ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

NutriAhorro

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

PRESENTADO POR

Angie Grisel Gonzales Ferroa
DNI: 72450164, Perú
ORCID: 0000-0002-2688-8939

Daniela Angelica Juscamayta Garay
DNI: 70388133, Perú
ORCID: 0000-0002-7396-0905

ASESOR

Valeria María Moreno Vásquez
DNI: 76272158, Perú
ORCID: 0009-0001-4537-865

JURADO

Paola Margarita Sánchez Mendoza
Jorge Alfredo Bouverie Alor
Jasmine Erika Mora Sifuentes

Lima, marzo 2026

Turnitin-2021267428-2019140735-GONZALES-JUSCAMAYTA.do...

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:564927395

Fecha de entrega
7 mar 2026, 8:00 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
7 mar 2026, 8:02 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Turnitin-2021267428-2019140735-GONZALES-JUSCAMAYTA.docx

Tamaño del archivo
7.5 MB

36 páginas

5284 palabras

29.009 caracteres

16% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

8% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
14% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Agradecimiento

A nuestros padres y familia, quienes con su esfuerzo y dedicación hicieron posible que llegáramos a ser nuestro yo actual.

A todas las personas que nos apoyaron y animaron en esta etapa.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**
1.1 Título del Proyecto de Innovación 1
1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1
II. Descripción de la innovación **2**
2.1. Investigar para diseñar 2
2.1.1. Actores del Proyecto 2
2.1.2. Contexto general 3
2.1.3. Problema y oportunidad 4
2.1.4. Reto de diseño 6
2.2. Diseñar para crear valor 6
2.2.1. Propuesta de valor 6
2.2.2. Solución 7
2.2.2.1. Redes sociales y publicidad 7
2.2.2.2. Stand y mercados 9
2.2.2.3. Aplicación 11
2.2.2.4. Aplicación (Selección de alimentos) 13
2.2.2.5. Aplicación (Recetas) 14
2.2.2.6. Aplicación (Precios de alimentos) 15
2.2.2.7. Aplicación (Reemplazo de alimentos) 16
2.2.2.8. Aplicación (Comunidad) 16
2.3. Diseñar el servicio 17
2.3.1. Blueprint del servicio 15
2.3.2. Artefacto(s) 18
2.3.2.1. Artefacto físico: Stand informativo 18
2.3.2.1.1. Stand informativo en mercados 18
2.3.2.1.2. Diseño del módulo 18
2.3.2.1.3. Materiales y elementos del stand 18
2.3.2.1.4. Interacción con el usuario 18
2.3.2.2. Artefacto digital: Aplicación 19
2.3.2.2.1. Descripción de la aplicación 19
2.3.2.2.2. Arquitectura de información 19
2.3.2.2.3. Diseño de interfaz UI/UX 20
2.3.3. Experimentos 20
2.4. Resumen del Proyecto de Innovación 21
III. Conclusiones y recomendaciones **21**
3.1. Conclusiones 21
3.1.1. Prueba del prototipo final de la aplicación 21
3.1.2. Evaluación del concepto de stand informativo 22
3.2. Recomendaciones 22
IV. Referencias Bibliográficas **24**
V. Anexos **25**
5.1. Anexo 1: Carpeta de drive con entrevistas realizadas grabadas por audio 25

5.2. Anexo 2: Guión de entrevistas 25
5.3. Anexo 3: Customer Journey Map (pre solución) 26
5.4. Anexo 4: Prototipo inicial de baja fidelidad 27
5.5. Anexo 5: Customer Journey Map (con la solución) 27

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	**2**
Figura 2	**3**
Figura 3	**5**
Figura 4	**7**
Figura 5	**8**
Figura 6	**8**
Figura 7	**9**
Figura 8	**10**
Figura 9	**11**
Figura 10	**12**
Figura 11	**13**
Figura 12	**14**
Figura 13	**15**
Figura 14	**15**
Figura 15	**16**
Figura 16	**17**

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

NutriAhorro

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación NutriAhorro, se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y Bienestar Social y la actividad económica de otras actividades de servicio y busca resolver la falta de conocimiento de comidas nutritivas y variadas que pueden haber con alimentos limitados teniendo como población beneficiaria a las madres de familia de San Juan de Lurigancho con niños de 2 a 12 años en el hogar.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en brindar recetas nutritivas, se trata de una sistema de apoyo dando a conocer nuestro servicio a través de una aplicación y stand; en el cuál las personas instalarán una aplicación que les otorgará recetas nutritivas en base a los alimentos que tienen, de igual forma les comunicará que alimentos han subido de precio para que puedan tenerlo en cuenta. Al crear recetas nutritivas con los alimentos que cuentan y pueden llegar a comprar se procura la reducción de la contaminación por desperdicio de alimentos; la aplicación al ser gratuita no representa un gasto mayoritario para los usuarios; en el aspecto social se brinda un conocimiento para los usuarios para aliviar los dolores referidos a su preocupación por qué cocinar y con qué cocinar.

Para la experimentación se diseñó un prototipo digital de una aplicación que tenga nuestra solución, para probarlos en diferentes usuarios para comprobar la viabilidad del servicio pensado. Se concluye que la solución propuesta incentiva a nuestro target a buscar más alternativas de comidas e insumos y se recomienda para futuros proyectos promover la concientización sobre recetas y alimentos nutritivos, junto a incentivar la búsqueda de noticias actuales que presenten la realidad de los precios en el mercado.

II. Descripción de la innovación

2.1. Investigar para diseñar

2.1.1. Actores del Proyecto

Las **familias de San Juan de Lurigancho con niños de 2 a 12 años** son los actores principales.

Villanueva y Strickler (2024) mencionan que la fase de crecimiento de un niño antes de iniciar la adolescencia, superada la fase temprana, es hasta la edad de 10 años en niñas y 12 años en niños; la cuál muestra ser una etapa de edad primordial porque son niños en etapa escolar hasta su brote de crecimiento en la adolescencia. El adecuado crecimiento de los niños está directamente relacionado con el estado de salud en el que se encuentran.

Por lo que la preocupación se centra en las familias de San Juan de Lurigancho con niños de 2 a 12 años, los cuales su crecimiento constante y seguro va de la mano con su salud y nutrición.

Como actores directos tenemos nutricionistas y personal de salud, mercados locales y programas de apoyo como Qaliwarma y el programa Juntos; factores importantes que influyen directamente en la salud nutricional de las familias.

En actores indirectos se muestran al Ministerio de Salud, la Municipalidad de San Juan de Lurigancho los cuales se observan en la herramienta Mapa de actores (ver Figura 1).

Figura 1
Mapa de actores



Para comprender correctamente las necesidades de nuestro usuario, se construyó el arquetipo de “María Elena” (ver Figura 2), una madre de familia de 37 años encargada de comprar los alimentos en el hogar y cocinar para su familia, quién compra en el mercado El Bosque.

María Elena representa a las madres de familias de nivel socioeconómico C y/o D que tienen la preocupación de comprar alimentos nutritivos con un presupuesto justo que no siempre alcanza debido a las variaciones de precios en los mercados. Su principal dolor es **asegurar una alimentación saludable en el hogar,** pero **no saber cómo** reemplazar los alimentos ni qué cocinar cuando el presupuesto no se ajusta.

Figura 2
Ficha arquetipo usuario de María Elena



2.1.2. Contexto general

Este proyecto se está realizando analizando a un target enfocado en San Juan de Lurigancho.

Este es uno de los distritos que consta de una mayor limitación junto a una incertidumbre con respecto a la disponibilidad de alimentos que sean nutricionalmente elevados y adecuados. (MIDIS, 2020).

Lo que provoca que las familias ubicadas en este distrito muestren no solo consecuencias nutricionales y sanitarias, sino también sociales y económicas: impactando en su calidad de vida, especialmente en el de los más pequeños.

Por su parte, la ODS3 abarca la preocupación y enfoque que se presenta en este proyecto. De igual forma centrándonos en la meta número 3.4, la cuál es reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención.

2.1.3. Problema y oportunidad

Vulnerabilidad alimentaria en familias con niños de 2 a 12 años en San Juan de Lurigancho.

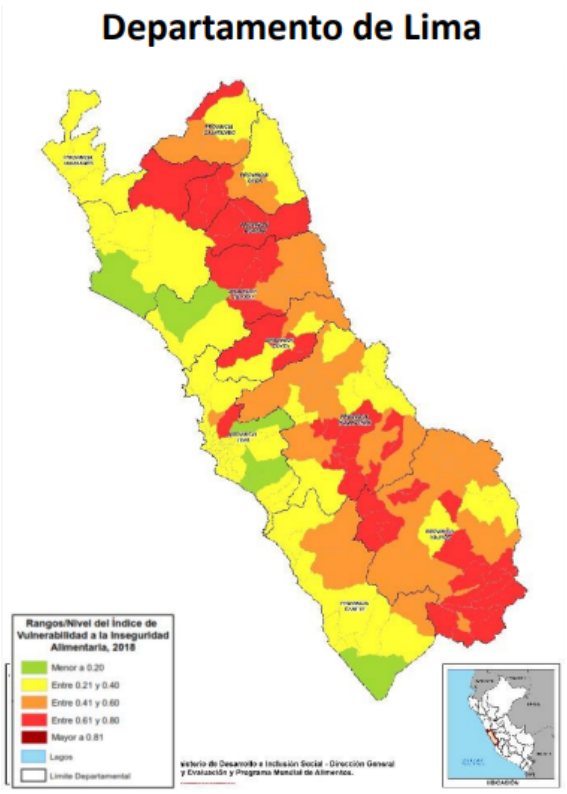
El acceso a los alimentos es uno de los pilares de la alimentación, el cual hace alusión a la posibilidad de conseguir una correcta cantidad de alimentos, al igual que la calidad de estos que satisfagan las necesidades nutricionales. (MIDIS, 2024, como se citó en Navarro, 2025).

FAO (2023) menciona que la estabilidad representa otro pilar, este es el acceso constante a alimentos que sean nutritivos y duren una adecuada cantidad de tiempo. Esta abarca componentes como la generación y producción continua de alimentos, buenas redes de distribución, la accesibilidad a mercados junto a la resiliencia y recuperación de diversas crisis que se pueden presentar como posibles amenazas referente a la accesibilidad de alimentos. Entre los principales causantes del acceso se encuentran los precios de los alimentos, el nivel de los ingresos económicos, así como la implementación de los programas de apoyo relacionados a la alimentación.

En Perú, se muestra que el 20% de la población que presenta una mayor vulnerabilidad a la inseguridad alimentaria evidencia un índice superior a 0.52 y se encuentra en uno de los 1016 distritos que presentan índices más altos de vulnerabilidad. (CEPLAN, 2023).

Entre las zonas que presentan mayor vulnerabilidad alimentaria en el Departamento de Lima, está el distrito de San Juan de Lurigancho; distrito en el cuál nos centraremos para esta investigación (ver Figura 3).

Figura 3
Mapa de vulnerabilidad alimentaria en Lima



En términos de subalimentación o hambre, el contexto empeoró notoriamente posterior a la pandemia,el número de personas que padecían hambre pasó de 621,8 millones para el 2019 a superar los 700 millones para los posteriores años. En el escenario específico de la inseguridad alimentaria infantil, los datos mostrados por UNICEF muestran que globalmente hasta el 2030, el 27 % de la población mundial que pertenece al grupo de la primera infancia desde el año 2020 se encuentra en situación de carencia alimentaria grave sin mostrar cambios notables (OMS, 2023).

A partir de las entrevistas realizadas para este proyecto, se determinó que uno de los principales más relevantes es el incremento estacional en los precios de los alimentos nutritivos. Las personas entrevistadas señalaron que sus ingresos no siempre son suficientes, por lo que deben adaptarse a lo que está a su alcance.

Esto implica reemplazar productos que han subido de precio por opciones más económicas y, en muchos casos, buscar nuevas recetas con los ingredientes disponibles para evitar la monotonía en la alimentación del hogar.

Asimismo, manifestaron que su mayor preocupación está ligada al desarrollo de los niños en el hogar. Sin embargo, preparar comidas nutritivas se vuelve un desafío para ellos debido a las limitaciones económicas y al escaso conocimiento sobre la variedad de

preparaciones y alimentos que pueden utilizar diariamente. Esta situación contribuye a que muchas familias opten por alternativas menos saludables, como frituras, por ser más accesibles y prácticas.

El estado ideal para estas personas es el poder alimentar a sus hijos con lo que encuentran y llegan a comprar en el mercado, y saber qué comidas nutritivas cocinar con ellos; presentando la oportunidad de diseñar un servicio que brinde ayuda en sus principales preocupaciones ya mencionadas.

2.1.4. Reto de diseño

A partir del análisis sobre las necesidades del arquetipo y el contexto, se elaboró el formuló lo siguiente:

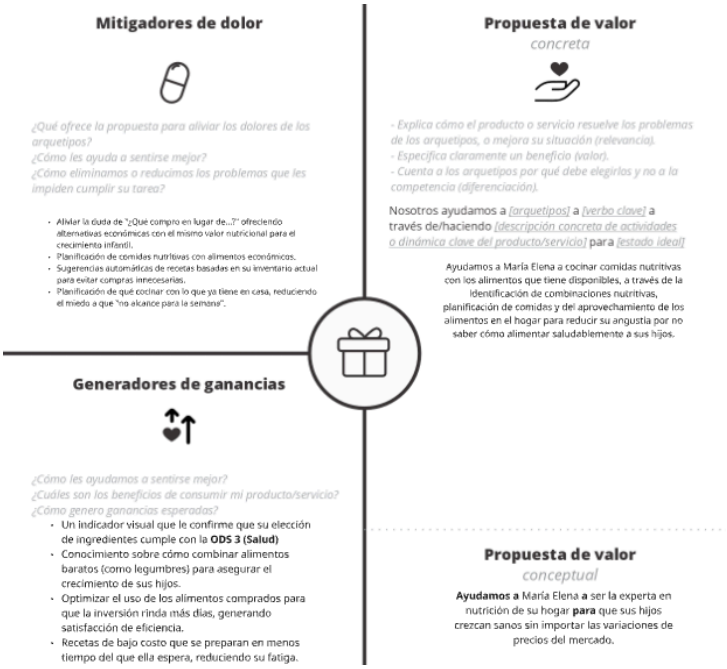
"¿Cómo podríamos ayudar a los residentes de San Juan de Lurigancho a conseguir que cocinen comidas nutritivas en base a lo que tienen mientras reducimos la angustia por la falta de conocimiento que tiene sobre comidas nutritivas para sus hijos por no poder obtener siempre los alimentos que necesitan?"

2.2. Diseñar para crear valor

2.2.1. Propuesta de valor

En base a la fase de investigación se planteó la propuesta de valor (ver Figura 4) de ayudar a los residentes de San Juan de Lurigancho a cocinar comidas nutritivas con los alimentos que tiene disponibles, a través de la identificación de combinaciones nutritivas, planificación de comidas y del aprovechamiento de los alimentos en el hogar para reducir su angustia por no saber cómo alimentar saludablemente a sus hijos.

Figura 4
Canvas de propuesta de valor



2.2.2. Solución

Como respuesta a la propuesta de valor vista, se creó NutriAhorro, un servicio que busca ofrecer recetas nutritivas con alimentos que uno tenga en su casa o haya comprado; al igual que avisar qué alimentos han aumentado de precio y brindar opciones de reemplazos nutritivos para diversos alimentos, de esta forma previniendo el desconocimiento de nuestro arquetipo sobré qué cocinar y qué alimentos comprar y utilizar.

La solución trasciende a la funcionalidad a través de la aplicación y un stand físico de promoción inicial, de igual forma todo impulsado por las redes sociales.

2.2.2.1. Redes sociales y publicidad

Las cuentas de redes sociales que se crearán y utilizarán son Facebook por su cercanía a nuestro arquetipo, Instagram como segunda red social y Tiktok como red más utilizada, se subirá contenido educativo e informativo para el público. Se ha de utilizar MetaAds para promocionar inicialmente algunos contenidos subidos (ver Figura 5) de la aplicación, promoviendo de esa forma el interés y descargas de la aplicación.

Figura 5
Contenido general para las redes sociales



El contenido subido será en formato post, carrusel y reel. El post con call to action para llamar la atención rápidamente (ver Figura 6), el carrusel para la mención de contenido un poco más extenso como dar diversas opciones de reemplazo de alimentos hasta "¿Qué encuentras en NutriAhorro?", y por último el formato de reel se usará para hacer las publicaciones más dinámicas para el público.

Figura 6
Post para las redes sociales



2.2.2.2. Stand en mercados

Como parte de la promoción y el dar a conocer la aplicación, se ubicará un stand de NutriAhorro (ver Figura 6) en mercados mayoristas y markets en San Juan de Lurigancho como El Bosque, Market Caja de agua (ubicado cerca de la comisaría del distrito) y el Mercado San Hilarión; en un horario de 9 a.m. a 2 p.m. en donde hay mayor afluencia de personas.

Figura 7
Prototipo de stand



Se busca un diseño atractivo del stand para el público, con colores que sean agradables a la vista. El stand contará con un jalador de vista que mencione los alimentos que han subido de precio por la temporada. En el stand se encontrará un(a) nutricionista que se encargará de guiar a quienes se acerquen sobre una alimentación balanceada; preguntará qué va a comprar el usuario teniendo en cuenta el presupuesto que tiene, o qué alimentos tiene en casa, y en base a ello utilizar la aplicación para recomendarle una receta que guardará en favoritos lo que generará un guardado automático en la sección Mis recetas, en el perfil del usuario.

Una vez en su hogar buscará la receta que le fue recomendada para empezar a cocinar según lo indicado.

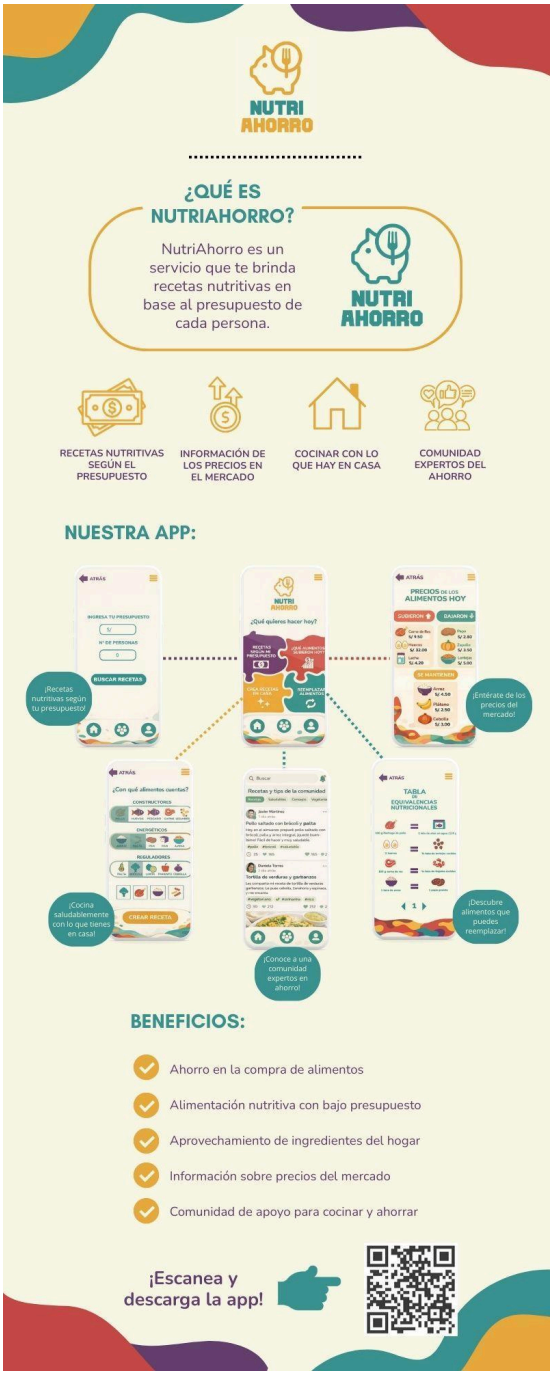
El stand estará ubicado fuera del mercado (ver Figura 8), los mercados seleccionados cuentan con vigilancia y mayor afluencia, en donde ya se han realizado activaciones por otras marcas.

Figura 8
Stand NutriAhorro



Se contará con volantes informativos como una infografía (ver Figura 9) con un qr que te lleve directamente a la instalación de la aplicación y te explique cómo funciona la app, a parte de otros volantes informativos como una tabla de equivalencias nutricionales; estos volantes los tendrá el nutricionista y con el qr apoyará a la instalación de la aplicación y a la explicación de esta, guiando al usuario de forma calmada para generar más confianza; de igual forma, el nutricionista repartirá los volantes a las personas cercanas que pasen por el stand junto a todos los interesados.

Figura 9
Flyer (infografía) sobre NutriAhorro



2.2.2.3. Aplicación

La aplicación NutriAhorro sigue una línea gráfica acorde a lo pensado también para las redes sociales y el stand. Todas las secciones buscan tener armonía y no generar malestar visual (ver Figura 10).

Figura 10

Vista general de la aplicación



2.2.2.4. Aplicación (Selección de alimentos)

Se contará con una aplicación que se descarga a través del qr mostrado en el stand o por el link puesto en las redes sociales. La parte inicial de la aplicación (ver Figura 11) muestra opciones múltiples para que el usuario después de su registro pueda seleccionar para derivar a las diferentes secciones de la app.

Figura 11
Inicio de la aplicación



La aplicación contará con una sección en donde el usuario podrá elegir qué alimentos tiene (ver Figura 12) y según ello la aplicación se encargará de ofrecerle una lista de opciones de recetas, ordenadas desde la que lleva menor tiempo a mayor tiempo de preparación.

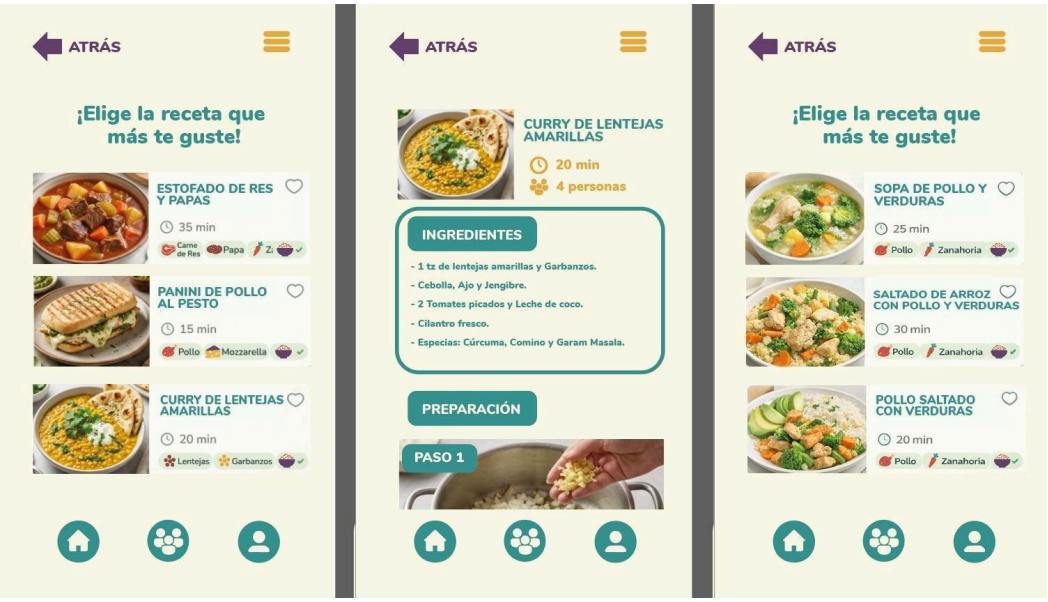
Figura 12
Sección de selección de alimentos



2.2.2.5. Aplicación (Recetas)

Una vez seleccionados los ingredientes, la aplicación te muestra una cierta cantidad de recetas ordenadas según el tiempo aproximado que demora en elaborar (ver Figura 13). Al seleccionar la receta que desee el usuario, inicialmente le saldrá los ingredientes a utilizar y luego la preparación de la receta. El usuario podrá marcar la receta favorita si desea para que quede guardado en la sección de Mis recetas en la aplicación.

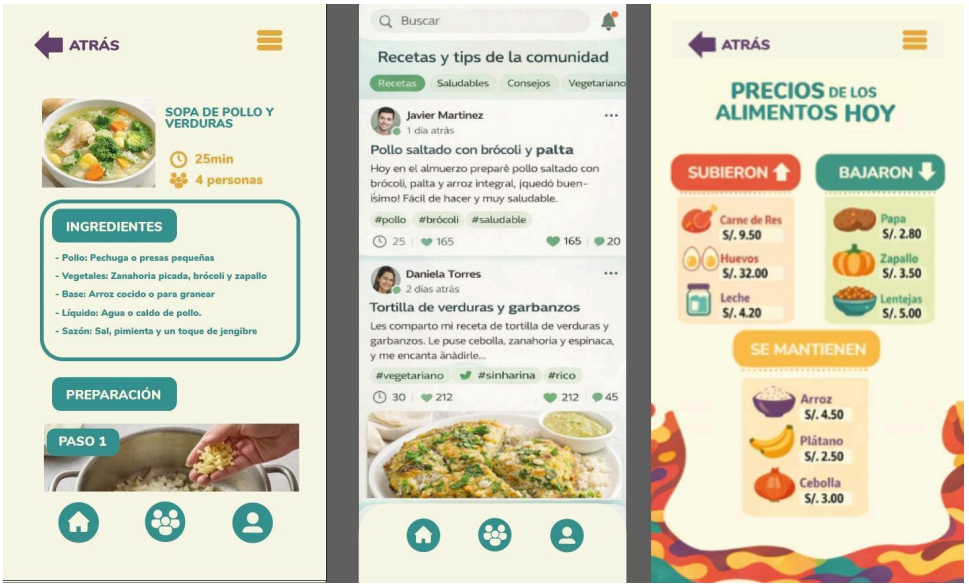
Figura 13
Resultados de recetas



2.2.2.6. Aplicación (Precios de alimentos)

En otra sección de la aplicación se mostrarán actualizados los precios que han subido, bajado y que se han mantenido hasta el momento (ver Figura 14). Esta sección se actualiza según los datos presentados por el MIDAGRI, en la app mi caserita que muestra los precios referenciales de los insumos y sus variaciones.

Figura 14
Sección de precios



2.2.2.7. Aplicación (Reemplazo de alimentos)

Sección donde aparecerán y podrás buscar reemplazos para cada alimento, con las cantidades correctas (ver Figura 15). Esta sección se creó para que el arquetipo pueda encontrar otras alternativas diferentes al plan inicial que no se pudo llevar a cabo debido a subidas de precios o escasez de alimentos en el hogar.

Figura 15

Sección de reemplazos de alimentos



2.2.2.8. Aplicación (Comunidad)

En este apartado, el arquetipo podrá compartir las recetas que más le gustan, y de igual forma podrá publicar sus propias recetas y valorar las del resto de usuarios que publiquen en la comunidad. Las recetas publicadas pasarán por un filtro que serán nutricionistas que consideren adecuadamente balanceada la receta e ingredientes que el arquetipo pidió publicar.

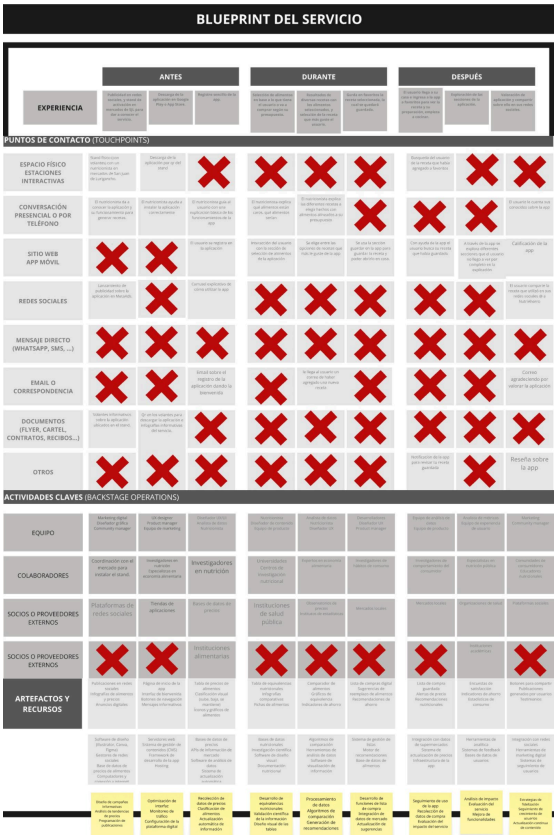
2.3. Diseñar el servicio

2.3.1. Blueprint del servicio

Se muestra en el Blueprint (ver Figura16) de manera estructurada el recorrido del usuario a lo largo de tres etapas principales: antes, durante y después del uso de la aplicación. En la parte superior se describe la experiencia del usuario, desde el descubrimiento de la app mediante publicidad en redes sociales o por el stand, la descarga y registro, hasta la selección de alimentos según presupuesto y la obtención de recetas personalizadas. Posteriormente se presentan los puntos de contacto (touchpoints) que incluyen interacciones en espacios físicos con estaciones informativas, asesoría de nutricionistas, el uso del sitio web o aplicación móvil, redes sociales, mensajería directa, correos electrónicos y material informativo.

En la sección inferior se detallan las actividades clave internas (backstage operations) necesarias para el funcionamiento del servicio, organizadas en equipo de trabajo, colaboradores, socios o proveedores externos, así como los artefactos y recursos tecnológicos que respaldan la plataforma. Este blueprint permite visualizar de forma integral las interacciones del usuario con el servicio y los procesos internos que hacen posible la entrega de valor de la aplicación.

Figura 16
Blueprint de servicio



2.3.2. Artefacto(s)

2.3.2.1. Artefacto físico: Stand informativo

2.3.2.1.1. Stand informativo en mercados

Como parte de la estrategia de difusión del proyecto NutriAhorro, se propone la implementación de un stand informativo en mercados locales.

Este espacio permitirá que los consumidores puedan:

- Conocer la aplicación
- Recibir orientación nutricional básica
- Aprender a utilizar la plataforma
- Descargar la aplicación directamente en sus teléfonos móviles

La presencia del stand en mercados busca acercar la solución digital al entorno donde las personas realizan sus compras alimentarias.

2.3.2.1.2. Diseño del módulo

El stand será un módulo portátil diseñado para ser instalado temporalmente en diferentes mercados.

Sus características principales incluirán:

- Estructura desmontable
- Panel gráfico informativo
- Mesa de atención
- Espacio para publicidad impresa

El diseño visual del stand utilizará la línea gráfica e identidad de NutriAhorro, con el objetivo de atraer la atención de los visitantes.

2.3.2.1.2. Materiales y elementos del stand

El stand contará con diferentes elementos para facilitar la interacción con el público. Entre ellos:

- Volantes informativos con información de la aplicación
- Código QR para descarga rápida de la aplicación
- Dispositivo móvil para demostración
- Material gráfico informativo

Estos elementos permitirán que los visitantes puedan experimentar el funcionamiento de la aplicación de forma directa.

2.3.2.1.3. Interacción con el usuario

El stand contará con la presencia de un nutricionista encargado de orientar a los visitantes.

Las actividades que se realizarán en el incluyen:

- Explicación del funcionamiento de la aplicación
- Asesoría básica sobre alimentación económica
- Demostración del generador de recetas
- Apoyo en la descarga e instalación de la aplicación

Esta interacción directa busca generar confianza en los usuarios, dar a conocer y promover el uso de la plataforma.

2.3.2.2. Artefacto digital: Aplicación

2.3.2.2.1. Descripción de la aplicación

NutriAhorro es una plataforma digital diseñada para ayudar a los usuarios a **planificar su alimentación de manera saludable y económica**, tomando en cuenta los ingredientes disponibles y el presupuesto que poseen para nuevas compras de insumos.

El objetivo principal es **facilitar la toma de decisiones alimentarias**, permitiendo a los usuarios encontrar variedad de recetas nutritivas, conocer la variación de precios de los alimentos y descubrir alternativas nutricionales equivalentes.

2.3.2.2.2. Arquitectura de información

Se organiza de manera clara para facilitar la navegación del usuario, buscando que no le sea complicado y poco práctico encontrar cada cosa.

Las secciones principales serían:

- Pantalla principal: Acceso a las diferentes decisiones de la app para que el usuario pueda seleccionar.
- Sección alimentos: El usuario elige con qué alimentos cuenta o puede contar y en base a ello se le generan opciones de recetas.
- Precios de los alimentos: Aviso de que alimentos han aumentado su precio, de aquellos que han disminuido y los que se han mantenido estables.
- Reemplazo de alimentos: Sección centrada en mostrar los reemplazos igualmente nutricionales a diversos alimentos.
- Comunidad: Los usuarios pueden subir sus recetas y valoraciones de las recetas que la app les ha recomendado, todo aquello que se desee subir pasa por un filtro antes de publicarse.
- Perfil:Sección básica del usuario donde se encuentran sus datos, historial de recetas y sus favoritos.

- Ajustes: Ayuda y soporte, privacidad y seguridad, idioma y accesibilidad.

La organización de estas secciones busca ofrecer una experiencia de uso intuitiva y accesible para todo tipo de usuarios.

2.3.2.2.3. Diseño de interfaz UI/UX

Se prioriza la simplicidad, claridad visual y facilidad de uso, considerando que los usuarios pueden tener diferentes niveles de experiencia con aplicaciones móviles y tecnología.

El diseño incluirá:

- Iconografía clara
- Navegación simple
- Colorimetría agradable a la vista
- Textos breves y fáciles de entender

Para el diseño del prototipo se utilizarán herramientas como:

- Illustrator para diseño básico de la ilustración para la creación del prototipo.
- Figma para el diseño de la interfaz, y prototipos para observar la fluidez e interactividad del usuario.

Estas herramientas permiten visualizar la estructura de la aplicación y evaluar la experiencia del usuario antes de su desarrollo técnico.

2.3.3. Experimentos

Se realizó una prueba de interacción con el prototipo de la aplicación diseñado en Prototipo que simula de forma realista el producto final en Figma. Durante esta prueba, los participantes pudieron navegar por las principales funciones del prototipo, tales como el generador de recetas por ingredientes, la sección de precios de alimentos, el sistema de reemplazo de alimentos y el espacio de comunidad.

El objetivo de este experimento fue observar:

- Facilidad de uso de la interfaz
- Comprensión de las funciones de la aplicación
- Interés de los usuarios

Los resultados mostraron que la mayor parte de los participantes comprendieron intuitivamente el funcionamiento de la aplicación, también considerando útil la posibilidad de generar recetas en función de los ingredientes disponibles o del presupuesto destinado a alimentos.

2.4. Resumen del Proyecto de Innovación

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo desarrollar una propuesta que contribuya a mejorar la planificación alimentaria de las personas considerando el presupuesto disponible y el aprovechamiento de los alimentos que poseen en casa. A partir del análisis del problema relacionado con la dificultad para organizar las compras y las comidas frente a la variación de precios de los alimentos, se planteó el desarrollo de NutriAhorro, una solución a través de una aplicación móvil orientada a brindar herramientas prácticas para facilitar decisiones alimentarias más informadas.

La aplicación propone funciones como un generador de recetas basado en ingredientes disponibles o en el presupuesto del usuario, información sobre variaciones en los precios de alimentos, un sistema de reemplazo de alimentos con valores nutricionales similares y un espacio comunitario para compartir recetas entre usuarios. Asimismo, la propuesta se complementa con un stand informativo en mercados locales y el uso de redes sociales como estrategia de difusión para acercar la aplicación al público objetivo desde un comienzo, y así darse a conocer.

Durante el desarrollo del proyecto se realizaron pruebas del prototipo con usuarios acorde al arquetipo, lo cual permitió evaluar la rapidez de comprensión sobre las funciones y la utilidad de la herramienta. Los resultados evidenciaron que los participantes consideran que la aplicación puede facilitar la organización de las comidas, optimizar el gasto en alimentos y promover un mejor aprovechamiento de los ingredientes disponibles.

Finalmente, el proyecto incorpora el enfoque de triple balance, generando impacto social al brindar conocimiento sobre alimentación saludable y económica, impacto económico al ofrecer una herramienta gratuita que permite optimizar el presupuesto familiar, e impacto ambiental al fomentar el aprovechamiento de los alimentos disponibles en el hogar, contribuyendo a la reducción del desperdicio alimentario.

III. Conclusiones y recomendaciones

3.1. Conclusiones

3.1.1. Prueba del prototipo final de la aplicación

En base a los experimentos realizados se han obtenido las siguientes conclusiones:

- La implementación de un stand informativo en mercados locales complementa la propuesta digital, ya que permite acercar la aplicación directamente al contexto donde los usuarios, facilitando la difusión del proyecto y la interacción directa con los consumidores.

- El uso de redes sociales como medio de comunicación y promoción contribuye a ampliar el alcance del proyecto, permitiendo dar a conocer la aplicación y ayudando a difundir información sobre alimentación económica y saludable a un público más amplio.
- El desarrollo de la aplicación demuestra facilitar el acceso a información útil sobre recetas, precios de alimentos y alternativas nutricionales, contribuyendo a mejorar la organización de las compras y el aprovechamiento de los ingredientes disponibles.

3.1.2. Evaluación del concepto de stand informativo

Se evaluó la propuesta del stand informativo como medio de difusión para dar a conocer la aplicación en mercados del distrito. Para ello, se presentó a los participantes una representación visual del stand y se explicó su funcionamiento.

El objetivo de este experimento fue analizar:

- El nivel de interés de los usuarios para acercarse a un stand informativo
- Percepción sobre el acompañamiento de un nutricionista que los guíe

Se indicó que la presencia de un stand en mercados podría facilitar el conocimiento de la aplicación, debido a que muchas personas realizan sus compras en estos espacios en el horario mencionado y podrían recibir información directa sobre cómo mejorar su alimentación con un presupuesto limitado.

3.2. Recomendaciones

Para futuras referencias se recomienda tener en cuenta lo siguiente:

- Es recomendable actualizar periódicamente la información sobre precios de alimentos y valores nutricionales, con el fin de garantizar que los usuarios reciban datos confiables y actualizados.
- Se sugiere ampliar las funciones de la aplicación en futuras versiones, incorporando herramientas adicionales como planificación semanal de comidas, listas de compras automáticas o seguimiento del gasto alimentario.
- Promover alianzas con influencers nutricionistas o relacionados al rubro en redes sociales; también se ha de tener en cuenta alianzas con instituciones de salud o mercados locales para promover el uso de la aplicación.
- Finalmente, se sugiere continuar utilizando redes sociales como medio de difusión y educación, generando contenido informativo y educativo que

motive a los usuarios a fomentar hábitos alimenticios más saludables en su alimentación del día a día.

IV. Referencias Bibliográficas

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, Programa Mundial de Alimentos y Organización Mundial de la Salud (2023). *The State of Food Security and Nutrition in the World 2023. Urbanization, agrifood systems transformation and healthy diets across the rural–urban continuum*. https://doi.org/10.4060/cc3017en

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social y Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en el Perú (2024). *Perú: evaluación de la seguridad alimentaria ante emergencias (ESAE), 2023.* https://evidencia.midis.gob.pe/esae-seguridad-alimentaria-2023-ife

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (2020). *Mapa de vulnerabilidad a la inseguridad alimentaria*. https://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2020/InclusionSocialDiscapacidad/files/presentaciones/midis_vmpes_mapa_vulnerabilidad.pdf

Navarro, J. (2025) Seguridad alimentaria y pobreza infantil en Perú: Análisis para el diseño de políticas públicas hacia el 2030. *Revista de Investigaciones de la Universidad Le Cordon Bleu,* 12(1), 83–96. https://doi.org/10.36955/RIULCB.2025v12n1.007

Villanueva, C. y Strickler, A. (05 de abril de 2024). *Crecimiento y Desarrollo en Niños y Adolescentes* [Archivo PowerPoint]. College Sidekick. crecimiento_Desarrollo_Villanueva.pdf - CRECIMIENTO Y DESARROLLO EN NIÑOS Y ADOLESCENTES Dra. Villanueva - Residente Pediatría Dra. Strickler - - College Sidekick

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico del Perú (2023). *Crisis alimentaria.* Observatorio Nacional de Prospectiva

V. Anexos

5.1. Anexo 1: Carpeta de drive con entrevistas realizadas grabadas por audio

https://drive.google.com/drive/folders/19JgC7odXZdeUN951LHivHEtjy73-yX53?usp=drive_link

5.2. Anexo 2: Guión de entrevistas

Buenos días/tardes. Estamos realizando esta entrevista para conocer la situación del acceso a alimentos frescos y nutritivos aquí en San Juan de Lurigancho y cómo esto puede afectar la salud de las familias.

Su participación es libre y los datos obtenidos serán usados únicamente para fines académicos.

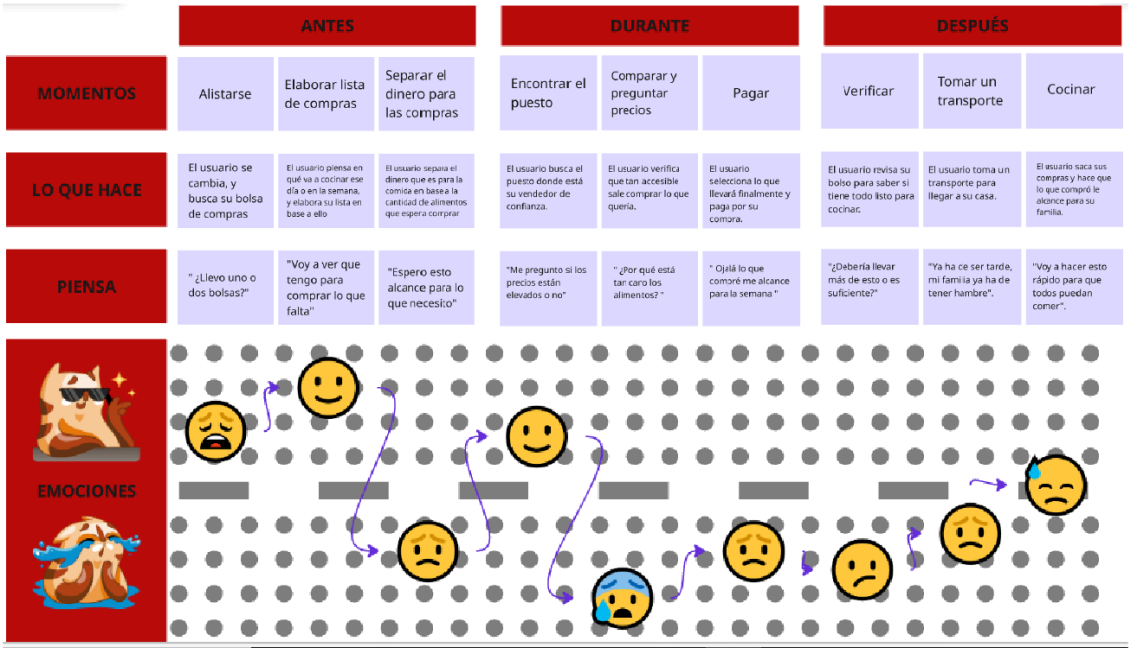
LISTA DE PREGUNTAS

1. ¿Autoriza que se registren sus respuestas para el estudio?
2. ¿Cuántas personas viven en su hogar?
3. ¿Quién se encarga principalmente de la compra de alimentos en su familia?
4. ¿Con qué frecuencia realiza compras de alimentos?
5. ¿Dónde suele comprar los alimentos para su hogar?
6. En general, ¿considera que los precios de los alimentos han cambiado en los últimos años?
7. ¿Ha notado dificultad para comprar alimentos frescos como frutas, verduras o carnes debido a los precios?
8. Cuando los precios suben, ¿qué tipo de alimentos deja de comprar primero?
9. ¿Cree que la alimentación de su familia ha cambiado debido a la situación económica?
10. En su opinión, ¿cómo afecta la falta de alimentos nutritivos a la salud de los niños?
11. ¿Qué suele priorizar al momento de comprar alimentos: precio, cantidad o calidad?
12. ¿Conoce casos de anemia en niños de su comunidad o familia?
13. ¿Qué estrategias utiliza para mantener una alimentación saludable pese al aumento de precios?
14. ¿Qué cree que debería hacerse para mejorar el acceso a los alimentos saludables?
15. ¿Considera que existen suficientes programas de apoyo alimentario en su comunidad?
16. ¿Desea agregar algo más sobre el tema?

Muchas gracias por su tiempo y participación. La información brindada según sus respuestas será de gran utilidad para nuestro proyecto.

Nota. Las entrevistas se realizaron en el mercado El Bosque, mercado conocido por su venta mayorista.

5.3. Anexo 3: Customer Journey Map (pre solución)



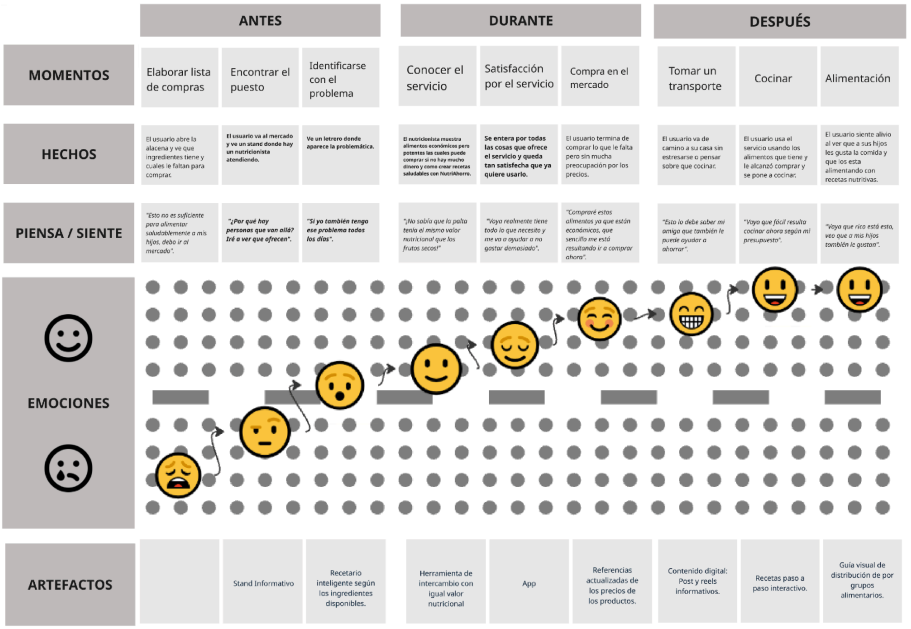
Nota. Se muestra el Customer del arquetipo creado para esta investigación.

5.4. Anexo 4: Prototipo inicial de baja fidelidad



Nota. Base para la creación de la aplicación encargada de brindar nuestro servicio.

5.5. Anexo 5: Customer Journey Map (con la solución)



Nota. Se volvió a realizar el Customer pero con la solución en la vida del usuario.