**Validación de la problemática**: se confirmó que los clientes de supermercados pierden tiempo buscando productos debido a la falta de señalización clara y la extensión de las tiendas, lo que afecta la experiencia de compra.

**Revisión del prototipo de Superlocaliza**: se evaluó el flujo de búsqueda de productos y la visualización en un mapa de pasillos, identificando oportunidades de mejora en la interfaz.

**Definición de métricas de impacto**: se acordó establecer indicadores como la reducción del tiempo promedio de búsqueda de productos, el número de consultas realizadas por cliente y el nivel de satisfacción del usuario.

**Priorización de los casos de uso**: se ordenaron los casos de uso por relevancia, destacando los más críticos: búsqueda de productos, ubicación exacta en góndolas, generación de rutas de compra eficientes y recomendaciones de productos complementarios.