ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Ecosistema de fidelización comunitaria y coworking social para fortalecer la economía del barrio y la conexión humana en “Batería Seria Café”

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADA POR

Piero Alessandro Mendolaza Lima
DNI: 77504771, Perú

Nicole Ivanna Paredes Villalobos
DNI: 71385413, Perú

ASESOR

Juniors Manuel Calderón Riojas
DNI: 47001460, Perú
ORCID: 0000-0001-5005-2878

JURADO

Marycielo Ramirez Trujillo
Gabriela Bermudez del Carpio
Silvana Tabata Espinoza Gomez

Lima, septiembre 2026

Informe-0000024030-2019006231-PAREDES-MENDOLAZA.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614616811

Fecha de entrega
16 ago 2026, 12:00 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
16 ago 2026, 12:13 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000024030-2019006231-PAREDES-MENDOLAZA.pdf

Tamaño del archivo
7.0 MB

32 páginas

5615 palabras

33.184 caracteres

13% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
12%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por siempre guiarme, estar conmigo, darme sabiduría, por haberme permitido llegar hasta acá, por su bondad y amor que me da.

A mis papás, Katya Villalobos Cervantes y Rober Paredes Taype por siempre estar conmigo apoyándome, por creer en mí y en lo que hago, por todo el esfuerzo que hacen por mi, a mis hermanas, Yamila Paredes Villalobos y Gianella Paredes Villalobos que me siempre me dan fortaleza, de querer ser algo mejor para ellas, por su compañía incondicional, a mi tío Eduardo Paredes Taype , por creer en mí, y acompañarme en lo que estoy haciendo, por siempre celebrar mis logros, y su apoyo constante hacia mi, a mi enamorado Piero Mendoza Lima, por siempre ayudarme en todo, siempre estar para mí en todo momento, dedico este logro también, a mi abuelita Rosa Notatila Cervantes Cano, por siempre creer en mi, cuidarme desde muy pequeña y por último a mis mascotas que siempre estuvieron en el proceso de todo este camino, algunos ya no están en este plano pero sé que siempre me acompañan.

(Nicole Ivanna Paredes Villalobos)

Dedico este proyecto con profundo amor y gratitud a mi madre, Delia Lima, por su apoyo incondicional y por no rendirse nunca conmigo; a mi hermano Sebastián Aquino, cuya llegada me dio las fuerzas para no rendirme y con quien comparto un lazo inseparable; a mi padre, Alejandro Aquino, por forjar mi carácter con enseñanzas de responsabilidad y puntualidad; a mi papá, Jhon Mendolaza, por su constante apoyo y por ser una gran inspiración emprendedora; y finalmente, a mi enamorada, Nicole Paredes Villalobos, por ser el motor y la motivación diaria que me impulsa a mejorar, demostrando que juntos podemos contra todo. Te amo.

(Piero Alessandro Mendolaza Lima)

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a mis padres, por todo el apoyo que me han brindado en este tiempo, por sus enseñanzas que me han dado, por todo lo que me dan, gracias a mis hermanas por siempre estar conmigo, porque siempre me dan fortaleza, por ayudarme en mis ideas, proyectos, por siempre estar, gracias a mi tío por cuidarme, por guiarme y aconsejarme siempre, por lo que hace por mi, agradezco a mi enamorado, por ser compañero de clase, amigo, por siempre estar para mi, por acompañarme en este camino, por su apoyo incondicional, y creer en lo que hago, por hacer esos dias dificiles mas ligeros, te amo mucho, agradezco también a sus padres de mi enamorado, porque también estuvieron en el proceso, me ayudaron en momentos complicados, los aprecio mucho. Gracias a toda mi familia porque son mi motivo de seguir avanzando cada día en este camino aunque se ponga difícil, los amo un montón y todo lo hago por y para ustedes.

(Nicole Ivanna Paredes Villalobos)

Quiero agradecer a toda mi familia, mis tíos, mis primos y mi abuelita, sin ustedes y su guía, no sé qué sería de mí actualmente, gracias por inculcarme cada uno una pizca de ustedes, creatividad, ingenio, astucia, nobleza. Los quiero mucho familia.

A la familia de mi enamorada, desde que los conozco, siempre me han tratado como uno más de ellos. Me han cuidado y preocupado por mí incluso cuando no deberían. Son personas muy valiosas para mí y los quiero mucho.

(Piero Alessandro Mendolaza Lima)

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general

1.1. Titulo de Proyecto de Innovación

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación

II. Descripción de la Innovación

2.1. Planteamiento del Problema

2.2. Población beneficiaria

2.3. Objetivo(s) del proyecto

2.4. Marco referencial

2.5. Proceso creativo y experimentos

2.5.1. Información sobre el usuario(s)

2.5.2. Información sobre el Mercado

2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor

2.5.4. Diseño de producto/servicio

2.5.5. Modelo de Negocio

2.5.6. Resultados esperados

2.5.7. Prototipos desarrollados

2.5.8. Experimentos

2.5.9. Resumen del Proyecto de Innovación

III. Estimación de costos

IV. Conclusiones y recomendaciones

V. Referencias Bibliográficas

VI. Anexos

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Entorno de la cafetería
Tabla 2 Diseño de aplicación
Tabla 3 Insumos
Tabla 4 Packaging
Tabla 5 Presupuesto total

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de empatía

Figura 2 Propuesta de Valor

Figura 3 Modelo de negocios

I. Información general

1.1. Titulo de Proyecto de innovación

Ecosistema de fidelización comunitaria y coworking social para fortalecer la economía del barrio y la conexión humana en “Batería Seria Café”.

1.2. Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Ecosistema de fidelización comunitaria y coworking social para fortalecer la economía del barrio y la conexión humana en “Batería Seria Café” se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y

Bienestar social y la actividad de económica de Actividades de alojamiento y servicios de comida y busca resolver la dificultad que experimentan muchos jóvenes para iniciar nuevas interacciones sociales en espacios cotidianos, teniendo como población beneficiaria jóvenes de 18 a 24 años, estudiantes universitario y/o que trabajan.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapas de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta entre otras que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en un ecosistema que integra una aplicación móvil con espacios de coworking y una red colaborativa de comercios aliados para facilitar la interacción social entre jóvenes mediante dinámicas opcionales y un sistema de recompensas compartidas, se trata de un servicio híbrido físico-digital que combina una aplicación móvil, códigos QR, dinámicas de interacción social, acumulación y canje de puntos en negocios aliados, promoviendo beneficios sociales mediante la creación de vínculos entre personas, beneficios económicos para los comercios locales y el fortalecimiento del consumo de proximidad dentro del distrito.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de baja y alta fidelidad para simular la experiencia de uso de la dinámica “preguntas Relámpago” y evaluar la percepción de los usuarios sobre la interacción social propuesta, así como realizar entrevistas exploratorias a potenciales comercios aliados para conocer su disposición a participar en una red colaborativa de beneficios. Los resultados permitieron validar preliminarmente que las dinámicas propuestas facilitan el primer acercamiento entre usuarios y evidenciaron una disposición favorable de los negocios entrevistados hacia la implementación de promociones y beneficios compartidos.

Se concluye que la solución propuesta presenta una aceptación favorable entre los potenciales usuarios y evidencia potencial para facilitar nuevas interacciones sociales en espacios cotidianos mediante la integración de una aplicación móvil y una red de comercios aliados, generando valor tanto para los usuarios como para los negocios participantes y se recomienda continuar con la validación del ecosistema mediante pruebas piloto en un entorno real, ampliar la participación de comercios aliados y evaluar el funcionamiento integral de la aplicación y del sistema de recompensas antes de su implementación a mayor escala.

1.3. Contextualización del Proyecto de Innovación

El proyecto se desarrolla en el distrito de Magdalena del Mar, seleccionado por ser uno de los distritos que aún conserva una marcada esencia de barrio y un equilibrio entre la seguridad y la tradición cultural, caracterizado por una importante presencia de pequeños comercios y espacios de permanencia. Estudios recientes señalan que el distrito ha experimentado transformaciones asociadas al crecimiento inmobiliario y a la expansión de edificaciones residenciales verticales, modificando progresivamente las dinámicas tradicionales de convivencia y la interacción cotidiana dentro del barrio (Figueroa Ramírez et al., 2023).

Paralelamente, diversos estudios evidencian que, aunque los jóvenes mantienen altos niveles de conectividad mediante plataformas digitales, ello no implica necesariamente un fortalecimiento de la interacción presencial ni de la construcción de nuevos vínculos sociales. En el Perú, el uso intensivo de medios digitales forma parte de la vida cotidiana de la población joven, transformando progresivamente las dinámicas de interacción y comunicación interpersonal (INEI, 2024). En este contexto, espacios cotidianos de permanencia, como las cafeterías y los coworkings, cobran relevancia al funcionar como “terceros espacios” o lugares de encuentro informal que favorecen la convivencia y la interacción social fuera del hogar y el trabajo; sin embargo, compartir un mismo entorno no siempre garantiza la generación de nuevas conexiones interpersonales entre los jóvenes (Oldenburg, citado en Tastan & Polatoğlu Serter, 2026).

Frente a esta situación, “Bateria Seria Café” no busca reemplazar la interacción humana mediante tecnología, sino felicitarla. La aplicación funciona como una

herramienta opcional que reduce la incomodidad inicial del primer acercamiento mediante dinámicas ligeras de interacción y beneficios compartidos, promoviendo encuentros más naturales dentro de espacios cotidianos.

II. Descripción de la Innovación

2.1. Planteamiento del Problema

El problema identificado se fundamenta en cambios sociales y urbanos que influyen en las dinámicas de interacción entre jóvenes. Según Ipsos Perú (2024), el Perú presenta altos niveles de percepción de soledad, siendo los jóvenes entre 18 y 24 años uno de los grupos que reporta mayores dificultades relacionadas con vínculos y acompañamiento social. Paralelamente, en Lima Metropolitana se observa una creciente tendencia hacia viviendas de menor metraje, especialmente dirigidas a jóvenes independientes y parejas jóvenes, impulsada por el crecimiento inmobiliario y la densificación urbana en distritos como Magdalena del Mar (Infobae, 2025;Construyendo.pe, 2024).

En este contexto, muchos jóvenes recurren a espacios externos de permanencia, como cafeterías, para estudiar, trabajar o compartir tiempo fuera del hogar. El fenómeno del "tercer lugar" ha fortalecido el rol de estos espacios como entornos cotidianos de permanencia e interacción informal, donde las personas buscan compañía pasiva, concentración o experiencias compartidas más allá del consumo tradicional (Euromonitor International, 2024). Paralelamente, la Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones (ERESTEL) evidencia que el acceso a internet y el uso de dispositivos móviles forman parte de la vida cotidiana de la mayoría de hogares peruanos, reflejando altos niveles de conectividad digital (OSIPTEL, 2025). Sin embargo, compartir un mismo entorno no siempre garantiza la generación espontánea de nuevas interacciones sociales, especialmente en contextos donde gran parte de la comunicación cotidiana se encuentra mediada por plataformas digitales y formas de interacción virtual. Frente a ello, surge la oportunidad de generar herramientas que faciliten el primer acercamiento presencial de manera ligera, opcional y no invasiva dentro de espacios cotidianos.

- **Causas:**

El crecimiento urbano y la expiación de viviendas verticales han modificado las dinámicas sociales tradicionales del barrio, incrementando la permanencia individual en espacios privados y reduciendo las oportunidades de interacción espontánea.

Asimismo, aunque los jóvenes mantienen una activa conectividad digital, muchos experimentan dificultades para iniciar conversaciones presencialmente o generar nuevas conexiones sociales en espacios físicos compartidos como cafeterías o coworking.

- **Consecuencias:**

  Como consecuencia, diversos jóvenes encuentran limitaciones para establecer nuevas relaciones interpersonales en espacios cotidianos, lo que reduce las oportunidades de crear redes sociales presenciales o sentirse acompañados en entornos compartidos.

  En paralelo, pequeños negocios locales enfrentan dificultades para generar fidelización a cadenas más consolidadas, al no contar con mecanismo de interacción y permanencia que fortalezcan el sentido de comunidad del barrio.

- **Objetivos de Desarrollo Sostenible:**

  - **Salud y Bienestar (ODS 3):** El proyecto busca contribuir al bienestar emocional y social de jóvenes mediante la creación de espacios y herramientas que faciliten la interacción humana presencial a través de la Red la Batería y las dinámicas de interacción propuestas.

  - **Ciudades y Comunidades Sostenibles (ODS 11):** Al integrar el coworking con la “Red de la Batería”, se revitaliza la vida de barrio, transformando espacios comerciales en nodos de cohesión social y apoyo comunitario.

  - **Producción y Consumo Responsables (ODS 12):** Se fomenta un modelo de consumo consciente y local. El sistema de puntos incentiva a los usuarios a elegir negocios del barrio como barberías, librerías o lavanderías, fortaleciendo la economía circular del distrito.

2.2. Población beneficiaria

La población beneficiaria principalmente son jóvenes adultos de 18 a 24 años, estudiantes universitarios, trabajadores independientes y jóvenes profesionales que trabajan bajo modalidad remota o híbrida, son personas que buscan un tercer lugar para salir de la rutina de casa, valoran la identidad local y la estética urbana, son intensivos de la tecnología pero sufren de la soledad digital, están conectados a redes pero les cuesta iniciar conversaciones reales en persona.

Mapa de Actores:

- **Usuarios y Gestores:** Nicole Paredes y Piero Mendolaza como proponentes del proyecto, junto con los jóvenes de 18 a 24 años que utilizarán la app "Red de la Batería" para socializar y acumular puntos.

- **Aliados del Barrio:** Dueños de barberías, librerías, lavanderías, quioscos, tintorerías, etc, en Magdalena que se integran al ecosistema de fidelización, ofreciendo beneficios a cambio de la recurrencia de los usuarios.

- **Entorno Facilitador:** La Municipalidad de Magdalena, que regula el uso de espacios públicos y comerciales, y entidades educativas como Toulouse Lautrec que brindan el marco académico para la innovación.

2.3. Objetivo(s) del proyecto

Los objetivos del proyecto se orientan a facilitar nuevas interacciones sociales presenciales dentro de espacios cotidianos como cafeterías y coworkings, integrando herramientas digitales ligeras y un sistema de beneficios barriales que incentiven la permanencia y la participación comunitaria.

Objetivo general

Diseñar un ecosistema de interacción comunitaria y fidelización barrial mediante una aplicación móvil integrada a espacios de coworking, con el propósito de facilitar nuevas interacciones y fortalecer la conexión entre usuario y comercio aliados.

Con ello, el proyecto persigue tres objetivos claros:

1) Facilitar el inicio de conversaciones presenciales entre jóvenes de 18 a 24 años mediante dinámicas de interacción opcionales dentro de la aplicación “Red de la Batería”.
2) Incrementar la percepción de comodidad al interactuar con nuevas personas dentro de espacios compartidos.
3) Promover la participación recurrente en comercios aliados mediante un sistema de puntos y beneficios compartidos.
4) Fortalecer la interacción entre usuarios y negocios locales a través de un ecosistema de consumo barrial conectado digitalmente.

2.4. Marco referencial

Actualmente existen algunos servicios similares a nuestra propuesta como son:

Bonus Perú: Es el referencial local más fuerte de lealtad, la confianza del usuario en una tarjeta que une marcas distintas, demuestra que el usuario entiende y valora acumular puntaje y canjearlo. Este antecedente valida la viabilidad de implementar sistemas de acumulación y canje de beneficios en una red de aliados externos, permitiendo que el valor percibido por el cliente trascienda a un solo establecimiento.

Starbuck Rewards: El sistema que creo tuvo un gran éxito, no por el café, sino su economía de token, las estrellas que ganes por consumo se canjean por productos, eso hace que sus consumidores creen un hábito de consumo y fidelidad. Este esquema permite convertir una transacción cotidiana en un hábito de consumo digital, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la fidelidad del usuario a largo plazo.

Yape: Ha implementado el uso de la geolocación para mostrarle al usuario beneficios y promociones según su ubicación en tiempo real. Este referente es fundamental para validar el uso de mapas interactivos y notificaciones de proximidad como herramientas para dinamizar la economía local y dirigir el flujo de usuarios hacia puntos de interés dentro de su zona urbana.

2.5. Proceso creativo y experimentos

2.5.1. Información sobre el usuario(s)

El perfil del usuario objetivo se ha definido a partir de los hallazgos del mapa de empatía, concentrándose en las necesidades y limitaciones de los jóvenes frente a la interacción social en espacios públicos:

- **Perfil Demográfico:**

Jóvenes adultos de 18 a 24 años, principalmente estudiantes universitarios y trabajadores bajo modalidades remotas o híbridas que residen o transitan en el distrito de Magdalena del Mar.

- **Dolores y Frustraciones:**

El usuario experimenta una profunda sensación de soledad aún estando rodeado de personas en entornos públicos. Siente que tiene una barrera psicológica o ansiedad social que le impide poder iniciar una conversación de forma natural, refugiándose así en el uso de pantallas y dispositivos móviles.

- **Motivaciones y Necesidades**

El usuario no necesariamente busca reemplazar su círculo social actual, sino ampliar sus oportunidades de interacción en espacios cotidianos mediante dinámicas que reduzcan la incomodidad inicial de iniciar una conversación con personas nuevas.

- **Validación exploratoria con potenciales usuarios**

Como parte de la investigación, se realizaron entrevistas exploratorias a jóvenes entre 18 y 24 años que frecuentan cafeterías para estudiar o trabajar de forma remota. Las preguntas buscan comprender las dificultades que enfrentan para iniciar conversaciones presenciales con desconocidos, así como validar la aceptación de una dinámica de interacción mediante códigos QR y un sistema de recompensas basado en puntos y descuentos en negocios locales.

Figura 1 Mapa de empatía



2.5.2. Información sobre el Mercado

El desarrollo comercial de "Red de la Batería" se basa en la viabilidad de introducir un sistema de fidelización colaborativo y gamificado dentro del sector de cafeterías y espacios de terceros en el distrito de Magdalena del Mar.

A. Oportunidad de Mercado y Demanda Potencial

La oportunidad en el mercado surge al cruzar una necesidad desatendida en el público juvenil con la tendencia de consumo actual en zonas urbanas:

- **Sustento Cuantitativo de la Demanda:** Como se estableció en el planteamiento del problema, el 35% de los jóvenes peruanos manifiesta sufrir de soledad o aislamiento social. Existe un mercado latente de usuarios que buscan interactuar en entornos físicos pero carecen de herramientas que faciliten el primer contacto.
- **Alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible:** La propuesta responde comercialmente a demandas globales exigidas por el consumidor actual: ODS 3 ya que contribuye al bienestar emocional dentro de espacios cotidianos, y promueve la creación de vínculos

sociales y una mayor sensación de acompañamiento y comunidad; ODS 11 la integración del coworking social, el proyecto fortalece la vida comunitaria, fomenta la interacción entre vecinos, y el fortalecimiento de la identidad barrial y ODS 12 al impulsar un modelo de consumo local y colaborativa mediante un sistema de puntos y beneficios compartido entre comercios aliados del barrio, incentivando al consumir en negocios locales y fortaleciendo la economía barrial de manera sostenible.

- **Validación exploratoria con comercios locales:**
  Como parte del proceso de investigación, se realizaron entrevistas exploratorias a propietarios de negocios ubicados en el distrito de Magdalena del Mar, con el objetivo de conocer su percepción respecto a la captación de clientes y la posible participación en una red colaborativa de fidelización.

  En el caso de la lavandería entrevistada, la propietaria señaló que recibe clientes diariamente; sin embargo, indicó que los ingresos varían según la temporada del año, registrando una mayor demanda durante el invierno y una disminución durante el verano. Asimismo, manifestó estar familiarizada con el uso de promociones comerciales, indicando que actualmente emplea descuentos y campañas a través de redes sociales para incentivar el consumo.

  Por otro lado, el propietario de la bodega, indicó que el flujo de clientes es constante durante gran parte del año, aunque reconoció que durante la temporada de verano suele presentarse una disminución en la afluencia de consumidores. Asimismo, señaló que estaría dispuesto a participar en una red colaborativa orientada a atraer nuevos clientes, siempre que las condiciones y beneficios resulten accesibles para el negocio.

  Los hallazgos obtenidos evidencian una disposición inicial favorable por parte de los comercios locales hacia estrategias de colaboración,

fidelización y promoción compartida, validando preliminarmente la viabilidad de una red de beneficios entre negocios del barrio.

B. Mercado de Objetivo y Alcance Esperado

- **Mercado Objetivo:** Jóvenes de 18 a 24 años, principalmente estudiantes universitarios, de institutos superiores y trabajadores bajo la modalidad remota o híbrida pertenecientes a los niveles socioeconómicos B y C que transitan o residen en Magdalena del Mar. Son usuarios habituados a economías digitales, dinámicas de videojuegos y plataformas móviles.
- **Alcance Esperado:** El proyecto se plantea inicialmente como un modelo de escala local. El alcance inicial toma como centro de operaciones físico y establecimiento principal a “Batería Seria Café”. A partir de este núcleo, el alcance se extiende en red hacia los comercios aliados del barrio para consolidar el flujo de la comunidad antes de proyectar una expansión a otros distritos con características demográficas similares.

C. Análisis de la Competencia

El ecosistema no compite directamente con la oferta tradicional de productos, sino con la experiencia de fidelización y uso del espacio, tomando como referencia modelos validados en el mercado local y global:

- **Bonus:** Valida que el mercado está familiarizado y dispuesto a utilizar un sistema unificado de acumulación de puntos a través de múltiples marcas o tiendas aliadas independientes.
- **Starbucks Rewards:** Demuestra la viabilidad del modelo de “economía de tokens” aplicado al rubro de café. Comprueba que el otorgamiento de incentivos y estatus digital genera un hábito de consumo recurrente y lealtad hacia el espacio físico.
- **Yape:** Válida la alta adopción de herramientas móviles que utilizan la geolocalización en tiempo real para dirigir el tráfico de usuarios y

dinamizar los intercambios comerciales inmediatos.

D. Barreras de Entrada y Estrategia de Mitigación

Al introducir una propuesta física-digital basada en interacciones guiadas por recompensas, se identifican las siguientes barreras competitivas dentro del sector:

- **Fricción por descarga de aplicativos:** La resistencia natural del cliente joven a saturar su teléfono con nuevas aplicaciones para consumir en un local.
    - ***Mitigación:*** Se reduce la fricción mediante un beneficio inmediato de alto impacto en el primer escaneo de código QR, transformando la descarga en una ganancia instantánea para su consumo del día.
- **Saturación del sector gastronómico en Magdalena:** El distrito cuenta con una oferta consolidada de cafeterías y barras de especialidad.
    - ***Mitigación:*** La propuesta diferencial del proyecto no radica únicamente en el producto ofrecido, sino en la construcción de un ecosistema de permanencia y comunidad. “Bateria Seria Café” funciona como un espacio de encuentro, mientras que la aplicación actúa como facilitador social que ayuda a disminuir la incomodidad del primer acercamiento presencial, además de conectar a usuarios con beneficios dentro de negocios aliados del barrio.

2.5.3. Concepto y Propuesta de Valor

- **Concepto**

  En el presente proyecto, el coworking social se entiende como un espacio de permanencia compartida que favorece encuentros espontáneos entre personas que estudian, trabajan o buscan compañía en un entorno cotidiano.

El concepto de “Red de la Batería” surge a partir de la necesidad de responder a una realidad cada vez más frecuente entre los jóvenes, la dificultad de generar nuevas interacciones con nuevas personas, ya que muchas veces no encuentran una forma natural de hacerlo dentro de los espacios que habitan cotidianamente.

El proyecto plantea un ecosistema híbrido que integra espacios físicos de permanencia, con dinámicas de coworking social, junto con una aplicación móvil orientada a facilitar interacciones presenciales y fortalecer la economía local.

Dentro de este sistema, “Bateria Seria Café” funciona como punto central de encuentro, mientras que la aplicación “Red de la Batería” actúa como una herramienta de conexión opcional que facilita el inicio de conversaciones mediante dinámicas ligeras de interacción y beneficios compartidos, entre ellas las “Preguntas Relámpago”, transformando momentos cotidianos en oportunidades de interacción más cercanas y significativas.

Paralelamente, el ecosistema se amplía hacia negocios aliados del barrio como librerías, barberías o lavanderías permitiendo que la participación dentro de la comunidad genere beneficios reales mediante un sistema de puntos, fortaleciendo tanto la permanencia de usuario como el consumo circular dentro del distrito.

- **Propuesta de Valor**

  Frente a la dificultad que muchos jóvenes experimentan al intentar generar conexiones en espacios compartidos, la app incorpora las “preguntas relámpago” como una dinámica de interacción integradas en la app, dónde los usuarios reciben preguntas breves diseñadas para facilitar conversaciones espontáneas dentro de cafeterías y espacios compartidos.

  Al responder o interactuar con otras personas a partir de estas

preguntas, la experiencia se convierte en una oportunidad de conexión ligera y no invasiva. De esta manera, la dinámica actúa como un facilitador social que transforma una situación cotidiana en un espacio más abierto a la interacción.

Esta participación se ve reforzada mediante un sistema de puntos y beneficios en negocios aliados del barrio, incentivando no sólo el encuentro entre personas, sino también una relación más activa con cafeterías y espacios locales.

Figura 2 Propuesta de Valor



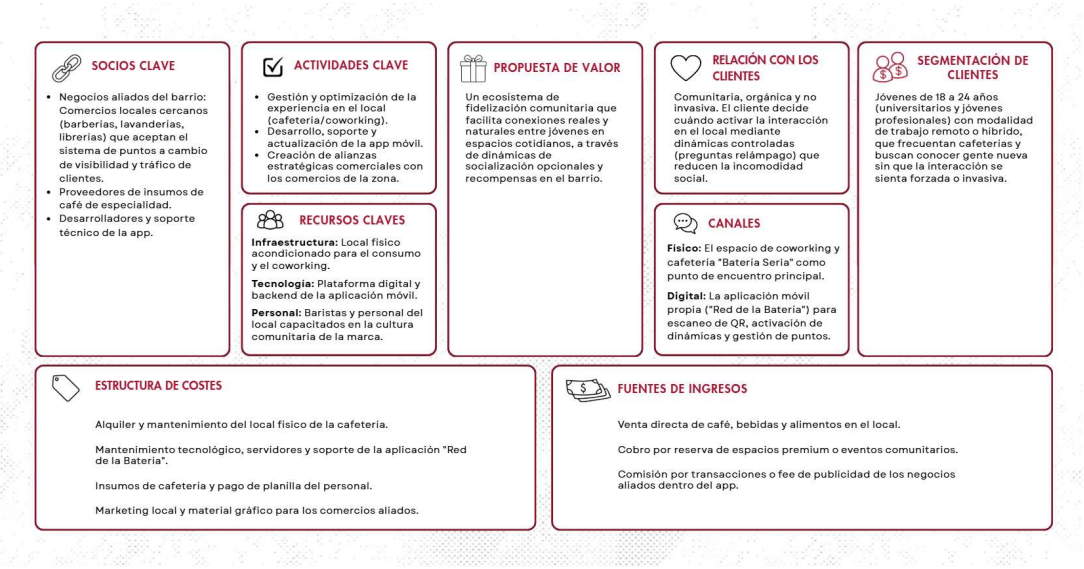
2.5.4. Diseño de producto/servicio

La propuesta de innovación funciona como un sistema integrado que conecta el espacio físico de la cafetería y el entorno de coworking con la aplicación móvil “Red de la Batería”. Desde la perspectiva del diseño de interacción y la experiencia del usuario, el proyecto se ha estructurado mediante componentes específicos que buscan combatir el aislamiento juvenil y reactivar el comercio local, la arquitectura de la aplicación se organiza en torno a una billetera digital dedicada a la acumulación de puntos por consumo, un mapa de localización comercial que conecta visualmente los negocios aliados del distrito de Magdalena del Mar, y una interfaz de interacción social que emplea avatares prediseñados junto con dinámicas de participación voluntaria.

El flujo de la experiencia del usuario comienza cuando este realiza una compra dentro del establecimiento y escanea un código QR único ubicado en su mesa, registrando de inmediato el abono de puntos en su cuenta digital. Posteriormente, el usuario puede decidir de manera libre si desea activar su estado de socialización respondiendo a las preguntas breves del día; esta acción hace visible su avatar para las demás personas presentes en el coworking, sirviendo como una herramienta natural que ayuda a iniciar una conversación presencial sin resultar invasiva. El ciclo del servicio concluye cuando el usuario revisa el mapa en la aplicación y se desplaza hacia un comercio tradicional de la zona para canjear sus puntos acumulados por descuentos reales, consolidando así la red de beneficios compartidos y el apoyo a los negocios del barrio.

2.5.5. Modelo de Negocio

Figura 3 Modelo de negocio



2.5.6. Resultados esperados

Se espera que “Red de la Batería” facilite interacciones más naturales entre jóvenes dentro de espacios cotidianos, mediante dinámicas simples que ayuden a disminuir la incomodidad inicial al momento de iniciar una conversación.

Asimismo, se espera incrementar la predisposición de los usuarios a interactuar con nuevas personas, fortaleciendo la permanencia y el sentido de comunidad.
De manera complementaria, se proyecta que los negocios aliados puedan beneficiarse de una mayor recurrencia de usuarios mediante un sistema de recompensas compartidas, promoviendo el consumo circular y la conexión entre comercios locales del barrio.

2.5.7. Prototipos desarrollados

Baja definición

Se desarrolló un storyboard, mostrando el funcionamiento de cómo se usará la app dentro de la cafetería y cómo funciona la dinámica “Pregunta relampago” y como esta facilita una interacción más natural y menos invasiva.



Alta definición

Se diseñó un prototipo de alta definición que permite visualizar la experiencia de uso de la aplicación dentro del entorno de la cafetería y las dinámicas de interacción propuestas.



2.5.8. Experimentos

Con el propósito de validar los principales supuestos de la propuesta de innovación, se desarrolló una validación exploratoria de carácter cualitativo y cuantitativo, dirigida tanto a potenciales usuarios como a posibles comercios aliados del ecosistema. Debido al alcance inicial del proyecto, la experimentación se orientó a conocer la percepción de los usuarios respecto a la propuesta de interacción social y al sistema de beneficios, así como la disposición de negocios locales para participar en una red colaborativa de fidelización.

Los resultados muestran una percepción favorable hacia la dinámica propuesta. La mayoría de los participantes calificó la experiencia con 5 puntos, seguido por una cantidad importante de respuestas de 4 puntos, lo que evidencia una buena aceptación de este mecanismo para facilitar el primer acercamiento entre personas.

Como complemento de la validación con usuarios, se realizaron entrevistas exploratorias a negocios locales del distrito de Magdalena del Mar, con el objetivo de evaluar la aceptación de un ecosistema de recompensas y promociones compartidas. Los entrevistados manifestaron interés en captar nuevos clientes mediante una red

colaborativa y mostraron disposición para implementar promociones y descuentos dentro de sus establecimientos. Asimismo, señalaron que sus ventas presentan variaciones estacionales, identificando periodos de menor demanda en los que una estrategia de fidelización podría resultar beneficiosa.

Los resultados obtenidos en la validación con usuarios permitieron corroborar preliminarmente que dinámicas ligeras de interacción pueden facilitar el primer acercamiento dentro de espacios cotidianos, disminuyendo la incomodidad inicial al momento de iniciar conversaciones.

2.5.9. Descripción de la solución innovadora

La solución innovadora de Batería Seria Café redefine el concepto tradicional de los espacios de consumo y trabajo, transformándolos en entornos que promueven la interacción social y fortalecen la economía local. Haciendo uso de la aplicación "Red de la Batería", el proyecto tiene dinámicas de participación opcionales, herramientas de fidelización y un sistema de beneficios compartidos entre todos los comercios aliados. La aplicación no busca sustituir la interacción humana, sino ser un facilitador para el primer encuentro o acercamiento entre las personas, ayudando de esta forma a reducir la incomodidad de iniciar una conversación y promoviendo experiencias de conexión más naturales dentro de la comunidad.

- **Segmentos de clientes:**
  Jóvenes de 18 a 24 años ubicados en zonas urbanas dinámicas como el distrito de Magdalena del Mar. Este perfil presenta un interés potencial por generar nuevas interacciones en espacios cotidianos y puede experimentar cierta incomodidad al iniciar conversaciones de forma espontánea, especialmente en espacios compartidos.
- **Propuesta de valor:**
  Facilitar conexiones humanas reales de forma orgánica y de manera más natural y accesible dentro de espacios de consumo diario. Esto se logra mediante un ecosistema de gamificación social opcional integrado a una plataforma de recompensas tangibles que incentiva de manera directa la economía circular interna del barrio.

- **Canales:**
    - **Canal físico:** Constituido por el local de la cafetería y coworking de especialidad, el cual funciona como el punto de encuentro y nodo central de la experiencia.
    - **Canal digital:** Soportado por la aplicación móvil propia, encargada de articular la comunidad, disparar las alertas de interacción (QR) y alojar el monedero virtual de beneficios.
- **Relación con clientes:**
  Se establece una relación de carácter estrictamente comunitario, horizontal y bajo demanda. Se respeta por completo la privacidad e introversión del cliente, asegurando que la participación en las dinámicas de socialización sea 100% voluntaria, buscando reducir posibles incomodidades respecto a la interacción espontánea.

De manera complementaria el sistema de acumulación y canje de puntos, incentiva la participación recurrente de los usuarios y fortalece la relación entre la cafetería y los comercios aliados del barrio, contribuyendo a la construcción de una comunidad más conectada y al crecimiento económico.

III. Estimación de costos

Estos presupuestos están calculados para un tiempo estimado de un mes.

Tabla 1 Entorno de la cafetería

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (S/.)	TOTAL (S/.)
Alquiler de local	1	37,000	37,000
Mesas de madera	10	450	4,500
Sillas	40	120	4,800
Sillones lounge	4	950	3,800
Barra / mostrador	1	4	4,000
Caja registradora	2	1	2,000
Iluminación ambiental (lámparas LED)	12	180	2,160
Piso laminado (100 m² aprox.)	100 m²	85	8,500
Cuadros decorativos	8	180	1,440
Servicio de pintado y decoración interior	1	2,500	2,500
Estanterías y mobiliario adicional	1	1,800	1,800
		Total	**72,000**

Tabla 2 Diseño de aplicación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (S/.)	TOTAL (S/.)
Desarrollo y diseño de la aplicación móvil (UX/UI, programación, pruebas e implementación)	1	27,000	27,000
Publicación en Google Play	1	110	110
Publicación en App Store	1	420	420
Hosting y servidor (1 mes)	1	180	180
Dominio web (1 mes)	1	12	12
Certificado SSL (1 mes)	1	20	20
Mantenimiento y soporte de la aplicación (1 mes)	1	1,500	1,500
		Total	**29,242**

Tabla 3 Insumos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (S/.)	TOTAL (S/.)
Café en grano (1 kg)	40 kg	75	3,000
Leche	200 L	7	1,400
Azúcar	80 kg	4	320
Stevia	15 cajas	30	450
Vasos descartables	2,000	0.40	800
Tapas de vasos	2,000	0.18	360
Sorbetes biogradables	2,000	0.10	200
Servilletas	6,000	0.05	300
Chocolate en polvo	20 kg	35	700
Té e infusiones	10 cajas	60	600
Jarabes saborizantes	20 botellas	40	800
Agua purificada	30 bidones	25	750
Productos de limpieza	1 lote	800	800
		Total	10,480

Tabla 4 - Packaging

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (S/.)	TOTAL (S/.)
Diseño de línea de packaging (vasos, bolsas, cajas, stickers y etiquetas)	1	2,500	2,500
Diseño de plantillas (troqueles para cajas y bolsas)	1	800	800
Impresión de vasos personalizados (2,000 unidades)	2,000	0.35	700
Impresión de bolsas de papel personalizadas (1,000 unidades)	1,000	0.80	800
		Total	4,800

Tabla 5 Presupuesto total

DESCRIPCIÓN	TOTAL (S/.)
Entorno de la cafetería	72,000
Diseño de aplicación	29,242
Insumos	10,480
Packaging	4,800
Total	116,522

IV. Conclusiones y recomendaciones

El desarrollo del proyecto nos permitió comprender que la dificultad para iniciar conversaciones no responde necesariamente a la falta de interés por conocer a nuevas personas, sino a que muchas veces no existe un contexto que facilite ese primer acercamiento. A partir de esa necesidad se diseñó Batería Seria Café, una propuesta que integra un espacio físico, una aplicación móvil y una red de comercios aliados para convertir situaciones cotidianas, como visitar una cafetería, en oportunidades de interacción voluntaria y de beneficio compartido.

Como parte del proceso, se aplicó una encuesta a 56 jóvenes del público objetivo con el fin de conocer su percepción sobre la propuesta. La mayoría de los participantes otorga valoraciones de 4 y 5 a aspectos como la utilidad de contar con una dinámica para iniciar conversaciones, el interés por utilizar la aplicación dentro de una cafeterias, el atractivo de acceder a beneficios en comercios aliados y una mayor disposición a interactuar al saber que otras personas también desean hacerlo. Estos resultados muestran una aceptación favorable de la propuesta y sugieren que este tipo de herramientas podría integrarse de manera natural en espacios de uso cotidiano.

De forma complementaria, las entrevistas realizadas a comercios de Magdalena del Mar mostraron una disposición positiva hacia la incorporación de un sistema compartido de beneficios y promociones, al reconocer que este podría incentivar la visita de nuevos clientes y fortalecer la relación con quienes ya frecuentan no sólo genera valor para los usuarios, sino también para los negocios que forman parte del ecosistema.

En conjunto, Batería Seria Café plantea una forma distinta de entender la experiencia dentro de una cafetería, donde la tecnología acompaña la interacción presencial en lugar de reemplazarla y donde la colaboración entre personas y comercios contribuyen a fortalecer la dinámica social y comercial del entorno.

V. Referencias bibliográficas

- Figueroa Ramírez, D. E., Olano David, C. M., & Acosta Acuña, N. A. (2023). *Necesidades urbanísticas versus el boom inmobiliario: Los casos de Magdalena del Mar y Carabayllo. Limaq, 1-18.* https://doi.org/10.26439/limaq2023.n.6318
- Instituto Nacional de Estadística e informática (INEI). (2025). *Las tecnologías de información y comunicación en los hogares: Oct-Nov-Dic 2024. Gobierno del Perú.* https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/6605174-las-tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-los-hogares-oct-nov-dic-2024
- Taştan, H., & Polatoğlu Serter, C. (2026). *Spatial characteristics and social interaction in hybrid third places: A case study on three book cafes. Buildings, 16(4), 792.* https://doi.org/10.3390/buildings16040792
- Ipsos. (2024). *La soledad en el Perú y el mundo.* https://www.ipsos.com/es-pe/la-soledad-en-el-peru-y-el-mundo
- Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones. (2025). *Los servicios de telecomunicaciones en los hogares peruanos: Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones* (ERESTEL) 2024. OSIPTEL. https://repositorio.osiptel.gob.pe/handle/20.500.12630/975
- Infobae Perú. (2025, 11 de abril). *Vivienda social: es oficial, no más departamentos de menos de 40m2 con el nuevo reglamento del Ministerio de Vivienda en el Perú.* Infobae. https://www.infobae.com/peru/2025/04/11/vivienda-social-es-oficial-no-mas-departamentos-de-menos-de-40-m2-con-el-nuevo-reglamento-del-ministerio-de-vivienda-en-el-peru/
- Construyendo.pe.(2024). *Minidepartamentos: la ubicación y precios de la oferta de inmuebles de hasta 40 m2.* Construyendo.pe. https://www.construyendo.pe/noticias/construccion/minidepartamentos-la-ubicacion-y-precios-de-la-oferta-de-inmuebles-de-hasta-40-m2/
- Euromonitor International. (2024). *Cafeterías de Autoservicio en Perú.* Euromonitor International. https://www.euromonitor.com/self-service-cafeterias-in-peru/

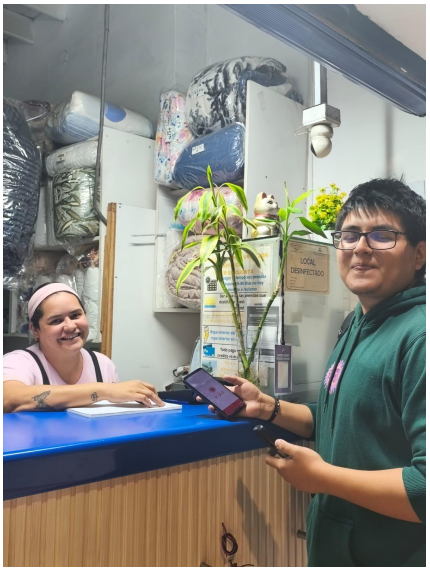
VI. Anexos

Con algunos comerciantes entrevistados

Foto Entrevista 1



Foto Entrevista 2

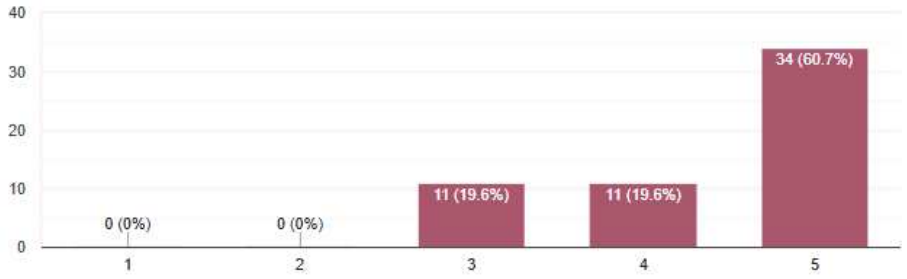


Encuestas realizadas

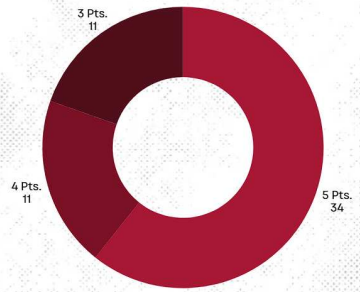
¿Te sentiste cómodo usando una dinámica como "**Preguntas Relámpago**" para iniciar conversación?

Copiar gráfico

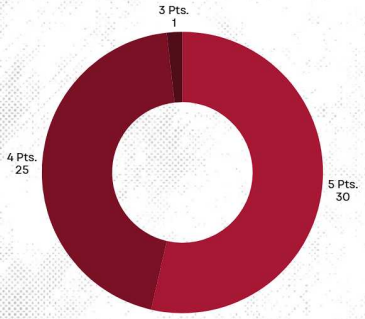
56 respuestas



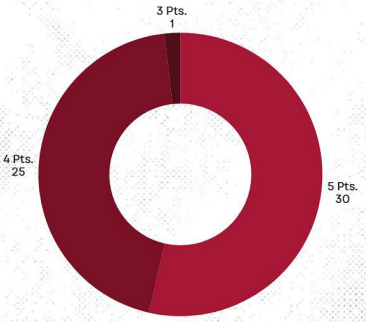
¿Te sentiste cómodo usando una dinámica como "Preguntas Relámpago" para iniciar conversación?



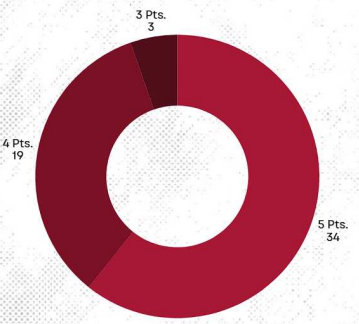
¿Consideras que una pregunta inicial facilita romper la incomodidad de hablar con alguien nuevo?



¿Cuál es la probabilidad de que uses nuestra aplicación en una cafetería?



¿Te parece atractiva la idea de ganar beneficios en negocios aliados?



¿Te sentirías más abierto(a) a interactuar si supieras que otras personas también están dispuestas a conversar?

