

CAFÉ Y COWORKING CH'UMPI

7%
Textos sospechosos



7% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
< 1% entre las fuentes mencionadas
0% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: CAFÉ Y COWORKING CH'UMPI.docx
ID del documento: dd21e62d1911d6cbfdac5987e7255ae8cbe95838
Tamaño del documento original: 7,96 MB

Depositante: JERSON SANCHEZ RAMOS
Fecha de depósito: 20/3/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 20/3/2024

Número de palabras: 11.100
Número de caracteres: 70.465

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.questionpro.com Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud me... https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health	2%		Palabras idénticas: 2% (244 palabras)
2	G02 - Food Truck desayunos saludables.docx G02 - Food Truck desayun... #e60745 El documento proviene de mi grupo 6 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (185 palabras)
3	Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO).docx Pro... #18e2d3 El documento proviene de mi grupo 3 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (166 palabras)
4	TESIS MAAT DIGITAL SAC 2023 word.docx TESIS MAAT DIGITAL SAC 2023... #bf132f El documento proviene de mi grupo 6 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (168 palabras)
5	ADM - Panes con cereales andinos Ver. 2023 (1) (1).docx ADM - Panes co... #468c52 El documento proviene de mi grupo 2 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (155 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	tesis.usat.edu.pe http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1384/1/TL_ChugnaBravoFiorela.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
2	14_1er_reporte_ipanaque_carmen..docx 14_1er_reporte_ipanaque_carm... #d5defa El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)
3	Documento de otro usuario #5e52a9 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
4	IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENT... #bd6a62 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
5	MEJORA CMAC HUANCAYO.docx MEJORA CMAC HUANCAYO #921616 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://www.15minutos.pe/entretenimiento/cafeterias-ludicas-en-lima/
2	https://abancainnova.com/opinion/las-8-metricas-clave-de-una-startup/
3	http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf
4	https://www.designthinking.es/inicio/index.php
5	https://designthinking.ideo.com/

Puntos de interés

1

G02 - Food Truck desayunos saludables.docx | G02 - Food Truck desayunos saludables
El documento proviene de mi grupo

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "ZEGEL IPAE"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

2

TESIS MAAT DIGITAL SAC 2023 word.docx | TESIS MAAT DIGITAL SAC 2023 word
El documento proviene de mi grupo

CAFÉ Y COWORKING CH'UMPI

Proyecto de Innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración de Negocios

DENIS MARGARITA CARBAJAL CAJAMARCA
(0000-0002-6626-2201)

MAYRA JANNE FALCON CHALCO
(0000-0003-1766-3890)

Ica, 2022
60

2

Para nuestros padres.

Resumen Ejecutivo

Como resultado de la investigación realizada, se pudo comprobar que la salud psicológica de los peruanos se ha visto afectada de manera particular como consecuencia de pandemia del COVID-19 incrementado de manera considerable los niveles de estrés en las personas, desde un nivel moderado hasta severo. De acuerdo con un estudio realizado por el Ministerio de Salud (2021), el 52.2% de los habitantes de la ciudad de Lima padece de estrés moderado o severo generado principalmente por problemas relacionados con la salud, temas familiares o económicos. Por otro lado, el uso excesivo de los dispositivos electrónicos, especialmente los teléfonos móviles, genera una disminución en las capacidades de sociabilización de las personas.

Habiéndose identificado esta problemática a nivel nacional, se propone un modelo de negocio basado en la implementación de un café lúdico, que es un establecimiento en el cual se ofrece una variedad de bebidas, frías o calientes, así como snacks y además, adicionalmente se ofrece a los clientes, sin ningún costo adicional, diversos juegos de mesa y de salón para que puedan utilizarlos y jugar con ellos durante su estadía en nuestro establecimiento y mientras disfruta de sus bebidas y alimentos, compartiendo momentos de sana diversión en compañía de sus familiares y amigos, reduciendo sus niveles de estrés, desconectándose del uso de sus dispositivos móviles. Como parte del análisis realizado, se pudo determinar que el segmento de clientes a quienes se les ofrecerán nuestros productos y servicios se encuentra conformado por

3


ADM - Panes con cereales andinos Ver. 2023 (1) (1).docx | ADM - Panes con cereales andinos Ver. 2023 (1) (1)
El documento proviene de mi grupo

los residentes de los distritos de Ica, La Tinguiña y Parcona,

mujeres y varones entre los 18 y los 35 años y que se encuentran en los niveles socioeconómicos A, B y C.

Índice General

Resumen Ejecutivo 3
Índice General 4
Índice de Tablas 6

 **G02 - Food Truck desayunos saludables.docx** | G02 - Food Truck desayunos saludables
El documento proviene de mi grupo


Identificación del Problema u Oportunidad 9
Selección del problema o necesidad a resolver 9
Validación del problema 10
Descripción del cliente 22
Capítulo 2 – Diseño del Producto o Servicio Innovador 25
Aplicación de la metodología Design Thinking 25
Empatizar 26
Definir 28
Idear 28
Prototipar 30
Evaluar 31
Características del producto o servicio innovador validado 34
Capítulo 3 – Elaboración del Modelo de Negocio 34
Definición de la propuesta de valor del negocio 34
Elaboración del lienzo de modelo de negocio 35
Descripción del prototipo de lanzamiento 37
Capítulo 4 – Validación del Modelo de Negocio 40
Aplicación de la metodología Lean Startup 40
Crear 41
Medir 44
Aprender 45
Descripción del modelo de negocio validado 45
Capítulo 5 – Análisis de la Rentabilidad 47
Determinación del punto de equilibrio 47
Determinación de las necesidades de inversión 54
Evaluación económica y financiera 56
Conclusiones 58
Recomendaciones 59
Referencias Bibliográficas 60
Anexos 62

Índice de Tablas

Tabla 1 - Pregunta Nro. 1 -

 **www.doi.org**
[https://www.doi.org/10.1016/S0210-5705\(03\)70346-X](https://www.doi.org/10.1016/S0210-5705(03)70346-X)

Durante las últimas 4 semanas, ¿ha

 **www.questionpro.com** | Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud mental para el cuestionario + plantilla de muestra
<https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health>

tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a su salud física? 12

Tabla 2 - Pregunta Nro. 2 - Durante las últimas 4 semanas, ¿ha tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a algún problema emocional, como sentirse deprimido, triste o ansioso? 13

13

Tabla 3 - Pregunta Nro. 3 - En general, ¿cómo calificaría su salud mental? 14

Tabla 4 - Pregunta Nro. 4 - ¿Se ha sentido particularmente agotado, decaído o deprimido durante más de 2 semanas seguidas? 15

Tabla 5 - Pregunta Nro. 5 - Durante las últimas cuatro semanas, ¿con qué frecuencia su salud mental ha afectado sus relaciones? 16

Tabla 6 - Pregunta Nro. 6 - ¿Cuántas horas duermes al día? 17

Tabla 7 - Pregunta Nro. 7 - ¿Cómo es tu calidad de sueño? 18

Tabla 8 - Pregunta Nro. 8 - ¿Sabe qué es una cafetería lúdica? 19

Tabla 9 - Pregunta Nro. 9 - ¿Le interesaría asistir a una cafetería donde además de consumir pueda disfrutar de una variedad de juegos de mesa y de salón? 20

Tabla 10 - Pregunta Nro. 10 - ¿Le interesaría compartir este tipo de ambiente con familiares y amigos y dejar de usar durante ese tiempo sus dispositivos electrónicos? 21

Tabla 11 - Detalle de la Inversión fija tangible 47

Tabla 12 - Detalle de la Inversión fija intangible 48

Tabla 13 - Detalle de productos a ofrecer 48

Tabla 14 - Detalle de los costos unitarios y precio de venta de los productos 49

Tabla 15 - Detalle de los costos fijos 49

Tabla 16 - Detalle de los costos de venta 50

Tabla 17 - Detalle de punto de equilibrio por tipo de producto 51

Tabla 18 - Proyección de ventas mensuales (Año 1) en unidades 52

Tabla 19 - Proyección de ventas mensuales (Año 1) en soles 53

Tabla 20 - Proyección de ventas anuales para los primeros cinco años 53

Tabla 21 - Proyección de ventas y costos de ventas anuales para los primeros cinco años 53

Tabla 22 - Estructura de inversión del proyecto Ch'umpi 54

Tabla 23 - Estructura de financiamiento del proyecto Ch'umpi 54


Tabla 24 - Detalle del capital de trabajo requerido para el proyecto Ch'umpi 55

Tabla 25 - Detalle del flujo de caja proyectado para el proyecto Ch'umpi 55


Tabla 26 - Costo promedio ponderado de capital del proyecto Ch'umpi 56

Tabla 27 - VAN económico y financiero del proyecto Ch'umpi 56

Tabla 28 - TIR económico y financiero del proyecto Ch'umpi 57

 **www.doi.org**
[https://www.doi.org/10.1016/S0210-5705\(03\)70346-X](https://www.doi.org/10.1016/S0210-5705(03)70346-X)

Durante las últimas 4 semanas, ¿ha

 **www.questionpro.com** | Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud mental para el cuestionario + plantilla de muestra
<https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health>

tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a su salud física? 12

Gráfico 3 - Pregunta Nro. 2 - Durante las últimas 4 semanas, ¿ha tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a algún problema emocional, como sentirse deprimido, triste o ansioso? 13

13

Gráfico 4 - Pregunta Nro. 3 - En general, ¿cómo calificaría su salud mental? 14

Gráfico 5 - Pregunta Nro. 4 - ¿Se ha sentido particularmente agotado, decaído o deprimido durante más de 2 semanas seguidas? 15

Gráfico 6 - Pregunta Nro. 5 - Durante las últimas cuatro semanas, ¿con qué frecuencia su salud mental ha afectado sus relaciones? 16

Gráfico 7 - Pregunta Nro. 6 - ¿Cuántas horas duermes al día? 17

Gráfico 8 - Pregunta Nro. 7 - ¿Cómo es tu calidad de sueño? 18

Gráfico 9 - Pregunta Nro. 8 - ¿Sabe qué es una cafetería lúdica? 19

Gráfico 10 - Pregunta Nro. 9 - ¿Le interesaría asistir a una cafetería donde además de consumir pueda disfrutar de una variedad de juegos de mesa y de salón? 20

Gráfico 11 - Pregunta Nro. 10 - ¿Le interesaría compartir este tipo de ambiente con familiares y amigos y dejar de usar durante ese tiempo sus dispositivos electrónicos? 21

Gráfico 12 - Distribución de la población de Perú de acuerdo con el nivel socioeconómico al que pertenecen - Año 2020 22

Gráfico 13 - Distribución de la población de Perú por departamentos de acuerdo con su nivel socioeconómico - Año 2020 23

Gráfico 14 - Arquetipo de cliente del proyecto Ch'umpi 24

Gráfico 15 - Intersección donde vive el pensamiento de diseño o Design Thinking 25

Gráfico 16 - Las cinco etapas del Design Thinking 26

Gráfico 17 - Mapa de empatía del proyecto Ch'umpi 27

Gráfico 18 - Definición de la necesidad o problema que satisfecerá Ch'umpi 28

Gráfico 19 - Brainstorming del proyecto Ch'umpi 29

Gráfico 20 - Prototipo de la página web - página de inicio 31

Gráfico 21 - Prototipo de la página web - formulario de contacto 31

Gráfico 22 - Lienzo de la Propuesta de Valor de Ch'umpi 34

Gráfico 23 - Business Model Canvas del proyecto Café Lúdico Ch'umpi 36

Gráfico 24 - Página principal de la página web de Café Ch'umpi 37

Gráfico 25 - Página con la descripción de los juegos disponibles en el Café Ch'umpi 37

Gráfico 26 - Blog de Café Ch'umpi 38

Gráfico 27 - Ejemplo del momento del juego en el café lúdico 38

Gráfico 28 - Disfrutando de los alimentos y del juego de cartas 39

Gráfico 29 - Fases de la metodología Lean Startup 40

Gráfico 30 - Lean Canvas del proyecto Ch'umpi 42

Gráfico 31 - Página de inicio o bienvenida de café Ch'umpi 43

Gráfico 32 - Catalogo de algunos de los juegos de mesa que estarán disponibles en nuestro local 43

Gráfico 33 - Página del blog de Café Ch'umpi 44


Introducción

El Ministerio de Salud (2021) indicó que la salud psicológica de los peruanos se ha visto afectada como consecuencia de los diversos escenarios y situaciones que les ha tocado vivir debido a la pandemia del COVID-19, la situación de peligro a la que han sido expuestos, así como la pérdida de sus seres queridos, familiares, amigos y conocidos, además del miedo a contagiarse, y si a ello se le suma el estar confinados en sus viviendas, su nivel de tensión y estrés se agrava mucho más. Asimismo, el uso de dispositivos electrónicos, especialmente smartphones, se ha incrementado excesivamente ocasionando una disminución en las capacidades de sociabilización, hecho que se ha incrementado durante la pandemia, lo que desencadena sentimientos como la melancolía, el mal humor, cólera, impaciencia, entre otros, lo que afecta la capacidad que tienen las personas para socializar con otras.

Después de haber identificado la problemática, se plantea la implementación de una cafetería lúdica a la cual se le ha denominado Ch'umpi, que es una palabra quechua que significa café. Nuestra propuesta ofrece un lugar donde los clientes y consumidores pueden acudir a consumir diversos tipos de bebidas, frías o calientes, así como una variedad de snacks, además de ofrecerles una variedad de juegos de mesa y de salón para que puedan jugar durante su estadía en nuestro establecimiento, proporcionándoles una agradable experiencia, en compañía de familiares o amigos, desconectándose de sus dispositivos electrónicos, ayudándoles a recobrar sus capacidades de socialización, reduciendo sus niveles de estrés y tensión, y mejorando su salud mental en general.

El análisis económico y financiero realizado al presente proyecto nos permitió obtener el VANE de S/68,670.94, el VANF equivalente a S/70,486.39, una TIRE de 48.17% y una TIRF de 62.54% cifras que permiten determinar que el proyecto es viable y rentable.

Capítulo 1

 **G02 - Food Truck desayunos saludables.docx** | G02 - Food Truck desayunos saludables
El documento proviene de mi grupo

Identificación del Problema u Oportunidad


Selección del problema o necesidad a resolver

La salud psicológica de los peruanos, de acuerdo con el Ministerio de Salud (2021), ha sido afectada debido a los diferentes episodios y situaciones que la enfermedad pandémica del COVID-19 ha generado en los últimos meses. La pérdida de familiares, amigos y conocidos, el miedo a ser contagiado, así como la sensación de incertidumbre ante un futuro incierto ocasionan un efecto negativo en nuestra salud emocional. Asimismo, se menciona que el Instituto Nacional de Salud Mental realizó un estudio para comprender cuál es el impacto que tiene la pandemia del COVID-19 en la salud mental de los residentes de la ciudad de Lima. El estudio demostró que el 52.2% de la población de la capital padece estrés en niveles que van desde el moderado hasta el severo, ocasionado fundamentalmente por problemas de salud, temas relacionados con la economía o asuntos familiares.

Según la agencia de noticias Andina (2021), el uso excesivo de tecnología (teléfonos móviles) tiende a reducir las habilidades sociales. Indica el artículo que durante la pandemia,

las comunicaciones interpersonales ya no son directas, sino que se realizan a través de los teléfonos móviles y que, como resultado del confinamiento social muchas personas ahora trabajan remotamente a través del uso de diversas plataformas tecnológicas o realizan otras actividades, como estudiar o simplemente buscan una distracción utilizando diversos dispositivos electrónicos. Asimismo, el uso excesivo de estos dispositivos puede generar ciertas patologías, especialmente para los niños, pudiendo ocasionar la pérdida de las capacidades de interrelacionarse socialmente, mostrando reacciones asociadas con la melancolía, cólera, mal humor o impaciencia hacia los demás miembros de la familia.

Después de analizar

 **10** **Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO).docx** | Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO)
El documento proviene de mi grupo

la información que ha sido expuesta en los párrafos anteriores, se han desarrollado tres hipótesis, las mismas que se describen a continuación:

- Hipótesis Nro. 1: Las personas sufren de estrés como consecuencia de las diversas circunstancias, muchas de ellas desfavorables, que han tenido que pasar debido a la pandemia del COVID-19.
- Hipótesis Nro. 2: Las personas están perdiendo sus capacidades de interrelacionarse socialmente debido principalmente al uso excesivo de los diversos dispositivos electrónicos.
- Hipótesis Nro. 3: Las personas necesitan contar con espacios o lugares donde puedan disfrutar de momentos agradables, compartirlos con amigos y familiares, relajarse y divertirse para poder tener una mejor salud emocional y mental.

Como resultado de la información recolectada y del análisis realizado a la misma, identificamos que las capacidades de interacción social entre las personas, de diversas edades, está siendo afectada por el uso excesivo de la tecnología y, además, las circunstancias generadas por la pandemia del COVID-19 han ocasionado que las personas vean afectada su salud mental, ocasionando un incremento en la incidencia del estrés, depresión, tristeza o ansiedad en ellas.

Validación del problema


Para la validación de la problemática que se ha identificado en el presente proyecto, se determinó realizar una breve encuesta a un pequeño grupo de 20 personas, hombres y mujeres que tienen entre 18 35 años, que residen en el distrito de Ica. Esta encuesta nos permitirá conocer si nuestras hipótesis son correctas o no. A continuación se detalla la lista de las preguntas que forman parte de la encuesta:

Gráfico 1 - Detalle de las preguntas de la encuesta

Fuente: Elaboración propia (2022)

A continuación se muestran los resultados obtenidos después del desarrollo de la encuesta por 20 personas para confirmar o validar la existencia del problema:

Tabla 1 - Pregunta Nro. 1 - Durante las últimas 4 semanas, ¿ha

 **11** **www.questionpro.com** | Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud mental para el cuestionario + plantilla de muestra
<https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health>

tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a su salud física?

Respuesta
Cantidad
Porcentaje


Si
7
35.00%

No
13
65.00%

Total
20
100.00%

Fuente: Elaboración propia (2022)


Gráfico 2 - Pregunta Nro. 1 - Durante las últimas 4 semanas, ¿ha

 **12** **www.questionpro.com** | Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud mental para el cuestionario + plantilla de muestra
<https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health>

tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a su salud física?

Fuente: Elaboración propia (2022)


El 65% de las personas que fueron encuestadas manifestaron que no han tenido ningún

 **13** **www.questionpro.com** | Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud mental para el cuestionario + plantilla de muestra
<https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health>

problema en su trabajo o en su vida diaria debido a

su salud, mientras que una minoría (35%) señaló que si ha tenido algún tipo de problema.

Tabla 2 - Pregunta Nro. 2 -


 **14** www.questionpro.com | Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud mental para el cuestionario + plantilla de muestra
<https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health>

Durante las últimas 4 semanas, ¿ha tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a algún problema emocional, como sentirse deprimido, triste o ansioso?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	15	75.00%
No	5	25.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 3 - Pregunta Nro. 2 -

 **15** www.questionpro.com | Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud mental para el cuestionario + plantilla de muestra
<https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health>

Durante las últimas 4 semanas, ¿ha tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a algún problema emocional, como sentirse deprimido, triste o ansioso?

Fuente: Elaboración propia (2022)

El 75.00% de los encuestados manifestó que si ha tenido algún problema emocional, como sentirse deprimido, triste o ansioso tanto en su trabajo o en su vida personal lo que les ha generado inconvenientes para el desarrollo normal de sus actividades. Este resultado evidencia que existe una gran mayoría de personas que presentan algún problema emocional que afecta durante el desarrollo de sus actividades diarias

Tabla 3 - Pregunta Nro. 3 - En general, ¿cómo calificaría su salud mental?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Excelente	1	5.00%
Buena	16	80.00%
Regular	3	15.00%
Mala		0.00%
Muy mala		0.00%
No estoy seguro		0.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 4 - Pregunta Nro. 3 - En general, ¿cómo calificaría su salud mental?

Fuente: Elaboración propia (2022)

El 80% de las personas que respondieron la encuesta indicaron que considera tener una salud mental "buena", el 15% indicó que es "regular" y un 5% señaló que es "excelente". A pesar de que las personas manifestaron tener algún tipo de trastorno emocional (ansiedad, tristeza, depresión), consideran en términos generales que tienen una buena salud mental.

Tabla 4 - Pregunta Nro. 4 - ¿Se ha sentido particularmente agotado, decaído o deprimido durante más de 2 semanas seguidas?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
-----------	----------	------------

Si	4	20.00%
----	---	--------

No	16	80.00%
----	----	--------

Total	20	100.00%
-------	----	---------

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 5 - Pregunta Nro. 4 - ¿Se ha sentido particularmente agotado, decaído o deprimido durante más de 2 semanas seguidas?

Fuente: Elaboración propia (2022)

El 80% de las personas encuestadas respondió que no se han sentido agotadas, decaídas o deprimidas por más de dos semanas seguidas. El 20% respondió que sí.

Tabla 5 - Pregunta Nro. 5 - Durante las últimas cuatro semanas, ¿con qué frecuencia su salud mental ha afectado sus relaciones?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
-----------	----------	------------

Muy seguido	0	0.00%
-------------	---	-------

Algunas veces	2	10.00%
---------------	---	--------

Pocas veces	7	35.00%
-------------	---	--------

Para nada	11	55.00%
-----------	----	--------

Total	20	100.00%
-------	----	---------

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 6 - Pregunta Nro. 5 - Durante las últimas cuatro semanas, ¿con qué frecuencia su salud mental ha afectado sus relaciones?

Fuente: Elaboración propia (2022)

El 45% de las personas encuestadas indicó que su salud mental ha afectado sus relaciones. Esto significa que casi la mitad de los encuestados ha tenido algún tipo de afectación en sus relaciones como consecuencia de su estado mental o emocional.

Tabla 6 - Pregunta Nro. 6 - ¿Cuántas horas duermes al día?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
-----------	----------	------------

Menos de 4 horas		
------------------	--	--

0.00%
Entre 4 y 6 horas
7
35.00%
Entre 7 y 9 horas
13
65.00%
Más de 9 horas
0.00%
Total
20
100.00%

Gráfico 7 - Pregunta Nro. 6 - ¿Cuántas horas duermes al día?

Fuente: Elaboración propia (2022)

El 65% de los encuestados indicó que duerme entre 7 y 9 horas al día, mientras que el 35% señaló que duerme entre 4 y 6 horas. Este resultado nos permite identificar que existe un desbalance en la cantidad de horas de descanso de las personas, lo cual se puede originar debido a un factor emocional.

Tabla 7 - Pregunta Nro. 7 - ¿Cómo es tu calidad de sueño?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Muy mala		
		0.00%
Mala	4	20.00%
Normal	10	50.00%
Buena	5	25.00%
Muy buena	1	5.00%
Total	20	100.00%

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 8 - Pregunta Nro. 7 - ¿Cómo es tu calidad de sueño?

Fuente: Elaboración propia (2022)

El 20% de las personas encuestadas indicó que tiene una mala calidad de sueño, el 50% señaló que considera tener un sueño normal, un 25% indicó que tiene una buena calidad de sueño y un 5% precisó que es muy buena. Si bien, el resultado demuestra que la gran mayoría de personas presente una calidad de sueño entre "normal" y "muy buena", aún se registra un porcentaje de personas que precisó tener una mala calidad de sueño, que podría tener sus orígenes en factores emocionales como el estrés, ansiedad o depresión.

Tabla 8 - Pregunta Nro. 8 - ¿Sabe qué es una cafetería lúdica?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	6	30.00%

No
14
70.00%

Total
20
100.00%

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 9 - Pregunta Nro. 8 - ¿Sabe qué es una cafetería lúdica?

Fuente: Elaboración propia (2022)

El 70% de las personas encuestadas manifestó desconocer que es una cafetería lúdica, mientras que el 30% indicó que si conoce de que se trata. Este resultado nos permite establecer que su desconocimiento también incluye desconocer los beneficios y ventajas que este tipo de cafetería les puede ofrecer.

Tabla 9 - Pregunta Nro. 9 - ¿Le interesaría asistir a una cafetería donde además de consumir pueda disfrutar de una variedad de juegos de mesa y de salón?

Respuesta
Cantidad
Porcentaje

Si
18
90.00%

No
2
10.00%

Total
20
100.00%

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 10 - Pregunta Nro. 9 - ¿Le interesaría asistir a una cafetería donde además de consumir pueda disfrutar de una variedad de juegos de mesa y de salón?

Fuente: Elaboración propia (2022)

Después de conocer los servicios que ofrece un café lúdico, el 90% los encuestados señaló su interés en asistir a un establecimiento como éste donde además de disfrutar de alimentos y bebidas, los asistentes pueden disfrutar de diversos juegos de mesa y de salón.

Tabla 10 - Pregunta Nro. 10 - ¿Le interesaría compartir este tipo de ambiente con familiares y amigos y dejar de usar durante ese tiempo sus dispositivos electrónicos?

Respuesta
Cantidad
Porcentaje

Si
18
90.00%

No
2
10.00%

Total
20
100.00%

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 11 - Pregunta Nro. 10 - ¿Le interesaría compartir este tipo de ambiente con familiares y amigos y dejar de usar durante ese tiempo sus dispositivos electrónicos?

Fuente: Elaboración propia (2022)

El 90% de las personas encuestadas manifestó estar interesadas en compartir los ambientes de un café lúdico con sus familiares y amigos disfrutar de un momento sin el uso de ningún dispositivo electrónico. Este resultado nos muestra que las personas desean contar con espacios que les ofrezcan actividades con las que puedan compartir y disfrutar momentos agradables y sin el uso de sus dispositivos electrónicos.

Después de haber planteado nuestras hipótesis y recolectada la información de las encuestas realizadas, la misma que ha sido tabulada y analizada, se ha determinado que la hipótesis: "Las personas necesitan contar con espacios o lugares donde puedan disfrutar de momentos agradables, compartirlos con amigos y familiares, relajarse y divertirse para poder tener una mejor salud emocional y mental" será la que se empleará para el desarrollo del presente trabajo. Esta hipótesis ha sido validada a través del desarrollo de la encuesta y puede ser considerada como una necesidad real a ser satisfecha.

Descripción del cliente

Según el "Ica Resultados Definitivos – Tomo IX" (INEI, 2018) el departamento de Ica registró 850,765 habitantes: 786,417 residentes de zonas urbanas y 64,348 residentes de zonas rurales. Asimismo, se identificó la distribución de la población del departamento por provincias: 391,519 habitantes en la provincia de Ica, 226,113 habitantes en Chincha, 150,744 habitantes en Pisco, 69,157 habitantes en Nasca y 13,232 habitantes en Palpa.

De acuerdo con el informe Niveles Socioeconómicos 2020 (APEIM, 2020), la población del departamento de Ica se distribuye, según el nivel socioeconómico al que pertenecen, de la siguiente manera: dentro de los niveles socioeconómicos A y B se encuentra el 10.7%, dentro del nivel socioeconómico C se ubica el 46.7%, en el nivel socioeconómico D se halla el 34.8% y en el nivel socioeconómico E se encuentra el 7.8% de la población iqueña respectivamente.

Gráfico 12 - Distribución de la población de Perú de acuerdo con el nivel socioeconómico al que pertenecen – Año 2020

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 13 - Distribución de la población de Perú por departamentos de acuerdo con su nivel socioeconómico – Año 2020

Fuente: Elaboración propia (2022)


Para el desarrollo del presente proyecto, se ha considerado como perfil de cliente a los habitantes de la ciudad de Ica, que viven en los distritos de Ica, La Tinguiña y Parcona y que se encuentra conformada por mujeres y varones de 18 a 35 años que se encuentran dentro de los NSE A, B y C.

A continuación se muestra el arquetipo de cliente para el proyecto Ch'umpi:

Gráfico 14 - Arquetipo de cliente del proyecto Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)


Capítulo 2

 **16** **G02 - Food Truck desayunos saludables.docx** | G02 - Food Truck desayunos saludables
El documento proviene de mi grupo


Diseño del Producto o Servicio Innovador

Aplicación de la metodología Design Thinking

Tim Brown (IDEO, 2020), presidente ejecutivo de la consultora internacional IDEO y uno de los "padres" del Design Thinking, indica que "El pensamiento de diseño es

 **17** **fourweekmba.com** | ¿Qué es la innovación continua y por qué es importante? FourWeekMBA
<https://fourweekmba.com/es/innovación-continua/>

un enfoque de innovación centrado en el ser humano que se basa en el conjunto de herramientas del diseñador para integrar las necesidades de las personas, las posibilidades de la tecnología y los requisitos para el éxito

 **18** **fourweekmba.com** | ¿Qué es la teoría Z? Teoría Z en pocas palabras - FourWeekMBA
<https://fourweekmba.com/es/teoría-z/>

empresarial".

Asimismo, menciona que el tener un pensamiento de diseñador puede modificar la manera en que las organizaciones pueden diseñar y elaborar productos, procesos, servicios o estrategias. El planteamiento del Design Thinking, conocido también como pensamiento de diseño, reúne lo que se puede considerar como deseado o deseable desde la perspectiva humana, considerando la factibilidad tecnológica, así como la viabilidad económica. Asimismo, facilita y ayuda a las personas que no cuentan necesariamente con las habilidades o capacidades de diseño para que puedan emplear herramientas creativas que les permitan enfrentar una gran variedad de desafíos

Gráfico 15 - Intersección donde vive el pensamiento de diseño o Design Thinking

Fuente: IDEO Design Thinking (2022)

No es posible establecer una definición única para el Design Thinking. Éste puede ser considerado como una idea, un método, una estrategia y hasta una manera en cómo se visualiza el mundo. El Design Thinking ha crecido a tal nivel que ha superado la individualidad de las personas, la complejidad de las organizaciones y la tecnología. Para la consultora internacional (IDEO, 2020) el Design Thinking es una manera en que se pueden resolver diversos tipos de problemas mediante el uso de la creatividad. Asimismo, precisa que éste no es un enfoque que se encuentra exento de errores o fallos y mucho menos es el único enfoque que se encuentra disponible, sin embargo, el Design Thinking ha tenido una gran relevancia y un gran impacto. El Design Thinking consta de un flujo clásico que se encuentra compuesto por cinco etapas:

Gráfico 16 – Las cinco etapas del Design Thinking

Fuente: OVTT: Observatorio Tecnológico de la Universidad de Alicante (2022)

Empatizar

En esta etapa se debe realizar una inmersión dentro de la situación o realidad del público objetivo o usuario con el objetivo de poder identificar cuáles son sus necesidades o problemas verdaderos y que en muchos casos no son claras o explícitas, así como también poder identificar cuáles son las emociones que motivan sus acciones.

Para realizar la primera fase del Design Thinking para el desarrollo de nuestro proyecto Ch'umpi se ha considerado emplear el mapa de empatía que es una herramienta que permite conocer a fondo a nuestro usuario pudiendo reconocer sus principales características psicográficas facilitando el proceso de conocimiento de qué es lo que ve, qué es lo que dice y qué es lo que hace, qué es lo que oye, qué es lo que piensa y qué es lo que siente. Para la elaboración del mapa de empatía se realizaron conversatorios casuales e

informales con algunas personas que cumplen con las características y atributos que fueron identificados para nuestro segmento o perfil de usuario. Durante estas conversaciones se pudo recolectar información relacionada con sus percepciones, reacciones, frustraciones, los trabajos o esfuerzos que realizan, así como sus deseos, entre otros datos. Después de recolectada la información descrita anteriormente, se pudo elaborar el mapa de empatía que se visualiza a continuación:

Gráfico 17 - Mapa de empatía del proyecto Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2021)

Definir

En la fase de definición se debe depurar, filtrar o seleccionar la información que ha sido recolectada en la fase anterior debiendo elegir y mantener aquella información que es relevante o valiosa para nuestro proyecto, se debe identificar cuáles son aquellas necesidades insatisfechas o problemas que requieren una solución.

Gráfico 18 - Definición de la necesidad o problema que satisfecerá Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)

Idear

La fase de ideación tiene como objetivo o propósito la concepción de un gran número de opciones, alternativas, propuestas o ideas que puedan ofrecer una alternativa o propuesta que permita satisfacer la necesidad o resolver el problema identificado anteriormente. Es importante que en esta etapa no se limite la generación de las ideas, no se realicen juicios de valor, no se descarten las propuestas por considerarlas como "ideas locas", ya que a veces las ideas más excéntricas o estrambóticas pueden ser el inicio de propuestas visionarias. En esta fase se debe promover y ejecutar actividades que fomenten el desarrollo del pensamiento divergente o expansivo.

Para el desarrollo de la fase de ideación de nuestro proyecto Ch'umpi se empleó la herramienta de la lluvia de ideas o Brainstorming.

Gráfico 19 - Brainstorming del proyecto Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2021)

Habiendo recolectado las ideas mediante el brainstorming y después de realizar una revisión de todas las ideas propuestas, se seleccionó las propuestas: "Asistir a un restaurante o local que ofrezca actividades relajantes" y "Utilizar juegos de mesa y piqueos con amigos y familiares". Entonces, tomando en cuenta estas propuestas, se plantea la implementación de un café lúdico donde las personas puedan disfrutar de bebidas y snacks, así como disfrutar de un juego de mesa durante su estadía en el establecimiento y mientras consumen sus alimentos y bebidas.

Prototipar

En la fase de prototipado del Design Thinking las ideas se transforman en una "realidad", es decir, se elabora un prototipo que servirá para realizar un ensayo, prueba o validación rápida que permita exponer la propuesta elaborada a los usuarios para su validación luego de lo cual se obtiene el feedback para identificar aquellos elementos o componentes que deberían mejorarse, cambiarse o eliminarse, proporcionando oportunidades de mejora que se pueden incluir en las siguientes versiones del prototipo para obtener una propuesta mucho más sólida y completa, pudiendo iterar esta fase la veces que sean necesarias.

Según el portal 15minutos.pe (2018), las cafeterías ya no solo son sitios donde las personas asisten para disfrutar de una conversación o de una buena lectura, en la actualidad estos lugares buscan proporcionar nuevas experiencias a sus clientes y consumidores de tal forma que disfruten una agradable taza de café, sino que también se diviertan con una variedad de juegos de mesa o incluso juegos de salón o videojuegos, a estos establecimientos se les conoce como café lúdico.

Como alternativa de solución, se propone la implementación de una cafetería lúdica en la ciudad de Ica, donde las personas, niños, jóvenes y adultos, familias enteras inclusive, puedan acercarse a disfrutar de diversos tipos de bebidas y alimentos, así como de una gran variedad de juegos de mesa, juegos de salón y sobre todo de un ambiente muy agradable, relajante y divertido

Para nuestro prototipo se consideró el diseño preliminar de nuestra página web, la misma que se muestra a continuación:

Gráfico 20 - Prototipo de la página web - página de inicio

Fuente: Elaboración propia (2021)

Gráfico 21 - Prototipo de la página web - formulario de contacto

Fuente: Elaboración propia (2021)

Evaluar

La fase de evaluación o de testeo nos permite realizar las pruebas de nuestro prototipo por parte de los usuarios o beneficiarios que identificamos inicialmente para nuestro proyecto. Esta etapa es relevante porque su resultado nos permitirá identificar cuáles pueden ser aquellas mejoras que deben realizarse a nuestro prototipo, hallar posibles errores o fallas en algún punto de nuestro proceso, servicio o producto, reconocer carencias u omisiones que no fueron consideradas inicialmente, en resumen, nos ayudará a poder evolucionar de manera incremental nuestra propuesta hasta lograr transformarla en una propuesta de solución que satisfaga las necesidades o resuelva los problemas de nuestros usuarios o beneficiarios.

Dentro de la evaluación que se realizó a nuestra propuesta, se compartió el prototipo de nuestra página web con algunas personas que cumple con el perfil de nuestros clientes y se les preguntó qué les parecía la idea de la cafetería lúdica y el diseño de nuestra página web. A continuación se describen las principales observaciones:

- Se debería colocar el logotipo de la empresa.
- Se deberían colocar más imágenes de los espacios y ambientes del establecimiento.
- Una buena opción es incluir una lista de los juegos disponibles en el local.
- Se debería incluir los tipos de productos que se pueden adquirir en el local.

Características del producto o servicio innovador validado

Después de haber recibido el feedback de nuestro prototipo, se considerarán algunas de las propuestas realizadas para ser incluidas dentro del diseño y contenido de nuestra

página web. Entre las principales características de nuestra propuesta de implementar un café lúdico, se tienen las siguientes:

- El establecimiento operará como una cafetería, que ofrecerá una variedad de bebidas frías y calientes, así como de bocaditos, snacks, piqueos, entre otros.
- El aspecto diferenciador de nuestro servicio será poner a disposición de nuestros clientes, sin ningún tipo de costo adicional, una variedad de juegos de mesa para que puedan ser utilizados por ellos mientras se encuentran en el establecimiento para que puedan, primero, desconectarse de sus teléfonos móviles o cualquier otro dispositivo electrónico y segundo disfrutar de un agradable momento jugando con sus acompañantes.
- El establecimiento contará con una música de fondo, ligera y agradable para que no interrumpa las conversaciones e interacciones de los clientes.
- Se utilizarán dispositivos electrónicos para la toma de los pedidos y emisión de los comprobantes de pago.
- Se habilitará la posibilidad de realizar reservaciones desde nuestra página web, para espacios más privados dentro del establecimiento, especialmente diseñados para la realización de algún evento particular.
- Para fomentar la participación de las actividades lúdicas con los juegos disponibles, se desarrollarán concursos y campeonatos basado en algunos de los juegos favoritos de los clientes.

Capítulo 3

19

G02 - Food Truck desayunos saludables.docx | G02 - Food Truck desayunos saludables

El documento proviene de mi grupo

Elaboración del Modelo de Negocio

Definición de la propuesta de valor del negocio

Según (Osterwalder et al., 2015), el mapa (de la propuesta) de valor permite describir de una forma mucho más precisa y estructurada cuáles son las características para delimitar la propuesta de valor propia del modelo de negocio que se desea proponer. El mapa (de la propuesta) de valor contiene diversas secciones: productos y servicios, creadores de ganancias y aliviadores de frustraciones. Por otro lado, el perfil (del segmento de cliente) explica con mayor detalle y de manera mucho más estructurada y organizada cuál es el segmento de clientes que atenderá el modelo de negocio propuesto, dividiendo este segmento en alegrías, trabajos y frustraciones. El encaje entre ambas secciones se logra cuando el mapa (de la propuesta) de valor coincide y corresponde con el perfil de cliente, así como cuando los productos o servicios que se ofrecen proporcionan creadores de alegrías y aliviadores de frustraciones que corresponden con alguno de los trabajos. En el siguiente gráfico se puede visualizar el Lienzo de la Propuesta de Valor de nuestro proyecto Ch'umpi:

Gráfico 22 - Lienzo de la Propuesta de Valor de Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)

Elaboración del lienzo de modelo de negocio

Según (Osterwalder et al., 2011) un modelo de negocio es “un modelo que

20

tesis.usat.edu.pe

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1384/1/TL_ChugnaBravoFiorela.pdf

describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y

21

tesis.usat.edu.pe

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1271/1/TL_AliagaCamachoRocio_EstevesVasquezKris.pdf.pdf

capta valor”.

Asimismo, señala que la mejor alternativa para poder construir un modelo (de negocio) es fraccionarlo en nueve segmentos elementales que vienen a representar las principales variables del negocio. Estos segmentos son los que se incluyen dentro del Business Model Canvas o Lienzo de Modelo de Negocio. En su sección derecha, el lienzo centra su atención en los clientes o también conocidos como factores externos, mientras que en su sección izquierda, se concentra en la empresa o los factores internos y hacia el centro del lienzo se describe la propuesta de valor del negocio que opera como un elemento conector o de intercambio entre el cliente y el negocio.

Gráfico 23 - Business Model Canvas del proyecto Café Lúdico Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)

Descripción del prototipo de lanzamiento

Como parte de la elaboración del prototipo para el café lúdico Ch'umpi se plantea el diseño de una página web que permita mostrar la propuesta de diseño de la cafetería desde donde se podrá mostrar su información, los productos y servicios que ofrecemos, además también se mostrará el formulario mediante el cual los clientes podrán registrar sus datos y reservar los espacios de cowork. Asimismo, se mostrarán algunas imágenes de personas

Gráfico 24 - Página principal de la página web de Café Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 25 - Página con la descripción de los juegos disponibles en el Café Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 26 - Blog de Café Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 27 - Ejemplo del momento del juego en el café lúdico

Fuente: El Comercio (2020)

Validación del Modelo de Negocio

Aplicación de la metodología Lean Startup

Según (Pérez, 2020) la metodología Lean Startup fue un concepto que desarrolló Eric Ries en el año 2008, presentándolo en el libro de su autoría titulado “El método Lean Startup. Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua”, aunque se basa en las teorías que provienen del Lean Manufacturing que fueron implementadas en la fábrica de automóviles Toyota de Japón. La propuesta principal de este concepto es la reducción del tiempo y los costos asociados a la formación de una empresa, una empresa emergente o startup, un producto, un servicio, etc. mediante el desarrollo de una hipótesis y la experimentación iterativa. El concepto principal que propone esta metodología consiste en iniciar teniendo como punto de referencia que se desconoce qué es lo que verdaderamente desean o necesitan los potenciales clientes, usuarios o beneficiarios, considerando inclusive que es probable que ni ellos realmente lo sepan. Para poder emplear adecuadamente esta metodología se debe seguir tres etapas, fases o pasos que se encuentran planteados como parte integral de un círculo inacabable y que se encuentra en un movimiento permanente, que son la característica principal de esta metodología: crear, medir y aprender.

Gráfico 29 - Fases de la metodología Lean Startup

Fuente: Lanzadera (2022)

La metodología Lean Startup permite ahorrar tiempo y recursos económicos y además ayudará a probar o testear nuestra propuesta mediante un producto mínimo viable o MVP, que viene a ser un producto o servicio que aún no se encuentra completamente terminado, para validar si éste tiene aceptación por parte de los usuarios o beneficiarios que forman parte de nuestro segmento de mercado, obteniendo resultados de esta validación los cuales permitirán la toma de decisiones respecto a la continuidad del proyecto o la necesidad de pivotear.

De acuerdo con el portal web de ABANCA innova (2018), las métricas o los Key Performance Indicators, también conocidos como KPI's, son la base fundamental a partir de las cuáles se tomarán las decisiones. Asimismo, menciona que, desde el punto de vista del Lean Startup, la clave principal de la innovación proviene de la creación, la medición y la iteración constante no siendo posible eliminar o prescindir de alguno de estos tres pilares fundamentales de la metodología Lean Startup. Entre los KPI's que se medirán en nuestro proyecto, se consideran los siguientes:

- Tasa de activación: Este indicador mide el porcentaje de conversión que se tiene para pasar a un interesado a ser un potencial cliente que adquiera nuestros productos o servicios.
- Engagement o retención: Este indicador permite medir la tasa de recompra, es decir, las veces que un cliente vuelve a adquirir nuestros productos o servicios.
- Costo de adquisición de cliente (CAC): Este indicador es uno de los más relevantes y permite medir cuánto cuesta, económicamente, captar o atraer un nuevo cliente en un determinado período, es decir, cuánto dinero se debe invertir para captar un nuevo cliente.
- Ciclo de vida de cliente: Este indicador permite determinar cuál es el margen de ingresos que se puede obtener por cada cliente durante todo el período que podría adquirir nuestros productos o servicios.

Crear

En esta etapa se elaboró el Lean Canvas del proyecto, que es una herramienta que se emplea como parte de la metodología Lean Startup para mostrar el modelo de negocio de organizaciones o empresas que se encuentran en una etapa inicial o incipiente para poder describir y establecer con mayor precisión el segmento de cliente al cual se dirigen nuestros productos y servicios, cuál es la oferta única de valor que ofrecemos y con ello poder diseñar nuestro prototipo.

Gráfico 30 - Lean Canvas del proyecto Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)

Después de la elaboración del Lean Canvas de nuestro proyecto, se desarrolló el producto mínimo viable basado en nuestro primer prototipo. Se desarrolló el prototipo de nuestra página web donde se muestra la información general respecto al café lúdico Ch'umpi, así como muestra las imágenes de algunos de los juegos de mesa que se encontrarían disponibles en el local para que los clientes puedan solicitarlos para jugarlos con sus familiares o amigos disfrutando de las bebidas y snacks y ofrecemos. Asimismo, nuestra página web contará con un blog en el que se publicarán artículos relacionados con el giro del negocio, así como información sobre los juegos y las actividades que se vayan realizando en nuestro local.

Gráfico 31 - Página de inicio o bienvenida de café Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 32 - Catalogo de algunos de los juegos de mesa que estarán disponibles en nuestro local

Fuente: Elaboración propia (2022)

Gráfico 33 - Página del blog de Café Ch'umpi

Fuente: Elaboración propia (2022)

Medir

Después de haber elaborado el producto mínimo viable, el prototipo de nuestra página web fue mostrado a un grupo reducido de 15 personas que tienen características similares a nuestro perfil de clientes, siendo ellos potenciales clientes para nuestra propuesta, para que puedan visualizar la información que se muestra en el prototipo de nuestra página web para que luego puedan proporcionar sus comentarios y apreciaciones respecto al modelo de cafetería lúdica propuesto. A continuación se describen las apreciaciones más relevantes:

- Se sugirió que el establecimiento se ubique en una zona relativamente céntrica y que además disponga el espacio suficiente como para que no se sienta esa sensación de estar en una cafetería pequeña o con un espacio reducido.
- Se sugirió incluir dentro de la variedad de juegos de mesa y de salón, juegos que sean novedosos, divertidos y entretenidos, pero no tan complicados de jugar.
- Se recomendó contar con cierta variedad de bebidas y snacks disponibles para ser consumidos durante la estadía de los clientes y, de ser posible, incluir la carta o menú dentro

de la página web.

- Se recomendó incluir dentro del WhatsApp de la cafetería el menú de bebidas y snacks para que los clientes puedan visualizarla inclusive antes de ir al local.
- Mencionaron que la información incluida dentro de la web es resumida pero comprensible, y sugirieron que si se va a habilitar la opción de chat en línea, éste sea atendido y respondido oportunamente, ya que si no se responde con cierta rapidez dicho chat, carece de sentido contar con esa herramienta desde la página web.
- Recomendaron incluir los horarios de atención en la página web y también disponer de una opción que permita realizar reservaciones.

Aprender

Después de haber presentado el prototipo de nuestra página web y haber recibido los comentarios, sugerencias y recomendaciones, descritas en el punto anterior, se pudo comprobar que hay oportunidades de mejora relacionadas con la mejora en el contenido de la página web. Asimismo, se pudo verificar que la propuesta de nuestro café lúdico Ch'umpi ha tenido aceptación y ha sido considerada como una buena alternativa para pasar un agradable momento de sana diversión y disfrute en compañía de familiares y amigos. Por otro lado, las consideraciones referidas a la posible ubicación del establecimiento, así como del espacio que debería tener y la posible distribución del layout serán tomadas en cuenta para el desarrollo de una siguiente etapa de desarrollo del proyecto.

Descripción del modelo de negocio validado

La propuesta del modelo de negocio de la cafetería lúdica Ch'umpi ha tenido aceptación por parte de los potenciales clientes quienes se mostraron interesados en poder asistir a un lugar donde no solo podrán consumir bebidas y snacks, sino que además podrán disfrutar de diversos juegos de mesa y de salón y sobre todo porque es una propuesta diferente a las que ofrecen las diversas cafeterías o fuentes de soda que pueden existir en la ciudad de Ica, lo cual les parece atractivo e interesante, considerándolo como un lugar al cual puede acudir con toda la familia a pasar un agradable momento de diversión. Por otro lado, respecto a la validación del prototipo mostrado, se identificaron recomendaciones y sugerencias que deberán ser incluidas dentro de la página web, pero que no representan un cambio o afectación a nuestra propuesta de valor y nuestro modelo de negocio, lo cual nos permite prever que la cafetería lúdica Ch'umpi puede tener una alta probabilidad de atracción de clientes.

El modelo de negocio propuesto validado continúa siendo la de ofrecer a nuestros clientes un agradable lugar donde pueden acudir con familiares y amigos a disfrutar de bebidas, frías o calientes, así como de diversos tipos de snacks y además de ello, ofrecerles, sin ningún tipo de costo adicional, diversos tipos de juegos de mesa para que puedan jugarlos durante su estadía en el establecimiento. Eventualmente, cuando el posicionamiento de nuestra cafetería lúdica se mayor, se podrán organizar competencias con determinados tipos de juegos para impulsar aún más la asistencia a nuestro local y el consumo de nuestros productos y servicios. Asimismo, como parte de la premiación de estas competencias, se ofrecerían vales de consumo y descuentos, así como algunos premios de menor cuantía para los ganadores de los tres primeros lugares para cada tipo de categoría o juego.

Capítulo 5

Análisis de la Rentabilidad

Determinación del punto de equilibrio

Para poder determinar el punto de equilibrio se debe tener en cuenta los productos o servicios que se comercializarán en nuestro establecimiento, así como los costos fijos y los costos variables relacionados con la operación del negocio. A continuación, en las siguientes tablas se muestra la información relacionada a ellos:

Tabla 11 - Detalle de la Inversión fija tangible

Inversión Fija Tangible

Detalle

Cantidad

Costo Unitario

Costo Total

Terrenos e inmuebles

Diseño y acondicionamiento del local

1

S/ 1,100.00

S/ 1,100.00

Maquinaria y equipo

Balanza

1

S/ 240.00

S/ 240.00

Batidora

1

S/ 170.00

S/ 170.00

Cafetera

2

S/ 320.00

S/ 640.00

Cocina

1

S/ 1,300.00

S/ 1,300.00

Computadoras

3

S/ 2,100.00

S/ 6,300.00

Congeladora

1

S/ 1,700.00

S/ 1,700.00

Horno microondas

1

S/ 500.00

S/ 500.00

Licuadaora

2

S/ 550.00

S/ 1,100.00

Refrigerador

1

S/ 1,800.00

S/ 1,800.00

Muebles y enseres

ÂAndamio para cocina

2

S/ 1,350.00

S/ 2,700.00

Escritorio Malta 4 cajones Carvalho Claro

3

S/ 350.00

S/ 1,050.00

Mesas

10

S/ 135.00

S/ 1,350.00

Sillas

40

S/ 45.00

S/ 1,800.00

Juegos de mesa

35

S/ 70.00

S/ 2,450.00

Mesa de acero

2

S/ 800.00

S/ 1,600.00

Sillas giratorias - Ginebra

3

S/ 200.00

S/ 600.00

Tacho para la basura

3

S/ 45.00

S/ 135.00

Ventiladores

3

S/ 100.00

S/ 300.00

Seguridad

Botiquín

1

S/ 70.00

S/ 70.00

Cámaras de seguridad

2

S/ 380.00

S/ 760.00

Extintor

2

S/ 155.00
S/ 310.00

Otros activos tangibles

1
S/ 1,500.00
S/ 1,500.00

Total de Inversión Fija Tangible

S/ 29,475.00

Fuente: Elaboración propia (2022)

La inversión fija tangible para la implementación de la cafetería lúdica Ch'umpi asciende a S/29,475.00 y se encuentra conformada por los costos en los que se debe incurrir para el acondicionamiento del local donde funcionará la cafetería, la adquisición de los equipos y maquinarias para la preparación de los alimentos y bebidas, así como de los equipos de cómputo, la compra de los muebles y enseres, entre otros.

Tabla 12 - Detalle de la Inversión fija intangible
Inversión Fija Intangible

Detalle
Costo Total

Búsqueda del nombre
S/ 7.00

Capacitaciones
S/ 1,200.00

Certificado de Defensa Civil
S/ 280.00

Elaboración de minuta y escritura pública
S/ 25.00

Estudio del Pre-inversión
S/ 1,300.00

Garantía de alquiler
S/ 1,200.32

Licencias
S/ 495.00

Otros activos intangibles
S/ 145.00

Registro de marca
S/ 535.00

Software a medida
S/ 600.00

Estudio de mercado
S/ 500.00

Total de Inversión Fija Intangible
S/ 6,287.32

Fuente: Elaboración propia (2022)

La inversión fija intangible asciende a S/6,287.32 y se encuentra conformada por aquellos costos en los que se debe incurrir para la constitución de la empresa, la gestión y obtención de las licencias de funcionamiento, el registro de marca, la adquisición del software, entre otros.

Tabla 13 - Detalle de productos a ofrecer

Producto
Precio con IGV
Precio sin IGV

Triple palta, jamón y tomate
S/ 7.00
S/ 5.93

Batido de fresa y avena
S/ 11.00
S/ 9.32

Parfait de frutas
S/ 9.00
S/ 7.63

Wrap de verduras y pollo

S/ 8.00
S/ 6.78

Ensalada de fruta

S/ 10.00
S/ 8.47

Torta de Chocolate

S/ 11.00
S/ 9.32

Galletas

S/ 6.00
S/ 5.08

Café americano

S/ 5.00
S/ 4.24

Capuchino

S/ 6.00
S/ 5.08

Café espresso

S/ 4.00
S/ 3.39

Café con chocolate

S/ 8.00
S/ 6.78

Fuente: Elaboración propia (2022)

En la tabla anterior se muestra el detalle de los precios de venta, con y sin IGV, de los productos que elaboraremos y comercializaremos en nuestro establecimiento.

 **repositorio.ug.edu.ec**
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16901/3/TESIS%20AGUILAR%20RIZZO%20CARLOS.pdf.txt>

En la siguiente tabla se muestra el detalle de los

costos unitarios de cada uno de los productos alimenticios y bebidas que ofreceremos:

Tabla 14 - Detalle de los costos unitarios y precio de venta de los productos

Descripción	Costo unitario	Precio (con IGV)
Triple palta, jamón y tomate	S/ 1.80	S/ 7.00
Batido de fresa y avena	S/ 2.85	S/ 11.00
Parfait de frutas	S/ 2.30	S/ 9.00
Wrap de verduras y pollo	S/ 1.88	S/ 8.00
Ensalada de fruta	S/ 2.59	S/ 10.00
Torta de Chocolate	S/ 2.69	S/ 11.00
Galletas	S/ 1.43	S/ 6.00
Café americano	S/ 1.15	S/ 5.00
Capuchino	S/ 1.60	S/ 6.00
Café espresso	S/ 1.12	S/ 4.00

Café con chocolate
S/ 1.90
S/ 8.00

Fuente: Elaboración propia (2022)

A continuación se muestra el detalle de los costos fijos en los que se consideran el costo de alquiler del establecimiento donde funcionará la cafetería lúdica, los costos del personal, materiales de limpieza, gastos de marketing, servicios públicos, entre otros:

Tabla 15 - Detalle de los

24	
ADM - Panes con cereales andinos Ver. 2023 (1) (1).docx ADM - Panes con cereales andinos Ver. 2023 (1) (1)	
El documento proviene de mi grupo	
costos fijos	
Costos Fijos	
Detalle	
Cantidad	
CU	
Costo Mensual	
Anual	
25	
Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO).docx Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO)	
El documento proviene de mi grupo	
Alquiler de local	
1	
S/ 1,200.00	
S/ 1,200.00	
S/ 14,400.00	
Ayudante de cocina	
1	
S/ 1,200.32	
S/ 1,200.32	
S/ 14,403.84	
Community Manager	
1	
S/ 1,399.79	
S/ 1,399.79	
S/ 16,797.44	
Gastos de marketing	
1	
S/ 170.00	
S/ 170.00	
S/ 2,040.00	
Gerente General - Administrador	
1	
S/ 1,986.45	
S/ 1,986.45	
S/ 23,837.44	
Internet y teléfono	
1	
S/ 180.00	
S/ 180.00	
S/ 2,160.00	
Encargado de cocina	
1	
S/ 1,517.12	
S/ 1,517.12	
S/ 18,205.44	
Materiales de limpieza	
1	
S/ 400.00	
S/ 400.00	
S/ 4,800.00	
Otros gastos / imprevistos	
1	
S/ 275.00	
S/ 275.00	
S/ 3,300.00	
Pago de contador	
1	

S/ 250.00
S/ 250.00
S/ 3,000.00

Personal de limpieza

1
S/ 1,200.32
S/ 1,200.32
S/ 14,403.84

Servicios públicos

1
S/ 240.00
S/ 240.00
S/ 2,880.00

Total
S/ 120,228.00

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 16 - Detalle de los costos de venta

Costo de Ventas

Detalle
Cantidad
CU
Costo Anual

Triple palta, jamón y tomate
2,525
S/ 1.80
S/ 4,532.38

Batido de fresa y avena
4,533
S/ 2.85
S/ 12,919.05

Parfait de frutas
2,367
S/ 2.30
S/ 5,453.57

Wrap de verduras y pollo
2,826
S/ 1.88
S/ 5,301.58

Ensalada de fruta
3,633
S/ 2.59
S/ 9,409.47

Torta de Chocolate
3,557
S/ 2.69
S/ 9,561.22

Galletas
2,774
S/ 1.43
S/ 3,966.82

Café americano
3,025
S/ 1.15
S/ 3,478.75

Capuchino
4,153
S/ 1.60
S/ 6,644.80

Café espresso
3,187
S/ 1.12
S/ 3,569.44

Café con chocolate
3,216
S/ 1.90
S/ 6,110.40

Total
35,796
S/ 1.98
S/ 70,947.47

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 17 - Detalle de punto de equilibrio por tipo de producto

Punto de Equilibrio

Descripción



26

Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO).docx | Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO)

El documento proviene de mi grupo

Precio de venta

CVU

Margen de Contribución

% Participación

Margen de Contribución Ponderada

Costo Fijo

Factor

Punto de equilibrio

por producto en unidades

Punto de equilibrio por producto en soles

Triple palta, jamón y tomate

S/ 7.00

S/ 1.80

S/ 5.21

7.05%

S/ 0.37

S/ 120,228.00

S/ 20,384.85

1,438

S/ 10,066.00

Batido de fresa y avena

S/ 11.00

S/ 2.85

S/ 8.15

12.66%

S/ 1.03

S/ 120,228.00

S/ 20,384.85

2,581

S/ 28,391.00

Parfait de frutas

S/ 9.00

S/ 2.30

S/ 6.70

6.61%

S/ 0.44

S/ 120,228.00

S/ 20,384.85

1,348

S/ 12,132.00

Wrap de verduras y pollo

S/ 8.00

S/ 1.88

S/ 6.12

7.89%

S/ 0.48

S/ 120,228.00

S/ 20,384.85

1,609

S/ 12,872.00

Ensalada de fruta

S/ 10.00

S/ 2.59

S/ 7.41

10.15%

S/ 0.75

S/ 120,228.00

S/ 20,384.85

2,069
S/ 20,690.00

Torta de Chocolate

S/ 11.00
S/ 2.69
S/ 8.31
9.94%
S/ 0.83
S/ 120,228.00
S/ 20,384.85
2,026
S/ 22,286.00

Galletas

S/ 6.00
S/ 1.43
S/ 4.57
7.75%
S/ 0.35
S/ 120,228.00
S/ 20,384.85
1,580
S/ 9,480.00

Café americano

S/ 5.00
S/ 1.15
S/ 3.85
8.45%
S/ 0.33
S/ 120,228.00
S/ 20,384.85
1,723
S/ 8,615.00

Capuchino

S/ 6.00
S/ 1.60
S/ 4.40
11.60%
S/ 0.51
S/ 120,228.00
S/ 20,384.85
2,365
S/ 14,190.00

Café espresso

S/ 4.00
S/ 1.12
S/ 2.88
8.90%
S/ 0.26
S/ 120,228.00
S/ 20,384.85
1,815
S/ 7,260.00

Café con chocolate

S/ 8.00
S/ 1.90
S/ 6.10
8.98%
S/ 0.55
S/ 120,228.00
S/ 20,384.85
1,831
S/ 14,648.00

TOTAL

S/ 5.90

20,385
S/ 160,630.00

Fuente: Elaboración propia (2022)

Enero
Febrero
Marzo
Abril
Mayo
Junio
Julio
Agosto
Setiembre
Octubre
Noviembre
Diciembre
Total

Triple palta, jamón y tomate

157
157
187
171
187
196
270
227
196
214
257
306
2,525

Batido de fresa y avena

301
301
346
324
346
364
484
419
364
389
463
432
4,533

Parfait de frutas

142
142
171
160
171
185
256
218
185
203
241
293
2,367

Wrap de verduras y pollo

182
182
212
196
212
221
295
252
221
239
283
331
2,826

Ensalada de fruta

211
211
263
236
263
279
403

331
279
310
383
464
3,633

Torta de Chocolate

205
205
257
230
257
272
398
324
272
302
376
459
3,557

Galletas

184
184
209
196
209
227
297
254
227
239
283
265
2,774

Café americano

203
203
232
220
232
247
317
275
247
263
302
284
3,025

Capuchino

284
266
317
301
317
326
414
360
326
360
414
468
4,153

Café espresso

229
214
254
239
254
263
328
284
263
284
328
247
3,187

Café con chocolate


220
220
247

238
247
263
333
292
263
275
317
301
3,216

Total
2,318
2,285
2,695
2,511
2,695
2,843
3,795
3,236
2,843
3,078
3,647
3,850
35,796

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 19 - Proyección de ventas mensuales (Año 1) en soles
Descripción

 **Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO).docx** | Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO)
El documento proviene de mi grupo

- Enero
- Febrero
- Marzo
- Abril
- Mayo
- Junio
- Julio
- Agosto
- Setiembre
- Octubre
- Noviembre
- Diciembre
- Total

Triple palta, jamón y tomate
S/ 931
S/ 931
S/ 1,109
S/ 1,014
S/ 1,109
S/ 1,163
S/ 1,602
S/ 1,347
S/ 1,163
S/ 1,269
S/ 1,525
S/ 1,815
S/ 14,979

Batido de fresa y avena
S/ 2,806
S/ 2,806
S/ 3,225
S/ 3,020
S/ 3,225
S/ 3,393
S/ 4,512
S/ 3,906
S/ 3,393
S/ 3,626
S/ 4,316
S/ 4,027
S/ 42,257

Parfait de frutas
S/ 1,083
S/ 1,083
S/ 1,304

S/ 1,220
S/ 1,304
S/ 1,411
S/ 1,953
S/ 1,663
S/ 1,411
S/ 1,548
S/ 1,838
S/ 2,235
S/ 18,053

Wrap de verduras y pollo

S/ 1,234
S/ 1,234
S/ 1,437
S/ 1,329
S/ 1,437
S/ 1,498
S/ 2,000
S/ 1,708
S/ 1,498
S/ 1,620
S/ 1,919
S/ 2,244
S/ 19,159

Ensalada de fruta

S/ 1,788
S/ 1,788
S/ 2,229
S/ 2,000
S/ 2,229
S/ 2,364
S/ 3,415
S/ 2,805
S/ 2,364
S/ 2,627
S/ 3,246
S/ 3,932
S/ 30,788

Torta de Chocolate

S/ 1,911
S/ 1,911
S/ 2,396
S/ 2,144
S/ 2,396
S/ 2,536
S/ 3,710
S/ 3,020
S/ 2,536
S/ 2,815
S/ 3,505
S/ 4,279
S/ 33,158

Galletas

S/ 936
S/ 936
S/ 1,063
S/ 997
S/ 1,063
S/ 1,154
S/ 1,510
S/ 1,292
S/ 1,154
S/ 1,215
S/ 1,439
S/ 1,347
S/ 14,105

Café americano

S/ 860
S/ 860
S/ 983
S/ 932
S/ 983
S/ 1,047
S/ 1,343
S/ 1,165
S/ 1,047
S/ 1,114
S/ 1,280
S/ 1,203
S/ 12,818

Capuchino
S/ 1,444
S/ 1,353
S/ 1,612
S/ 1,531
S/ 1,612
S/ 1,658
S/ 2,105
S/ 1,831
S/ 1,658
S/ 1,831
S/ 2,105
S/ 2,380
S/ 21,117

Café espresso
S/ 776
S/ 725
S/ 861
S/ 810
S/ 861
S/ 892
S/ 1,112
S/ 963
S/ 892
S/ 963
S/ 1,112
S/ 837
S/ 10,803

Café con chocolate
S/ 1,492
S/ 1,492
S/ 1,675
S/ 1,614
S/ 1,675
S/ 1,783
S/ 2,258
S/ 1,980
S/ 1,783
S/ 1,864
S/ 2,149
S/ 2,041
S/ 21,803

Total en soles
S/ 15,261
S/ 15,119
S/ 17,894
S/ 16,611
S/ 17,894
S/ 18,898
S/ 25,519
S/ 21,679
S/ 18,898
S/ 20,494
S/ 24,433
S/ 26,341
S/ 239,042

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 20 - Proyección de ventas anuales



Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO).docx | Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO)

El documento proviene de mi grupo

para los primeros cinco años

Descripción
Año 1
Año 2
Año 3
Año 4
Año 5

Demanda estimada

35,796
36,870
37,977
39,117
40,291

Precio promedio ponderado

S/ 7.88
S/ 7.88


S/ 7.88
S/ 7.88
S/ 7.88

Ventas con IGV
S/ 282,069.00
S/ 290,532.02
S/ 299,255.07
S/ 308,238.16
S/ 317,489.16

Ventas Netas
S/ 239,041.53
S/ 246,213.57
S/ 253,605.99
S/ 261,218.78
S/ 269,058.61


Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 21 - Proyección de ventas y costos de ventas anuales para los primeros

 **ADM - Panes con cereales andinos Ver. 2023 (1) (1).docx** | ADM - Panes con cereales andinos Ver. 2023 (1) (1)
El documento proviene de mi grupo

cinco años

Descripción
Año 1
Año 2
Año 3
Año 4
Año 5

 **G15 - MOCCACAFE.FOOD.BOX.docx** | G15 - MOCCACAFE.FOOD.BOX
El documento proviene de mi grupo

Ventas

Netas
S/ 239,041.53
S/ 246,213.57
S/ 253,605.99
S/ 261,218.78
S/ 269,058.61

Costo de ventas
S/ 70,947.47
S/ 73,075.89
S/ 75,268.17
S/ 77,526.21
S/ 79,852.00

Fuente: Elaboración propia (2022)

Determinación de las necesidades de inversión

Para la implementación del café lúdico Ch'umpi se requiere contar con una inversión total de S/83,556.19, que se encuentra conformado por la inversión fija tangible equivalente a S/29,475.00, la inversión fija intangible ascendente a S/6,287.32 y el capital de trabajo por S/47,793.87. El importe de la inversión requerida será financiado mediante capital propio equivalente a S/48,556.19 (58.11%) y por aportes de terceros mediante un préstamo de una entidad financiera por S/35,000.00 (41.89%).

Tabla 22 – Estructura de inversión del proyecto Ch'umpi
Estructura de Inversión del Proyecto

Inversión Fija Tangible
S/ 29,475.00
35.28%

Inversión Fija Intangible
S/ 6,287.32
7.52%

Capital de Trabajo
S/ 47,793.87
57.20%

Inversión Total
S/ 83,556.19
100.00%

Tabla 23 -

Estructura de financiamiento del proyecto Ch'umpi

Estructura de Financiamiento del Proyecto

Aportes Propios

Denis Margarita Carbajal Cajamarca
 S/ 24,278.09
 29.06%

Mayra Janne Falcón Chalco
 S/ 24,278.09
 29.06%

Total de Aportes Propios
 S/ 48,556.19
 58.11%

Aporte de Terceros

Préstamo bancario
 S/ 35,000.00
 41.89%

Total de Aportes de Terceros
 S/ 35,000.00
 41.89%

Inversión Total
 S/ 83,556.19
 100.00%

El capital de trabajo se encuentra conformado por todos aquellos costos que requieren ser cubiertos durante los primeros tres meses de operaciones de la empresa, hasta que el negocio pueda generar los ingresos necesarios para solventar los costos de operación. El importe total del capital de trabajo requerido para los tres primeros meses asciende a S/47,793.87.

Tabla 24 - Detalle del capital de trabajo requerido para el proyecto Ch'umpi

Capital de Trabajo

Descripción

- Mes 1
- Mes 2
- Mes 3
- Total

Costos Fijos

Alquiler de local

S/ 1,200.00
 S/ 1,200.00
 S/ 1,200.00
 S/ 3,600.00

Ayudante de cocina

S/ 1,200.32
 S/ 1,200.32
 S/ 1,200.32
 S/ 3,600.96

Community Manager

S/ 1,399.79
 S/ 1,399.79
 S/ 1,399.79
 S/ 4,199.36

Gastos de marketing

S/ 170.00
 S/ 170.00
 S/ 170.00

S/ 510.00

Gerente General - Administrador

S/ 1,986.45

S/ 1,986.45

S/ 1,986.45

S/ 5,959.36

Internet y teléfono

S/ 180.00

S/ 180.00

S/ 180.00

S/ 540.00

Encargado de cocina

S/ 1,517.12

S/ 1,517.12

S/ 1,517.12

S/ 4,551.36

Materiales de limpieza

S/ 400.00

S/ 400.00

S/ 400.00

S/ 1,200.00

Otros gastos / imprevistos

S/ 275.00

S/ 275.00

S/ 275.00

S/ 825.00

Pago de contador

S/ 250.00

S/ 250.00

S/ 250.00

S/ 750.00

Personal de limpieza

S/ 1,200.32

S/ 1,200.32

S/ 1,200.32

S/ 3,600.96

Servicios públicos

S/ 240.00

S/ 240.00

S/ 240.00

S/ 720.00

Costos Variables

Costo de ventas

S/ 5,912.29

S/ 5,912.29

S/ 5,912.29

S/ 17,736.87

Total

S/ 47,793.87

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 25 – Detalle del flujo de caja proyectado para el proyecto Ch'umpi

34 Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO).docx Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO)	
El documento proviene de mi grupo	
Descripción	
Año 0	
Año 1	
Año 2	
Año 3	
Año 4	
Año 5	
Inversión fija tangible	
S/	
29,475.00	
Inversión fija intangible	
S/	
6,287.32	

Capital de trabajo
S/ 47,793.87

Total de Inversiones
S/ 83,556.19

Proyección de Ingresos

S/ 239,041.53
S/ 246,213.57
S/ 253,605.99
S/ 261,218.78
S/ 269,058.61

Costos variables operativos

S/ 70,947.47
S/ 73,075.89
S/ 75,268.17
S/ 77,526.21
S/ 79,852.00

MC (Margen de contribución)

S/ 168,094.06
S/ 173,137.68
S/ 178,337.82
S/ 183,692.57
S/ 189,206.62

(-) Gastos Operativos

Gastos de administración

S/ 76,638.72
S/ 76,638.72
S/ 76,638.72
S/ 76,638.72
S/ 76,638.72

Gastos de ventas

S/ 43,589.28
S/ 43,589.28
S/ 43,589.28
S/ 43,589.28
S/ 43,589.28



Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO).docx | Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO)

El documento proviene de mi grupo

Depreciación

S/ 2,750.00
S/ 2,750.00
S/ 2,750.00
S/ 2,750.00
S/ 2,750.00

Impuesto a la Renta

(10 %)

S/ 3,946.91
S/ 4,643.58
S/ 5,394.36
S/ 6,071.46
S/ 6,622.86

Flujo De Caja Económica

-S/ 83,556.19
S/ 41,169.15
S/ 45,516.11
S/ 49,965.46
S/ 54,643.11
S/ 59,605.75

Capital financiado

S/ 35,000.00

Gastos financieros

S/ 5,646.98
S/ 3,723.90
S/ 1,416.21

Amortización

S/ 9,615.38
S/ 11,538.46
S/ 13,846.15

Flujo De Caja Financiero

-S/ 48,556.19
S/ 25,906.79
S/ 30,253.74
S/ 34,703.10
S/ 54,643.11
S/ 59,605.75

Fuente: Elaboración propia (2022)

Evaluación económica y financiera

Para poder realizar el cálculo de los indicadores financieros (VAN y TIR), primero se debe realizar el cálculo del costo promedio ponderado de capital, cuyo resultado fue de 18.00%:

Tabla 26 – Costo promedio ponderado de capital del proyecto Ch'umpi

36		Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO).docx Proy. Productos elaborados con Aloe vera (FINAL SUSTENTO)	
		El documento proviene de mi grupo	
WACC			
Importe			
Estructura A/Total			
Costo Anual			
Costo de Capital			
D(1-t)			
Préstamo Bancario			
S/			
35,000.00			
41.89%			
20.00%			
8.38%			
7.54%			
Capital Propio			
S/ 48,556.19			
58.11%			
18.00%			
10.46%			
10.46%			
Total Aportado			
S/ 83,556.19			
100.00%			
-			
18.84%			
18.00%			

Fuente: Elaboración propia (2022)

Para realizar el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se debe hacer uso de la fórmula que se muestra a continuación:

Después de aplicar la fórmula, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 27 – VAN económico y financiero del proyecto Ch'umpi

Valor Actual Neto Económico
S/68,670.94

Valor Actual Neto Financiero
S/70,486.39

Fuente: Elaboración propia (2022)

Como se observa en la tabla anterior, el VAN económico obtenido asciende a S/68,670.94 y el VAN financiero obtenido equivale a S/70,486.39, importes que son positivos y permiten determinar que el proyecto del café lúdico Ch'umpi es viable, debido a que el importe actual de los flujos es superior al desembolso que se debe realizar inicialmente.

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se requiere emplear la fórmula que se muestra a continuación:

Haciendo uso de la fórmula descrita anteriormente, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 28 – TIR económico y financiero del proyecto Ch'umpi

Tasa Interna de Retorno Económico
48.17%

Tasa Interna de Retorno Financiero
62.54%

Fuente: Elaboración propia (2022)

La TIR económica obtenida es de 48.17% y la TIR financiera calculada asciende a 62.54% y al ser valores superiores al costo de oportunidad (18.00%) se puede determinar que el proyecto de implementación del café lúdico Ch'umpi es rentable y viable.

Conclusiones

- La propuesta de implementar un café lúdico en la ciudad de Ica ayudará a mejorar la salud psicológica de las personas, facilitando la disminución de los altos niveles de estrés que experimentan y proporcionándoles una alternativa diferente para disfrutar de momentos de sano esparcimiento en un establecimiento agradable donde pueden usar juegos de mesa y de salón, así como ayudando a disminuir el uso excesivo de los teléfonos móviles.
- Durante el desarrollo de las metodologías Design Thinking y Lean Startup se elaboró el prototipo de la página web del proyecto, el cual fue testeado y se recibió la retroalimentación por parte de las personas que realizaron la validación identificándose algunas oportunidades de mejora para el prototipo, las cuales sin embargo no influyen o afectan en la propuesta de valor del proyecto, la cual no fue observada u objetada.
- El resultado del análisis financiero realizado para el proyecto del café lúdico Ch'umpi permitió obtener un VANE de S/68,670.94, un VANF de S/70,486.39, una TIRE equivalente al 48.17% y una TIRF equivalente al 62.54%, resultados que demuestran que el proyecto es viable y rentable.

Recomendaciones

- Tomando en cuenta los resultados obtenidos en el análisis financiero realizado al proyecto para el café lúdico Ch'umpi, se recomienda su desarrollo e implementación.
- Se recomienda continuar iterando la propuesta del proyecto del café lúdico Ch'umpi tomando en cuenta la retroalimentación recibida durante la etapa de testeado.
- Se recomienda identificar, priorizar e implementar las oportunidades de mejora planteadas por las personas que realizaron el testeado del prototipo de la página web del proyecto.

Referencias Bibliográficas

15 Minutos Perú. (2018, 2 febrero). Cafeterías lúdicas: 3 opciones que combinan el placer y la diversión a la perfección. Revista 15 Minutos Perú. Recuperado 2022, de <https://www.15minutos.pe/entretenimiento/cafeterias-ludicas-en-lima/>

ABANCA innova. (2018, 7 septiembre). Las 8 métricas clave de una startup. Recuperado 2022, de <https://abancainnova.com/opinion/las-8-metricas-clave-de-una-startup/>

Agencia Peruana de Noticias Andina. (2021, 15 junio).

 **andina.pe** | Saludable Mente: ¿Excesiva tecnología podría reducir las habilidades sociales en niños? | Noticias | Agencia Peruana de Noticias Andina
<https://andina.pe/agencia/noticia-saludable-mente-¿excesiva-tecnologia-podria-reducir-habilidades-sociales-ninos-849265.aspx>

Saludable Mente: ¿Excesiva tecnología podría reducir las habilidades sociales en niños?

Noticias | Agencia Peruana de Noticias Andina. Recuperado 2022, de <https://andina.pe/agencia/noticia-saludable-mente-¿excesiva-tecnologia-podria-reducir-habilidades-sociales-ninos-849265.aspx>

Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados. (2020, octubre). Niveles Socioeconómicos 2020. APEIM. Recuperado 2022, de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>

Design Thinking en Español. (2020). Design Thinking en Español. Recuperado 2022, de <https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

IDEO. (2020). IDEO Design Thinking. IDEO | Design Thinking. Recuperado 2022, de <https://designthinking.ideo.com/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018, octubre). PERÚ - INEI Ica: Resultados Definitivos de los Censos Nacionales 2017. INEI. Recuperado 2022, de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1545/

Ministerio de Salud. (2021). Salud mental: El 52.2% de limeños sufre de estrés debido a la pandemia. Gobierno del Perú. Recuperado 2022, de <https://www.minsa.gob.pe/newsletter/2021/edicion-72/nota4/index.html>

Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Cao, V. L.



tesis.usat.edu.pe

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1384/1/TL_ChugnaBravoFiorela.pdf

(2011). Generación de modelos de negocio. Deusto.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., Bernarda, G., Papadakis, P., & Vilar, M. M. (2015). Diseñando la propuesta de valor. Deusto.

OVT: Observatorio Tecnológico de la Universidad de Alicante. (2019). Metodologías ágiles de design thinking. Universidad de Alicante. Recuperado 2022, de <https://www.ovtt.org/recursos/design-thinking/>

Pérez, S. (2020, 30 octubre). ¿Cómo aplicar la metodología Lean Startup? Lanzadera. Recuperado 2022, de <https://lanzadera.es/lean-startup-metodologia-ejemplos/>

Romero, M. (2019, 12 septiembre). ¿Qué es Design Thinking? | La Innovación Necesaria. Integra Tecnología. Recuperado 2022, de <https://www.integratecnologia.es/la-innovacion-necesaria/que-es-design-thinking/>

1.



www.doi.org

[https://www.doi.org/10.1016/S0210-5705\(03\)70346-X](https://www.doi.org/10.1016/S0210-5705(03)70346-X)

Durante las últimas 4 semanas, ¿ha



www.questionpro.com | Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud mental para el cuestionario + plantilla de muestra

<https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health>

tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a su salud física?

Si No 0.35 0.65

2. Durante las últimas 4 semanas, ¿ha tenido algún problema con su trabajo o vida diaria debido a algún problema emocional, como sentirse deprimido, triste o ansioso?

Si No

0.75 0.25

Excelente Buena Regular Mala Muy mala No estoy segur o 0.05 0.8 0.15 0 0 0

4. ¿Se ha sentido particularmente agotado, decaído



www.questionpro.com | Las 20 principales preguntas de la encuesta de salud mental para el cuestionario + plantilla de muestra

<https://www.questionpro.com/es/survey-templates/mental-health>

o deprimido durante más de 2 semanas seguidas?

Si No

0.2 0.8

Muy seguido Algunas veces Pocas veces Para nada 0 0.1 0.35 0.55000000000000000004

Menos de 4 horas Entre 4 y 6 horas Entre 7 y 9 horas Más de 9 horas 0 0.35 0.65 0

Muy mala Mala Normal Buena Muy buena 0 0.2 0.5 0.25 0.05

8. ¿Sabe qué es una cafetería lúdica?

Si No 0.3 0.7

Si No 0.9 0.1

Si No 0.9 0.1



Documento de otro usuario

♥ El documento proviene de otro grupo

image1.png



G02 - Food Truck desayunos saludables.docx | G02 - Food Truck desayunos saludables

♥ El documento proviene de mi grupo

image2.png

image3.png

image4.png

image5.png

image6.png

image7.png

image8.png

image9.png

image10.png

image11.png

image12.png

image13.png

image14.png

image15.png

image16.png

image17.png

image18.jpeg

image19.jpeg

image20.png

image21.png