

**Implementación de estrategias para innovar en servicio al cliente en el
Supermercado Cheito enfocado en el adulto mayor**

SANDY GICELA BULLA PIRAQUIVE
MARIA FERNANDA OLMOS FUYA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
DIVISIÓN DE INGENIERÍAS
BOGOTÁ
2021

**Implementación de estrategias para innovar en servicio al cliente en el
Supermercado Cheito enfocado en el adulto mayor**

SANDY GICELA BULLA PIRAQUIVE
MARIA FERNANDA OLMOS FUYA

TRABAJO DE GRADO

DIRECTOR: JOSÉ LUIS SANDOVAL SANDOVAL

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
DIVISIÓN DE INGENIERÍAS
BOGOTÁ
2021

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. HISTORIA DE LA EMPRESA	5
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.3. ANTECEDENTES	6
1.4. PROPÓSITO	7
1.5. JUSTIFICACIÓN	7
2. PREGUNTA DE REFLEXIÓN Y DISEÑO DEL CASO	8
2.1. PREGUNTA DE REFLEXIÓN	8
2.2. MARCO TEÓRICO	8
2.3. MARCO METODOLÓGICO	13
3. NARRACIÓN DEL CASO	15
4. CONCLUSIONES	18
5. RECOMENDACIONES	18
6. BIBLIOGRAFÍA	19

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Recomendaciones Alimenticias.	12
Tabla 2. Dieta FODMAP	13

1. INTRODUCCIÓN

1.1. HISTORIA DE LA EMPRESA

SUPERMERCADO CHEITO es un emprendimiento que surgió hace 9 años por sus propietarios María Inés Fuya Cative y José del Carmen Olmos, luego de ellos haber trabajado gran parte de su vida en Fruver y supermercados decidieron tener su propio negocio con el fin de generar ingresos prestando un servicio a la comunidad del barrio la guaca encontramos que cerca al establecimiento hay 3 colegios a quienes se les presta el servicio para onces de los estudiantes y almuerzos de ellos también, tenemos entre 4 restaurantes donde varios de sus dueños asisten al Fruver para adquirir alimentos y compran para sus comidas de igual manera la mayoría de los habitantes son personas mayores de edad y quienes frecuentemente compran en el supermercado son adultos mayores que están de los 55 años en adelante, este se encuentra ubicado en la localidad de Puente Aranda específicamente en la Carrera 40 #29 a 05 sur, allí podrán encontrar frutas, verduras, abarrotes, lácteos, productos de aseo entre otros. Se sobresalen en el sector por su calidad en los productos y la atención al cliente es excelente de igual manera los precios se ajustan a cada producto. El Sr. José se caracteriza por ser una persona carismática y muy entregado a su empresa por brindar siempre lo mejor y satisfacer sus clientes de igual manera el Sr. María entrega cada día sus conocimientos para llevar una administración total del local y trabajan juntos por seguir saliendo adelante con este emprendimiento.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente en el servicio al cliente en supermercados o Fruver, se plantea la necesidad de un servicio con altos estándares de calidad tanto en la atención como en las líneas de productos que se comercializan. La comercialización de productos representa el servicio principal que ofrece esta área de negocios, aunque es la principal no es la única ya que genera el desprendimiento de subáreas como el servicio al cliente especializado.

Fruver Cheito es una tienda que opera en el barrio la Guaca de la localidad de Puente Aranda , según una encuesta aplicada en el negocio y los alrededores donde opera se identificó que entre sus principales consumidores se encuentran adultos mayores que presentan diferentes patologías que generar cambios o particularidades en la alimentación de las personas, además, se detectaron dificultades de desplazamiento debido al deterioro a nivel fisiológico a causa de las condiciones médicas, ya que no se pueden desplazar con la destreza necesaria a realizar la compra de víveres, se detectó la necesidad de un servicio especializado en personas de la edad adulta mayor, centrado en la salud del usuario cubriendo las necesidades de una alimentación sana y la seguridad evitando desplazamientos, de esta forma se aumenta la rotación de los productos en el negocio. Entre las necesidades del consumidor se encontró que requieren un servicio con altos estándares de calidad, que el servicio se ejecute con rapidez, confiabilidad, eficiencia y garantías.

1.3. ANTECEDENTES

- 1.3.1. FitHub. Supermercado especializado en productos saludables es el primero en el país tiene puntos en Barranquilla y recientemente lanzó uno en Bogotá que se encuentra ubicado en el parque la 93 el objetivo de este supermercado es proporcionar soluciones a las personas generando cambios en sus hábitos y tengan un estilo de vida sana según este emprendimiento su objetivo es que se interesen por la alimentación saludable de las personas ya que luego de varios estudios identificaron que el mercado presenta una necesidad convirtiéndolo en una potencial oportunidad de negocio para esto juntaron prácticas de retailer tradicional con una empresa de tecnología de alta escalabilidad como tal fue fundado en 2017 por Charles y su hermana Cristina como una empresa que distribuye productos saludables y sin embargo fue evolucionando hasta en el año del 2020 llegar a convertirse en un canal de venta por e-commerce desarrollaron su propia tecnología e incorporaron equipo de talento humano en las áreas que necesitaba la empresa al día de hoy cuenta con 80 empleados directos y generan 40 indirectos incluso han podido realizar una alianza con rappi que les ha permitido atender a más de 70.000 clientes donde ofrecen un portafolio

con más de 1.500 productos y varios de ellos son de la marca propia de FitHub.

1.3.2. La empresa ventas, servicios y decoraciones SAS. Enfocó en el mejoramiento del servicio al cliente, este consistió en dar un servicio especializado antes, durante y después de la comercialización del producto.[1]

Entre las exigencias que presenta la organización principalmente se encuentra la atención al cliente, aunque ante esta exigencia se han presentado respuestas muy variadas como el desarrollo de seminarios de concientización, formación de grupos de calidad, desarrollo de cursos cara a cara con el usuario, realización de controles estadísticos, que los proveedores cuenten con certificados de calidad, diseño de manuales de calidad, entre otras posibilidades que conlleven al alcance del objetivo de tener altos estándares de satisfacción en la atención al cliente y calidad.[1]

Además, se ha evidenciado que los clientes se encuentran en una mejor posición actualmente para comparar, evaluar y escoger entre la amplia variedad de productos o servicios de forma crítica correspondiente al valor total, calidad, atención al cliente, precio y facilidad de mantenimiento. Respecto a las demandas del consumidor y los cambios tecnológicos han causado aperturas en el mercado nuevo y altamente consecutivo y es así como se determina que la atención al cliente y la calidad de los bienes o servicios es un factor clave dentro de las corporaciones. [1]

1.4. PROPÓSITO

Diseñar en Supermercado Cheito un servicio al cliente personalizado que se encuentre enfocado en el adulto mayor y de esta manera recomendar alimentos que cuiden de su salud teniendo en cuenta las diferentes patologías que tienen.

1.5. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad estudiar el servicio al cliente en el Fruver Cheito, enfocado en el adulto mayor desde los 55 años de edad en adelante mediante un análisis detallado de manera visual y por medio de encuestas para determinar qué problemáticas se encontraban y así mismo tomar decisiones, con el fin de seguir prestando un servicio pero mejorado siempre privando por la salud y el bienestar del adulto mayor ya que son los que más frecuentan en el negocios así mismo que puedan consumir alimentos que sean de beneficio para ellos mismos y de igual manera para sus propietarios del Supermercado Cheito sigan generando ingresos y teniendo clientes fieles por esta iniciativa al prestar un servicio pero a la vez cuidando de los más mayores, Supermercado Cheito también va a sobresalir en el sector por cuidar del adulto mayor además de facilitarles que sus compras lleguen a la puerta de sus hogares.

2. PREGUNTA DE REFLEXIÓN Y DISEÑO DEL CASO

2.1. PREGUNTA DE REFLEXIÓN

- ¿Cuáles son las estrategias de innovación en servicio al cliente aplicables al supermercado Fruver Cheito?
- ¿Cuáles son las características que tienen los clientes y los alrededores donde se encuentra ubicado el supermercado Cheito?
- ¿Cuál es el estado actual del servicio al cliente y calidad del servicio en Fruver Cheito?
- ¿Qué problemáticas presenta actualmente los usuarios del supermercado Cheito y su entorno?

2.2. MARCO TEÓRICO

Actualmente se percibe grandes demandas en el mercado para las organizaciones en las distintas áreas en el negocio y los clientes a satisfacer. No solo se debe estar a la vanguardia a nivel tecnológico, sino en el servicio al cliente y calidad, convirtiéndose en uno de los factores más

relevantes generando valor agregado y promoción de competencia, generando aumentos en las ventas.

De esta forma se percibe de forma fundamental la inversión en la cultura del servicio, ofreciendo altos estándares de calidad dentro de las organizaciones para obtener como resultado la preferencia y satisfacción de clientes. Roldan indica que el mercado presenta múltiples usuarios en los que se evidencia autonomía en la toma de decisiones, considerando las empresas con mayores ventajas en factores de precio, generando inclinaciones en aquellas entidades que prestan un servicio con estándares superiores.[2]

Es indispensable tener en consideración a los consumidores, ya que las organizaciones deben superar sus expectativas, generando razones para regresar.

El punto central del proyecto se encuentra en la atención prestada al cliente y los servicios ofrecidos según los autores Recalde & Páez indican que el servicio al cliente es un elemento fundamental ya que determina los factores diferenciadores de las empresas para realizar la fidelización de los compradores.[3] En el documento “Gerencia integral desde la perspectiva de un modelo de planeación estratégica”, Roman expone que se compone por un conjunto de estrategias que diseña una empresa u organización con el objetivo de alcanzar la satisfacción de las necesidades que presentan los clientes externos.[4] A partir del concepto general de servicio y las necesidades que presentan las organizaciones por la satisfacción de las necesidades, se requiere la mención de la calidad y valor del cliente que consigue llevar a cabo una medición para generar competencia empresarial.[5]

La satisfacción del cliente se logra mediante ofertas que las empresas proponen en torno al consumidor para realizar la superación de sus expectativas. Moreno Cárdenas Exponen que la calidad del servicio parte de la diferencia entre la expectativa sobre el servicio y la percepción del servicio recibido.[6] Es así como la evolución que el demandante delegue sobre la empresa y servicios prestados pasa a una etapa de mejoramiento continuo para la entidad. En el documento “La revolución del servicio” el autor indica que los avances que se obtengan en el mercado radican entre

las líneas estratégicas y el cliente y refleja la importancia del establecimiento de una sólida estrategia de servicio en la compañía. [7]

Para la empresa es de vital importancia lograr la satisfacción de los clientes, para esto se toma como punto de partida los enfoques de Leal Millán & Carmona Lavado quienes describen la satisfacción de las expectativas del cliente, como el nivel del estado de ánimo que manejan las personas que surge del resultado de la comparación del rendimiento y resultados, que se percibe de las expectativas.[8] Adicionalmente Moreno señala que la experiencia con un producto es proporcional a la expectativa del comprador y las supera, es decir, que la expectativa del cliente tiene una importancia con un grado de elevación muy alto para la evolución de los productos y servicios. [9]

Para que una empresa pueda realizar fidelización de los usuarios, crear reconocimiento de marca y permanecer en un mercado dinámico, es indispensable la medición del servicio que se oferta a los consumidores, este proceso se mide mediante encuestas de satisfacción del cliente, ya que este estudio permite obtener el grado de conformidad que presenta el usuario respecto a la marca, producto o servicio por qué el sujeto o entidad encuestadora no intervienen en las respuestas, la información recabada es válida para el mejoramiento de la oferta y procesos, investigadores como Guerrero indica que “se tiene la existencia de diferentes métodos para realizar la determinación de la satisfacción del cliente, en los cuales algunos de los más destacados se encuentra las encuestas regulares, el seguimiento de los índices de deserción en los servicios, entre otros”, Osejos Vásquez & Merino Murillo afirman: Que uno de los métodos para realizar la medición es el indicador de satisfacción del cliente (ISC), el cual es construido a partir de los niveles de satisfacción en aspectos claves como el servicio técnico, rendimiento de personal, entre otros.[10] Institución Universitaria Escolme sustenta que para las mediciones de satisfacción del cliente se deben de considerar dos aspectos claves, la expectativa y preferencia de los clientes en base a las dimensiones de calidad y servicio.[11]

Uno de los modelos más empleados es el SERVQUAL de calidad de servicio según Reina; Matsumoto Nishizawa tiene como base fundamental para en el proceso del mejoramiento de la calidad de servicio ofrecido por una organización. Se realizó la utilización de un cuestionario donde se evaluó la calidad del servicio respecto a cinco características: confiabilidad,

capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Se constituye por una escala de respuestas múltiples, diseñada con el fin de comprender las expectativas que presentan los clientes respecto al servicio prestado, permitiendo evaluar, siendo un instrumento de mejora y comparativo con otras organizaciones del mismo sector.[12]

También se generó a la utilización de otras metodologías para realizar medición de los niveles de servicio y en paralelo generar innovación del servicio por parte de la entidad prestadora de servicio se desarrolló mediante la metodología Design Thinking la cual se encuentra compuesta por cinco etapas de desarrollo no consecutivas ya que eventualmente se puede saltar y volver atrás o repetir hasta obtener los resultados esperados.[13]

La etapa uno es empatizar, se considera como la fase primordial de la metodología ya que se encarga de indagar y analizar las principales necesidades del consumidor. En el proceso empático se centra en el análisis a profundidad del cliente, realizando una comprensión de las motivaciones o necesidades y generando apropiación de estas. Para hacer este reconocimiento no basta con un reconocimiento mediante la observación a los usuarios, también se debe presentar la interacción con las personas. La etapa dos se encarga de definir, esto se realiza a partir de la etapa anterior ya que luego de conocer las distintas necesidades se definen las principales, mediante una evaluación minuciosa de los problemas detectados.[14] En la etapa tres de la metodología se encuentra la ideación, donde se debe tener un pensamiento creativo y realizar el planteamiento de diferentes posibles soluciones a los problemas específicos que se identificaron previamente. En la cuarta etapa se encuentra la realización de prototipado, fase en la cual se materializan las ideas, este puede ser digital o físico y en la última etapa se hace la evaluación ya que los clientes prueban y evalúan los prototipos desarrollados anteriormente. Según las sugerencias obtenidas el prototipo se puede someter a modificaciones obteniendo una mejora continua. [15]

2.2.1. Patologías

2.2.1.1. Gastritis

Blasco indica que es una enfermedad que tiene entre sus principales síntomas la inflamación aguda o crónica de la mucosa gástrica producida por factores

exógenos y endógenos. Además, de la investigación de Pérez Rodríguez se extrajo que, el tratamiento médico dietético nutricional es de gran importancia como el farmacéutico, ya que de mantener un riguroso régimen alimenticio depende las mejoras que se puedan obtener a nivel sintomatológicos.[16] En base a las investigaciones realizadas por el autor Aguilar Martínez se dice que es igualmente recomendable hacer cinco o seis tiempos de comida, este hábito es esencial para favorecer el control de la sintomatología.[17] Según Rentería Jiménez & García Martínez, la ingesta adecuada y suficiente de alimentos como cereales, vegetales, algunas frutas, quienes funcionan como protectores, evita una rápida evolución de la sintomatología.[18]

EVITAR	PREFERIBLEMENTE	CON PRUDENCIA
▪ Alcohol. ▪ Café y té. ▪ Pimienta, pimienta molido, mostaza, vinagre. ▪ Temperaturas extremas de alimentos y bebidas.	▪ Cocciones sencillas: plancha, grill, horno, hervidos. ▪ Pasta, arroz, patata, pan blanco. ▪ Verduras cocidas y sin piel. ▪ Frutas cocidas, en compota y en conserva. ▪ Carnes magras, pescados, clara de huevo. ▪ Quesos y lácteos desnatados. ▪ Agua y bebidas sin cafeína.	▪ Verduras crudas y flatulentas. ▪ Ajo, cebolla, tomate, pepino, pimienta. ▪ Productos integrales o muy ricos en fibra. ▪ Frutas con piel, verdes o poco maduras. ▪ Leche entera, nata y mantequilla. ▪ Embutidos. ▪ Quesos fermentados y muy curados. ▪ Chocolate, bollería. ▪ Zumos de uva y cítricos. ▪ Bebidas carbonatadas.

Tabla 1. Recomendaciones Alimenticias.[19]

2.2.1.2. Intestino irritable

El síndrome de intestino irritable presenta una combinación sintomatología gastrointestinal crónica recurrentes que tienen aparición son causa estructural, metabólicas o infecciosas identificables, a menudo se relaciona con situaciones que generen estrés o tensión emocional. [20]. El colon irritable incluye dolor abdominal relacionado con la defecación generando cambios tales como estreñimiento o diarrea además de mucosidades en las heces, dejando sensación de evacuación incompleta después de la defecación.[21] Según el instituto nacional para la diabetes y enfermedades digestivas el tratamiento del síndrome de intestino irritable tiene dependencia de la persona que presenta la afectación. Ya que según su metabolismo se presentan diferentes dietas como, el consumo constantemente pequeñas cantidades, en vez de comidas abundantes y menos

frecuentes, ejemplo, generar consumo de 5 a 6 porciones pequeñas de comida en vez de comer tres platos fuertes al día.[22] El ritmo de la ingestión de los alimentos debe disminuir paulatinamente. Las personas que presenten hinchazón e incrementos de gases deben evitar consumo de habas, repollo, entre otros alimentos de difícil digestión. Se debe evitar el consumo de alimentos con alto contenido de ciertos carbohidratos como los oligosacáridos fermentables, disacáridos, monosacáridos y polioles. Ya que son hidratos de carbono que presentan gran dificultad para la digestión. El estreñimiento se puede aliviar tomando cantidades considerables de fibra y bebiendo más agua.[23]

GRUPO DE ALIMENTOS	ALIMENTO TOLERADO	ALIMENTO NO TOLERADO
CEREALES	Arroz, Maíz, Quinoa, Trigo y sarraceno.	Arroz integral, Arroz salvaje, Avena Cebada, Centeno, Mijo, Trigo integral.
TUBERCULOS	Papa, Yuca.	
LEGUMBRES	Soja.	Alubias, Garbanzos, Guisantes, Habas, Lentejas.
VERDURAS	Acelga, Achicoria, Apio, Calabacín, Calabaza, Espinacas, Judías verdes, Nabo, Pepino, Rábano, Tomate, Zanahoria.	Ajo, Alcachofa, Berenjena, Brócoli, Cebolla, Coles de Bruselas, Coliflor, Espárragos, Lechuga, Pimiento, Puerro, Remolacha, Setas.
FRUTAS	Granada, Grosella, Higo, Lima, Limón, Mandarina, Naranja, Níspero, Piña, Plátano, Pomelo, Coco, Chirimoya, Guayaba, Kiwi, Maracuyá, Papaya.	Aceituna, Albarricoque, Arándano, Breva, Cereza, Ciruela, Frambuesa, Fresa, Manzana, Melocotón, Melón, Mora, Pera, Sandía, Uva, aguacate, mango.
FRUTOS SECOS	No tolerados	
LACTEOS	Bebida de almendra, Bebida de arroz, Bebida de avellana, Bebida de avena, Bebida de quinoa, Horchata, Leche sin lactosa, Queso sin lactosa, Tofu, Yogur Sin lactosa.	Leche, Leche condensada, Leche en polvo, Nata, Quesos curados, Quesos frescos, Yogur.
CARNES	Cerdo (partes magras), Cordero, (partes magras), Ternera (partes magras), Codorniz, Conejo, Pato, Pavo, Perdiz, Pollo.	Hamburguesa y Salchicha de cerdo Hamburguesa y Salchicha de ternera
GRASAS	Aceite de Girasol, Aceite de Oliva, Margarina.	Mantequilla.
EDULCORANTES	No tolerados	Azúcar blanco, Azúcar moreno, Fructosa, Jarabe de Ágave, Jarabe de Arce, Miel.

Tabla 2. Dieta FODMAP[24]

2.2.1.3. Osteoporosis

La osteoporosis es la debilitación de los huesos, volviéndose quebradizos, llegando a tal medida que una caída o tensión leve como toser o agacharse generan fracturas. Estas se presentan con mayor frecuencia en la cadera, muñecas o columna vertebral. Debido a que el hueso es un tejido vivo que presenta numerosos cambios metabólicos durante toda la vida,

descomponiéndose y reformando el hueso. Debido a que el hueso es un tejido vivo que presenta numerosos cambios metabólicos durante toda la vida, descomponiéndose y reformando el hueso. Estas fases se encuentran reguladas por diferentes hormonas, además de las actividades físicas, dieta, hábitos tóxicos y vitamina D, entre otras. [25]

Bajo condiciones normales, una persona alcanza una condición máxima de masa ósea entre los 30 y 35 años aproximadamente y a partir de este momento, existe una pérdida natural de masa ósea. Las etapas iniciales donde se presenta la disminución de la masa ósea no presentan síntomas. Pero una vez la patología avanza y genera debilitación de los huesos, se pueden presentar signos y síntomas como: dolor de espalda, pérdida de estatura con el tiempo, postura encorvada. [26]

Según López el objetivo que presenta el tratamiento de la osteoporosis es reducir las fracturas por la fragilidad que se genera. Dentro del plan nutricional se recomienda adoptar nuevos hábitos en la nutrición, cómo llevar una dieta equilibrada rica en calcio, y evitar el consumo de tabaco y alcohol, además, en algunas situaciones las personas requieren suplementos de calcio y vitamina D. [27]

	Quesos curados 30g	Quesos frescos 30g	Leche (1 vaso) yogourt	Verduras 100g	Frutos secos 50g	Pescados 100g	Carnes 150g
Número de raciones							
1	250mg	70mg	150mg	60mg	70mg	30mg	20mg
2	500mg	140mg	300mg	120mg	140mg	60mg	40mg
3	750mg	210mg	450mg	180mg	210mg	90mg	60mg
4	1000mg	280mg	600mg	240mg	280mg	120mg	80mg

Tabla 3. Plan Nutricional [28]

2.2.1.4. Diabetes

Enfermedad metabólica crónica la cual se caracteriza por presentar altos niveles de glucosa (azúcar) en la sangre. La glucosa es proveniente de los alimentos que consume la persona. La insulina es una hormona muy importante ya que se encarga de ayudar a que la glucosa ingrese a las células para suministrar energía. Existen dos tipos de diabetes, tipo 1 que es cuando

el cuerpo no produce insulina y tipo 2 la cual es la más común, que es cuando el cuerpo no produce o no usa la insulina de forma adecuada y sin insulina suficiente, la glucosa permanece en la sangre. [29]

Con el paso del tiempo, el exceso de glucosa en la sangre genera daños graves en los ojos, riñones y nervios. Además, también puede generar enfermedades cardíacas, derrames cerebrales e incluso puede conllevar a la amputación de miembros. ([30]

El tratamiento para la diabetes se basa en tres fases: dieta, ejercicio físico y medicación. Teniendo por objetivo la estabilización de los niveles de glucosa en la sangre para minimizar los riesgos de complicación asociados a la enfermedad. [31]

Para la diabetes tipo 1 sólo se puede realizar tratamiento mediante la aplicación de insulina, para la diabetes tipo 2 tiene un abanico de posibilidades más amplio ya que mediante una vida con hábitos más saludables en cuanto alimentación y ejercicio al generar la pérdida de peso se puede realizar la normalización de los niveles de glucosa. [32]

GRUPO DE ALIMENTOS	ALIMENTOS RECOMENDADOS	ALIMENTOS PROHIBIDOS
Sopas	De verduras naturales sin sal ni consomé.	Instantáneas y de sobres.
Carnes	Pollo sin piel, res magra, pescado fresco, queso cottage y requesón sin sal. Si son embutidos de pavo o pollo (con medida).	Embutidos, salchicha, jamón, salami, carnes curadas o ahumadas, quesos procesados, chicharrones, tocino y huevo. Mariscos.
Frutas	Come aquellas con cáscara (fibra), solo una porción por tiempo de comida.	Banano, mango o papaya, ocasionalmente y en poca cantidad.
Bebidas	Agua pura, leche y refrescos naturales (limonada o rosa de jamaica) sin azúcar, Incaparina, leche de soya o descremada.	Licuaos, refrescos preparados con azúcar normal o miel. Bebidas enlatadas, para deportistas, energizantes y agua mineral.
Leche o derivados	Descremada, semidescremada, soya o almendra. Yogur bajo en grasa y con sustitutos de azúcar (edulcorantes).	Leche entera, endulzada o chocolatada, evaporada y condensada o yogur con azúcar.
Grasas	Aceite de origen vegetal, de oliva, canola, girasol o soya.	Crema, margarina, incluyendo la dietética, mantequilla, manteca vegetal o de cerdo.
Verduras	Casi todas.	Exceso de zanahoria y remolacha.
Almidón, granos, cereales, raíces y tubérculos	Pan integral, tortilla, frijol, elote, arroz, pastas integrales, papa, yuca, plátano, ichintal o leguminosas (solo en las medidas aconsejadas y en combinaciones adecuadas con otros alimentos).	Pan dulce, pasteles, galletas, donas, postres, pies, barras tipo granola u otras con azúcar, cereales con azúcar o glaseados,
Condimentos y otros	Salsa de tomate preparada en casa, especias naturales para sazonar como laurel, tomillo orégano, ajo, cebolla, vinagre, limón, carne, hierbabuena, cilantro, perejil y canela.	Sal de mesa, consomé, sal de ajo, de cebolla, suavizador o sazonador de salsa de barbacoa, salsa inglesa, de soya, pasta de tomate, comida rápida (hamburguesas, pizza, pollo frito, papas fritas), salsa de tomate, mostaza, alcohol y cigarrillo.

Tabla 4. Plan nutricional Diabetes[33]

2.2.1.5. Artritis

En una inflamación y sensibilidad de las articulaciones. Este término es usado para la definición de más de 100 enfermedades y trastornos reumáticos que causan afectaciones en las articulaciones, los tejidos que las rodean y otros tipos de tejidos conectivos. Entre la sintomatología más frecuente se encuentra el dolor y rigidez de las articulaciones los cuales suelen aumentar con el paso de los años. Entre los tipos más frecuentes de artritis se encuentra la artrosis y la artritis reumatoide. [34]

La artrosis causa que el cartílago, tejido duro y resbaladizo que se encuentran recubriendo los extremos de los huesos donde forman una articulación se rompan. La artritis reumatoide es una patología donde se evidencia que principalmente ataca las articulaciones, iniciando por el revestimiento de estas. Los tratamientos varían según el tipo de artritis que presente la persona, aunque siempre el principal objetivo de estos es realizar la reducción de los síntomas y mejorar la calidad de vida. Según los autores Moran, Arroyo, Martínez, Corral y Diaz, llevar una buena nutrición influye en la disminución del desarrollo y síntomas de la enfermedad, es recomendable el consumo de frutas, verduras, aceite de oliva, frijoles, nueces y semillas ya que ayudan a disminuir el dolor ya que estos alimentos tienen propiedades antiinflamatorias. No es recomendable el consumo de alimentos con altos contenidos de azúcar y grasa ya que aumentan la inflamación y demás síntomas.[35]

++	+	+ -	+ -	+	++
Muy Alcalinizante	Altamente Alcalinizante	Medianamente Alcalinizantes	Neutral / poco Acidificante	Moderante Acidificante	Altamente Acidificante
Agua Alcalina 8.8 ph Sal del Himalaya Agua del mar Hierba de Cebada Hierba de Avena Hierba de trigo Pepino Col Rizada Espinacas Perejil Brócoli Germinados Algas marinas Almendras crudas Sal marina sin refinar Sal del Himalaya Goji Limón Pomelo Stevia Té de hierbas	Limón Lima Pomelo Aguacate Remolacha Pimentón y pimienta Repollo Berenjenas Apio Endivias Ajo Jengibre Judías verdes Lechuga Granos de mostaza Espárragos Cebolla Cebolla roja Rábano Rúcula Tomate Semillas de soja Té verde	Alcachofa Coliflor Zanahorias Cebolletas Calabacín Puerro Patatas Guisantes Colinabo Berro Pomelo Coco Trigo sarraceno Quinoa Espelta Lentejas Tufu Hierbas y especias Aceite de Oliva Aceite de lino Aceite de Coco Higos secos	Judías negras Garbanzos Habichuelas rojas Seitán Melón Pasas Nectarinas Ciruelas Cerezas Sandía Amaranto Mijo Pescado salvaje (salmón) Leche de arroz Leche de soja Anacardos Nueces Avellanas Aceite de girasol Aceite de uva Mango Papaya	Zumos naturales Mayonesa casera Mantequilla Manzana Albaricoque Plátano Moras Arándanos Uvas Naranja Melocotón Frambuesa Arroz integral Avena Pan de centeno Trigo Pan integral Arroz salvaje Pasta integral Pescado/ Atún Huevos y claras Agua Con Gas Palomitas Cereales Desayuno	Alcohol Café Zumos de frutas (envasados) Té negro Chocolate Mermelada Gelatina Mostaza Vinagre Ketchup Sal refinada Levadura Champiñones de setas Queso Leche de Vaca Yougurt Edulcorantes Escabeches Encurtidos Edulcorante Harinas blancas Bebidas carbonatadas Frituras

Tabla 5. Plan nutricional Artritis[36]

2.2.1.6 Arritmia cardiaca

La arritmia cardiaca es un trastorno que se presenta en la frecuencia cardíaca (pulso) o del ritmo cardiaco. Es decir, que el corazón puede latir de forma muy lenta (bradicardia) o de forma más rápida (taquicardia). Entre los principales síntomas se encuentra la palpitación y síncope, el primero genera una sensación de palpitación anormal de los latidos cardíacos, los cuales se clasifican en tres, latidos fuertes, latidos adelantados, latidos irregulares o latidos taquicárdicos y el segundo término corresponde a la pérdida del conocimiento como causal de la disminución del flujo cerebral. Otros síntomas que se pueden presentar son mareos, dolor torácico y pérdida del conocimiento. [37]

Para tratar la arritmia es necesario seguir una alimentación cardiosaludable, variada y equilibrada en la cual se debe evitar el consumo de alimentos que contengan grasas saturadas, grasas trans y colesterol, como: lácteos enteros, mantequilla, carnes grasas, embutidos, entre otros. [38]

Alimento	Contenido bajo (< 5 mcg/100 g)	Contenido medio (5-40 mcg/100 g)	Contenido alto (>40 mcg/100 g)	Consejos
Huevos y lácteos	-Yogur -Queso -Leche -Huevo	-Mantequilla		El contenido de vitamina K en la leche es bajo, así que el tipo de leche puede ser elegido sin modificar el contenido de vitamina K1 de la dieta.
Verduras y hortalizas	-Champiñones -Cebolla -Lentejas -Calabaza -Berenjenas -Calabacín -Judías blancas -Pimiento rojo	-Rábano -Patatas -Garbanzos -Pimiento verde -Tomate maduro -Lechuga iceberg -Zanahoria -Coliflor -Judías verdes -Alcachofas -Puerros -Apio -Guisantes -Pepino	-Remolacha -Repollo -Espárrago -Lechuga romana -Brocoli -Endibia -Cebollino -Perejil -Nabo verde -Espinacas -Col rizada - Col lombarda - Coles de bruselas	Los vegetales verde oscuro (particularmente las hojas) son las fuentes más ricas de vitamina K.
Bebidas	-Agua mineral -Zumos de frutas -Café -Bebidas carbónicas -Bebidas alcohólicas -Infusiones			Todas aportan poca vitamina K
Cereales y pastas	-Arroz -Espagueti -Macarrones -Pan	- Bollería industrial - Galletas - Pasteles		La bollería industrial contiene vitamina K procedente del aceite con el que están elaborados.
Condimentos	-Ajo -Sal -Vinagre -Mostaza -Especies: chile, pimentón, Azúcar -Miel	-Orégano		Son fuentes ricas de vitamina K pero no contribuyen al total ingerido diario porque son consumidas en pequeñas cantidades.
Aceites	-Aceite de maíz -Aceite de cacahuete - Aceite de girasol	-Aceite de soja -Aceite de sésamo	-Aceite de colza -Aceite de oliva* - Margarina	*Aunque el aceite de oliva contiene vitamina K, es el más recomendado para su salud. En las dosis habituales contribuye sólo moderadamente al contenido total de VK de la dieta.
Frutos secos	-Pasas -Albaricoques secos -Castañas -Cacahuetes -Almendras -Nueces	-Anacardo -Higos -Avellanas -Pistachos	-Ciruelas pasas -Piñones	Los frutos secos no son importantes fuentes de vitamina K excepto algunas frutas secas, los piñones, pistachos y anacardos.
Carnes y pescados	-Jamón -Carne de ternera -Carne de pollo -Carne de cerdo -Moluscos -Crustáceos -Pescado - Carnes magras.	-Atún en aceite		La elaboración culinaria con aceites incrementa el contenido total de la dieta. Algunos alimentos cárnicos muy grasos, procedentes de animales alimentados intensivamente, pueden contener formas de vitamina K que pueden impedir la acción de los anticoagulantes.
Frutas	-Pera -Mango -Papaya -Melocotón -Manzana cruda (con piel) -Nectarina -Cerezas -Piña cruda -Albaricoque -Plátano -Naranja	-Uva -Ciruela	-Kiwi -Pasas -Higos -Ciruelas pasas	La mayoría de las frutas no son fuentes importantes de vitamina K (aportan < 5 mcg/100 gramos), excepto, las frutas secas y los kiwis que contienen alto contenido.

Tabla 6. Plan Nutricional Artritis [39]

2.2.1.7 Colesterol

El colesterol es una sustancia cerosa que se encuentra presente en la sangre. Y es de vital importancia para el cuerpo ya que este requiere del colesterol para la formación de células sanas, pero al presentar niveles muy altos de colesterol se pueden generar el padecimiento de enfermedades cardíacas. Esta patología no presenta síntomas, la forma de saber de su existencia es mediante un análisis de sangre, a pesar de no tener sintomatología si tiene contraindicaciones en la salud como formación de depósitos grasos en los vasos sanguíneos y con el tiempo estos aumentan su tamaño y dificultan el

flujo de sangre a través de las arterias, en casos más críticos esos depósitos pueden romperse y formar coágulos los cuales pueden generar ataques cardíacos o accidentes cerebrovasculares. [40]

Las principales causas del colesterol alto son a causa de la falta de un estilo de vida saludable, es decir, que este se puede prevenir al tener una sana alimentación y realizando ejercicio, entre los alimentos más recomendados se encuentran las verduras, granos enteros, cereales integrales, legumbres, antioxidantes, también se recomienda cocinar en poco aceite y evitar el consumo de productos industriales. [41]

ALIMENTOS	RECOMENDADOS (a diario)	A LIMITAR (Máximo 2-3 veces/semana)	DESACONSEJADOS (excepcionalmente)
CEREALES	centeno trigo maíz arroz integral granos integrales	pastas al huevo*	croissants magdalenas galletas donuts
FRUTAS, HORTALIZAS Y LEGUMBRES	judías manzana plátano naranja papa	avocado aguacates* patatas fritas* (sin aceite y salado)	patatas chips nata
HUEVOS, LECHE Y DERIVADOS	leche desnatada yogur desnatado	yogur azucarado leche azucarada queso fresco leche condensada	queso graso nata glaceo leche entera
PESCADO Y MARISCO	pequeño atún* pequeño salmón maquitos de anchoa	merluza sardinas en lata* calamares	hummus de pescado pescado frito en aceite no recomendado
CARNES	pavo y pavo sin piel cordero	vacío, bresaola, cordero, cordero, cordero	hamburguesas carne frita carne asada carnitas
ACEITES Y GRASAS	aceite de oliva	aceites de girasol y maíz margarinas vegetales	aceite de palma margarina mantequilla mantequilla de salado aceite de coco
POSTRES	helado natural* helado con leche desnatada helado con leche desnatada	helado glaceo sin huevo helado natural	helado helado con leche entera, nata y chocolate
FRUTOS SECOS*	almendra avellana castaño naranja	almendra	almendra
BEBIDAS	agua café (sin azúcar) café (sin azúcar)	refrescos azucarados*	

Tabla 7. Plan Nutricional Colesterol [42]

2.2.1.8 Presión arterial

La presión arterial es aquella fuerza que ejerce la sangre contra las paredes arteriales cada vez que el corazón bombea sangre y con el transcurso del tiempo puede llegar a ser suficientemente alta como para causar problemas de salud como enfermedades cardíacas, y accidentes cerebrovasculares.[43] Se puede tener presión alta durante años y no se evidenciaron signos y síntomas,

afortunadamente es una enfermedad de fácil detección, en otros casos se pueden presentar síntomas como dolor de cabeza, dificultad respiratoria o sangrado nasal, pero los signos y síntomas no son específicos y no son notorios hasta que la etapa de la enfermedad es grave o potencialmente fatal. [44]

Como tratamiento alimenticio según Healthcare se recomienda tener una dieta baja en sal como se indica en los enfoques dietéticos para detener la hipertensión (dietary approaches to stop hypertension, DASH) donde se ha demostrado que ayuda a la disminución de la presión arterial, en algunas ocasiones se evidencian los resultados en unas cuantas semanas. Además, se debe tener una dieta rica en alimentos que contengan potasio, calcio y magnesio. [45]

2.3. MARCO METODOLÓGICO

En este marco metodológico se va a describir cómo se desarrolló el estudio de caso y cuáles métodos, técnicas o procedimientos se aplicaron. Dando una visión clara del por qué y cómo se abordó por ejemplo nuestra metodología central fue la de Design Thinking con diferentes etapas y cada una abordando las herramientas pertinentes.

Etapas	Técnicas de recolección de datos	Variables	Fuentes de Información	Técnicas de Analisis de la información
Empatizar	Se desarrollará una Entrevista en la primera semana de caso de estudio a los propietarios de fruver cheito, también se implementará una encuesta y un focus group a los clientes del establecimiento, estas herramientas se usan con la finalidad de determinar el estado inicial del supermercado y conocer la percepción del cliente. (Anexo A. Entrevista propietarios; Anexo B. Encuesta	Patologías y necesidades que presentan los clientes (adulto mayor) de fruver cheiro y sus alrededores.	Visitas al supermercado Cheito y sus alrededores.	Mediante la información obtenida en esta fase se espera realizar la determinación de las patologías que se presentan con mayor frecuencia entre los usuarios en la categoría de adultos mayores del establecimiento, además, se precisará qué efectos tienen estas situaciones en el desarrollo de las compras de los

	diagnóstico preguntas; Anexo C. Focus Grupo preguntas), con la información obtenida se realizará la elaboración de un mapa de empatía.			clientes.
Definir	Se realizará la elaboración del diagrama Ishikawa para realizar el análisis de los datos obtenidos en la etapa uno.	Patologías y necesidades que presentan los clientes (adulto mayor) de fruver cheito y sus alrededores.	Análisis de los datos obtenidos de la fase empatía en las entrevistas, encuesta y focus group.	Mediante la información obtenida en la etapa anterior se espera determinar en qué rango de edad se encuentra el porcentaje más numeroso de clientes del supermercado, cuales son las patologías más comunes entre la población encuestada y cuales son las complicaciones que se presentan mientras los usuarios realizan las compras.
Idear	Se ejecutará la elaboración de un diagrama de las 5 fuerzas de porter y un diagrama de lluvia de ideas.	Patologías y necesidades que presentan los clientes (adulto mayor) de fruver cheito y sus alrededores.	Análisis de las necesidades de los clientes y la zona	Se espera realizar el planteamiento de posibles soluciones mediante ideas creativas basándose en la información obtenida en la etapa anterior.
Prototipar	Se realizará una base de datos mediante un SQL con la información obtenida en la encuesta realizada en la etapa uno donde se evidencian los datos de una muestra de 10 clientes (adultos mayores).	Patologías y necesidades que presentan los clientes (adulto mayor) de fruver cheito y sus	Mediante la información obtenida en las tres primeras etapas se cualificaron los datos.	Se espera obtener una base de datos de los clientes adultos mayores de fruver cheito que permita mantener actualizada la información personal de cada usuario mediante la

		alrededores.		elaboración de un SQL.
Evaluar	Se desarrollará un posible plan de alimentación según la patología que presenta cada usuario y una encuesta de satisfacción para determinar la aceptación de la innovación en el establecimiento. (Anexo J. Encuesta de satisfacción preguntas) .	Patologías y necesidades que presentan los clientes (adulto mayor) de fruver cheito y sus alrededores.	Mediante la información obtenida en las tres primeras etapas se cualificaron los datos.	Permitirá identificar ciertos requisitos, restricciones y sugerencias de los clientes en la implementación de la innovación.

3. NARRACIÓN DEL CASO

Dada la emergencia epidemiológica producida por el covid-19 se establecieron ciertas medidas de bioseguridad y así prevenir la expansión del virus. En el supermercado Cheito, ubicado en el barrio La Guaca, localidad de Puente Aranda también se tuvieron que implementar medidas de bioseguridad ya que al momento de ingresar al establecimiento el aforo se redujo por seguridad de los clientes para los dueños de supermercado Cheito es de gran importancia cuidar la salud de los compradores. A raíz de esta situación algunos de los compradores que en su mayoría son adultos mayores tuvieron que tomar aislamiento para prevenir ser parte del contagio, esta población tenía un mayor riesgo al momento de salir de sus casas, varios de sus hijos o los mismos adultos mayores contactaron a los dueños del Supermercado vía telefónica o por WhatsApp para solicitar sus compras para sus padres o abuelos aquí es donde se empieza a identificar la problemática de este estudio de caso.

La principal metodología aplicada es el Design Thinking ya que fue de gran aporte para hacer esta innovación enfocado en atención al cliente, está compuesta de una estrategia competitiva para generar ideas y resolver problemas y está inspirada en las necesidades reales de los clientes de supermercado Cheito, así es como se coordina esta innovación, siguiendo un proceso de acción no lineal con cinco etapas de desarrollo:

En la etapa uno de empatizar se aplicó el método de observación en esta etapa mediante la aplicación de una encuesta como diagnóstico inicial, se identificó que

algunos clientes presentan patologías como colon irritable, diabetes, colesterol y triglicéridos, problemas con la tensión, artritis, osteoporosis entre otras, generando complicaciones al momento de realizar sus compras habituales de víveres ya que les presenta restricciones tanto en la alimentación como en sus movimientos físicos y desplazamientos, por ejemplos las personas que padecen enfermedades en el aparato motor como artritis u osteoporosis no puedan seleccionar bien sus compras y al momento de abrir las bolsas del mercado presentan complicaciones, también se determinó que los adultos mayores que presentan sobrepeso u obesidad manifiestan altos niveles de fatiga y cansancio al realizar desplazamiento al supermercado generando dolor. (Anexo K. Encuesta diagnostico respuestas).

Además, se desarrolló un focus group del cual se logró extraer información importante para la aplicación del caso de estudio ya que mediante la realización de preguntas generales y específicas como: ¿Qué es lo que más les agrada a los usuarios al momento de realizar sus compras en el establecimiento?, ¿Qué cambios les gustaría que se realizarán en el Fruver?, ¿Por qué prefieren realizar sus compras en el Supermercado Cheito y no en otros locales aledaños?, entre otras preguntas que se ejecutaron, las respuestas que se obtuvieron por parte de los participantes fue que les gusta la calidad de los productos versus los precios, tienen muy buen servicio al cliente, lleva muchos años en el sector y se encuentra ubicado en un lugar de fácil acceso, manejan bastante puntualidad en la realización de los domicilios, entre otras. (Anexo C. Focus Group preguntas; Anexo L. Focus Group respuestas).

Para finalizar esta etapa se llevó a cabo la aplicación de una entrevista a los propietarios del supermercado la cual permitió realizar reconocimiento y diagnóstico inicial de Fruver Cheito desde las perspectiva de sus fundadores, mediante el uso de esta herramienta se determinó que tienen planes a futuro de realizar ampliaciones en el establecimiento, realizando migraciones hacia otras áreas como manejar líneas de alimentos fríos como cárnicos, alimentación sana, entre otros para suplir las necesidades que han detectado en el transcurso del tiempo en los usuarios. (Anexo A. Entrevista general), con la información obtenida con las herramientas usadas anteriormente se desarrolló un mapa de empatía sintetizando la información.

En la etapa dos se diseñó un diagrama Ishikawa con el cual se logró sintetizar la percepción del cliente hacia el supermercado, entre sus opiniones se encontró que las personas se han fidelizado debido a la calidad que presentan los alimentos y

los precios accesibles que se manejan, además de la gran variedad de víveres que se encuentran en el establecimiento, otros factores que se destacaron bastante entre las opiniones de los encuestados es la excelente atención al cliente por parte de los propietarios y la ubicación de la tienda la cual cuenta con fácil acceso, aunque también se identificaron oportunidades de mejora como falta de una estructura por área de los productos para que sea más fácil acceder a estos, también realizaron énfasis en la falta de productos orgánicos que contribuyan a una alimentación más sana que contribuya en pro del mejoramiento de cada una de las patologías o restricciones médicas que presentan los usuarios. (Anexo E. Diagrama Ishikawa).

En la etapa tres se realizó un posible planteamiento de ideas que se pueden implementar para el desarrollo de la innovación y generar un mejoramiento en el servicio al cliente enfocado al adulto mayor estas se ven reflejadas en el desarrollo del diagrama de lluvia de ideas, algunas de las que se encuentran son la implementación de un sistema especializado de domicilios, creación de bases de datos de los clientes para poder realizar un servicio más personalizado, realizar recomendaciones de planes alimenticios según las necesidades de cada usuario, desarrollar un área en el supermercado enfocada a la sana alimentación, entre otras. (Anexo G. Lluvia de ideas).

Con el diagrama de las cinco fuerzas de Porter se realizó un análisis holístico del establecimiento ya que esta herramienta permitió tener una perspectiva más amplia del supermercado y sus factores internos y externos desde diferentes perspectivas como lo son el cliente, proveedores, otros supermercados y el producto que se comercializa, se detectó que uno de los principales rivales que se presentan en la industria son los formatos hald discount ya que han irrumpido en la económica con la apertura de tiendas que penetran el mercado con una alta rotación de productos a precios bajos; respecto a los proveedores el 80% son marcas comerciales altamente posicionadas en el mercado, a pesar de ser expertos en su categoría, carecen de un contacto directo con el cliente o consumidor final, generando la necesidad de mantener una estrecha comunicación con los distribuidores, en cuanto a los clientes son los más beneficiados ya que al presentarse una alta competencia de bienes y servicios del mismo gremio en el sector el consumidor tiene la capacidad de elegir obligando a los supermercados a buscar una diferencia en su oferta generando un equilibrio entre calidad, precio y servicio. (Anexo F. Cinco fuerzas de Porter).

En el desarrollo de la etapa cuatro de prototipado se diseñó un SQL donde se almacenan los datos de los clientes de Fruver Cheito que se encuentran catalogados en el segmento de adulto mayor, esto con la finalidad de realizar un almacenamiento de la información obtenida y sintetizada en las etapas anteriores con el objetivo de diseñar planes alimenticios para cada uno de los usuarios según su patología y realizar la determinación de utilidad u acogida que presenta el prototipo entre los usuarios de la tienda, entre la información que se encuentra en la base de datos están los datos demográficos, patológicas, recomendaciones, entre otros. (Anexo H. Base de datos SQL)

Para finalizar en la etapa cinco que corresponde a la evaluación de la innovación desarrollada en Cheito de realizar la implementación de planes alimenticios para cada uno de los usuarios encuestados donde se realizaba una serie de recomendaciones de productos y alimentos que ayudan al consumidor con el mejoramiento en la salud, de igual forma también se indicó cuáles alimentos se deben evitar ya que podrían influenciar en el aumento de la sintomatología del cliente según su patología. Primeramente, se les presenta la tabla de nutrición con la información de cada adulto mayor y se tiene en cuenta las observaciones realizadas por ellos para posteriormente hacerlas y tener esta etapa finalizada con las correspondientes correcciones siempre con el objetivo de que los dueños y los clientes que han participado en esta idea de Innovación queden satisfechos. (Anexo N. Plan Alimenticio).

Para realizar la evaluación de la innovación se ejecutaron encuestas de satisfacción donde el 100% de la población encuestada indicó que, si se encuentra interesada en seguir siendo parte de la implantación de este nuevo segmento en el supermercado, además, manifestaron que se sentían satisfechos con el servicio al sentir que se preocupaban por su salud y estaba en pro de ella (Anexo O. Encuesta de satisfacción respuestas).

4. CONCLUSIONES

- Se determinó que los usuarios de fruver cheito se encuentran ubicados en el barrio la guaca de la localidad de puente aranda, son adultos mayores y una de las mayores problemáticas que se presentan son las patologías que presentan los usuarios generando dificultad en la dieta nutricional y desplazamientos para realizar sus compras.

- Se ha obtenido una fidelización entre los dueños de Supermercado Cheito y los adultos mayores que fueron parte de este proceso.
- Se demostró que la salud de los adultos mayores si es un factor importante en los establecimientos donde se brinde un servicio de alimentos y víveres ya que si se recomienda o se da algo que esté en contra de su salud puede ocasionar severas consecuencias tanto para quien lo consume y quién lo vende.

5. LECCIONES

- Mejor planificación y organización del plan de trabajo para el adecuado desarrollo metodológico en las distintas etapas de design thinking.
- Uno de los retos más relevantes que se debieron suplir fue la recolección de información mediante encuestas para tener un amplio conocimiento de las necesidad y realizar una correcta determinación de la problemática central.

6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que en supermercado Cheito de manera constante se estén actualizando en cuanto la salud de sus clientes y las diferentes patologías que se pueden presentar especialmente en los adultos mayores, que sigan haciendo uso de esta nueva herramienta y estrategia que seguirá teniendo buenos resultados.
- Seguir cuidando el área de atención al cliente, ya que es algo muy positivo que tiene supermercado Cheito así mismo acatar los comentarios de los clientes ya que es importante estar prestos a las observaciones de manera constructiva y seguir creciendo como empresa y siendo uno de los mejores Supermercados del sector.

5. BIBLIOGRAFÍA

- [1] V. Esquivel Solís and M. Jiménez Fernández, "Aspectos nutricionales en la prevención y tratamiento de la hipertensión arterial," *Revista Costarricense de Salud Pública*, vol. 19, no. 1, 2010.
- [2] Intermountain Healthcare, "Presión arterial alta y la dieta DASH," *FOLLETO INFORMATIVO PARA PACIENTES Y SUS FAMILIAS*. 2020.
- [3] A. H. Association, "¿Qué es la presión arterial?," *American Heart Association*, 2020.
- [4] J. V. A. Franco, "Tratamiento del colesterol en adultos," *Evidencia, actualización en la práctica ambulatoria*, vol. 17, no. 1, 2014, doi: 10.51987/evidencia.v17i1.6274.
- [5] C. Morales *et al.*, "Causas de no consecución del objetivo terapéutico del colesterol de las lipoproteínas de baja densidad en pacientes de alto y muy alto riesgo vascular controlados en Unidades de Lípidos y Riesgo Vascular. Estudio EROMOT," *Clínica e Investigación en Arteriosclerosis*, vol. 30, no. 1, 2018, doi: 10.1016/j.arteri.2017.07.003.
- [6] S. Antonio, "El colesterol," *Article*, no. 415, 2013.
- [7] V. Cachofeiro, "Alteraciones del colesterol y enfermedad cardiovascular," *Salud cardiovascular*, 2017.
- [8] Revista Uruguay de cardiología, "Aspectos destacados del Documento de consenso para el manejo de las arritmias asintomáticas," *Revista Uruguaya de Cardiología*, vol. 34, no. 2, 2019, doi: 10.29277/cardio.34.2.8.
- [9] J. E. Olgin, Y. Douglas, and P. Zipes, "Arritmias supraventriculares," in *Braunwald. Tratado de cardiología*, 2019.
- [10] A. K. ZÚÑIGA, G. T. GUARDIOLA, M. R. POSADA, and M. del MAR CASTRO, "ARRITMIAS I.," in *Electrocardiografía clínica. Modelo de aprendizaje.*, 2018. doi: 10.2307/j.ctt1zgwm85.8.
- [11] P. Morán-Álvarez, J. Arroyo-Palomo, M. R. Martínez, F. J. B. Corral, and M. V. Díaz, "Artritis reumatoide: Tratamiento," *Medicine - Programa de Formación Médica Continuada Acreditado*, vol. 13, no. 30, 2021, doi: 10.1016/j.med.2021.03.028.
- [12] S. Murias Loza, R. M. Alcobendas Rueda, C. Udaondo Gascón, M. S. Loza, A. R. Rueda, and U. C. Gascón Artritis Diagnóstico diferencial, "Artritis. Diagnóstico diferencial," *Protocolos diagnósticos de pediatría*, vol. 2, 2020.
- [13] R. Williams *et al.*, "Global and regional estimates and projections of diabetes-related health expenditure: Results from the International Diabetes Federation Diabetes Atlas, 9th edition," *Diabetes Research and Clinical Practice*, 2020, doi: 10.1016/j.diabres.2020.108072.

- [14] R. M. M. Khan, Z. J. Y. Chua, J. C. Tan, Y. Yang, Z. Liao, and Y. Zhao, "From pre-diabetes to diabetes: Diagnosis, treatments and translational research", `` *Medicina (Lithuania)*, vol. 55, no. 9. 2019. doi: 10.3390/medicina55090546.
- [15] A. M. Egan and S. F. Dinneen, "What is diabetes?," *Medicine (United Kingdom)*, vol. 47, no. 1. 2019. doi: 10.1016/j.mpmed.2018.10.002.
- [16] J. E. López, J. E. López Salazar, Y. López Salazar, and H. Fasanella, "Osteoporosis: alimentación: calcio: vitamina D y ejercicio," *Gaceta Médica de Caracas*, vol. 115, no. 4, 2007.
- [17] E. Biver and S. Ferrari, "Osteoporosis," *Revue Medicale Suisse*, vol. 16, no. 676, 2020, doi: 10.32398/cjhp.v2i3.876.
- [18] I. H. Jairala, L. María Bustos-Fernández, and I. Hanna-Jairala, "REVISIÓN Tratamiento actual del síndrome de intestino irritable. Una nueva visión basada en la experiencia y la evidencia," *Acta Gastroenterol Latinoam*, vol. 49, no. 4, 2019.
- [19] W. G. Thompson, "The irritable colon," *Canadian Medical Association Journal*, vol. 111, no. 11. 1974. doi: 10.1259/0007-1285-3-33-391.
- [20] Pascal, "9 Métodos prácticos para medir la calidad del servicio," *Userlike*, 2018.
- [21] L. Oswaldo and P. Flores, "EMPRESA DE VENTAS, DECORACIONES Y SERVICIOS." Accessed: Dec. 04, 2021. [Online]. Available: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1500_IN.pdf
- [22] L. O. PEREZ FLORES, "Empresa de ventas, decoraciones y servicios," 2005.
- [23] L. Oswaldo and P. Flores, "EMPRESA DE VENTAS, DECORACIONES Y SERVICIOS."
- [24] Mayo Clinic, "Nivel de colesterol alto - Síntomas y causas," *MAYO CLINIC*, 2019.
- [25] Intermountain Healthcare, "Presión arterial alta y la dieta DASH," *FOLLETO INFORMATIVO PARA PACIENTES Y SUS FAMILIAS*. 2020.
- [26] A. H. Association, "¿ Qué es la presión arterial?," *American Heart Association*, 2020.
- [27] I. D. J. Yepes Barreto, C. Osorio Marín, and M. N. Múnera Contreras, "Eficacia y factores determinantes de la respuesta al tratamiento con claritromicina, esomeprazol y amoxicilina para la infección por h. pylori," *Revista Ciencias Biomédicas*, vol. 7, no. 2, 2020, doi: 10.32997/rcb-2016-2854.
- [28] C. A. Rentería Jiménez and M. A. García Martínez, "Evaluación de la efectividad de una composición etnofarmacológica dirigida a la cura y/o alivio de la gastritis," *Revista Bioetnia*, vol. 8, no. 1, 2020, doi: 10.51641/bioetnia.v8i1.18.

- [29] L. Aguilar Martínez, "Tipos de gastritis y su tratamiento," *Offarm: farmacia y sociedad*, vol. 22, no. 8, 2003.
- [30] L. A. Pérez Rodríguez, N. R. Espinosa Sánchez, N. C. López Contreras, and D. A. Pesantes Merchán, "Nutrición: Tratamiento para la gastritis," *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, vol. 3, no. 2, 2019.
- [31] Y. Zhang *et al.*, "Diagnosing chronic atrophic gastritis by gastroscopy using artificial intelligence," *Digestive and Liver Disease*, vol. 52, no. 5, 2020, doi: 10.1016/j.dld.2019.12.146.
- [32] N. S. Blasco, V. L. Latorre, T. R. Gasca, and A. F. Arenas, "Gastritis," *Medicine (Spain)*, vol. 13, no. 2, 2020, doi: 10.1016/j.med.2020.01.012.
- [33] M. del M. Ketlun, "Fases y redes en la metodología del Design Thinking," *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, no. 78, 2020, doi: 10.18682/cdc.vi78.3663.
- [34] Reina; Matsumoto Nishizawa, "Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto," *Revista Perspectivas*, no. 34, 2014.
- [35] Institución Universitaria Escolme, "Revista CIES," *Revista CIES Escolme*, vol. 10, no. 2, 2019.
- [36] A. E. Osejos Vásquez and J. L. Merino Murillo, "MODELO SERVQUAL COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE, CANTÓN JIPIJAPA," *UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria. ISSN 2602-8166*, vol. 4, no. 4, 2020, doi: 10.47230/unesum-ciencias.v4.n4.2020.284.
- [37] G. R. Guerrero, "La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)," *Cuadernos de Administración*, vol. 30, no. 52, 2014, doi: 10.25100/cdea.v30i52.30.
- [38] E. Moreno, "Calidad Del Servicio De Internet Y Satisfacción Del Cliente," *Industrial Data*, vol. 22, no. 2, 2019.
- [39] A. Leal Millán and A. Carmona Lavado, "La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente," *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, vol. 4, no. 1, 1998.
- [40] W. Regan, "La revolución del servicio," *Journal of Marketing*, vol. 27, no. 3, 1963.
- [41] E. Y. Moreno Cardenas, "Calidad del servicio de internet y satisfacción del cliente," *Industrial Data*, vol. 22, no. 2, 2020, doi: 10.15381/idata.v22i2.17392.

- [42] O. H. Román, G. Arbeláez, and C. A. Patiño, "Gerencia integral desde la perspectiva de un modelo de planeación estratégica.", `` *Gestión & Desarrollo*, vol. 9, no. 1, 2012.
- [43] H. Roldan, J. Balbuena, and Y. Muñoz, "Calidad De Servicio Y Lealtad De Compra Del Consumidor En Supermercados Limeños," *Pontificia Universidad Católica Del Perú*, 2010.
- [44] M. Recalde and J. Páez, "MARKETING RELACIONAL EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS: CASO PYMES DE LA PROVINCIA," *R*, 2019.
- [45] J. G. Silva-Treviño, B. A. Macías-Hernández, E. Tello-Leal, and J. G. Delgado-Rivas, "La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México," *CienciaUAT*, 2021, doi: 10.29059/cienciauat. v15i2.1369.