ESCUELA SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO

“TOULOUSE LAUTREC”

PUKLLAY

Proyecto de Innovación para obtener el grado Bachiller Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

JHAN PIERRE ANDRE CASTAÑEDA CONCHA

Proyecto de Innovación para obtener el grado Bachiller Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:

ADRIANO LIZARRAGA MAYORGA

Asesor

SÁNCHEZ MENDOZA PAOLA MARGARITA

https://orcid.org/0000-0003-3451-8310

Lima - Perú
Año 2021

P_INNOV_PUKLLAY_CASTAÑEDA Y LIZARRAGA.pdf

ENTREGABLES DEL 2021 AL 2024

ENTREGABLES DEL 2021 AL 2024

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:478376045

Fecha de entrega
4 ago 2025, 12:36 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
4 ago 2025, 12:41 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
P_INNOV_PUKLLAY_CASTAÑEDA Y LIZARRAGA.pdf

Tamaño de archivo
1.9 MB

30 Páginas

444 Palabras

2692 Caracteres

7% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas

Fuentes principales

0% Fuentes de Internet
0% Publicaciones
7% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El presente proyecto de innovación de nombre "Pukllay" tiene como objetivo diseñar e implementar una estrategia de comunicación innovadora para la marca de ropa urbana "Pukllay", que integre elementos de la cultura andina con técnicas modernas de marketing y producción audiovisual, con el fin de incrementar el posicionamiento y conexión emocional con su público objetivo joven.

Para la realización del proyecto se realizaron los siguientes análisis de datos, tales como Insight del consumidor que identificó que el público objetivo (jóvenes entre 18 y 28 el año) valora profundamente la autenticidad, el sentido de pertenencia cultural y la identidad. También el Problema detectado a pesar del valor cultural de sus prendas, la marca Pukllay no lograba conectar emocionalmente con el público joven ni generar un impacto suficiente en redes sociales. Para lo cual se propuso la siguiente estrategia creativa, una campaña audiovisual y digital basada en relatos visuales contemporáneos que fusionen la moda urbana con íconos de la cultura andina. El storytelling y la narrativa visual fueron los ejes centrales de la propuesta creativa, buscando transmitir un mensaje de identidad, orgullo cultural y estilo.

También se desarrollo producción audiovisual y diversos contenidos:

Se desarrolló un **spot principal** y piezas audiovisuales complementarias para redes sociales.

Las producciones combinaron escenografías urbanas con elementos visuales inspirados en tejidos, símbolos y colores de la cultura andina.

Se emplearon técnicas modernas de grabación, edición y animación para lograr un acabado profesional, atractivo y alineado con las tendencias de contenido digital.

Se implementó una campaña multicanal en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube.

Se aplicaron herramientas de pauta publicitaria y segmentación para impactar al público ideal.

La estrategia incluyó colaboraciones con influencers locales y dinámicas interactivas (como challenges y sorteos) para incrementar la participación y engagement.
Los resultados esperados fueron, Incremento del posicionamiento de marca en el segmento juvenil, Mejora de la percepción cultural y estética de Pukllay, Aumento de seguidores y engagement en redes sociales, Posicionamiento como marca referente en moda urbana con identidad cultural.
Finalmente se concluye que el proyecto “PUKLLAY” representa una solución creativa e innovadora que no solo atiende una necesidad de marketing, sino que también promueve la revalorización de la cultura andina en nuevos formatos. Al combinar comunicación visual, moda y storytelling, se plantea un modelo replicable para otras marcas con identidad cultural en contextos urbanos.