentaria, hábitos de consumo y autosuficiencia. La retroalimentación de la comunidad permitirá ajustar y perfeccionar la propuesta de manera continua.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brown, T. (2009). ***Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society.*** Harper Business.

Comisión Europea, Servicio de Investigación del Parlamento Europeo. (2016). ***Short food supply chains and local food systems in the EU (Informe).*** Parlamento Europeo. https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI%282016%2958 6650_EN.pdf

Design Council. (2005). ***The 'double diamond' design process model. Design Council.*** https://www.designcouncil.org.uk

Evola, R. S., Peira, G., Varese, E., Bonadonna, A., & Vesce, E. (2022). ***Short food supply chains in Europe: Scientific research directions. Sustainability.*** https://www.mdpi.com/2071-1050/14/6/3602

Gobierno del Perú, Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2020). ***De la chacra a la olla: Programa de mercados itinerantes. Midagri.*** https://www.gob.pe/midagri

IDEO. (2015). ***The field guide to human-centered design.*** IDEO.org. https://www.designkit.org/resources/1

Kapala, A. (2023***). The role of short supply chains and local food systems in the concept of food sovereignty and food democracy***. Przegląd Prawa Rolnego, 1(32), 117–138. https://doi.org/10.14746/ppr.2023.32.1.7

Ministerio de Salud del Perú. (2021). ***Perfil nutricional del país: Perú***. Ministerio de Salud. Recuperado el 9 de septiembre de 2025, de https://www.gob.pe/institucion/minsa/informes-publicaciones/353935-perfil-nutricional-del-pais-peru

Naciones Unidas. (2015). ***Objetivos de Desarrollo Sostenible. Naciones Unidas.*** https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2022). ***El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo***. FAO. https://www.wfp.org/publications/state-food-security-and-nutrition-world-sofi-report?utm_source=chatgpt.com

Organización Mundial de la Salud. (2020). ***Healthy diet***. WHO. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet

U.S. Department of Agriculture, Agricultural Marketing Service. (s. f.). ***Farmers Market Promotion Program (FMPP)***. USDA. Recuperado el 9 de septiembre de 2025, de https://www.ams.usda.gov/services/grants/fmpp

U.S. Department of Agriculture, Agricultural Marketing Service. (s. f.). ***Local Food Promotion Program*** (LFPP). USDA. Recuperado el 9 de septiembre de 2025, de https://odphp.health.gov/foodismedicine/federal-resource-hub/local-food-promotion-program-lfpp

Ries, E. (2011). ***The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses***. Crown Business.