ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

ENCAJADOS

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en
Dirección y Diseño Publicitario

AUTORES:
FELY OLENKA LOZANO FRANCO

LESLY STEPHANIE MELGAR ARRAZABAL

ASESOR:
ELIZABETH DUARTE GUARDIA
https://orcid.org/0000-0002-1372-8020

Lima-Perú
2021

ENCAJADOS - PROYECTO DE INNOVACION.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:479451101

Fecha de entrega
8 ago 2025, 12:26 a.m. GMT+2

Fecha de descarga
8 ago 2025, 12:28 a.m. GMT+2

Nombre de archivo
ENCAJADOS - PROYECTO DE INNOVACION.pdf

Tamaño de archivo
11.7 MB

44 Páginas

1136 Palabras

6445 Caracteres

12% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

11% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
4% 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 proyecto “Encajados” surge como una propuesta innovadora orientada a transformar la vida de las personas a través del impulso hacia el cambio positivo, priorizando el bienestar físico y mental. Su objetivo central es ofrecer a los usuarios las herramientas, el acompañamiento y la motivación necesarios para adoptar hábitos saludables y sostenibles, permitiéndoles así “encajar” con una mejor versión de sí mismos. La esencia del proyecto radica en crear un espacio de pertenencia, donde cada individuo se sienta apoyado, comprendido y motivado para iniciar y mantener cambios significativos en su estilo de vida.

La estrategia de Encajados se fundamenta en una experiencia sensorial y práctica, diseñada para involucrar a los usuarios a través de todos los sentidos. Se busca que la organización personal, la alimentación saludable y el placer de comer no sean conceptos opuestos, sino complementarios. Para lograrlo, el proyecto ha desarrollado una serie de elementos funcionales y visuales que enriquecen la experiencia del usuario. Entre estos destacan el “habit tracker”, una herramienta que permite el seguimiento diario de hábitos, y la “Caja Waffle”, una propuesta de comida saludable presentada de manera atractiva y apetitosa. Además, se han creado mockups para redes sociales como Facebook e Instagram, así como contenido interactivo que fomenta la participación y el compromiso de la comunidad.

La presencia digital es un pilar fundamental para Encajados. A través de la cuenta de Instagram “@somos.encajados”, el proyecto mantiene una comunicación constante con sus seguidores, compartiendo publicaciones, historias y respondiendo activamente a los comentarios de los usuarios. Esta interacción no solo fortalece el sentido de comunidad, sino que también permite un acompañamiento cercano y personalizado, donde cada usuario puede compartir sus avances, dudas y logros en el proceso de cambio de hábitos. El uso de frases motivacionales, estímulos visuales y retroalimentación constante son recursos clave para mantener el nivel de compromiso y entusiasmo de los participantes.

El canal principal de atención y ventas es digital, utilizando plataformas como WhatsApp y redes sociales para facilitar el acceso a los productos y servicios ofrecidos por la marca. Herramientas como wa.link permiten una comunicación directa y eficiente, brindando atención personalizada y resolviendo las necesidades de los clientes de manera ágil. Este enfoque digital no solo optimiza los procesos operativos, sino que también amplía el alcance del proyecto, permitiendo llegar a un mayor número de personas interesadas en mejorar su bienestar.

Desde el punto de vista financiero, Encajados cuenta con un plan sólido y detallado que contempla los principales costos operativos y la proyección de ingresos. El equipo de trabajo está conformado por profesionales como una diseñadora gráfica y un community manager, cuyas remuneraciones están claramente especificadas, incluyendo beneficios sociales. Otros colaboradores también forman parte del equipo, con remuneraciones detalladas en cuadros separados. Los costos operativos incluyen servicios básicos como luz, agua, teléfono, internet, limpieza, mantenimiento, transporte, snacks, licencias de software (como Adobe) y otros gastos misceláneos necesarios para el funcionamiento óptimo del proyecto.

La proyección de ventas muestra un crecimiento progresivo mes a mes, con un precio unitario por servicio de S/. 30 sin IGV. Los ingresos estimados parten de S/. 4,850 en los primeros meses y alcanzan hasta S/. 38,517 en diciembre. Aunque en la etapa inicial se presentan pérdidas de hasta -36% de margen, el control de costos y el aumento de las ventas permiten revertir esta situación, logrando una rentabilidad positiva que va desde un 7% en junio hasta un 57% en diciembre, con una utilidad final de S/. 20,122. Este crecimiento financiero evidencia la viabilidad y sostenibilidad del proyecto a mediano y largo plazo.

Uno de los aspectos más destacados de Encajados es el fortalecimiento del vínculo con los clientes, logrado a través de estrategias como el reposteo de historias en redes sociales, el seguimiento personalizado vía chat y el registro de transferencias de clientes satisfechos. Estas acciones no solo reflejan la efectividad de la propuesta, sino también su impacto positivo en la vida de los participantes, quienes experimentan mejoras tangibles en sus hábitos y motivación.

En conclusión, “Somos Encajados” representa un emprendimiento social y comercial que integra innovación, diseño, tecnología y salud en una propuesta integral centrada en el bienestar. Aborda un problema real con una solución creativa, medible y sostenible, respaldada por una estructura financiera clara y una estrategia de marketing digital eficiente. Su enfoque en la motivación como motor del cambio lo convierte en una propuesta valiosa y relevante dentro del contexto actual de salud pública en el Perú, contribuyendo significativamente a la mejora de la calidad de vida de sus usuarios y al desarrollo de una comunidad comprometida con el bienestar integral.