



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA  
PRIVADA “ZEGEL”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN PLANIFICACIÓN DE  
PROCESOS ESTRATÉGICOS DE RECURSOS HUMANOS**

**PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA POTENCIAR LA EXPERIENCIA  
DEL CLIENTE Y COLABORADORES EN UNA CAFETERÍA DE LA  
CIUDAD DE CANTA**

**Proyecto de Innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en  
Planificación de Procesos Estratégicos de Recursos Humanos**

**POLANCO TUPIA RAQUEL GUADALUPE  
(0009-0007-6811-840X)**

**Lima – Perú**

**2024**

## **Dedicatoria**

Dedico este proyecto a mis padres, cuyo apoyo incondicional y motivación constante han sido fundamentales a lo largo de este proceso.

## Índice General

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Resumen Ejecutivo</b> .....                                           | 8  |
| <b>Introducción</b> .....                                                | 9  |
| <b>Capítulo I Identificación del Problema u Oportunidad</b> .....        | 10 |
| Selección del Problema o Necesidad a Resolver .....                      | 10 |
| Validación del Problema.....                                             | 15 |
| <i>Presentación de Hipótesis Cliente Problema</i> .....                  | 17 |
| <i>Método de Validación</i> .....                                        | 20 |
| Descripción del Cliente.....                                             | 23 |
| <i>Arquetipo de Cliente</i> .....                                        | 26 |
| <b>Capítulo II Diseño del Producto o Servicio Innovador</b> .....        | 28 |
| Metodología Design Thinking .....                                        | 28 |
| Proceso de Design Thinking Emprendido .....                              | 29 |
| <i>Fase I - Empatizar</i> .....                                          | 29 |
| <i>Fase II - Definir</i> .....                                           | 31 |
| <i>Fase III - Idear</i> .....                                            | 31 |
| <i>Fase IV – Prototipar</i> .....                                        | 43 |
| <i>Fase V – Evaluación</i> .....                                         | 50 |
| <b>Capítulo III Elaboración y Validación de Modelo de Negocio</b> .....  | 61 |
| Propuesta de Valor y Modelo de Negocio .....                             | 61 |
| <i>Modelo de Negocio Empleado</i> .....                                  | 62 |
| Descripción de Prototipo de Lanzamiento .....                            | 64 |
| <i>Prototipo Principal - Maqueta Actualizada</i> .....                   | 64 |
| <i>Prototipo Secundario – Landing Page Actualizada</i> .....             | 65 |
| Metodología Lean Startup I y Lecciones Aprendidas del Pitch MVP .....    | 68 |
| Metodología Lean Startup II e Indicadores de Monitoreo de Proyecto ..... | 70 |
| <b>Capítulo IV Evaluación del Modelo de Negocio</b> .....                | 72 |
| Determinación de Punto de Equilibrio y Necesidades de Inversión.....     | 72 |

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Costos Fijos y Variables</i> .....                                            | 72 |
| <i>Punto de Equilibrio</i> .....                                                 | 74 |
| Necesidades de Inversión.....                                                    | 76 |
| <i>Capital e Inversión Asegurada</i> .....                                       | 77 |
| Rendimiento de Proyecto .....                                                    | 78 |
| <i>Método de Valor Actual Neto y Tasa interna de Retorno Neto Empleado</i> ..... | 82 |
| Validación de Modelo de Negocio .....                                            | 83 |
| <i>Propuesta de Valor</i> .....                                                  | 84 |
| <b>Conclusiones</b> .....                                                        | 87 |
| <b>Recomendaciones</b> .....                                                     | 89 |
| <b>Referencias Bibliográficas</b> .....                                          | 94 |
| <b>Anexos</b> .....                                                              | 94 |

## Índice de Tablas

|                 |                                                                                     |    |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 1</b>  | Criterios de Relevancia, Cotidianidad y Solución Factible. ....                     | 10 |
| <b>Tabla 2</b>  | Hipótesis – Cliente Problema.....                                                   | 17 |
| <b>Tabla 3</b>  | Información de Personas a Entrevistar .....                                         | 20 |
| <b>Tabla 4</b>  | Segmento de cliente - General .....                                                 | 25 |
| <b>Tabla 5</b>  | Perfil de Buyer Person .....                                                        | 26 |
| <b>Tabla 6</b>  | Lluvia de Ideas de Negocio para la Resolución del Problema Principal .....          | 32 |
| <b>Tabla 7</b>  | Zona de Creación de Valor .....                                                     | 35 |
| <b>Tabla 8</b>  | Customer Journey Map Aplicado a la Cafetería con espacios sociales y coworking .... | 40 |
| <b>Tabla 9</b>  | Perfil de Publico Objetivo.....                                                     | 50 |
| <b>Tabla 10</b> | Indicadores de Monitoreo .....                                                      | 71 |
| <b>Tabla 11</b> | Costos Fijos.....                                                                   | 73 |
| <b>Tabla 12</b> | Costos Variables .....                                                              | 73 |
| <b>Tabla 13</b> | Cálculo de Punto de Equilibrio .....                                                | 74 |
| <b>Tabla 14</b> | Costos de Inicio.....                                                               | 76 |
| <b>Tabla 15</b> | Costos de Inicio e Inversión Asegurada.....                                         | 77 |
| <b>Tabla 16</b> | Flujo de Caja Proyectado .....                                                      | 78 |
| <b>Tabla 17</b> | Cálculo de Valor Actual Neto.....                                                   | 82 |
| <b>Tabla 18</b> | Cálculo de la Tasa Interna de Retorno .....                                         | 83 |

## Índice de Figuras

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1</b> Calles Principales de la Ciudad Canta.....                                 | 12 |
| <b>Figura 2</b> Negociante de la Ciudad de Canta .....                                     | 13 |
| <b>Figura 3</b> Puestos de Artesanías en la Ciudad de Canta.....                           | 14 |
| <b>Figura 4</b> Árbol de Problemas .....                                                   | 16 |
| <b>Figura 5</b> Mapa de Empatía.....                                                       | 30 |
| <b>Figura 6</b> Maqueta – Infraestructura .....                                            | 44 |
| <b>Figura 7</b> Landing Page General .....                                                 | 46 |
| <b>Figura 8</b> Pestaña Inicio .....                                                       | 47 |
| <b>Figura 9</b> Pestaña Nosotros .....                                                     | 47 |
| <b>Figura 10</b> Pestaña Espacio Cowork .....                                              | 48 |
| <b>Figura 11</b> Pestaña Menú .....                                                        | 48 |
| <b>Figura 12</b> Pestaña Pedidos Online .....                                              | 49 |
| <b>Figura 13</b> Pestaña Contáctanos .....                                                 | 49 |
| <b>Figura 14</b> Edad de Encuestados .....                                                 | 53 |
| <b>Figura 15</b> Identificación de genero / sexo de encuestados.....                       | 54 |
| <b>Figura 16</b> Pregunta – Maqueta digital.....                                           | 54 |
| <b>Figura 17</b> Pregunta - Sobre la Distribución / Área de la Cafetería .....             | 55 |
| <b>Figura 18</b> Pregunta - Área Coworking.....                                            | 55 |
| <b>Figura 19</b> Pregunta - Área de Entretenimiento .....                                  | 56 |
| <b>Figura 20</b> Pregunta - Landing Page .....                                             | 56 |
| <b>Figura 21</b> Pregunta – Servicios y Productos .....                                    | 57 |
| <b>Figura 22</b> Pregunta – Alimentos y Bebidas .....                                      | 57 |
| <b>Figura 23</b> Servicio de Orientación e Inserción Laboral.....                          | 58 |
| <b>Figura 24</b> Pregunta - Servicio de Orientación e Inserción Laboral .....              | 58 |
| <b>Figura 25</b> Pregunta – Monto a Pagar por el Servicio de Orientación e Inserción ..... | 59 |
| <b>Figura 26</b> Pregunta – Canales de Comunicación .....                                  | 59 |
| <b>Figura 27</b> Malla Receptora .....                                                     | 60 |
| <b>Figura 28</b> Modelo Canvas.....                                                        | 63 |
| <b>Figura 29</b> Maqueta Digital y Distribución Actualizada.....                           | 64 |
| <b>Figura 30</b> Logotipo de Cafetería Actualizada.....                                    | 65 |

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 31</b> Landing Page Actualizada - Pestañas.....                         | 66 |
| <b>Figura 32</b> Landing Page Actualizada - Menú/Pedidos .....                    | 66 |
| <b>Figura 33</b> Landing Page Actualizada - Implementación de Taller .....        | 67 |
| <b>Figura 34</b> Landing Page Actualizada - Implementación de Redes Sociales..... | 67 |
| <b>Figura 35</b> Pitch MVP .....                                                  | 69 |
| <b>Figura 36</b> Punto de Equilibrio - Box Coworking.....                         | 75 |

## **Resumen Ejecutivo**

En los últimos años, la ciudad de Canta ha evidenciado una gran deficiencia en infraestructuras modernas. Esta carencia afecta el desarrollo de la región, limitando el acceso a servicios esenciales y oportunidades de crecimiento para sus habitantes. En respuesta a esta situación, se procedió a recopilar información sobre las personas mayormente afectadas, considerando un rango de edad entre 20 y 30 años, jóvenes adultos enfocados en seguir creciendo dentro del marco académico y laboral, quienes se ven particularmente perjudicados por la falta de espacios apropiados.

Debido a esto, se presenta una propuesta de negocio que incorpora la innovación y tendencia, enfocada en una cafetería cuya misión es ofrecer una variedad distintiva de productos y servicios que se adapten al estilo de vida, al desarrollo profesional y académico de los jóvenes. Este emprendimiento se alinea con la creación de espacios multifuncionales y de coworking rentable, con un costo inicial de S/. 22,417.50 para su implementación, con expectativas de rentabilidad favorable y gran potencial de expansión, proporcionando un espacio moderno y adecuado que fomentará la interacción social y las oportunidades de conexión entre sus usuarios, en un ambiente propicio para el crecimiento personal y profesional.

A partir de este proyecto, se espera que los jóvenes puedan disponer de un espacio innovador que cumpla con sus expectativas como futuros clientes, es por ello que, para ajustar y mejorar la oferta, se recopiló información mediante entrevistas y encuestas sobre los diseños y servicios incluidos, asegurando así que se puedan satisfacer las necesidades del mercado objetivo.