ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Tottus Nutre: Servicio para mejorar el acceso a alimentos frescos y promover hábitos de alimentación saludable en Villa El Salvador

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADO POR

Paulo Roberto Cardoza Palomino

DNI: 73806910, Perú
ORCID: 0009-0000-0159-1103

ASESORES

Marysol Kelly Lopez Chavez
DNI: 49532533, Perú
ORCID: 0009-0007-6654-8721

Elizabeth Fabiola Palomino Nolasco
DNI: 47052640, Perú
ORCID: 0009-0001-9390-2980

JURADO

Cesar Efrain Rojas Gordillo
Kelly Doris Sanchez Villanueva
Jasmine Erika Mora Sifuentes

Lima, setiembre 2026

Turnitin-2018003328-CARDOZA.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:620641786

Fecha de entrega
4 sep 2026, 9:35 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
4 sep 2026, 9:39 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Turnitin-2018003328-CARDOZA.pdf

Tamaño del archivo
3.0 MB

57 páginas

9143 palabras

55.675 caracteres

17% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6% Fuentes de Internet

3% Publicaciones

15% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Dedico este proyecto de innovación a la institución Toulouse Lautrec, por ser el espacio que me permitió crecer, experimentar y dar forma a esta idea. A mi familia, por ser mi base constante y por acompañarme con paciencia y confianza en cada paso de este proceso.A mi pareja, por su apoyo incondicional, su comprensión y por estar siempre presente, incluso en los momentos más exigentes. Este trabajo es también de ustedes. Gracias por creer en mí.

Agradecimiento

Quiero expresar mi agradecimiento a la institución Toulouse Lautrec por brindarme el espacio, las herramientas y el entorno necesarios para desarrollar este proyecto de innovación.

Agradezco especialmente a mi familia por su apoyo constante y por acompañarme a lo largo de este proceso, ofreciéndome la estabilidad y la confianza que me permitieron avanzar.

De igual manera, doy las gracias a mi pareja por su paciencia, comprensión y respaldo incondicional en cada etapa del proyecto.

Este trabajo es también el resultado del apoyo de quienes estuvieron a mi lado. A todos ellos, mi más sincero agradecimiento.

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 **3**

2.1 Investigar para diseñar 3

2.1.1 Actores del Proyecto 3

2.1.2 Contexto general 5

2.1.3 Problema u oportunidad 8

2.1.4 Reto de diseño 11

2.2 Diseñar para crear valor 13

2.2.1 Propuesta de valor 13

2.1.2 Solución 15

2.3 Diseñar el servicio 19

2.3.1 Blueprint del servicio 19

2.3.2 Artefacto(s) 24

2.3.3 Experimentos 34

III. Conclusiones y recomendaciones **38**

IV. Referencias Bibliográficas **39**

V. Anexos **40**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Arquetipo de Usuario 4

Figura 2 Contexto general de la problemática de acceso a alimentos frescos en Villa El Salvador 7

Figura 3 Interpretación de hallazgos relacionados con el acceso a alimentos frescos y saludables 10

Figura 4 Reto de diseño del proyecto 12

Figura 5 Lienzo de propuesta de valor de Tottus Nutre 14

Figura 6 Conceptualización del servicio Tottus Nutre 16

Figura 7 Prototipo de baja resolución de Tottus Nutre 18

Figura 8 Experiencia del servicio Tottus Nutre 21

Figura 9 Puntos de contacto del servicio Tottus Nutre 22

Figura 10 Actividades clave, recursos y artefactos del servicio Tottus Nutre 24

Figura 11 Prototipo de alta fidelidad de la aplicación Tottus Nutre 25

Figura 12 Flujo de gestión de oportunidades y seguimiento de Tottus Nutre 26

Figura 13. Flujo de consulta de canales alternativos de Tottus Nutre 26

Figura 14. Guía rápida de Tottus Nutre 27

Figura 15. Guía rápida de Tottus Nutre 28

Figura 16. Módulo de Oportunidades 28

Figura 17. Directorio de canales alternativos 29

Figura 18. Resultados e impacto 30

Figura 19. Recomendaciones inteligentes de Tottus Nutre 31

Figura 20. Flyer informativo de Tottus Nutre dirigido a consumidores 32

Figura 21. Señalización QR de Tottus Nutre y aplicación en el punto de venta 34

Figura 22. Síntesis de las entrevistas realizadas durante la investigación exploratoria 35

Figura 23. Experimentación ágil y validación del prototipo Tottus Nutre 37

I. Información general

I.1. Título del Proyecto de Innovación

Tottus Nutre: Servicio para mejorar el acceso a alimentos frescos y promover hábitos de alimentación saludable en Villa El Salvador.

I.2. Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Tottus Nutre como servicio para mejorar el acceso a alimentos frescos y promover hábitos de alimentación saludable en Villa El Salvador se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de seguridad alimentaria y la actividad económica de comercio. El proyecto busca responder a las barreras que dificultan el acceso a alimentos frescos y saludables, relacionadas con factores como el precio, la disponibilidad, la falta de información y la limitada articulación entre supermercados, productores y otros canales alternativos. Como usuario principal se considera al administrador de tienda de Tottus Villa El Salvador, representado por el arquetipo Luis Mendoza, mientras que la comunidad consumidora constituye el principal beneficiario indirecto.

Se aplicó una metodología de resolución creativa de problemas mediante herramientas de Design Thinking y Lean Startup, utilizando recursos como el mapa de actores, entrevistas, arquetipo, Customer Journey Map, lienzo de propuesta de valor, experimentación ágil y Blueprint del servicio. Estas herramientas permitieron comprender el contexto, identificar necesidades y oportunidades, definir la propuesta de valor y estructurar el funcionamiento integral de la solución.

La solución innovadora consiste en Tottus Nutre, un servicio digital que permite al administrador de tienda identificar oportunidades relacionadas con alimentos frescos, consultar información sobre disponibilidad, temporada, precio y demanda, explorar canales

alternativos, analizar resultados y recibir recomendaciones para futuras decisiones. El servicio integra analítica de datos e inteligencia artificial como soporte para transformar la información recopilada en recomendaciones, manteniendo al administrador como responsable de la decisión final. La propuesta busca generar valor tanto para Tottus como para la comunidad, fortaleciendo la relación con consumidores y actores locales.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de baja y alta resolución de la aplicación Tottus Nutre, los cuales permitieron representar el recorrido del usuario, sus principales funcionalidades y los puntos de contacto del servicio. Posteriormente, se realizaron entrevistas con supervisores y encargados de tienda de Tottus, evaluando la comprensión de la propuesta, facilidad de navegación, utilidad de la información, claridad visual y aporte potencial a la gestión. Los principales aprendizajes mostraron una comprensión favorable del servicio y permitieron identificar oportunidades de mejora relacionadas con la jerarquía visual, las alertas y la presentación de recomendaciones.

Se concluye que Tottus Nutre presenta potencial como herramienta de apoyo para organizar información, identificar oportunidades y fortalecer iniciativas vinculadas con alimentos frescos y alimentación saludable. Asimismo, contribuye a plantear a Tottus como un actor más cercano y comprometido con su comunidad. Se recomienda continuar con la validación mediante una muestra más amplia de trabajadores, evaluar la integración con datos de inventarios, ventas, y desarrollar posteriormente una prueba piloto en tienda que permita medir su impacto y viabilidad antes de considerar un posible escalamiento.

II. Descripción de la innovación

II.1. Investigar para diseñar

II.1.1. **Actores del proyecto**

El proyecto considera como actor central a **Supermercado Tottus de Villa El Salvador**, ya que posee la infraestructura, capacidad operativa y recursos comerciales necesarios para intervenir en la oferta y gestión de alimentos frescos dentro de su área de influencia. Además, la organización dispone de información sobre hábitos de compra, niveles de demanda y comportamiento del consumidor, elementos que pueden utilizarse para desarrollar acciones orientadas a favorecer una alimentación saludable y mejorar el acceso a productos frescos.

Para representar el funcionamiento de Tottus dentro del proyecto se plantea el arquetipo de **Luis Mendoza, administrador de tienda**, quien concentra las principales funciones vinculadas con la gestión cotidiana del establecimiento. Su labor implica coordinar equipos y áreas internas, supervisar la disponibilidad de productos, responder a los cambios en la demanda y asegurar el cumplimiento de los objetivos comerciales definidos por la empresa.

Los resultados obtenidos durante la investigación evidenciaron factores que dificultan una adecuada gestión de los alimentos frescos, entre ellos las variaciones en su disponibilidad, la importancia que tiene el precio en las decisiones de compra y la necesidad de contar con información que facilite decisiones más oportunas. En este sentido, la Organización Mundial de la Salud señala que la asequibilidad de los alimentos constituye un determinante clave del entorno alimentario y que las variaciones de precio influyen en la demanda de los consumidores **(OMS, 2024).**

A partir de este escenario, el administrador debe gestionar simultáneamente los requerimientos comerciales del supermercado y la posibilidad de impulsar iniciativas que aporten a una alimentación más saludable, fortaleciendo además la relación de Tottus con la comunidad de Villa El Salvador.

Con base en estos hallazgos, se definió el arquetipo **Luis Mendoza** como una representación de la gestión operativa de Tottus. Su incorporación permite orientar el diseño del servicio desde las necesidades, responsabilidades y dificultades detectadas durante la investigación, facilitando el desarrollo de una propuesta coherente con la realidad de la tienda.

La Figura 1
Arquetipo de Usuario



II.1.2. Contexto general

El proyecto se centra en la problemática del **acceso desigual a alimentos frescos y saludables en Lima Metropolitana**, una situación influida por factores económicos, territoriales y vinculados con las condiciones de abastecimiento. Estas variables pueden

generar diferencias en la posibilidad de que determinados grupos de la población accedan de manera regular a alimentos con un valor nutricional adecuado. A nivel nacional, la inseguridad alimentaria continúa representando una problemática significativa. La primera medición oficial realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática indicó que, durante 2025, el 30,5 % de la población peruana experimentó inseguridad alimentaria moderada o severa, evidenciando que todavía existen limitaciones para garantizar un acceso suficiente y adecuado a los alimentos (FAO, 2026).

En los contextos urbanos, la existencia de alimentos en el mercado no significa necesariamente que todas las personas puedan adquirirlos en las mismas condiciones. El acceso también se encuentra condicionado por aspectos como el precio, la distribución, la disponibilidad y la facilidad de acceso. En el caso de Lima, la FAO identifica como parte de los desafíos del sistema alimentario urbano las desigualdades en el acceso a alimentos nutritivos, la necesidad de articular a distintos actores y la importancia de promover mecanismos que contribuyan al desarrollo de sistemas alimentarios más inclusivos y sostenibles (FAO, 2024a). Esta situación cobra especial importancia en sectores donde el presupuesto familiar, las promociones y la cercanía de los puntos de venta influyen directamente en las decisiones de compra.

El ámbito de intervención del proyecto se ubica en Villa El Salvador, tomando como principal espacio de análisis al supermercado Tottus Villa El Salvador y la relación que mantiene con consumidores, productores, proveedores y otros canales de abastecimiento presentes en su entorno. Como parte de la investigación, también se observaron mercados tradicionales y otros espacios comerciales cercanos con el propósito de comprender las distintas opciones utilizadas por la comunidad para adquirir alimentos frescos. Esta aproximación permitió reconocer que supermercados, mercados y otros puntos de venta forman parte de un mismo ecosistema alimentario, aunque presentan diferencias relacionadas

con el precio, la oferta disponible, la información brindada y la forma en que se relacionan con los consumidores.

En este escenario, Tottus cuenta con infraestructura, recursos operativos y datos asociados con los productos y los patrones de compra de sus clientes, elementos que pueden contribuir a una mejor comprensión de sus necesidades. No obstante, la investigación permitió identificar dificultades relacionadas con la disponibilidad de frutas y verduras, el efecto de los precios y promociones sobre la elección de los consumidores, la necesidad de fortalecer la comunicación vinculada con hábitos de alimentación saludable y la escasa articulación con productores y otros canales alternativos. Estos hallazgos orientan el proyecto hacia una solución que permita aprovechar de manera más organizada los recursos existentes y generar una relación más cercana entre el supermercado y la comunidad.

Desde una dimensión ambiental, los sistemas alimentarios urbanos también se encuentran relacionados con el consumo de recursos naturales, los procesos de transporte y distribución, así como con la generación de pérdidas y desperdicios de alimentos. La FAO señala que avanzar hacia sistemas alimentarios sostenibles en Lima requiere fortalecer la gestión de las pérdidas, reducir la presión ejercida sobre los recursos naturales y mejorar la coordinación entre los diferentes actores que participan en el sistema (FAO, 2024a). Del mismo modo, dentro de las iniciativas promovidas para el Perú se consideran los circuitos cortos de comercialización, la innovación digital y la disminución de pérdidas y desperdicios como alternativas para fortalecer el abastecimiento de alimentos (FAO, s. f.).

Finalmente, la propuesta mantiene una relación con el **Objetivo de Desarrollo Sostenible 3: Salud y Bienestar**, debido a que busca contribuir a la generación de condiciones que faciliten hábitos de alimentación más saludables y una mayor presencia de productos frescos dentro de la comunidad. En el proyecto se considera de manera específica la **Meta 3.9**, aunque su vinculación es indirecta, ya que esta meta se orienta principalmente a

reducir las enfermedades y muertes relacionadas con la contaminación y la exposición a sustancias peligrosas. Aun así, la propuesta se encuentra alineada con el enfoque general del ODS 3 al promover acciones relacionadas con el bienestar, la prevención y la creación de entornos que favorezcan prácticas de alimentación más saludables.

Figura 2

Contexto general de la problemática de acceso a alimentos frescos en Villa El Salvador



Como se observa en la Figura 2, el contexto del proyecto combina factores sociales, económicos, comerciales y ambientales que influyen en el acceso a alimentos frescos. Esta situación permite identificar una oportunidad para que Tottus articule sus capacidades comerciales y operativas con iniciativas orientadas a la alimentación saludable y al fortalecimiento de su relación con la comunidad de Villa El Salvador.

II.1.3. Problema y oportunidad

A partir del análisis del contexto y de los actores vinculados con la propuesta, se identificó como problema central el **acceso desigual a alimentos frescos y saludables**. Esta situación se relaciona con distintas condiciones económicas, comerciales y de abastecimiento que pueden restringir la posibilidad de que ciertos consumidores mantengan una alimentación adecuada de manera constante. En el caso peruano, la inseguridad alimentaria continúa representando una dificultad importante: el Programa Mundial de Alimentos señala que, para 2024, el 51,7 % de la población peruana experimentaba inseguridad alimentaria moderada o

severa, evidenciando que una proporción significativa de personas todavía enfrenta limitaciones para acceder regularmente a alimentos suficientes y apropiados.

Uno de los factores con mayor incidencia en esta problemática es el **precio de los alimentos**, debido a que la capacidad económica de los consumidores condiciona las alternativas que pueden incorporar en su compra cotidiana. La Organización Mundial de la Salud reconoce que la posibilidad de costear determinados productos forma parte de las condiciones que influyen en las decisiones de consumo y que las variaciones de precio pueden modificar los niveles de demanda. Asimismo, en determinados escenarios, los productos con menor calidad nutricional pueden resultar más accesibles o representar una opción económicamente más conveniente para algunos segmentos de la población (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2024).

Esta situación también se presenta en el contexto nacional. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura advierte que las personas con menores ingresos suelen enfrentar mayores barreras para sostener una alimentación saludable, ya que parte de sus decisiones de compra se orienta hacia alternativas de menor costo. A ello se suma la coexistencia de problemas como el hambre, la anemia, el sobrepeso y otras formas de malnutrición, lo que demuestra que las dificultades alimentarias no dependen únicamente de la presencia de alimentos, sino también de su calidad y de la capacidad económica para acceder a ellos (FAO, 2024a).

Los hallazgos obtenidos durante la investigación permitieron reconocer patrones similares dentro del entorno analizado. Se identificó que algunos consumidores **priorizan el precio y las promociones al momento de realizar una compra**, mientras que la disponibilidad continua de productos frescos puede verse afectada por factores como el transporte, los proveedores, la estacionalidad y las condiciones generales de abastecimiento. Además, los participantes señalaron que una mayor articulación con productores y otros

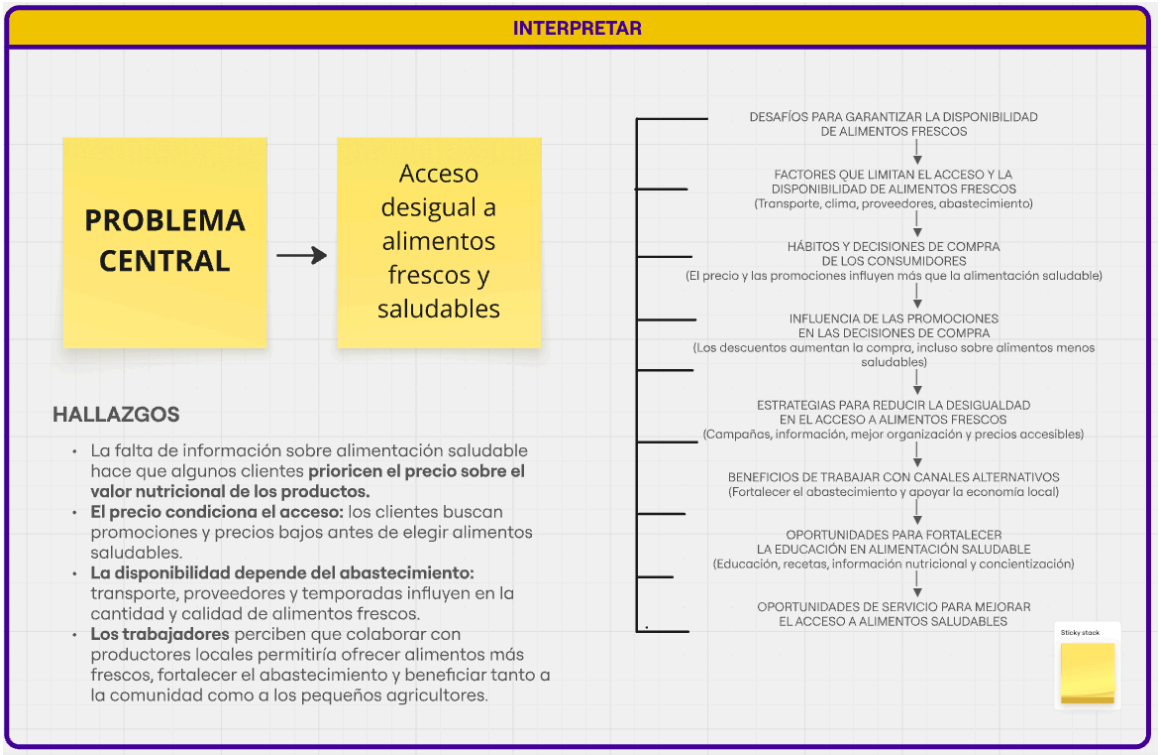
canales alternativos podría ampliar las posibilidades de suministro y contribuir, al mismo tiempo, al fortalecimiento de la actividad económica local.

En los entornos urbanos, responder a esta problemática requiere considerar la intervención coordinada de los distintos actores que forman parte del sistema alimentario. La FAO reconoce entre los principales desafíos de Lima las desigualdades en el acceso a alimentos nutritivos y la necesidad de integrar a diversos participantes para avanzar hacia sistemas alimentarios más inclusivos y sostenibles. Desde esta perspectiva, una mejor articulación entre empresas privadas, productores, organizaciones y otros actores del entorno puede favorecer condiciones más adecuadas de acceso a alimentos dentro de la ciudad (FAO, 2024b).

Para Tottus, esta problemática también representa una oportunidad de mejora dentro de su gestión. La organización dispone de infraestructura comercial, información sobre el comportamiento de compra y una relación permanente con sus consumidores. No obstante, existe espacio para integrar y organizar de manera más eficiente los datos vinculados con la disponibilidad de alimentos frescos, los productos de temporada, las acciones de concientización y la participación de canales alternativos. De esta forma, información que actualmente puede encontrarse dispersa en distintas áreas podría convertirse en un recurso estratégico para detectar oportunidades y orientar futuras decisiones.

Figura 3

Interpretación de hallazgos relacionados con el acceso a alimentos frescos y saludables



Nota. Elaboración propia a partir de los hallazgos obtenidos durante el proceso de investigación.

Como se presenta en la Figura 3, los principales hallazgos surgieron del análisis de las entrevistas desarrolladas durante la fase de investigación. La revisión de las respuestas permitió reconocer coincidencias vinculadas con la disponibilidad de alimentos frescos, las condiciones que dificultan su acceso, el peso que tienen el precio y las promociones en las decisiones de compra, así como posibles oportunidades relacionadas con productores locales, canales alternativos y acciones de educación alimentaria. La organización y lectura conjunta de estos resultados permitió relacionar los aspectos más relevantes del estudio y utilizarlos como base para identificar posteriormente oportunidades de diseño.

Oportunidad identificada

A partir de estos hallazgos, se reconoce una oportunidad para que Tottus utilice su capacidad operativa, tecnológica y comunicacional para adoptar un rol más articulador dentro de su entorno. Esto implica aprovechar la información disponible para identificar alimentos

de temporada, disponibilidad y oportunidades comerciales, así como facilitar la colaboración con productores, proveedores y otros canales alternativos.

La oportunidad no consiste únicamente en incrementar la oferta o desarrollar nuevas promociones, sino en integrar la gestión comercial con acciones que contribuyan al bienestar de la comunidad. De esta manera, Tottus puede fortalecer la relación con sus consumidores, ampliar las posibilidades de colaboración con actores locales y generar iniciativas cuya efectividad pueda ser posteriormente medida y mejorada.

II.1.4. Reto de diseño

A partir del análisis del contexto, las entrevistas realizadas y la interpretación de los principales hallazgos, se identificó la necesidad de orientar el proyecto hacia una intervención que permita a Tottus participar de manera más activa frente a las dificultades de acceso a alimentos frescos en Villa El Salvador. El reto de diseño se construyó considerando tanto las necesidades de la comunidad como las responsabilidades operativas y comerciales que debe gestionar el administrador de tienda.

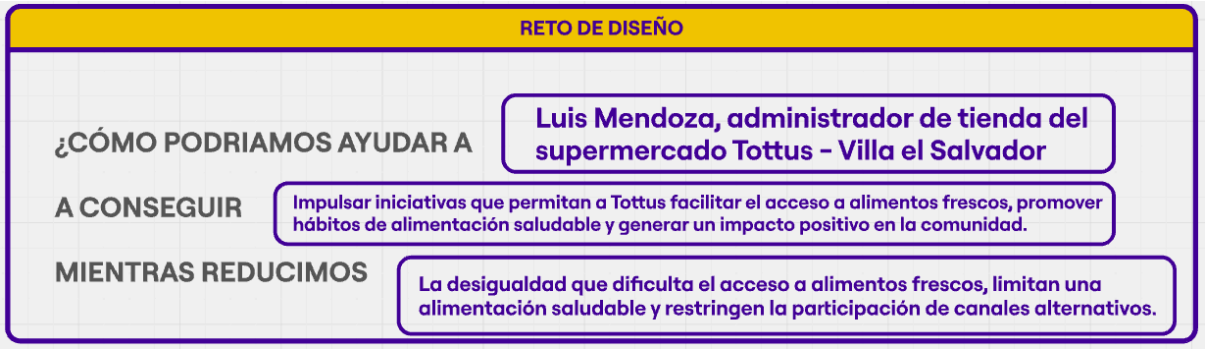
Para la formulación del reto se tomó como referencia a Luis Mendoza, administrador de Tottus Villa El Salvador**,** quien representa al usuario principal dentro de la organización. Desde su posición, Luis necesita identificar oportunidades que permitan facilitar el acceso a alimentos frescos y promover hábitos de alimentación saludable, pero debe hacerlo mediante iniciativas que puedan integrarse a la dinámica de Tottus y que, al mismo tiempo, generen valor para la comunidad.

A partir de esta necesidad, el reto de diseño se formuló de la siguiente manera:

¿Cómo podríamos ayudar a Luis Mendoza, administrador de Tottus Villa El Salvador, a impulsar iniciativas que permitan a Tottus facilitar el acceso a alimentos frescos, promover hábitos de alimentación saludable y generar un impacto positivo en la comunidad, mientras

reducimos las barreras que dificultan dicho acceso y fortalecemos la participación de los canales alternativos?

Figura 4
Reto de diseño del proyecto



Nota. Elaboración propia a partir de los hallazgos obtenidos durante el proceso de investigación.

La formulación del reto permite delimitar tres aspectos principales del proyecto. En primer lugar, establece al administrador de Tottus como usuario de la solución, debido a su participación en la gestión y toma de decisiones dentro de la tienda. En segundo lugar, define como resultado esperado la generación de iniciativas que favorezcan el acceso a alimentos frescos y una alimentación más saludable. Finalmente, incorpora la necesidad de articular a Tottus con productores, proveedores y otros canales alternativos, buscando generar un beneficio que no se limite únicamente al ámbito comercial.

De esta manera, el reto de diseño funciona como punto de conexión entre la fase de investigación y la posterior creación de la propuesta de valor. Su planteamiento no determina una solución específica desde el inicio, sino que establece los criterios que esta deberá cumplir: facilitar la toma de decisiones, aprovechar la información disponible, promover hábitos saludables, incorporar actores locales y generar un impacto medible en la comunidad. Estos criterios posteriormente orientaron el desarrollo del servicio Tottus Nutre.

II.2. Diseñar para crear valor

II.2.1. Propuesta de valor

Tras establecer el reto de diseño, se formuló la propuesta de valor tomando como referencia las necesidades del arquetipo y los intereses de la organización. Para este proceso se empleó el **Lienzo de Propuesta de Valor**, una herramienta que permite vincular las tareas, dificultades y expectativas del usuario con los beneficios y soluciones que una propuesta puede ofrecer (Osterwalder et al., 2014). En este caso, el análisis se desarrolló alrededor de Luis Mendoza, administrador de Tottus Villa El Salvador, debido a su participación directa en la gestión de productos frescos, la coordinación de actividades internas y la toma de decisiones dentro de la tienda.

A partir del análisis del arquetipo se identificaron distintas dificultades. Entre ellas se encuentran las barreras de acceso a alimentos frescos asociadas al precio, la falta de información que facilite la promoción de hábitos de consumo saludable, las limitaciones para articular iniciativas con productores y canales alternativos, y la dificultad para medir con claridad los resultados de las acciones implementadas. Estas necesidades deben ser atendidas sin dejar de considerar las responsabilidades operativas y comerciales de Tottus, por lo que cualquier propuesta debe buscar un equilibrio entre la generación de valor social y la viabilidad dentro de la dinámica habitual de la empresa.

Respecto a los resultados esperados, Luis requiere contar con una mejor comprensión de las preferencias y dificultades de los consumidores, así como identificar con mayor rapidez problemas vinculados con la disponibilidad y calidad de los alimentos frescos. También necesita reconocer oportunidades que faciliten su acceso, explorar posibles colaboraciones con actores locales y disponer de información organizada que respalde sus decisiones. Del mismo modo, contar con resultados medibles permitiría evaluar el desempeño de las iniciativas, sustentar su continuidad y realizar mejoras cuando sea necesario.

Figura 5
Lienzo de propuesta de valor de Tottus Nutre



Nota. Elaboración propia a partir de los hallazgos obtenidos durante el proceso de investigación.

Como se aprecia en la Figura 5, la propuesta de valor relaciona las principales dificultades identificadas en el administrador con las funcionalidades que posteriormente forman parte del servicio. Los elementos orientados a aliviar estas dificultades buscan facilitar el acceso a información relevante sobre alimentos frescos, reforzar la comunicación de sus beneficios, detectar posibilidades de articulación con canales alternativos y ofrecer recursos que permitan hacer seguimiento a los resultados alcanzados. Con ello, se pretende disminuir la incertidumbre asociada a la toma de decisiones y favorecer una gestión más ordenada de las iniciativas desarrolladas por Tottus.

En relación con las ganancias esperadas, la propuesta contempla el acceso a información actualizada sobre productos, niveles de demanda y oportunidades, así como la identificación de alimentos de temporada y la posibilidad de establecer vínculos con productores, proveedores y otros canales alternativos. A esto se suma el seguimiento de indicadores que permitan observar la evolución de las acciones implementadas. En conjunto, estos componentes permiten que la solución trascienda una acción comunicacional aislada y se convierta en una herramienta de apoyo para la gestión y la toma de decisiones.

A partir de esta correspondencia surge Tottus Nutre, un servicio digital que reúne la identificación de oportunidades asociadas con alimentos frescos, el análisis y seguimiento de acciones de concientización, la comunicación digital y la colaboración con canales alternativos. La propuesta busca aprovechar la información disponible dentro de la organización para respaldar decisiones que generen beneficios tanto para Tottus como para la comunidad. De manera complementaria, se plantea incorporar herramientas de analítica de datos e inteligencia artificial que permitan generar recomendaciones y fortalecer el proceso de mejora continua.

La propuesta plantea, por tanto, una generación de valor en dos niveles. Desde la perspectiva de Tottus y del administrador, facilita la organización de información, la detección de oportunidades, la evaluación de resultados y el fortalecimiento de la toma de decisiones. Desde la perspectiva de la comunidad, busca incrementar la presencia y visibilidad de alimentos frescos, incentivar hábitos de alimentación saludable y promover una mayor conexión entre el supermercado y los actores locales. De esta manera, la innovación integra las necesidades de la organización con una orientación hacia el impacto social.

II.2.2. Solución

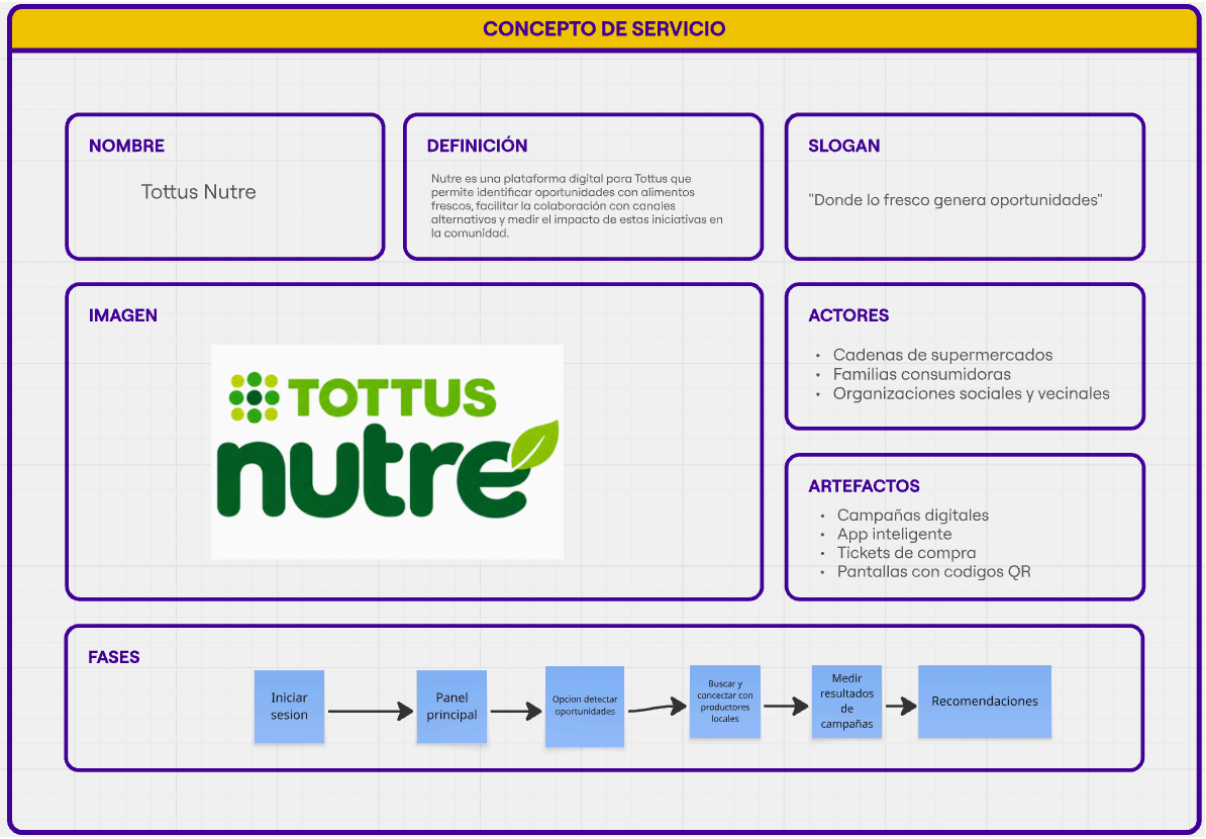
A partir del reto de diseño y de la propuesta de valor desarrollada, se plantea **Tottus Nutre**, un servicio digital orientado a apoyar la gestión del administrador de tienda en la identificación de oportunidades relacionadas con alimentos frescos y alimentación saludable. La propuesta busca integrar información sobre disponibilidad, temporada, precio, demanda, canales alternativos y resultados, permitiendo utilizar estos datos para orientar decisiones y generar acciones con mayor impacto en la comunidad.

Tottus Nutre no se plantea únicamente como una aplicación móvil, sino como un **servicio de apoyo a la gestión**, donde la aplicación representa el principal punto de contacto con el administrador. Detrás de ella intervienen procesos vinculados con abastecimiento,

análisis de datos, tecnología, comunicación, sostenibilidad y coordinación con actores externos. Desde el diseño de servicios, una solución debe considerar tanto la interacción visible con el usuario como los procesos y recursos que permiten sostener la experiencia (Stickdorn et al., 2018).

Figura 6

Conceptualización del servicio Tottus Nutre



Como se observa en la Figura 6, el servicio se estructura a partir de cuatro componentes principales que permiten avanzar desde la identificación de oportunidades hasta la evaluación y mejora de las acciones realizadas.

A. Panel principal y oportunidades

El panel principal concentra la información más relevante para el administrador mediante indicadores, alertas y accesos rápidos. Desde la sección de oportunidades se pueden identificar productos según variables como disponibilidad, temporada, precio y demanda, facilitando el reconocimiento de situaciones que podrían requerir una acción específica.

B. Canales alternativos

La sección de canales alternativos permite visualizar oportunidades de colaboración con productores locales, proveedores, asociaciones, cooperativas y otras formas de abastecimiento. Este componente busca fortalecer la articulación entre Tottus y actores del entorno, ampliando las posibilidades de acceso y disponibilidad de alimentos frescos.

C. Resultados y medición

El módulo de resultados permite consultar indicadores relacionados con las acciones realizadas y conocer su desempeño. Esta información facilita la identificación de iniciativas con mejores resultados y permite realizar ajustes cuando sea necesario, favoreciendo una toma de decisiones progresivamente basada en datos.

D. Recomendaciones inteligentes

Finalmente, Tottus Nutre incorpora analítica de datos e inteligencia artificial para generar recomendaciones a partir de información como disponibilidad, demanda, productos de temporada y resultados anteriores. Estas recomendaciones funcionan como apoyo para identificar nuevas oportunidades y priorizar acciones, manteniendo al administrador como responsable de la decisión final.

Diferenciación de la solución

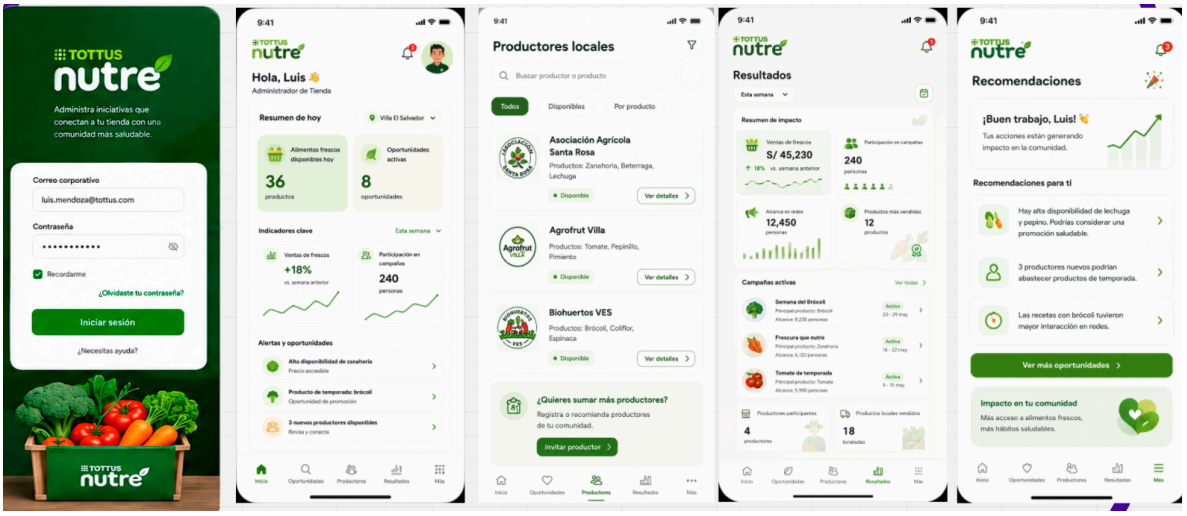
El principal diferencial de Tottus Nutre radica en que no funciona únicamente como una plataforma de promociones o venta de alimentos. El servicio integra en una misma experiencia la gestión de alimentos frescos, la identificación de oportunidades, la participación de canales alternativos, la medición de resultados y la generación de recomendaciones.

De esta manera, la propuesta busca generar valor en dos niveles: desde la perspectiva organizacional, facilita una gestión más informada y el seguimiento de las acciones; mientras que, desde la perspectiva social, busca fortalecer el acceso y visibilidad de alimentos frescos,

promover hábitos de alimentación saludable y generar una relación más cercana entre Tottus y la comunidad de Villa El Salvador.

Figura 7

Prototipo de baja resolución de Tottus Nutre



Nota. Elaboración propia durante la etapa inicial de prototipado.

En una primera etapa, la solución fue representada mediante prototipos de baja resolución, los cuales permitieron definir la arquitectura general de la aplicación, organizar sus principales funcionalidades y evaluar el recorrido que realizaría el administrador dentro del servicio.

II.3. Diseñar el servicio

II.3.1. Blueprint del servicio

El Blueprint del servicio permite representar de manera integral cómo se desarrolla Tottus Nutre, relacionando la experiencia del usuario con los puntos de contacto, procesos internos, recursos y actores que intervienen en la prestación del servicio. Su función principal es visualizar cómo se conectan las acciones visibles para el administrador con las actividades que ocurren detrás del servicio, facilitando la identificación de momentos clave, necesidades de coordinación y oportunidades de mejora.

En el proyecto, el Blueprint se organiza en tres etapas: antes, durante y después, siguiendo el recorrido de Luis Mendoza como administrador de Tottus Villa El Salvador. Esta estructura permite comprender cómo inicia su relación con Tottus Nutre, cómo utiliza la herramienta para analizar información y tomar decisiones, y cómo posteriormente evalúa los resultados para optimizar futuras acciones.

A. Experiencia del usuario

En la etapa **antes**, Luis Mendoza identifica problemáticas relacionadas con el acceso, disponibilidad y promoción de alimentos frescos dentro de la tienda, además de reconocer limitaciones para articular acciones saludables y canales alternativos de abastecimiento. A partir de esta necesidad, conoce Tottus Nutre mediante una comunicación interna de la empresa, donde se le presenta el propósito del servicio, sus principales funciones y la forma en que puede apoyar la gestión de alimentos frescos y acciones saludables. Posteriormente, descarga la aplicación y realiza su registro mediante una cuenta corporativa, completando los datos necesarios para acceder como administrador de Tottus Villa El Salvador.

Durante la etapa **durante**, Luis inicia el uso del servicio mediante una guía rápida que le permite comprender de forma sencilla las principales funciones y la navegación de la aplicación. Luego accede al panel principal, donde visualiza indicadores, alertas, oportunidades y un resumen general de la gestión. Desde este punto, puede explorar oportunidades asociadas con disponibilidad, demanda, temporada y precio de productos frescos, así como consultar productores, proveedores, asociaciones y otros canales alternativos de abastecimiento. Con la información disponible, el administrador compara opciones, revisa las recomendaciones generadas por el servicio y selecciona las acciones que considera más adecuadas según las necesidades de la tienda y la comunidad.

En la etapa **después**, las decisiones tomadas se traducen en acciones concretas dentro del supermercado, como promociones saludables, iniciativas de comunicación o acciones

relacionadas con alimentos frescos y abastecimiento. Posteriormente, Luis consulta los resultados obtenidos mediante indicadores de desempeño y revisa nuevas recomendaciones generadas a partir de la información registrada. Este seguimiento le permite identificar qué acciones tuvieron mejores resultados, detectar nuevas oportunidades y realizar ajustes en futuras iniciativas, generando un proceso continuo de aprendizaje, evaluación y mejora dentro de Tottus Nutre.

Figura 8
Experiencia del servicio Tottus Nutre



B. Puntos de contacto o Touchpoints

Los touchpoints representan los diferentes medios y espacios mediante los cuales el administrador entra en contacto con el servicio. En Tottus Nutre, estos puntos no se limitan únicamente a la aplicación, ya que la experiencia combina interacciones digitales, físicas y organizacionales.

El principal punto de contacto es la aplicación móvil Tottus Nutre, utilizada durante el registro, consulta del panel principal, identificación de oportunidades, revisión de canales alternativos, resultados y recomendaciones. Este canal concentra la mayor parte de la experiencia digital y permite que la información sea consultada de manera centralizada.

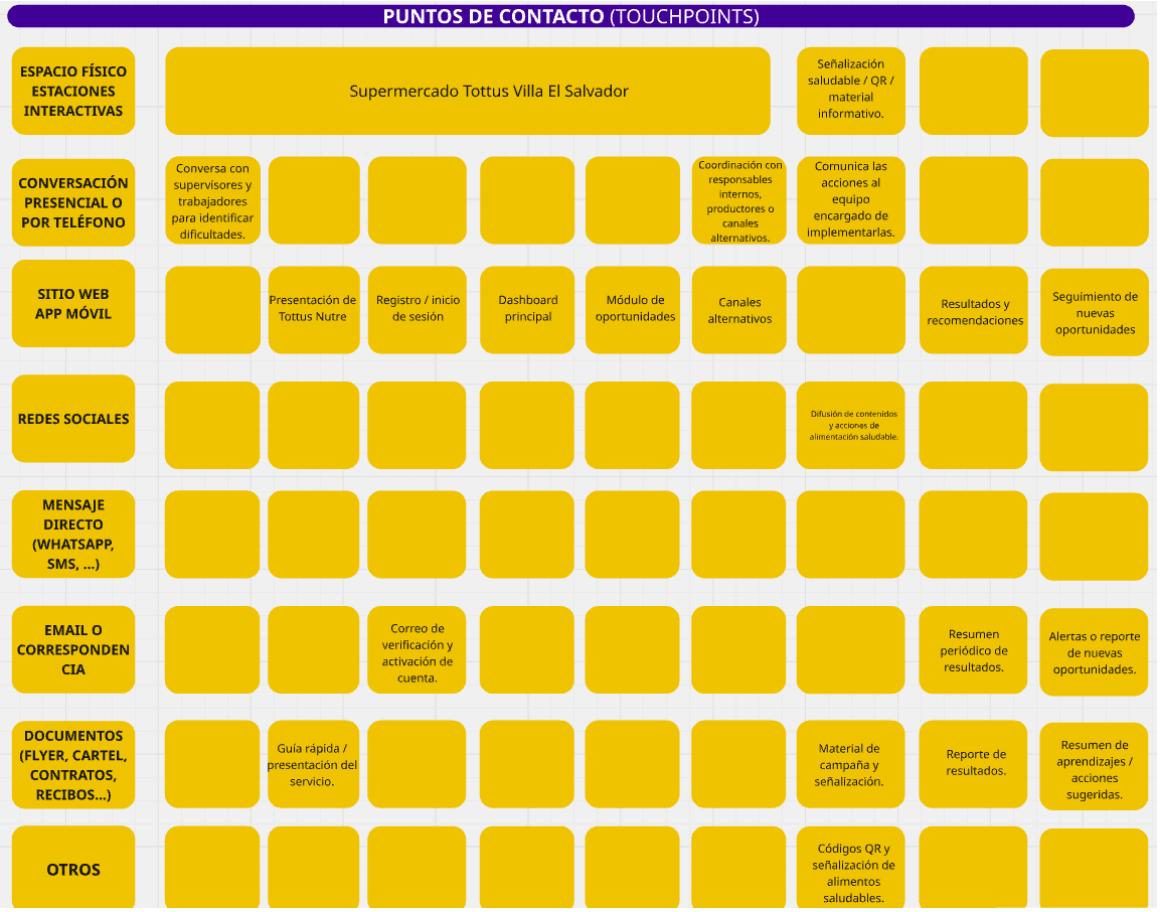
El correo corporativo interviene principalmente durante el proceso de registro y seguridad, permitiendo verificar la identidad del usuario, activar su cuenta y recibir comunicaciones relevantes relacionadas con el servicio. Este punto de contacto contribuye a mantener un acceso controlado y coherente con el entorno empresarial de Tottus.

El supermercado Tottus Villa El Salvador constituye el principal punto de contacto físico. Es el espacio donde el administrador identifica inicialmente la problemática, observa el comportamiento de los consumidores y posteriormente aplica las decisiones obtenidas mediante el servicio. Dentro de este entorno pueden incorporarse elementos de comunicación dirigidos al consumidor, especialmente en las zonas de frutas y verduras.

Las interacciones presenciales o internas también forman parte del servicio. El administrador necesita coordinar determinadas acciones con personal de operaciones, alimentos frescos, abastecimiento, marketing u otras áreas según la iniciativa desarrollada. De esta manera, Tottus Nutre funciona como un apoyo para la toma de decisiones, pero la implementación requiere interacción con otras personas dentro de la organización.

Finalmente, algunos puntos de contacto complementarios pueden incluir materiales informativos, códigos QR, señalización y comunicación digital, los cuales permiten trasladar parte de las iniciativas hacia el consumidor. Estos elementos ayudan a conectar la información gestionada internamente con acciones visibles dentro de la tienda.

Figura 9
Puntos de contacto del servicio Tottus Nutre



C. Actividades internas del servicio

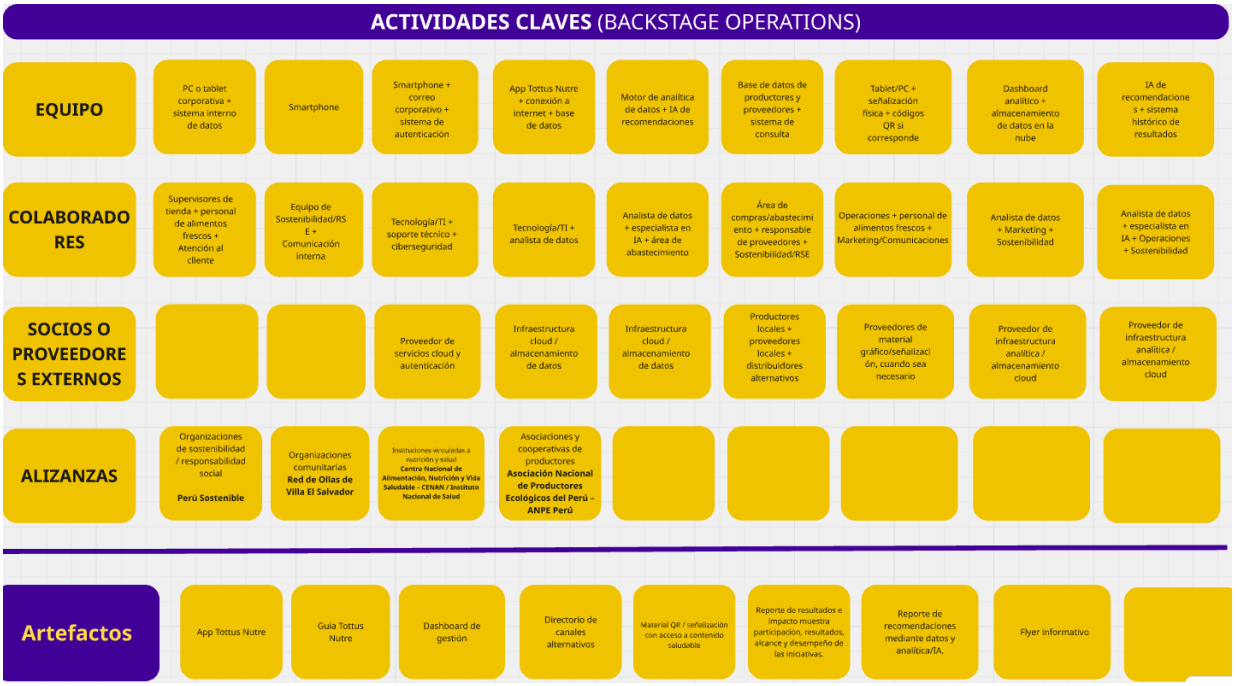
El Blueprint también contempla las actividades internas necesarias para sostener la experiencia. Entre ellas se encuentran la recopilación y actualización de información, integración de datos sobre alimentos frescos, análisis de disponibilidad y demanda, gestión de canales alternativos, medición de resultados y generación de recomendaciones.

En estos procesos participan áreas como operaciones, abastecimiento, tecnología, analítica de datos, marketing y sostenibilidad, además de actores externos cuando se requiere coordinación con productores o proveedores. Asimismo, la incorporación de analítica de datos e inteligencia artificial permite procesar la información obtenida y generar recomendaciones que faciliten la identificación de nuevas oportunidades. La tecnología funciona como soporte para la decisión, manteniendo al administrador como responsable final de las acciones implementadas.

Dentro de esta estructura también se identifican distintos artefactos del servicio, como la aplicación, el dashboard, los módulos de oportunidades y resultados, las recomendaciones inteligentes y los materiales informativos. Estos elementos se mencionan dentro del Blueprint porque forman parte de la experiencia, pero su desarrollo visual y funcional se presenta posteriormente en el apartado correspondiente a los artefactos.

Figura 10

Actividades clave, recursos y artefactos del servicio Tottus Nutre



II.3.2. Artefacto(s)

Los artefactos de Tottus Nutre permiten materializar los diferentes puntos de contacto identificados en el Blueprint y facilitar la interacción entre el administrador, la información del servicio y los consumidores. Estos recursos se diseñaron de acuerdo con las necesidades presentes en las etapas antes, durante y después de la experiencia, considerando tanto herramientas digitales para la gestión interna como materiales complementarios utilizados dentro del supermercado.

El principal artefacto del servicio es la **aplicación Tottus Nutre**, desarrollada mediante un prototipo de alta fidelidad que representa los principales recorridos del administrador. A esta herramienta se suman recursos de orientación, seguimiento y comunicación, como la guía rápida, los módulos de resultados y recomendaciones, el flyer informativo y la señalización mediante código QR.

A. Prototipo de alta fidelidad de Tottus Nutre

La aplicación constituye el principal punto de interacción del administrador con el servicio. El prototipo de alta fidelidad representa visualmente los principales flujos de uso y permite comprender cómo Luis Mendoza accede a la herramienta, consulta información, identifica oportunidades, toma decisiones y realiza seguimiento a las acciones implementadas.

Figura 11

Prototipo de alta fidelidad de la aplicación Tottus Nutre



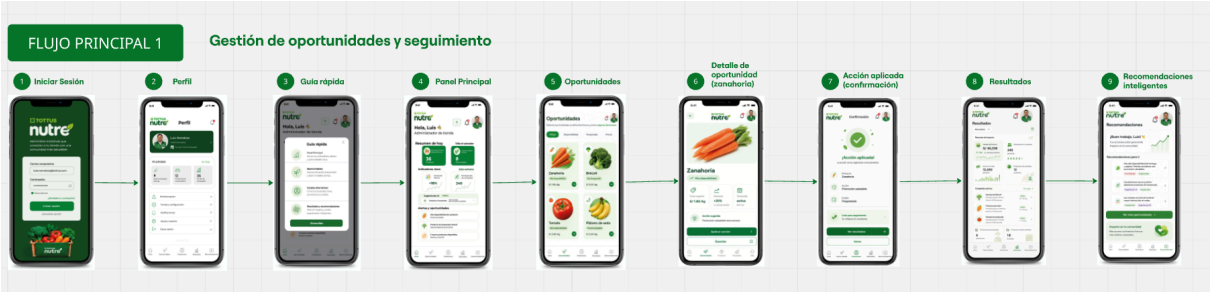
Para facilitar su comprensión, el prototipo se organiza en **dos flujos principales**.

Flujo 1 - Gestión de oportunidades y seguimiento

Este recorrido representa la interacción principal del administrador con Tottus Nutre. Comienza con el acceso mediante una cuenta corporativa y una guía rápida de orientación. Posteriormente, Luis ingresa al panel principal, desde donde consulta oportunidades relacionadas con productos frescos. Al seleccionar una oportunidad puede revisar información específica sobre disponibilidad, demanda, temporada y precio, además de una acción sugerida. Una vez tomada la decisión, la acción queda registrada y puede ser evaluada posteriormente mediante los módulos de resultados y recomendaciones.

Figura 12

Flujo de gestión de oportunidades y seguimiento de Tottus Nutre



Flujo 2 - Consulta de canales alternativos

El segundo recorrido permite al administrador explorar alternativas de abastecimiento y articulación con actores externos. Desde el módulo de canales alternativos puede acceder a categorías como productores, proveedores, asociaciones y cooperativas. Al seleccionar una categoría, se presenta un listado de opciones disponibles y posteriormente puede consultar el detalle de una organización específica, sus productos y características principales.

Figura 13

Flujo de consulta de canales alternativos de Tottus Nutre



B. Componentes funcionales de la aplicación

Los componentes funcionales de Tottus Nutre representan los principales módulos que permiten al administrador interactuar con la información del servicio y desarrollar las acciones planteadas dentro del Blueprint. Cada componente cumple una función específica dentro del recorrido de Luis Mendoza, desde su orientación inicial hasta la identificación de oportunidades, consulta de alternativas, toma de decisiones y evaluación de resultados.

Estos módulos se encuentran integrados dentro de la aplicación y buscan centralizar información relevante para facilitar la gestión de alimentos frescos. A través de indicadores, datos de disponibilidad, canales alternativos y recomendaciones, Tottus Nutre permite que el administrador cuente con una visión más organizada de las oportunidades existentes y pueda realizar un seguimiento de las acciones implementadas.

Guía rápida de Tottus Nutre.

Funciona como recurso de orientación durante el primer ingreso del administrador. Presenta de manera breve las principales funciones del servicio y facilita la comprensión inicial de la navegación dentro de la aplicación.

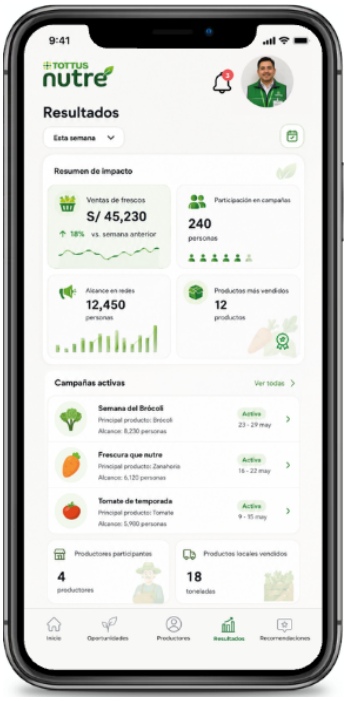
Figura 14
Guía rápida de Tottus Nutre



Dashboard de gestión.

Constituye el punto central de la aplicación. Reúne indicadores, alertas, oportunidades y resúmenes que permiten al administrador conocer rápidamente el estado general de la gestión y acceder a los principales módulos de Tottus Nutre**.**

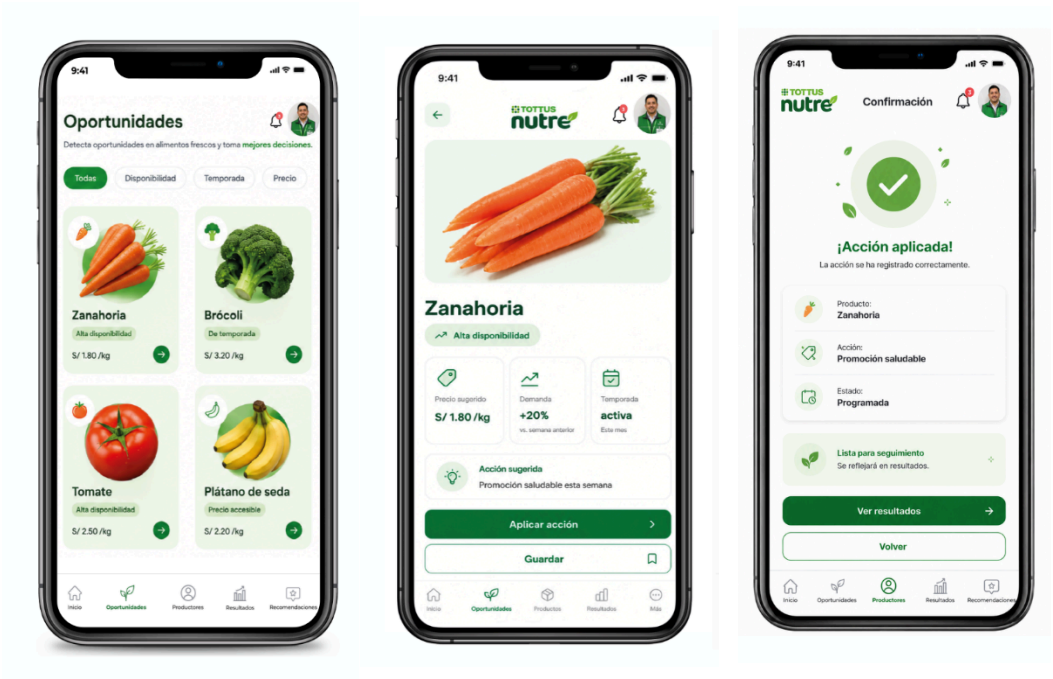
Figura 15
Guía rápida de Tottus Nutre



Módulo de oportunidades.

Permite identificar productos frescos que presentan oportunidades a partir de variables como disponibilidad, demanda, temporada y precio. Al seleccionar un producto, el administrador puede consultar información más detallada y revisar posibles acciones relacionadas.

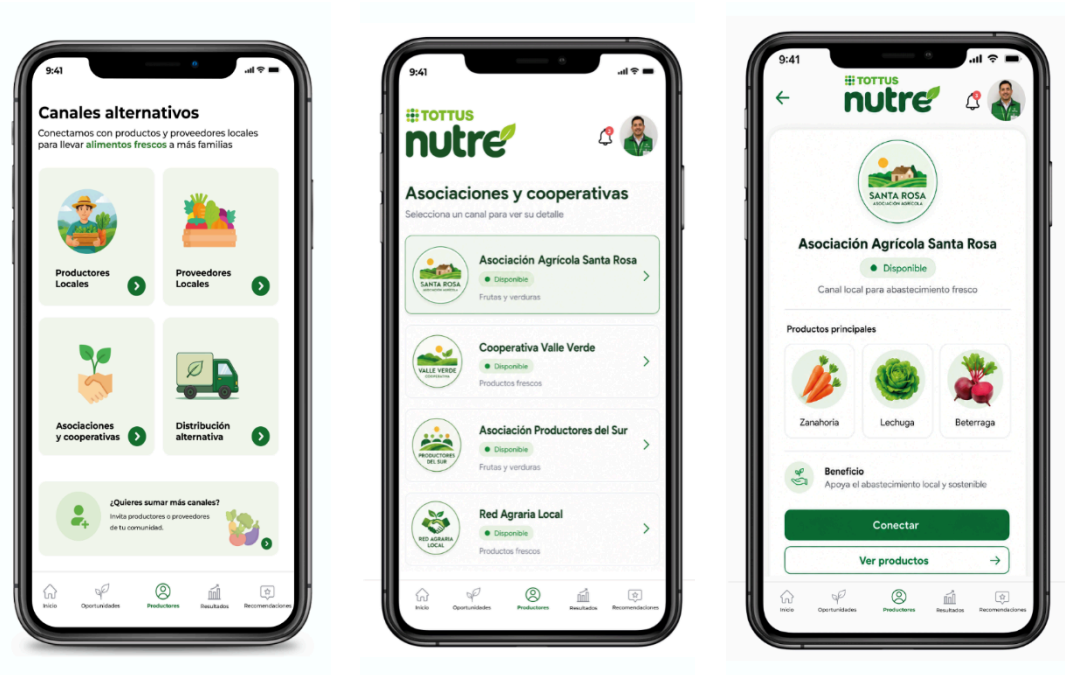
Figura 16
Módulo de Oportunidades



Directorio de canales alternativos.

Organiza información sobre productores, proveedores, asociaciones, cooperativas y otras alternativas de abastecimiento. El administrador puede explorar las opciones disponibles, consultar listados y acceder al detalle de los actores seleccionados para evaluar posibles oportunidades de articulación.

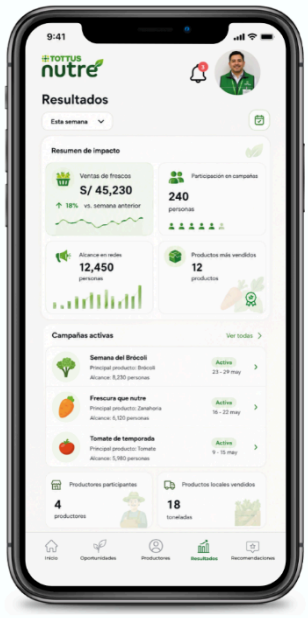
Figura 17
Directorio de canales alternativos



Resultados e impacto.

Permite realizar seguimiento a las acciones implementadas mediante indicadores y resultados. Este componente facilita la evaluación del desempeño de las iniciativas y proporciona información útil para futuras decisiones.

Figura 18
Resultados e impacto



Recomendaciones inteligentes.

Presenta sugerencias generadas a partir del análisis de información relacionada con disponibilidad, demanda, temporada y resultados previos. Las recomendaciones funcionan como apoyo para la toma de decisiones, manteniendo al administrador como responsable de seleccionar las acciones que considera más adecuadas.

Figura 19

Recomendaciones inteligentes de Tottus Nutre



C. Flyer informativo para consumidores

El flyer constituye un artefacto comunicativo dirigido al consumidor final. Su función es presentar de manera sencilla la iniciativa Tottus Nutre y reforzar mensajes asociados con la elección de productos frescos, opciones saludables y el apoyo a alternativas locales. Está pensado para ser distribuido dentro de la zona de frutas y verduras como apoyo a las acciones desarrolladas en tienda.

Figura 20

Flyer informativo de Tottus Nutre dirigido a consumidores



D. Señalización QR con acceso a contenido saludable

La señalización QR funciona como un punto de contacto complementario dirigido al consumidor dentro de la zona de frutas y verduras. A través del código QR, el usuario puede acceder a contenidos relacionados con recetas rápidas, recomendaciones saludables y productos de temporada, ampliando la experiencia de Tottus Nutre más allá de la gestión interna del administrador.

A diferencia del flyer, este artefacto permanece ubicado dentro del espacio físico del supermercado y busca generar una interacción directa con el consumidor durante su recorrido de compra.

Figura 21

Señalización QR de Tottus Nutre y aplicación en el punto de venta



II.3.3. Experimentos

El proceso de experimentación de Tottus Nutre se desarrolló en dos fases complementarias. La primera tuvo un carácter exploratorio y permitió comprender las necesidades, dificultades y oportunidades existentes antes de definir la solución. La segunda estuvo orientada a validar el prototipo desarrollado, evaluando su comprensión, utilidad y facilidad de uso con trabajadores vinculados directamente con la operación de Tottus.

Fase 1. Investigación exploratoria y levantamiento de hallazgos

Antes del desarrollo de Tottus Nutre se realizó una investigación de campo mediante seis entrevistas a trabajadores vinculados con la gestión y operación del supermercado, incluyendo perfiles relacionados con administración, supervisión, reposición y manejo de alimentos frescos. El objetivo fue comprender desde su experiencia cuáles eran las principales dificultades relacionadas con la disponibilidad de frutas y verduras, el precio, las

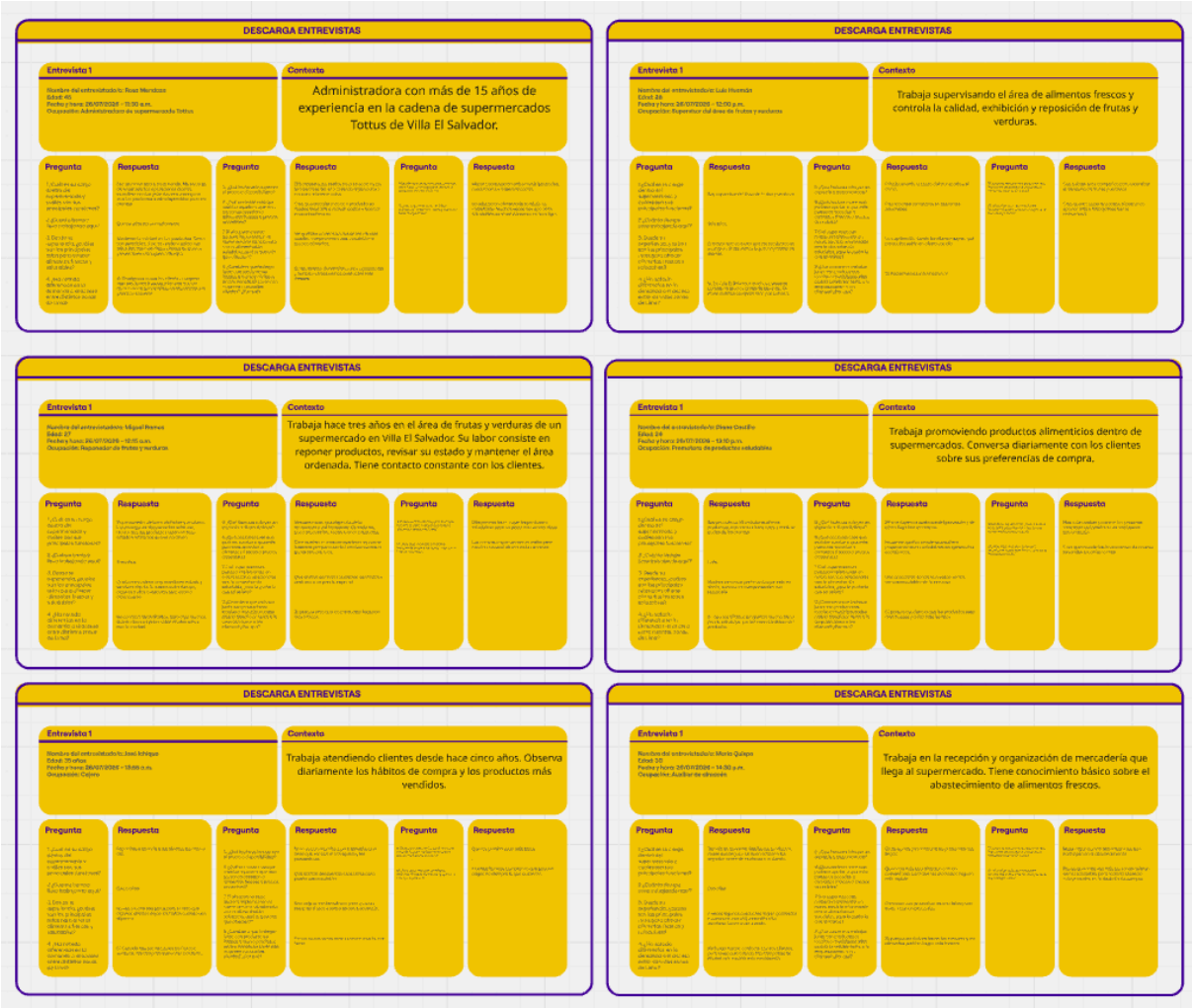
promociones, el comportamiento de compra de los consumidores y las posibilidades de desarrollar iniciativas orientadas a una alimentación más saludable.

Las entrevistas también permitieron explorar la percepción de los participantes respecto a la colaboración con productores y otros canales alternativos. A partir de las respuestas se identificaron patrones y necesidades comunes, los cuales posteriormente fueron organizados e interpretados para construir el arquetipo, definir sus principales dolores y establecer oportunidades de diseño.

Entre los hallazgos más relevantes se identificaron la influencia del precio y las promociones en las decisiones de compra, las dificultades para mantener una disponibilidad constante de alimentos frescos, la necesidad de mejorar la información relacionada con alimentación saludable y la oportunidad de fortalecer la articulación con productores y proveedores locales.

Figura 22

Síntesis de las entrevistas realizadas durante la investigación exploratoria



Fase 2. Validación del prototipo y experimentación ágil

Una vez desarrollada la propuesta y el prototipo de alta fidelidad, se realizó una segunda fase de experimentación orientada a evaluar su funcionamiento desde la perspectiva de potenciales usuarios del servicio. La validación se realizó con cinco trabajadores de Tottus vinculados con diferentes funciones operativas y de gestión, entre ellos reponedores, supervisores y responsables de tienda y alimentos frescos.

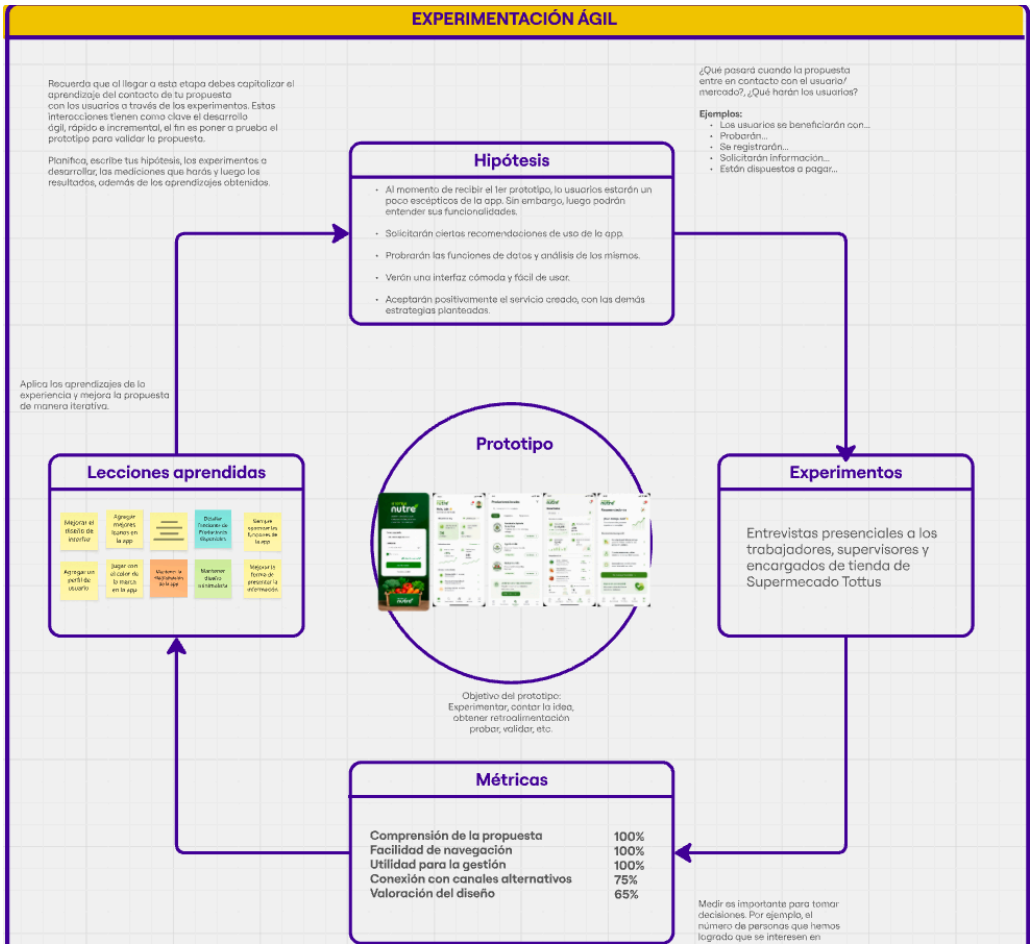
Durante las sesiones se presentó el prototipo y se realizaron preguntas orientadas a conocer qué entendían los participantes al observar la aplicación, qué tan fácil resultaba encontrar la información, qué elementos podían mejorarse y qué funcionalidades consideraban más útiles para su trabajo. Se evaluaron específicamente cinco dimensiones:

comprensión de la propuesta, facilidad de navegación, utilidad para la gestión, conexión con canales alternativos y valoración del diseño.

Para organizar esta validación se utilizó una metodología de experimentación ágil, estructurada mediante hipótesis, experimentos, métricas y lecciones aprendidas. Esto permitió relacionar las expectativas iniciales del proyecto con las respuestas obtenidas y reconocer qué elementos debían mantenerse o modificarse en una siguiente iteración.

Figura 23

Experimentación ágil y validación del prototipo Tottus Nutre



Resultados y aprendizajes

Los resultados evidenciaron una valoración favorable en los aspectos funcionales del prototipo. Las métricas consideradas mostraron una comprensión de la propuesta del 100 %, facilidad de navegación del 100 % y utilidad para la gestión del 100 %, mientras que la

conexión con canales alternativos alcanzó un 75 % y la valoración del diseño un 65 %. Estas últimas dimensiones permitieron detectar las principales oportunidades de mejora.

A partir de la validación se decidió mantener la estructura general de Tottus Nutre y realizar ajustes principalmente en la jerarquía visual, presentación de alertas, identificación de oportunidades y visualización de las recomendaciones inteligentes. De esta manera, las dos fases permitieron avanzar desde la comprensión inicial de la problemática hasta la evaluación concreta de la solución propuesta.

III. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

El desarrollo de Tottus Nutre permitió identificar que el acceso a alimentos frescos en Villa El Salvador está condicionado por factores como el precio, la disponibilidad, la información y la articulación entre supermercados, productores y otros canales alternativos. A partir de esta problemática, se diseñó un servicio que busca apoyar al administrador de Tottus en la identificación de oportunidades, la gestión de información y la toma de decisiones orientadas tanto a los objetivos de la empresa como al bienestar de la comunidad.

La propuesta integra herramientas de analítica de datos, recomendaciones inteligentes, seguimiento de resultados y conexión con canales alternativos, lo que permite plantear a Tottus como un actor más cercano y comprometido con su entorno. La validación mostró una buena comprensión de la propuesta y evidenció que la principal oportunidad de mejora se encuentra en la presentación visual, la jerarquización de la información y la claridad de las recomendaciones.

Recomendaciones

Se recomienda continuar con la validación de Tottus Nutre con una mayor cantidad de trabajadores vinculados con administración, alimentos frescos y operaciones, con el fin de obtener resultados más representativos y detectar nuevas oportunidades de mejora. Asimismo, sería conveniente desarrollar un piloto dentro de una tienda para evaluar el funcionamiento del servicio en un entorno real.

También se recomienda continuar optimizando la interfaz, especialmente en las secciones de oportunidades, alertas y recomendaciones inteligentes, procurando que la información sea rápida de interpretar. Finalmente, será importante evaluar la integración futura con datos de inventarios, ventas y proveedores, así como medir periódicamente el impacto de las acciones para determinar si el servicio genera beneficios tanto para Tottus como para la comunidad.

IV. Referencias Bibliográficas

- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2024a, 30 de octubre). *La alimentación saludable es cada vez más inaccesible a los más pobres*. FAO.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2024b, 30 de octubre). *Lima avanza hacia sistemas alimentarios sostenibles*. FAO en Perú.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2026, 12 de junio). *Perú presenta primera medición oficial sobre inseguridad alimentaria con estándares internacionales*. FAO en Perú.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (s. f.). *Mejor nutrición*. FAO en Perú.

- Naciones Unidas. (s. f.). *Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades*. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.
- Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing: Applying service design thinking in the real world*. O'Reilly Media.
- World Food Programme. (s. f.). *Peru*. World Food Programme.
- World Health Organization. (2024). *Fiscal policies to promote healthy diets: WHO guideline*. World Health Organization.

V. Anexos

Fase 1. Investigación exploratoria y levantamiento de hallazgos

Carlos Naval

Edad: 32 años
Cargo: Supervisor de alimentos frescos

Comprendió que Tottus Nutre permite revisar productos frescos, identificar oportunidades, consultar productores y analizar resultados. Consideró que la navegación es sencilla y destacó como información más útil la disponibilidad, la demanda y los indicadores. Como mejora, sugirió resaltar algunos botones y alertas para identificar prioridades con mayor rapidez.

Roberto Cárdenas

Edad: 29 años
Cargo: Supervisor de atención al cliente

Identificó la aplicación como una herramienta para conocer la situación de los productos frescos, los proveedores disponibles y las oportunidades relacionadas con alimentación saludable. La consideró intuitiva y útil para evaluar resultados. Recomendó incorporar más elementos gráficos e imágenes para hacer la experiencia más dinámica.

Yohan Quispe

Edad: 34 años
Cargo: Reponedor de alimentos frescos

Valoró principalmente la información sobre disponibilidad, demanda, reposición y productos de temporada. Consideró que la aplicación facilitaría la organización de sus tareas y la priorización de productos. Sugirió incorporar más imágenes e indicadores visuales que permitan reconocer rápidamente qué productos requieren atención.

Patricia Mendoza

Edad: 36 años
Cargo: Encargada de tienda

Comprendió que la aplicación permite gestionar productos, oportunidades, canales locales y resultados desde un mismo espacio. Destacó la utilidad de centralizar información para identificar oportunidades y evaluar el impacto de las acciones. Recomendó mejorar algunos elementos gráficos sin modificar la estructura general.

Miguel Hernández

Edad: 31 años
Cargo: Reponedor de alimentos frescos

Consideró que Tottus Nutre facilitaría el seguimiento de productos disponibles, demanda y oportunidades, permitiendo priorizar mejor sus tareas. Valoró la organización y claridad del diseño, aunque sugirió incorporar más imágenes y gráficos. También señaló la importancia de mantener la información actualizada.

Síntesis general

En conjunto, los participantes comprendieron la finalidad de Tottus Nutre y valoraron positivamente su facilidad de navegación y la centralización de información. Los elementos considerados más útiles fueron la disponibilidad y demanda de productos, las oportunidades, los canales alternativos y la medición de resultados. Las principales recomendaciones estuvieron relacionadas con mejorar la jerarquía visual mediante imágenes, gráficos, alertas e indicadores, sin modificar la estructura general de la aplicación.

Fase 2. Validación del prototipo de Tottus Nutre

Preguntas de validación

1. Al ver esta pantalla, ¿qué entiendes que puedes hacer o consultar aquí?

2. Si tuvieras que utilizar esta aplicación durante tu jornada de trabajo, ¿qué tan fácil o difícil te resultaría encontrar la información que necesitas? ¿Por qué?

3. ¿Hay algún elemento de la pantalla que te resulte confuso, poco visible o que cambiarías para facilitar su uso?

4. ¿Qué información de esta aplicación consideras más útil para tomar decisiones sobre alimentos frescos, productores locales o acciones saludables? ¿Hay alguna información que agregarías?

5. Pensando en tu trabajo actual, ¿qué cambiaría o mejoraría en tu forma de gestionar estas acciones si tuvieras una herramienta como esta?

Perfil 1 – Supervisor de Atención al Cliente

Nombre: Johan Cruz|

Edad: 32 años

Pregunta 1. Al ver esta pantalla, ¿qué entiendes que puedes hacer o consultar aquí?

> **Respuesta:** Entendió que la aplicación sirve para revisar información de la tienda, detectar oportunidades con alimentos frescos y consultar resultados de acciones realizadas.

Pregunta 2. Si tuvieras que utilizar esta aplicación durante tu jornada de trabajo, ¿qué tan fácil o difícil te resultaría encontrar la información que necesitas? ¿Por qué?

> **Respuesta:** La percibió como fácil de usar porque la información principal está agrupada por secciones y los indicadores se muestran de forma directa.

Pregunta 3. ¿Hay algún elemento de la pantalla que te resulte confuso, poco visible o que cambiarías para facilitar su uso?

> **Respuesta:** No encontró elementos confusos. Sugirió mejorar ligeramente la presentación visual para que algunas secciones resulten más llamativas y rápidas de reconocer.

Pregunta 4. ¿Qué información de esta aplicación consideras más útil para tomar decisiones sobre alimentos frescos, productores locales o acciones saludables? ¿Hay alguna información que agregarías?

> **Respuesta:** Consideró útiles los datos de disponibilidad, oportunidades activas, resultados y recomendaciones. También valoró que la herramienta muestre información relacionada con canales alternativos.

Pregunta 5. Pensando en tu trabajo actual, ¿qué cambiaría o mejoraría en tu forma de gestionar estas acciones si tuvieras una herramienta como esta?

> **Respuesta:** Señaló que una herramienta de este tipo podría ayudar a organizar mejor la información y facilitar decisiones sin depender de revisar varias fuentes por separado.

Recomendación principal: Mantener la estructura general del prototipo y reforzar la presentación visual mediante una jerarquía más clara de indicadores, alertas y recomendaciones.

Perfil 2 – Reponedor de alimentos frescos

Nombre: Diego Huamán

Edad referencial: 29 años

Pregunta 1. Al ver esta pantalla, ¿qué entiendes que puedes hacer o consultar aquí?

> **Respuesta:** Interpretaría que la aplicación permite revisar qué productos frescos tienen mayor disponibilidad, demanda o necesidad de atención.

Pregunta 2. Si tuvieras que utilizar esta aplicación durante tu jornada de trabajo, ¿qué tan fácil o difícil te resultaría encontrar la información que necesitas? ¿Por qué?

> **Respuesta:** Le resultaría sencilla porque las tarjetas y categorías permiten ubicar rápido la información relacionada con frutas y verduras.

Pregunta 3. ¿Hay algún elemento de la pantalla que te resulte confuso, poco visible o que cambiarías para facilitar su uso?

> **Respuesta:** Cambiaría algunos textos por indicadores más visuales e incorporaría señales simples para diferenciar alta, media o baja prioridad.

Pregunta 4. ¿Qué información de esta aplicación consideras más útil para tomar decisiones sobre alimentos frescos, productores locales o acciones saludables? ¿Hay alguna información que agregarías?

> **Respuesta:** Consideraría más útil la información sobre disponibilidad, temporada, precio y demanda. Agregaría alertas cuando un producto requiera reposición o tenga exceso de stock.

Pregunta 5. Pensando en tu trabajo actual, ¿qué cambiaría o mejoraría en tu forma de gestionar estas acciones si tuvieras una herramienta como esta?

> **Respuesta:** Le permitiría priorizar mejor la reposición y coordinar con mayor rapidez qué productos deben recibir atención durante la jornada.

Recomendación principal: Incorporar indicadores visuales de prioridad y mantener actualizada la información de disponibilidad para apoyar tareas operativas.

Perfil 3 – Reponedor de alimentos frescos

Nombre: Miguel Ramos

Edad: 31 años

Pregunta 1. Al ver esta pantalla, ¿qué entiendes que puedes hacer o consultar aquí?

> **Respuesta:** Entendería que Tottus Nutre ayuda a identificar productos con oportunidades de venta, temporada o alta disponibilidad.

Pregunta 2. Si tuvieras que utilizar esta aplicación durante tu jornada de trabajo, ¿qué tan fácil o difícil te resultaría encontrar la información que necesitas? ¿Por qué?

> **Respuesta:** La navegación le parecería fácil porque el flujo está dividido en panel principal, oportunidades, canales y resultados.

Pregunta 3. ¿Hay algún elemento de la pantalla que te resulte confuso, poco visible o que cambiarías para facilitar su uso?

> **Respuesta:** No cambiaría la estructura, pero agregaría imágenes de productos e indicadores breves para reconocer rápidamente qué información requiere atención.

Pregunta 4. ¿Qué información de esta aplicación consideras más útil para tomar decisiones sobre alimentos frescos, productores locales o acciones saludables? ¿Hay alguna información que agregarías?

> **Respuesta:** Valoraría principalmente la disponibilidad, los productos de temporada y las alertas. También consideraría útil conocer qué acciones anteriores funcionaron mejor.

Pregunta 5. Pensando en tu trabajo actual, ¿qué cambiaría o mejoraría en tu forma de gestionar estas acciones si tuvieras una herramienta como esta?

> **Respuesta:** Podría organizar su trabajo con mayor anticipación y comunicar al supervisor qué productos requieren mayor impulso, reposición o seguimiento.

Recomendación principal: Conservar la navegación actual y reforzar los recursos visuales que permitan identificar productos y prioridades con mayor rapidez.

Perfil 4 – Encargada de tienda

Nombre: Patricia Mendoza

Edad referencial: 38 años

Pregunta 1. Al ver esta pantalla, ¿qué entiendes que puedes hacer o consultar aquí?

> **Respuesta:** Entendería que la aplicación centraliza información para gestionar alimentos frescos, revisar oportunidades, consultar aliados y medir resultados.

Pregunta 2. Si tuvieras que utilizar esta aplicación durante tu jornada de trabajo, ¿qué tan fácil o difícil te resultaría encontrar la información que necesitas? ¿Por qué?

> **Respuesta:** Le resultaría práctica porque concentra información que normalmente podría encontrarse dispersa entre distintas áreas.

Pregunta 3. ¿Hay algún elemento de la pantalla que te resulte confuso, poco visible o que cambiarías para facilitar su uso?

> **Respuesta:** Mantendría el diseño general, aunque mejoraría algunos íconos, colores y gráficos para que las métricas importantes sean más visibles.

Pregunta 4. ¿Qué información de esta aplicación consideras más útil para tomar decisiones sobre alimentos frescos, productores locales o acciones saludables? ¿Hay alguna información que agregarías?

> **Respuesta:** Consideraría valiosos los indicadores de disponibilidad, resultados, canales alternativos y recomendaciones. Agregaría una comparación entre periodos para observar avances.

Pregunta 5. Pensando en tu trabajo actual, ¿qué cambiaría o mejoraría en tu forma de gestionar estas acciones si tuvieras una herramienta como esta?

> **Respuesta:** Le permitiría tomar decisiones con mayor sustento, coordinar mejor con otras áreas y dar seguimiento al impacto de las acciones realizadas.

Recomendación principal: Añadir comparaciones simples de resultados por periodo y reforzar la visualización de métricas clave para facilitar la toma de decisiones.

Perfil 5 – Supervisor de Alimentos Frescos

Nombre: Jorge Carbonell

Edad: 36 años

Pregunta 1. Al ver esta pantalla, ¿qué entiendes que puedes hacer o consultar aquí?

> **Respuesta:** Interpretaría que la aplicación permite controlar oportunidades relacionadas con frutas y verduras, revisar abastecimiento y evaluar posibles acciones.

Pregunta 2. Si tuvieras que utilizar esta aplicación durante tu jornada de trabajo, ¿qué tan fácil o difícil te resultaría encontrar la información que necesitas? ¿Por qué?

> **Respuesta:** La consideraría fácil de consultar porque presenta información resumida antes de entrar al detalle de cada producto o resultado.

Pregunta 3. ¿Hay algún elemento de la pantalla que te resulte confuso, poco visible o que cambiarías para facilitar su uso?

> **Respuesta:** No modificaría el flujo principal. Recomendaría destacar mejor las alertas críticas y mostrar con claridad cuándo una recomendación ha sido generada por análisis de datos o IA.

Pregunta 4. ¿Qué información de esta aplicación consideras más útil para tomar decisiones sobre alimentos frescos, productores locales o acciones saludables? ¿Hay alguna información que agregarías?

> **Respuesta:** La información más útil sería disponibilidad, demanda, temporada, resultados previos y posibles productores o proveedores alternativos.

Pregunta 5. Pensando en tu trabajo actual, ¿qué cambiaría o mejoraría en tu forma de gestionar estas acciones si tuvieras una herramienta como esta?

> **Respuesta:** Ayudaría a anticipar decisiones de abastecimiento, coordinar acciones con el equipo y reducir la improvisación al gestionar productos frescos.

Recomendación principal: Hacer más visibles las alertas de alta prioridad y señalar de forma discreta las recomendaciones generadas mediante analítica de datos e inteligencia artificial.

Anexo B. Evidencias visuales del proceso

Imagen 1 – Entrevista a Supervisor atención al cliente

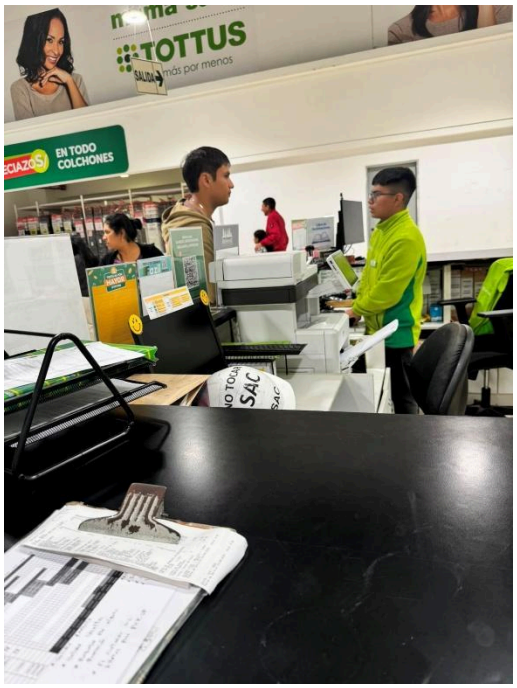


Imagen 2 - Entrevista a Encargada de tienda



Imagen 3 - Entrevista a Reponedor



Imagen 4 - Entrevista a Reponedor

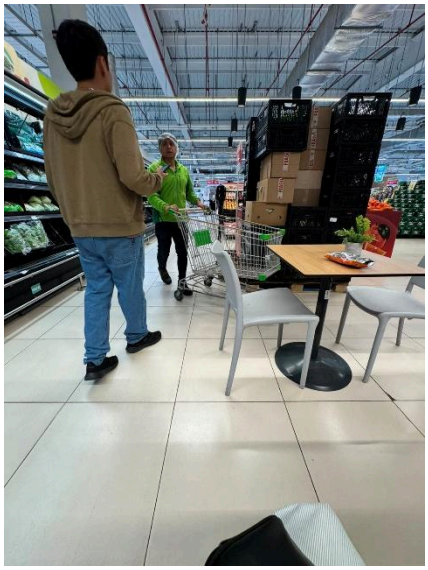


Imagen 5 - Entrevista a Supervisor de alimentos frescos



Imagen 6 – Organización de frutas



Imagen 7 – Llegada a centro comercial Villa el Salvador

