

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA  
TOULOUSE LAUTREC**



**LA FALTA DE MOTIVACIÓN Y ESTILO DE VIDA POCO  
SALUDABLE GENERA SOBREPESO Y OBESIDAD EN JÓVENES  
ADULTOS EN LIMA METROPOLITANA**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en las siguientes carreras:

**AUTORES**

**Eilyn Alejandra Fung Vargas**  
(ORCID: 0000-0002-7497-4954)  
Dirección y Diseño Publicitario

**Mariabelén Nicolle Velásquez Ferretti**  
(ORCID: 0000-0001-7009-3247)  
Dirección y Diseño Gráfico

**ASESOR**

**David Alejandro Chau Pasco**  
(ORCID: 0000-0003-4327-6608)

Lima-Perú

**Julio 2021**

## Tabla de contenido

<b>1. Contextualización del Problema</b> .....	5
<b>2. Justificación</b> .....	7
<b>3. Reto de innovación</b> .....	7
<b>4. Sustento Teórico</b> .....	
10	
<b>4.1. Estudios previos</b> .....	10
<b>4.2. Marco teórico</b> .....	14
<b>4.2.1 Obesidad y sobrepeso</b> .....	14
<b>4.2.2 Clasificación y tipos de obesidad</b> .....	14
<b>4.2.3 Motivación</b> .....	15
<b>4.2.4 Tipos de motivación</b> .....	15
<b>4.2.4.1 Motivación extrínseca</b> .....	15
<b>4.2.5 Bienestar</b> .....	16
<b>4.2.6 Tipos de bienestar</b> .....	16
<b>4.2.6.1 Bienestar físico</b> .....	16
<b>4.2.6.2 Bienestar psicológico</b> .....	17
<b>5. Beneficiarios</b> .....	18
<b>6. Propuesta de Valor</b> .....	
20	
<b>6.1. Propuesta de valor</b> .....	20
<b>6.2. Seguimiento de clientes</b> .....	20
<b>6.3. Canales</b> .....	21

<b>6.4. Relación con los clientes</b> .....	21
<b>6.5. Actividades clave</b> .....	21
<b>6.6. Recursos clave</b> .....	21
<b>6.7. Aliados clave</b> .....	22
<b>6.8. Fuentes de ingresos</b> .....	22
<b>6.9. Presupuestos</b> .....	22
<b>7. Resultados</b> .....	22
<b>8. Conclusiones</b> .....	26
<b>9. Bibliografía</b> .....	27
<b>10. Anexos</b> .....	28
<b>10.1 Anexo 1</b> .....	28
<b>10.2 Anexo 2</b> .....	38
<b>10.3 Anexo 3</b> .....	41
<b>10.4 Anexo 4</b> .....	44

## Lista de figuras

<b>Figura 1.</b> Ejemplo del diario de estudio realizado por el equipo .....	8
<b>Figura 2.</b> Resultado de la pregunta 9 de la encuesta realizada por el equipo .....	9
<b>Figura 3.</b> Resultado de la pregunta 10 de la encuesta realizada por el equipo .....	9
<b>Figura 4.</b> Clasificación de la Obesidad según la OMS (G Manuel Moreno, Definición y clasificación de la obesidad, Revista Médica Clínica Las Condes, Volume 23, Issue 2, 2012, Pages 124-128) .....	14
<b>Figura 5.</b> Seguimiento a cliente por parte de Encajados .....	24
<b>Figura 6.</b> Engagement de Instagram .....	25

## **Informe de Investigación basado en un proyecto de innovación**

### **1. Contextualización del Problema**

Todo ser humano desarrolla una rutina, esta puede ser activa o sedentaria. Según la OMS el 60% de la población no realiza la suficiente actividad física diaria. Al no tener una rutina nos vemos envueltos en desarrollar malos hábitos, como por ejemplo: No tomar la suficiente cantidad de agua, no tener una alimentación balanceada, no ser estricto con los quehaceres y empezar a vivir días de sedentarismo. El tener un estilo de vida poco saludable hace que desarrollemos distintas enfermedades, las más comunes son el sobrepeso u obesidad.

Teniendo en cuenta otras consecuencias de tener un estilo de vida poco saludable nos encontramos con el padecimiento de dolores de espalda, várices, lesiones y sobre todo el riesgo de sufrir de diabetes. Un gran porcentaje de personas sin hábitos saludables sufre de esta condición, por consecuencia tienen que vivir ingiriendo pastillas de por vida, dado que no cambian su alimentación ni rutina y tampoco encuentran la motivación para lograrlo.

Hemos notado que las personas entre 30 y 35 años de edad que conviven junto a una rutina poco saludable llegan a sufrir de obesidad grado 1 hasta el grado 3. Dentro de la encuesta nacional de hogares 2009 - 2010 nos menciona que se encontró una prevalencia de exceso de peso de 39,7% en adultos jóvenes, 62,3% en adultos y 32,4% en adultos mayores, según nos cuenta Villena Chávez JE. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en el Perú. Rev Peru Ginecol Obstet. 2017;63(4):593-598. Esto nos resalta el problema de sobrepeso u obesidad en nuestra muestra ya que es la que obtiene el número más elevado. Lo que los ha llevado a tener este estilo de vida es la ansiedad, no tener una motivación, muchos hacen trabajo remoto y como no tiene otra actividad en que gastar

sus energías les gana el querer comer chatarra o dulces. Dentro de sus hogares no existe educación acerca de una alimentación balanceada, se hizo costumbre comer en cantidades grandes, tener el refrigerador lleno de gaseosas, embutidos, dulces, no hay una preocupación por cómo se alimentan ya que tampoco es su prioridad el tener un cuerpo fitness.

El encontrar una motivación se les hace difícil, siempre se rinden, creen que es complicado aprender a alimentarse balanceado, da por sentado que su rutina jamás podrá cambiar y por lo tanto no podrán bajar de peso. La situación empieza a empeorar cuando ya no se sienten cómodos con sus cuerpos, no encuentran ropa para su talla, el doctor les dijo que su peso ya era un caso serio; Es ahí donde deciden empezar a buscar el propósito de tener un estilo de vida saludable, no buscan ser “fitness” como lo mencionamos, ni tener el cuerpo perfecto, su meta es tener el peso adecuado y gozar de buena salud.

En todo este proceso empieza a cambiar el objetivo pero siempre con algunas restricciones; Quieren encontrar una rutina conforme a su estilo de vida donde buscan hacer actividades físicas pero sin ir al gimnasio, aprender lo básico acerca de una alimentación sana sin necesidad de saber términos que usen los nutricionistas, no perder tiempo en preparar almuerzos o cenas complicadas, mientras su nueva rutina sea sencilla y precisa no ven muy lejos el estabilizar su peso.

## **2. Justificación**

El reto de innovación va a proporcionar herramientas para motivar a tener un estilo de vida saludable, beneficiará a hombres y mujeres de 25 a 35 años de edad quienes sufren de sobrepeso u obesidad. Ayudará a encontrar la motivación que necesitan para iniciar cambios dentro de su rutina y también enseñarles un poco acerca

de cómo pueden variar su alimentación, entrenamientos fáciles en casa y prácticas guiadas por psicólogos.

Queremos encontrar un camino para ayudarles sin la necesidad que se sientan incómodos o que se van a rendir, nuestro foco es principalmente demostrar cómo con pequeñas acciones o rutinas en casa pueden lograrlo. Por su puesto también están incluidas el grupo de personas que no necesariamente sufre por su peso sino que quieren mejorar su estilo de vida.

### **3. Reto de innovación**

Nos enfrentamos al reto de mejorar la calidad de vida en este público objetivo pero de una manera dinámica, donde no sientan una presión sólo por bajar de peso. Se hizo la respectiva investigación que contó con una encuesta a 15 personas, entrevista a 13 personas, un diario de estudio a 18 personas y taller generativos a 14; En este proceso descubrimos 2 Insights.

Del diario de estudio, el cual consistió en pedirles fotos a nuestro público objetivo acerca de su alimentación en un día entero (desayuno, almuerzo, snack, cena, bebidas, etc) y preguntarles cuál era su rutina diaria, resaltamos nuestro primer insight



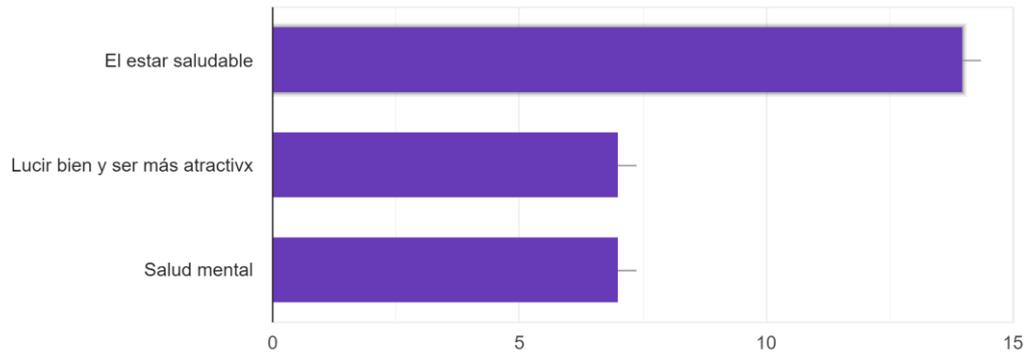
Figura 1. Ejemplo del diario de estudio realizado por el equipo.

La falta de motivación para empezar un cambio saludable en sus rutinas, muchos nos comentaron que les es muy fácil rendirse, no encuentran motivo ni apoyo alguno para cuidar de su salud y tampoco les llama la atención investigar los caminos para autoayudarse.

Por otro lado, en las entrevistas que se realizaron durante el mes de Diciembre 2020 y Enero 2021 logramos obtener nuestro segundo insight, la poca iniciativa de invertir tiempo y dinero en herramientas y/o insumos para mejorar su alimentación, físico, y hábitos. Dentro de nuestra encuesta acerca de hábitos en su vida diaria señalamos los siguientes resultados:

¿Qué te motivaría a cuidar tu peso?

21 respuestas

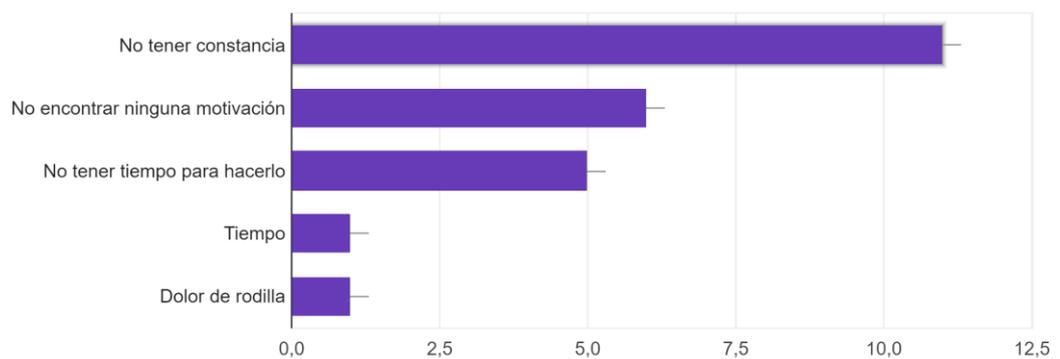


*Figura 2.* Resultado de la pregunta 9 de la encuesta realizada por el equipo.

En la figura 2 la mayoría de encuestados están interesados en cuidar su peso para tener una salud estable.

¿Qué te impide cumplir el objetivo de bajar de peso?

21 respuestas



*Figura 3.* Resultado de la pregunta 10 de la encuesta realizada por el equipo.

Dentro de los resultados de la figura 3 tenemos que un 52% de los encuestados no logran su objetivo por no tener constancia, un 28% por falta de motivación y 23% por no tener tiempo dentro de su día a día.

Finalmente al estudiar los resultados de nuestra investigación nos hicimos la siguiente pregunta ¿Cómo podríamos ayudar a encontrar la motivación para iniciar un cambio a

tener un estilo de vida saludable en hombres y mujeres de 25 a 35 años que sufren de sobrepeso u obesidad en Lima, Perú? Por ellos nuestros objetivos son los siguientes

**Objetivo general:**

Ayudar a nuestro público objetivo a encontrar la motivación que necesitan para generar hábitos saludables en sus rutinas.

**Objetivo específico:**

- Crear herramientas dinámicas para nuestro público objetivo.
- Crear comunidades de ayuda para alcanzar el objetivo.
- Motivarlos a través de sus sentidos.

#### **4. Sustento Teórico**

##### **4.1. Estudios previos**

No es un secreto que el sobrepeso y la obesidad son enfermedades que están aumentando a grandes escalas, tenemos muchos datos que nos demuestran el progreso de estas enfermedades. Analizando el artículo de Jaime E. Villena Chávez en la Revista Peruana de Ginecología y Obstetricia, nos comenta los siguientes resultados de sus encuestas las cuales fueron: Encuesta nacional de hogares, Encuesta demográfica y de salud familiar (ENDES), Encuesta nacional de hogares (ENAHO) “Se encontró una prevalencia de exceso de peso de 39,7% en adultos jóvenes, 62,3% en adultos y 32,4% en adultos mayores. En adultos jóvenes, los factores asociados con el exceso de peso fueron: vivir en área urbana y nivel primario de educación. En adultos, los factores asociados al exceso de peso fueron: ser mujer, no ser pobre y vivir en área urbana.

Los factores asociados al exceso de peso en adultos mayores fueron: ser mujer, no ser pobre y vivir en área urbana” (Villena Chávez JE. Prevalencia de sobrepeso y obesidad

en el Perú. Rev Peru Ginecol Obstet. 2017;63(4):593-598) Esta lectura nos demostró que el poder económico es un factor muy influyente, la poca educación que se tiene sobre el tema y sobre todo la despreocupación en actuar ante la enfermedad. Nos sirve de mucha ayuda para saber a qué público nos estamos dirigiendo, a quiénes les estamos hablando, y de esta manera plantear una propuesta de valor llamativa y asertiva.

Además, la motivación es un factor importante en el desarrollo de la obesidad. Tal y como lo muestra Josefa M. Panisello en su artículo la efectividad de la entrevista motivacional para modificar la ingesta de grasa, la actividad física y el consumo de tabaco en 883 pacientes de riesgo elevado de enfermedad cardiovascular, obteniendo un beneficio en el grupo de intervención. Las intervenciones de motivación solas, en pacientes con obesidad, han mostrado ser más eficaces incluso que en los pacientes que únicamente tomaban un fármaco (sibutramina) en la reducción de peso. Pero las intervenciones psicológicas son especialmente útiles cuando se combinan con estrategias dietéticas y ejercicio.

Este artículo nos probó que es de vital importancia que el ser humano tenga un estímulo de motivación, ya que es el principal factor fundamental para la obesidad y reducir malos hábitos alimenticios. Por ellos, es importante delimitar qué tanto influye la motivación en la vida del ser humano y cómo este ayuda a desarrollar buenos hábitos alimenticios.

Si bien es cierto, existen variables psicosociales fundamentales que se deberían analizar ya que son diversas teorías y modelos que nos ayudan a averiguar qué factores motivacionales determinan que los sujetos declaren estar en un estadio más o menos activo de práctica de ejercicio físico. Es por esto que en la Revista Latinoamericana de Psicología se realizaron dichos estudios en un bachillerato, encontrando así que los sujetos que menos práctica deportiva realizaban tenían niveles más bajos de motivación

auto determinada. Teniendo en cuenta que una de las primeras hipótesis, en la que el estadio de precontemplación iba a ser predicho positivamente por el clima motivacional que implica al ego y la desmotivación, y negativamente por el clima motivacional que implica a la tarea, los tipos de motivación más autodeterminada y las necesidades psicológicas básicas, se cumplen parcialmente. Para ello, los docentes deberían satisfacer la necesidad de competencia de sus pupilos a través del uso de diferentes estrategias, entre las que citamos: explicarles el propósito de la tarea, plantear metas realistas ajustadas a los niveles de habilidad de los alumnos, fomentar una enseñanza individualizada, así como retos personales, hacerles conscientes de su progreso mediante la utilización de criterios de evaluación relativos al progreso personal y dominio de la tarea, proporcionarles feedback positivos.

Actualmente la obesidad se ha convertido en un problema de salud pública, está asociada a consecuencias adversas físicas y psicosociales. Es una enfermedad prevalente que se está incrementando en países desarrollados y latinoamericanos.

Es por ellos que tenemos como finalidad, identificar la problemática en la cultura sedentaria desarrollada en la actualidad. Para que de esta manera podamos entender y promover los beneficios de tener una rutina activa en el día a día, ya sea física o mental. Motivar un cambio en la forma de actuar de las personas, para bien, orientándolos en un ritmo de vida saludable. Se entiende que, al llevar una vida sedentaria, las personas dejan de lado las actividades físicas como parte de su día a día, lo cual puede ser un deterioro de su salud. Aquello es comentado por Bonet, J. (2016). “Todos estos cambios se han traducido en nuevos patrones de comportamiento cotidianos en las personas, alejándolos de estilos de vida activos, con el consecuente detrimento en la salud”.

“Se estima que al menos un 60% de la población mundial no realiza la actividad física necesaria para obtener beneficios para la salud”. Bonet, J. (2016). Con ello se refiere al poco interés mostrado por la sociedad con su salud, lo cual termina siendo perjudicial a largo plazo, considerando que los números van en aumento. También, se deben considerar los factores de riesgo, en especial en coyuntura de pandemia. Los factores de riesgo son mencionados también por Bonet, J. (2016). “En ese sentido, la inactividad física se sitúa como el cuarto factor de riesgo en lo que respecta a la mortalidad mundial (representa un 6% de las muertes registradas en todo el mundo (, empatando así con el exceso de glucosa en la sangre (6%) y siendo superado únicamente por la hipertensión (13%) y el consumo de tabaco (9%)”.

Existen diferentes tipos de beneficios para la salud de las personas que realicen actividades físicas continuas, uno de los cuales es mencionado por Bonet, J. (2016). “Beneficios metabólicos que, entre otros efectos, previenen a obesidad y la diabetes mellitus”. Sin embargo, prevenir la obesidad no es lo único, ya que como mencionamos anteriormente, el enfoque debe abarcar la parte psicológica y motivacional de igual manera, lo cual es comentado por Bonet, J. (2016). “Beneficios psicológicos como el aumento de la sensación de bienestar, la autoestima y la mejora de los estados de ánimo, que pueden prevenir trastornos como la ansiedad, el estrés y la depresión”.

Nuestra finalidad como proyecto es dar a entender que el bienestar y la salud mental es primordial y un elemento básico para mejorar y mantener un estilo de vida más saludable.

## **4.2. Marco teórico**

### **4.2.1 Obesidad y sobrepeso**

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) la obesidad y el sobrepeso se definen como una acumulación anormal o excesiva de

grasa que puede ser perjudicial para la salud. Una forma simple de medir la obesidad es el índice de masa corporal (IMC), una persona con un IMC igual o superior a 30 es considerada obesa y con un IMC igual o superior a 25 es considerada con sobrepeso.

#### 4.2.2 Clasificación y tipos de Obesidad

Clasificación	IMC (kg/m <sup>2</sup> )	Riesgo Asociado a la salud
Normo Peso	18.5 – 24.9	Promedio
Exceso de Peso	≥ 25	
Sobrepeso o Pre Obeso	25 - 29.9	AUMENTADO
Obesidad Grado I o moderada	30 – 34.9	AUMENTO MODERADO
Obesidad Grado II o severa	35 - 39.9	AUMENTO SEVERO
Obesidad Grado III o mórbida	≥ 40	AUMENTO MUY SEVERO

Figura 4. Clasificación de la Obesidad según la OMS (G Manuel

Moreno, Definición y clasificación de la obesidad, Revista Médica Clínica Las Condes, Volume 23, Issue 2, 2012, Pages 124-128)

#### 4.2.3 Motivación

La Motivación es un proceso básico y dinámico relacionado con la consecución de objetivos que tienen que ver con el mantenimiento o la mejora de la vida de un organismo. Al definir la motivación como dinámica, se afirma que los estados motivacionales están en continuo flujo o en estado de crecimiento. Soriano, M. M. (2001). La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo. *Proyecto social: Revista de relaciones laborales*, (9), 163-184.

#### 4.2.4 Tipos de motivación

Soriano nos describe la motivación en sus dos características: Intrínseca y Extrínseca. Nuestro reto de innovación está basado en la motivación extrínseca, la se define de la siguiente manera:

##### 4.2.4.1 Motivación extrínseca

Es la motivación externa, aquella provocada desde afuera del individuo por otras personas, ambiente o acciones ajenas, es decir que depende del exterior que se cumpla una serie de condiciones y capacidad para que el individuo esté motivado. Se basa en una recompensa o incentivo por la acción realizada.

Este tipo de motivación nos ayudará a realizar nuestro objetivo dentro de nuestro de innovación, así sabremos cómo se desarrolla y comporta dentro de nuestro público objetivo.

#### **4.2.5 Bienestar**

El bienestar, lejos de ser un sentimiento objetivo, es en la mayor parte de los casos un reflejo de nuestra forma de ver las cosas, de nuestro modo de pensar. También hablamos de bienestar como un balance de neurotransmisores positivos en nuestro cerebro tales como la dopamina o las endorfinas que pueden generarse de dos maneras: la más rápida y sencilla a través del consumo de sustancias; la otra, más lenta pero más segura, es cambiando nuestra forma de pensar hacia la psicología positiva, el optimismo. García, C. H. (2016). Inteligencia emocional y bienestar. Inteligencia Emocional y Bienestar II: reflexiones, experiencias profesionales e investigaciones (pp. 32-44). Ediciones Universidad de San Jorge.

#### **4.2.6 Tipos de bienestar**

El Doctor Rafael Bisquerra clasifica el bienestar en cuatro categorías: el bienestar material, el bienestar físico, el bienestar social y el bienestar

psicológico. Vamos a definir el bienestar físico y psicológico ya que nuestro reto de innovación está basado en ambos

#### **4.2.6.1 Bienestar físico**

El bienestar físico depende de nuestra salud, las personas que presentan un mayor nivel de bienestar tienen menos accidentes, se medican mejor, presentan mejores conductas de autoprotección, etc. que les hace tener una mejor salud. Por ello, aunque la mayor parte de las enfermedades no las podemos evitar, unos hábitos saludables como hacer ejercicio físico continuado, llevar una alimentación sana, descansar el tiempo adecuado, o no ingerir sustancias insalubres, son garantía de un mejor nivel de bienestar físico, y por ende, de felicidad. (Bisquerra, 2009: 110)

#### **4.2.6.2 Bienestar psicológico**

El bienestar psicológico sería el resumen del resto de formas de bienestar, suele ser el resultado de afrontar adecuadamente las situaciones de estrés de la vida cotidiana, pero a la vez es el estar preparado si las circunstancias se dieran distinto.

Por otra parte, la autoestima, la determinación, la confianza, son importantes mediadores que influyen en el bienestar psicológico. Estos elementos juntos nos producen satisfacción y goce personal, y a la vez producir conductas encaminadas a nuestras metas. (Bisquerra, 2009: 110)

Gracias a la definición de estos autores sabremos reflejar ambos bienestares en nuestra propuesta de valor, nos sirve como base para entender el comportamiento interior y cuál es el tipo de bienestar que

busca nuestro público objetivo. Así también podremos armarnos de alianzas con profesionales que se dediquen al tema.

## **5. Beneficiarios**

El proyecto se enfocará en el arquetipo al cual se podrá brindar soluciones mucho más beneficiosas. Nuestro cliente modelo es quien sufre de obesidad pero no le toma mayor importancia, tiene una actitud despreocupada ante el problema de ser obeso a pesar de que esta enfermedad lo limita a desarrollar actividades comunes y presenta un problema real en su día a día. La obesidad de grado 1 le causa malestar general, incomodidad y diversas dolencias; consecuencia de la falta de autocontrol ante la ansiedad y ante su vida.

Nuestro arquetipo, tiene conciencia de que el malestar físico comenzó en la temporada universitaria. No solía cuidar su salud aunque padece de una enfermedad la cual es la tiroides que le obliga a medicarse todos los días, aunque después de eso, la salud no fue su prioridad; se divertía, viajaba, socializaba y se sentía cómodo con quien era.

Se independizó junto a dos compañeros de trabajo y esto generó el tener que adaptarse al hecho de encargarse de su comida optando por el camino más sencillo, lo cual en ese momento sería alimentarse de comida a domicilio muy frecuentemente, prefiriendo pedir hamburguesas o pollo a la brasa en lugar de cocinar, a pesar de tener presente que sería mejor para su economía hacer el mercado que comer en restaurantes de comida rápida utilizando de pretexto el tener poco tiempo para preocuparse por una alimentación balanceada, aunque no haya del todo cierto.

A consecuencia del trabajo remoto, su ansiedad alcanzó el pico más alto impactando negativamente en su estado físico, de ser un hombre de contextura gruesa, pasó a tener obesidad grado 1. Esta situación causó un efecto destructivo en su autoestima; no se sentía bien mirándose al espejo, se alejó de sus amigos para evitar hablar del tema de su peso

actual, dejó de preocuparse por su aspecto en general dejando de lado actitudes como el comprar ropa porque daba por hecho que ninguna prenda podría favorecerle viéndose como se ve actualmente. Es aquí en donde los dolores de rodilla y espalda fueron presentándose con más frecuencia junto con su preocupación por agravar la enfermedad de tiroides que ya padece.

Reconoce que darle prioridad al ámbito laboral no le trae ningún beneficio saludable a su vida, a pesar de satisfacer su ego a nivel personal y profesional. Espera priorizar su estado anímico e inmunológico y aprender a valorarse como persona. No le gusta el ejercicio, sin embargo reconoce que debe empezar a hacerlo, busca encontrar una rutina que combine la practicidad junto con su ritmo diario. Sabe que los malos hábitos lo han envuelto en una rutina de círculo vicioso, del cual es difícil salir pero sabe que encontrando la motivación adecuada podrá lograrlo.

Nuestro reto de innovación está enfocado en hombres y mujeres de Lima Metropolitana entre los 25 y 35 años de edad, trabajadores sin rubro laboral específico, con estudios de nivel técnico o universitario y de nivel socioeconómico A, B, C.

El enfoque será directo al arquetipo en el cual se implementarán las soluciones sugeridas. Este cliente modelo, será una persona que sufre de obesidad y no toma medidas de prevención al respecto, debido a la poca importancia que le da. La actitud de este, será despreocupada ante la adversidad de la obesidad a pesar de las múltiples limitaciones que van de la mano con esta enfermedad.

## **6. Propuesta de Valor**

### **6.1. Propuesta de valor**

Ayudar a las personas que sufren de sobrepeso u obesidad a encontrar su motivación para iniciar el cambio a convivir junto a un estilo de vida saludable. Nuestro concepto de marca es Motivación en casa.

### **6.2. Seguimiento de clientes**

Nuestros clientes son hombres y mujeres de 25 a 35 años que sufren de sobrepeso u obesidad. Podemos encontrar diferentes profesiones, sus hábitos varían y tienen niveles socioeconómicos diferentes (A, B, C). Residen en Lima, Perú y tienen como objetivo mejorar sus hábitos de vida comenzando con encontrar su motivación.

Además, los interesados en iniciar un estilo de vida saludable tienen como fin principal mejorar sus hábitos, lo cual lo conseguirán a través de la motivación.

Sus características:

- Nivel socioeconómico A-B-C
- Encontrar su motivación
- Apoyo y practicidad
- No quieren un cuerpo fitness, solo saludable
- Aprender lo básico de alimentos saludables.

### **6.3. Canales**

La comunicación principal se realiza mediante redes sociales Instagram y Facebook. En esos medios se realizarán contenido para motivar con pequeñas acciones fáciles de realizar, apoyo a nuestra comunidad y el principal contenido las cajas de

motivación. Nuestro producto tiene como continuación seguir con el seguimiento a nuestros clientes, luego de que hayan hecho la compra y experimentado junto a ella estaremos comunicándonos mediante WhatsApp para saber de sus avances, cambios o si necesitas apoyo.

#### **6.4. Relación con los clientes**

Se mantendrá una comunicación empática, directa y continua, para así obtener mayor información sobre nuestros clientes y cumplir con sus necesidades de manera adecuada.

#### **6.5. Actividades clave**

- Crear contenido en redes sociales (Instagram y facebook) clave, práctico y específico sobre comenzar a descubrir tu motivación.
- Contactar y formar alianzas con especialistas en nutrición, manejo de emociones y ejercicios claves para empezar el día.

#### **6.6. Recursos clave**

Se requiere de la prestación de servicios y la experiencia de un Diseñador Gráfico, Community Manager, Social media, Redactor con experiencias en cuentas motivacionales o acerca de alimentación. Además, programas digitales como la suite de Adobe Creative, equipos tecnológicos (laptop, computadora, celular) y un espacio adecuado para el empaque de las cajas.

#### **6.7. Aliados clave**

Como aliados clave tenemos a los siguientes profesionales: en psicología Cristhina Bernal de Respirarte Mindfulness y nutrición Katherine Alfaro de Katherine

Alfaro Nutricionista, que son el principal componente para lograr complementar nuestro objetivo.

### **6.8. Fuentes de ingresos**

Mediante la venta de las cajas motivadoras estas tendrán pequeñas herramientas que ayudarán a incentivar la motivación y obtendrán información acerca de nutrición o de la ansiedad. Receta sobre postres saludables, un postre, planner, música para comenzar el día y link de un video de nuestros especialistas mostrándonos cómo comenzar a mejorar nuestros hábitos.

### **6.9. Presupuestos**

La estimación del presupuesto anual para la implementación de nuestra cuenta en redes sociales, la creación de contenido, los insumos y servicios que se requieren para el modelo de negocio se encuentran en el Anexo 2.

## **7. Resultados**

Para poder empezar a poner a prueba nuestro MVP lo primero que hicimos fue la investigación, acordar lo que iba a contener cada caja motivadora y diseñar nuestra identidad. Como hemos mencionado nuestro concepto de marca es motivación en casa, todas las herramientas incluidas en el producto son de fácil utilidad, todo viene incluido, no hay necesidad de salir de casa, y sobre todo creatividad. Para hacer el branding de Encajados utilizamos Illustrator, con nuestra línea gráfica queremos comunicar lo amigable, dinámico, y sin estereotipos que es Encajados. Creamos nuestra cuenta de Instagram y Facebook para empezar a subir nuestro contenido el cual se diseña en Phothoshop. Los primeros días hicimos contenido de lanzamiento de marca, luego frases motivadoras, empezamos a interactuar con nuestros seguidores. Además, teníamos el contenido de parte de nuestros aliados que son Cristhina Bernal y Katherine

Alfaro, ellas nos hicieron llegar instagram stories comentando que eran parte del equipo Encajados y estaban para apoyarlos en su búsqueda de motivación.

Empezamos a tener mucha comunicación mediante los mensajes de Instagram con posibles clientes, nos preguntaban ¿Qué contenían las cajas motivadoras? ¿Cuál era su precio? ¿Cómo podrían darle utilidad? Nos encargamos de resolver todas sus dudas. Muchas de las ventas fueron a través del WhatsApp de la marca, por este medio intercambiamos información acerca de los 2 tipos de cajas que teníamos, cómo darle uso a lo que viene dentro y cuando el usuario estaba convencido de hacer la compra se convertía en un cliente; Le pedíamos la dirección de envío, fecha y hora que deseaba el delivery. Una de las tareas más importante durante el proceso de conseguir que un usuario pase a ser cliente es el poder personalizar su pedido, queríamos obtener la información sobre si algún alimento que viene les hace daño, si preferían cambiarlo por algún otro; De esta manera ellos sentían la confianza y el apoyo de parte de nosotros.

El siguiente paso después de concretar la compra, verificar el pago y hacerle llegar el producto es el seguimiento al cliente, pero tenemos que tener en cuenta que esto se empieza una vez el cliente haya podido experimentar con nuestra caja motivadora, nosotros optamos por comunicarnos durante el 2do o 3er día después de la compra y hacerlo 1 vez por semana. En esta etapa esperamos poder obtener resultados y avances de parte de ellos, como primeros resultados que obtuvimos fueron



Figura 5. Seguimiento a cliente por parte de Encajados

Esta cliente nos comentó que luego de abrir la caja motivadora y empezar a poner en práctica lo que viene dentro hizo un pequeño ajuste en su lista de compra, decidió incluir bidones de agua para poder empezar a dejar de lado el gatorade. Celebramos este pequeño avance como muestra de motivación a querer conseguir hábitos saludables.

Agradecemos el tiempo que se dan nuestros clientes en responder y contarnos sus avances brindándoles más videos educativos junto a nuestros aliados, nuestro seguimiento es de manera constante, queremos celebrar y acompañar cada paso de ellos y siempre brindarles mayores herramientas para sus logros más grandes. Por otro lado tenemos nuestro engagement en Instagram, que consta en la publicación de nuestra caja por Instagram stories de parte de nuestros clientes



*Figura 6.* Engagement de Instagram

Gracias a estas interacciones pudimos obtener mayor alcance, seguir difundiendo nuestro producto y propuesta de valor. A la vez es una prueba de cómo llega el producto a las manos del cliente, podemos ver el uso que le están dando a las herramientas.

Logramos hacer 20 ventas de las cajas motivadoras, luego de nuestro seguimiento obtuvimos avances positivos en 15 de estas ventas; Cuando empezamos con la difusión en redes de la charla junto a la Nutricionista logramos conectar con 6 participantes quienes pudieron obtener más información directa y sencilla para empezar con un cambio saludable en su nutrición. Con respecto a nuestros objetivos cumplimos con la necesidad de herramientas prácticas y dinámicas para incentivar un cambio de vida saludable, conseguimos lograr formar una comunidad en nuestras redes sociales que sirven como apoyo y de parte de nuestros aliados quienes brindan información, lo

que más resaltamos fue que ayudamos a 15 personas en su búsqueda de motivación, han iniciado cambios en su rutina cómo el uso de una agenda, hacer cambios en su lista de compra, tener un horario el cual respetar, y tienen un mayor conocimiento sobre el ámbito nutricional, físico y psicológico.

## **8. Conclusiones**

En base a la experimentación, se concluyó que para motivar a personas que sufren de sobrepeso u obesidad a tener hábitos de vida más saludables se debe incentivar mediante actividades dinámicas, evitar el uso de presión para conseguir un peso adecuado ya que eso provocará que se rindan y se sientan frustrados, ofrecerles herramientas prácticas y listas para usarlas da resultados positivos dado que no tendrán molestias en encajarlo con sus rutinas y horarios. Como equipo creemos que hemos logrado cumplir el reto de innovación a un 60%, nuestro resultado positivo se refleja en el logro de 15 clientes quienes están haciendo pequeños cambios en sus rutinas, encontraron la herramienta que necesitan para organizarse, nuevas opciones de alimentación, tienen una idea más clara sobre el proceso de tener hábitos saludables, son conscientes de lo que está pasando con su salud.

La motivación es el primer paso para todo cambio, nuestras cajas motivadoras lograron dar ese impulso que les faltaba a nuestro público objetivo, debemos tener claro que el cambio es un proceso que lleva tiempo. Se espera lograr a largo plazo la implementación de una página web dónde puedan encontrar material de nuestros aliados, más recetas saludables y tips para sus rutinas; así también mediante esta web podemos llevar un mayor control del progreso de cada cliente, los profesionales podrán ayudarlos de una manera más directa. Como oportunidad de mejora vemos el realizar una presentación utilizando otros materiales, poder incluir más herramientas para el uso

diario y lograr captar la atención de más psicólogos, nutricionistas y coachs para que sumen a la comunidad de Encajados.

## **Bibliografía**

1. Badaró, S. (2013). *SISTEMAS EXPERTOS: FUNDAMENTOS, METODOLOGÍAS Y APLICACIONES*. Universidad De Palermo.  
[https://www.palermo.edu/ingenieria/pdf2014/13/CyT\\_13\\_24.pdf](https://www.palermo.edu/ingenieria/pdf2014/13/CyT_13_24.pdf)
2. Carbajal, E. (2013). *FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Universidad De Guayaquil*.  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2439/1/TESIS%20SOBREPESO.pdf>
3. Jaime, E. (2017). *Prevalencia de sobrepeso y obesidad en el Perú*. Rev Peru Ginecol Obstet.  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2304-51322017000400012](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2304-51322017000400012)
4. Moreno, G. (2012). *Definición y clasificación de la obesidad*. Revista Médica Clínica las Condes.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864012702882>
5. Soriano, M. (2001). *La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo*. Área de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Escuela de Magisterio de Tereuel. Universidad de Zaragoza.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=209932>
6. Carlos, H. (2016). *INTELIGENCIA EMOCIONAL Y BIENESTAR II*. Universidad San Jorge.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5568420>

7. Josefa, P. (2014). EFICACIA DE LAS ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN EN EL TRATAMIENTO DEL SOBREPESO Y OBESIDAD. Universidad de España.

[http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-16112014001100003](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112014001100003)

8. Jiménez, R., Moreno, B., Román, L., Claver, F. (2015). Motivación y estadios de cambio para el ejercicio físico en adolescentes. *Revista Latinoamericana de Psicología*, (47), 196-204.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0120053415000151#>

9. Bonet, J. (2016). *PLANIFICACIÓN Y SUPERVISIÓN ONLINE DE UN PROGRAMA COMBINADO DE EJERCICIO FÍSICO Y DE DIETA SALUDABLE*. Universidad Autónoma de Barcelona.

[https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2016/hdl\\_10803\\_399335/juboga1de1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2016/hdl_10803_399335/juboga1de1.pdf)

# Anexos

## 10.1. Anexo 1

### Herramientas Design Thinking desarrolladas

#### Problema a abordar

## 🔍 Problema a abordar

	Personas	Comunidad	Estado	Planeta
Corporal	<p>Los factores de riesgo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor de enfermedad cardiovascular temprana, hipertensión, diabetes, obesidad, síndrome de apnea y nivel de colesterol elevado.</li> <li>- Agresión de salud.</li> <li>- Menor nivel de actividad.</li> <li>- Actividad física disminuida o nula.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incomodidad en espacios privados y públicos.</li> <li>- Vivir rodeado de personas con sobrepeso u obesas, te limita mucho más.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor uso de recursos medicinales, como el oxígeno en tiempos de pandemia mundial.</li> <li>- Mayor uso de camillas en hospitales y clínicas.</li> <li>- Menor incremento económico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de producción y uso de elementos sanitarios (mascarilla y botas)</li> <li>- Mayor producción textil</li> </ul>
Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Despidos</li> <li>- Problemas económicos</li> <li>- Desplazamiento de dinero</li> <li>- Gastos concurrentes en comida chatarra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Imposición de gasto de dinero</li> <li>- Gastos concurrentes en comida y salidas con tu familia/compañeros de trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Más uso de salud pública</li> <li>- Mayor uso de recursos medicinales, como el oxígeno en tiempos de pandemia mundial.</li> <li>- Mayor uso de camillas en hospitales y clínicas.</li> <li>- Menor incremento económico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayores costos hospitalarios</li> <li>- Disminución de su productividad, competitividad</li> <li>- Acentuado laboral debido a la pandemia, lo que reduce sus salarios o causa despidos.</li> </ul>
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cada vez tienen un poco más de conciencia a nivel ambiental/natural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor gasto en salud pública y privada</li> <li>- Imposición de gasto de dinero</li> <li>- Gastos concurrentes en comida y salidas con tu familia/compañeros de trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor uso de recursos renovables y no renovables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consumo de combustibles</li> <li>- Mayor uso de productos medicinales</li> <li>- Mayor producción y consumo de alimentos</li> <li>- Mayor consumo de energía por trabajo remoto obligatorio</li> <li>- Consumo de energía</li> <li>- Incremento de preocupación</li> <li>- Mayor consumo de energía por trabajo remoto obligatorio</li> <li>- Incremento en compras de menaje de oficina</li> </ul>
Ocupacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menor rendimiento</li> <li>- Mayor cansancio</li> <li>- Dolores de articulaciones por mala posición</li> <li>- Estrés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor dificultad al conseguir cualquier tipo de empleo.</li> <li>- Limitantes oportunidades en tiempos de Covid-19.</li> <li>- Mayor probabilidad de riesgo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Productividad laboral medio-baja</li> <li>- Al estar en trabajo remoto, aumentan los niveles laborales.</li> <li>- Incremento del desempleo por pandemia.</li> <li>- Disminución en asistencia presencial en el trabajo, por reglas de salud nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento de consumo de herramientas de concentración</li> <li>- Incremento en cursos gratuitos o de menor precio a nivel profesional por parte de universidades e institutos de gran nombre.</li> </ul>
Intelectual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel bajo de concentración</li> <li>- Menor rendimiento</li> <li>- Mayor cansancio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor índice de distracción.</li> <li>- Mayor dificultad al realizar tareas, etc.</li> <li>- Menor ánimo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Productividad laboral en decrecimiento</li> <li>- Cúmulo de estrés</li> <li>- Falta de energía y motivación</li> <li>- Poca concentración</li> <li>- Incremento de estrés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento de ayuda espiritual por redes sociales</li> </ul>
Espiritual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Frustración</li> <li>- Sobrecarga de estrés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca ganas de socializar</li> <li>- Presión y carga mental</li> <li>- Poca paz interior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presión laboral</li> <li>- Incremento de depresión y ansiedad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento del aislamiento debido a la pandemia y cuarentena</li> </ul>
Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bullying</li> <li>- Presión social</li> <li>- Diminutivos y apodos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presión y carga mental</li> <li>- Frustración</li> <li>- Apatamiento social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones de amigos y trabajo por zoom, telegram, etc.</li> <li>- La mente se mantiene ocupada la mayor parte del tiempo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento de terapias psicológicas y psiquiátricas</li> <li>- Liberación de cúmulo de estrés por redes sociales</li> <li>- Ayuda profesional cibernética gratuita</li> </ul>
Emocional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Depresión</li> <li>- Estrés</li> <li>- Carga emocional alta</li> <li>- Disgusto</li> <li>- Malestar personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de sensibilización y concienciación sobre la el sobrepeso, obesidad y alimentación saludable en la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presión por trabajo remoto</li> <li>- Incremento de distracciones por redes sociales</li> <li>- Mayor tiempo de ocio debido al trabajo remoto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La obesidad genera una carga socioeconómica y de enfermedad muy alta, que compromete tanto la salud de la población como las finanzas públicas y privadas.</li> </ul>
Síntesis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Una persona con sobrepeso u obesidad, no es una persona plena en ningún sentido. Tiene muchos límites día a día a nivel personal, emocional y laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En la comunidad, el sobrepeso u obesidad genera muchos límites por la falta de sensibilización y concienciación, es un tema que no es tomado con la importancia que debería ser tomarse no solo a nivel general, si no personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se necesita sensibilizar a la sociedad de los riesgos para la salud que conlleva tener sobrepeso u obesidad y de la importancia que tiene transformar y mejorar su calidad de vida.</li> </ul>	

#### Plan etnográfico

## 📋 Plan Etnográfico

Nivel de conocimiento	Herramienta de investigación	Muestra	Características
A	Encuesta	15 personas	Encuesta enfocada en la alimentación en personas de 20 - 40 años de edad que sufren de sobrepeso u obesidad.
A	Encuesta	15 personas	Encuesta enfocada en la alimentación en personas de 20 - 40 años de edad que sufren de sobrepeso u obesidad.
A	Entrevista	13 personas	Entrevista realizada a personas de 25 - 35 años que sufren de sobre peso u obesidad. Se les preguntó sobre su condición, obstáculos, oportunidad de mejora, sentimientos, motivaciones.
B	Diario de estudio	18 personas	Diario de estudio realizado a personas de 25-35 años de edad que sufren de sobrepeso u obesidad. Consistió en pedirles foto de todo lo que comían en un día entero, que nos cuenten cómo era su día desde la mañana hasta la noche.
C	Taller de generativo	14 personas	Taller generativo realizado a personas de 25-35 años de edad que sufren de sobrepeso u obesidad. Consistió en enviarles plantillas y que ellos respondan con fotos, emojis o opciones. Se les preguntó acerca de ellos mismos, hábitos que deseen incluir en su vida, cómo expresan las emociones y preguntas rápidas a elegir.

# Arquetipos

## Arquetipo

### Nicolás

Medio Audiovisual - Fotógrafo

Edad 33

Obesidad grado 1

NSE B



Nicolás es un joven soltero y fotógrafo, le gusta comer y pasar sus ratos libres viendo series.

Siempre tuvo sobrepeso y ahora decidió que es tiempo de hacer algo por su salud y su aspecto físico.



Tiene celular, laptop y computadora de escritorio. Usa mucho las redes sociales y Drive de manera constante, por el trabajo Home Office. Las redes sociales que más usa son:


### Pains

Le molesta saber que algo en su cuerpo le está doliendo y no tener la voluntad para cambiarlo. No poder controlar la ansiedad. Sabe que no darle la importancia necesaria a su salud desde inicios de su carrera, fue un elemento fundamental en el incremento de peso. No tiene la preocupación de ocuparse de otras cosas, solo del trabajo.

Vive con dos compañeros de trabajo, visita a sus padres los fines de semana. Los compañeros con las que vive tienen el mismo problema que él. Ninguno realiza actividad física.

En sus tiempos libres duerme, cocina comida rápida como hamburguesas, con papas fritas. Trata de arreglar un poco su casa o lugar de trabajo, le gusta ver series en Netflix.

### Gains

Espera mejorar su salud y aspecto físico. Encontrar la motivación que necesita para poder llegar a un peso saludable. Aprender un poco más de los alimentos adecuados para comer y ejercicios que podría practicar en sus momentos libres. Encontrar una rutina que no demande mucho tiempo o dinero.

### Rutina diaria

Se levanta entre las 7 am - 8 am, para desayunar algo ligero y tomar su medicamento.

8:30am

Empieza Home Office

Ronda por su casa buscando algo de picar cuando no tiene mucha carga de trabajo, pero si tiene mucho trabajo, pide comida rápida

Después del trabajo, suele apoyar en el negocio familiar.

Busca que comer cerca al negocio familiar.

Después de cenar lo que haya conseguido cerca al negocio familiar, regresa a su casa a dormir. No tiene horario específico para dormir.

## Arquetipo

### Aracelly

Medio Audiovisual- Fotógrafo

Edad 36  
Obesidad grado 2  
NSE C



Aracelly es una joven vendedora de productos vía online. No sabe desde cuando específicamente empezó a ganar peso, pero sabe que dentro de sus prioridades tiene que estar su salud y bienestar.



Se dedica al 100% a su trabajo, ya que al no tener estudios superiores, sabe que no puede descuidar ese ámbito. Maneja todo tipo de redes sociales para la compra y venta de productos, pero en especial los siguientes:



Vive con su familia, pero a pesar de ello, los gastos de servicios básicos y comida, son compartidos entre ella y las que habitan en esa casa.

Tiene celular y laptop por trabajo. Usa facebook e Instagram para poder promover los productos que vende. No suele mirar mucho tele, en redes sociales sigue a actores, influencers, busca recetas fáciles y con pocos ingredientes.

#### Pains

No le gusta cocinar, gastar tiempo y dinero en hacerlo. Mira muchas recetas en internet pero ninguna logra satisfacerla. No tener un orden en su día para almorzar algo planeado, come lo que este dentro del refrigerador. Le molesta que todos piensen que bajar de peso es algo obligatorio, no lo hace por falta de tiempo y tampoco encuentra razón alguna.

#### Gains

Necesita practicidad, mejor si alguien pueda hacer algo por ella. Pero eso también la limita ya que no tiene el poder económico suficiente. Quisiera encontrar por redes a una persona que le indique qué hacer para alimentarse mejor, no busca ser vegetariana ni fitness pero siente que ya le aburró la comida chatarra. Necesita encontrar una clave para ordenar sus días.

#### Rutina diaria

Se levanta entre las 5 am - 6:00 am, para desayunar y empezar a tratar de organizar sus redes sociales.

8:00am

Empezar a concentrarse en su trabajo, agendar citas, etc.

No prioriza horarios de alimentación, ni tipo de comida, ya que desde que empieza el trabajo remoto, no para.

Después del trabajo, suele comer algo que le quite la ansiedad, normalmente comida chatarra.

Después de cenar lo que haya comprado, se duerme automáticamente. Normalmente suele descansar temprano, entre las 7pm-8pm.

## Arquetipo

### Akiko

Medio Audiovisual- Fotógrafo

Edad 34  
Obesidad grado 1  
NSE C



Akiko es una chica de 34 años, trabaja como administradora en una empresa reconocida, hace más de 5 años. Le gusta mucho vivir sola y utilizar su tiempo libre, en lo que se la apetezca.



Su entorno familiar es pequeño, visita a sus padres dos veces al mes los fines de semana y suele salir mucho con amigos a restaurantes y centros comerciales. Vive sola y es independiente desde los 26 años.



Vive sola. Disfruta de ver series en Netflix y Amazon Prime mientras pide delivery de comida rápida. También aprovecha en dormir en sus ratos libres.

En sus tiempo libres duerme, se cocina alguna fritura, y lee libros. Quiere encontrar un equilibrio entre salud, bienestar, alimentación saludable y trabajo, que no le absorva el poco tiempo que tiene libre.

#### Pains

No tener mucho tiempo para sí misma, siente que el trabajo la tiene agotada pero entiende que es un proceso que tiene que pasar.

#### Gains

Necesita pensar más en ella misma y ser su prioridad. Tiene que preocuparse en dejar esa vida sedentaria. Espera poder sentirse mejor consigo misma y estar cómoda con eso. Espera poder formar una familia.

#### Rutina diaria

Se levanta entre las 6 am , para desayunar algo ligero y alistarse para el trabajo.

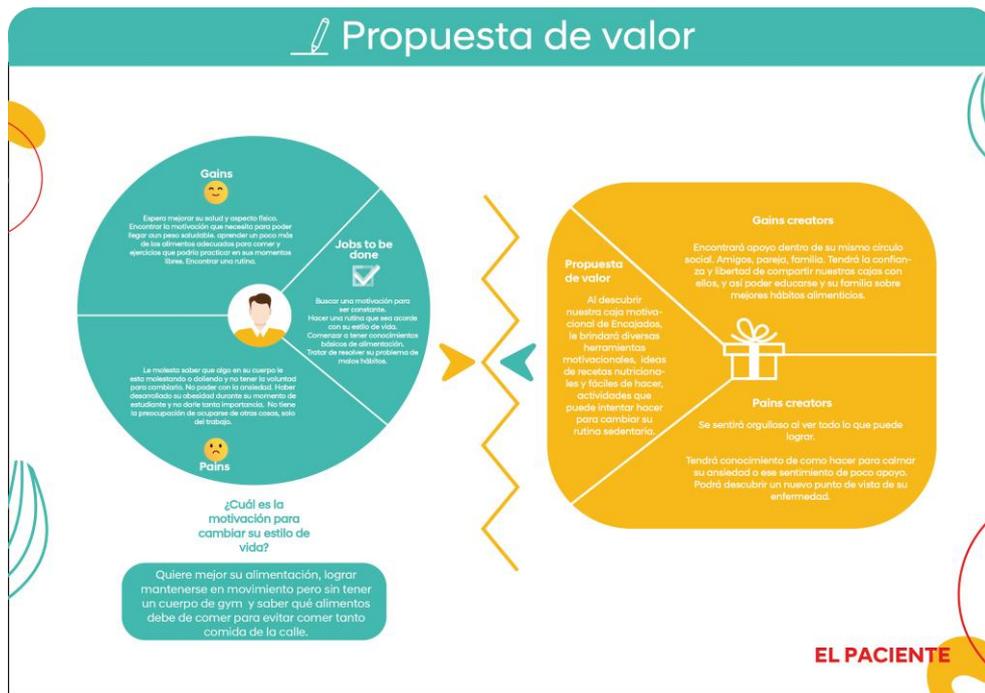
A las 8:30am Empezar Home Office, y si le toca ir a trabajar presencialmente, sale antes para llegar a tiempo.

En medio de la jornada laboral, normalmente se da un par de gustitos, si no tiene nada a la mano, pide delivery.

Para almorzar en casa, busca siempre algo rápido y ligero, pero si está en el trabajo, va al comedor o sale a algún restaurante con sus amigos.

Después del trabajo se cocina algo ligero o pide delivery, ya que le da flojera cocinarse algo. Duerme aproximadamente entre las 9-11pm.

# Propuesta de valor



## Propuesta de valor



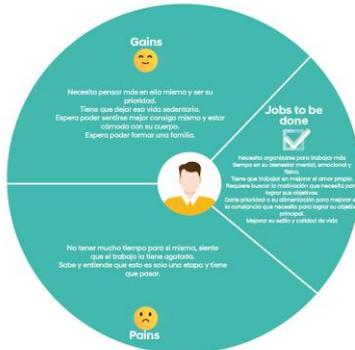
¿Cuál es la motivación para cambiar su estilo de vida?

Quiere mejorar su estilo de vida, no desea bajar de peso ni lograr un cuerpo fitness. Sólo acomodar sus horarios y tener una rutina de alimentos



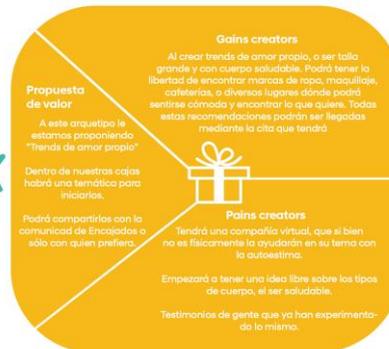
LA DESORDENADA

## Propuesta de valor



¿Cuál es la motivación para cambiar su estilo de vida?

Priorizar su salud emocional, física y mental para mejorar su calidad de vida. Aumentar el ritmo de vida para disminuir su sedentarismo. Lograr formar una familia. Poco a poco mejorar por ella misma, por su bienestar para evitar futuras complicaciones o enfermedades debido a la obesidad.

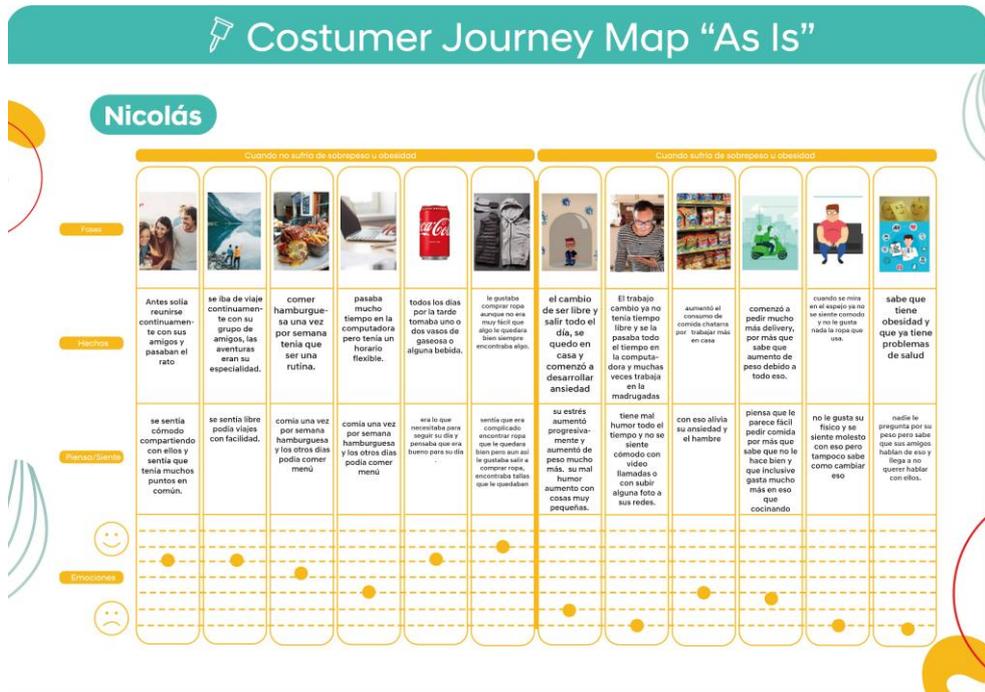


LA DESPREOCUPADA

# Lienco del modelo de negocio

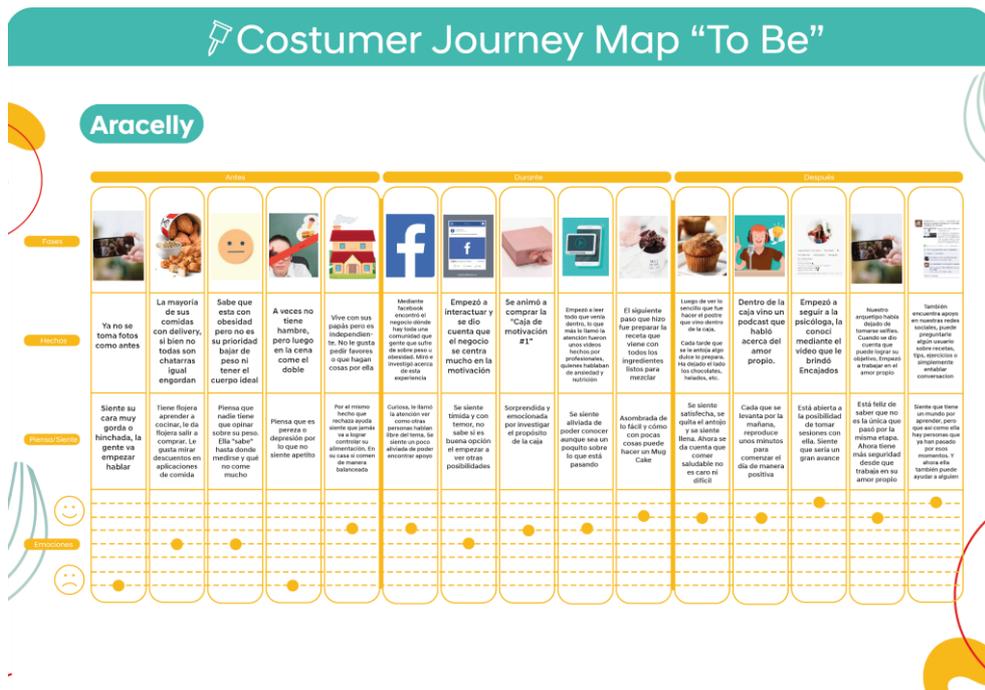


# Costumer journey map "As is"





# Customer journey map "to be"





# Storytelling



## Storytelling

1a

### Oportunidad

Todos los humanos desarrollamos una rutina, esta puede ser activa o sedentaria.

¿A qué llamamos rutina sedentaria?

- No tomar suficiente agua
- No tener una alimentación balanceada

Por ejemplo, se puede ver reflejada en estas acciones:

- No ser estricto con los quehaceres, etc.
- El tener un estilo de vida poco saludable,

hace que desarrollemos distintas enfermedades, las más comunes son:

- El sobrepeso
- La obesidad.

Luego de las investigaciones realizadas nos encontramos con el siguiente problema, nuestro arquetipo no tiene la iniciativa,

ni la fuerza de voluntad necesaria para hacer

un cambio saludable en sus vidas; se les

presentan obstáculos como la ansiedad,

el estrés, la flojidad, comidas calóricas, etc.

2a

### Arquetipos

Como arquetipo no encontramos a Nicolás de 33 años, obesidad grado 1.

Su profesión se desenvuelve en el medio audiovisual, vive en un departamento de Miraflores, junto a 2 roomates

Dentro de la convivencia, practican hábitos poco saludables, ya que piden delivery casi a diario, compran gaseosa por montones, no tienen un horario fijo para comer debido a sus trabajos, y no hay interés en realizar algún tipo de actividad física.

¿Qué pasa específicamente con Nicolás?

Nicolás sufre de Tiroides, causado por la obesidad que padece. Le frustra mucho el dolor en las articulaciones, se siente perdido al no tener voluntad propia de salir de la rutina que lo lleva a consumir solo comidas altamente calóricas.

Le asombra saber que fue muy descuidado en su vida universitaria, sabe que el descuido que lleva teniendo desde esa edad, lo ha perjudicado muchísimo, ya que no sabe como combatir la ansiedad que siente en momentos difíciles y de estrés, causados por el trabajo.

Nicolás quiere empezar a trabajar en los siguientes objetivos:

- Lograr tener una rutina definida para sus días.

- Comenzar a tener conocimientos básicos sobre alimentación saludable.

- Buscar la manera de controlar la ansiedad.

- Buscar la motivación necesaria para mejorar su estilo de vida.

3a

### Solución

Nuestra solución se basa en la motivación, brindamos distintas herramientas que ayudarán a encontrar e incentivar al cliente.

Queremos estar presente en su día a día, mediante pequeñas acciones que demuestren ejemplos de hábitos saludables.

A esta motivación le sumamos la motivación en casa, dentro de las oportunidades logramos identificar que si le brindamos las herramientas necesarias e instantáneas y sin necesidad de salir de casa o buscarlas por las redes sociales, sin saber si funcionará o no, iban a intentarlo y podrían aceptar el cambio.

Motivación, es el impulso, incentivo que todos necesitamos encontrar, para poder alcanzar nuestras metas y objetivos.

Podremos pensar que es sencillo encontrarlo, pero no es así, ya que esto toma tiempo y dedicación, ya que es algo que debemos hacer constantemente.

Nuestro objetivo principal, es invitarlos día a día, a poder gozar de la motivación que necesitan, para de estar manera mejorar su estilo de vida y tener una alimentación mucho más saludable, al alcance de sus manos y de una manera rápida y eficaz.

4a

### Propuesta de valor

Ayudar a personas que sufren de sobrepeso u obesidad, a encontrar la motivación necesaria para tener hábitos de vida, más saludables.

¿Qué pains serán olvidados en nuestro arquetipo?

- Ideas de recetas fáciles y saludables, previamente aprobadas por un nutricionista.

- Apoyo y seguimiento

- Ayudarlos a mejorar la organización en su día a día, con el planner diario, planner semanal de comidas, recetario y habit tracker.

- Enseñarles de manera didáctica, temas psicológicos y nutricionales.

- Darles ese empujoncito que necesitan para empezar a lograr sus metas.

Beneficiará principalmente a personas entre 25 y 35 años que sufren de sobrepeso u obesidad.

También serán bienvenidas aquellas personas que no necesariamente sufren de estas enfermedades, pero que estén buscando un cambio positivo en su alimentación y vida saludable.

De igual manera este proceso les servirá a aquellas personas que estén en medio o hayan terminado este proceso, pero que teman recetar.

5a

### La validación

Para nuestro MVP, creamos la marca **Encajados**.

Empezamos a vender mediante Instagram y Facebook nuestras cajas motivadoras, las cuales son armadas de la siguiente manera:

Caja #1

- 2 Recetas saludables

- 1 Podcast sobre amor propio

- 1 Playlist de música

- Organizador diario

- Habit tracker

- Tips de cuidado físico y mental

- Mensajes motivacionales según estado de ánimo.

- Ingredientes ya medidos para hacer un mugcake de avena y chocolate

- 1 Taza

Caja #2

- 2 Recetas saludables

- 1 Podcast sobre amor propio

- 1 Playlist de música

- Organizador diario

- Habit tracker

- Tips de cuidado físico y mental

- Mensajes motivacionales según estado de ánimo

- 2 Waffles y 2 panqueques hechos a base de avena

- 1 Taza

Como resultados obtuvimos 25 compras, interacciones por Instagram stories (donde los clientes subían fotos, postres, avances), seguimiento a los clientes de manera semanal, cada uno avanzaba a su ritmo, pero con cambios positivos y saludables.

Lo que más rescatamos fue el uso constante que le dieron a nuestra

## 10.2. Anexo 2

### Presupuesto

#### Inversiones

Materiales	Cantidad	Precio	Total sin IGV	Total con IGV
Escritorios	4	200	800	944
Sillones de escritorio	4	80	320	378
Cajas de envío	1200	3.20	3,840	4,531
Avena	20	10	200	236
Computadores portatiles	4	4,000	16,000	18,880
Impresora	1	800	800	944
Telefonos	4	800	3,200	3,776
Engranpadoras	1	30	30	35
Papel (Paquete de 500 hoja)	10	10	100	118
Perforadores	1	30	30	35
Lapiceros	4	2	8	9
Chocochips	10	25	250	295
Vanilla	10	2	20	24
Cocoa	20	6	120	142
Tapers de fruta	1200	0.24	288	340
Tapers de jarabe	1200	0.24	288	340
Miel	10	9	92	109
Algarrobina	10	9	90	106
Mermelada de fresa	10	14	140	165
Aceite	5	8	40	47
Tazas	1200	3	3,840	4,531
Azúcar	10	3	31	37
Máquina waffle	2	100	200	236
Máquina panqueque	2	100	200	236
Leche laive	600	3	1,800	2,124
Leche chiquitarro	600	1.50	900	1,062
<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>S/. 33,627</b>	<b>S/. 39,680</b>



## Ventas

Rubro/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Unidades a vender (servicios)	450	495	544.5	599	659	725	797	877	965	1,061	1,167	1,284
Precio Unitario sin IGV	S/ 30.00											
Ingreso total sin IGV	13,500.00	14,850.00	16,335.00	17,968.50	19,765.35	21,741.89	23,916.07	26,307.68	28,938.45	31,832.29	35,015.52	38,517.08

## Resultados

	RESULTADOS											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	13,500	14,850	16,335	17,969	19,765	21,742	23,916	26,308	28,938	31,832	35,016	38,517
Costos Fijos	17,425	17,425	17,425	17,425	17,425	17,425	17,425	17,425	17,425	17,425	17,425	17,425
Costos Variables	1,145	1,145	1,145	1,145	1,145	1,145	1,145	1,145	1,145	1,145	1,145	1,145
<b>Utilidad</b>	<b>-5,070</b>	<b>-3,720</b>	<b>-2,235</b>	<b>-601</b>	<b>1,195</b>	<b>3,172</b>	<b>5,346</b>	<b>7,738</b>	<b>10,368</b>	<b>13,262</b>	<b>16,446</b>	<b>19,947</b>
<b>Margen</b>	<b>-38%</b>	<b>-25%</b>	<b>-14%</b>	<b>-3%</b>	<b>6%</b>	<b>15%</b>	<b>22%</b>	<b>29%</b>	<b>36%</b>	<b>42%</b>	<b>47%</b>	<b>52%</b>

## 10.3. Anexo 3

### Encuesta

# Hábitos

Hola! Esta encuesta está hecha con fines estudiantiles. Los datos compartidos serán completamente anónimos. Gracias (:

**\*Obligatorio**

¿Cuál es tu nombre? (¡No es necesario tu apellido) \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Cuál es tu edad? \*

- 31 - 32 años
- 33 - 34 años
- 35 años

¿Cuál es tu modalidad de trabajo? \*

- Remoto
- Presencial

En promedio, ¿Cuántas veces comes al día? \*

- 2 veces al día
- 3 veces al día
- 4 veces al día
- 5 veces al día
- Más de 5 veces al día

Dentro de tu día, ¿Haces algún tipo de ejercicio físico? \*

- SI
- NO

Si tu respuesta a la pregunta anterior fue NO, ¿Por qué no lo haces?

- Porque me da flojera
- Porque no sé como debería ejercitarme
- No quiero bajar de peso ejercitándome
- Otro: \_\_\_\_\_

Si tu respuesta fue SI, ¿Sientes que te está dando resultados?

- Si, ahora me veo mejor
- No, siento que no lo estoy haciendo bien
- Si, pero siento que podría irme mejor
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Cómo clasificarías tus días normalmente? \*

- Productivos
- Sedentarios

¿Consideras que duermes las horas necesarias? \*

- Si, el trabajo me tiene cansado. Duermo entre 7 o más horas
- No, suelo desvelarme. Duermo entre 5 a menos horas
- Tal vez, soy irregular. No llevo la cuenta sobre las horas que duermo

¿Qué te motivaría a cuidar tu peso? \*

El estar saludable

Lucir bien y ser más atractivx

Salud mental

Otro: \_\_\_\_\_

¿Qué te impide cumplir el objetivo de bajar de peso? \*

No tener constancia

No encontrar ninguna motivación

No tener tiempo para hacerlo

Otro: \_\_\_\_\_

**Enviar**

#### 10.4. Anexo 4

##### **Preguntas de las entrevistas**

¿Cómo empieza tu día?

¿En qué consiste tu desayuno, almuerzo, cena?

¿Qué otros problemas ha desarrollado tu obesidad?

¿Sientes que tienes impedimentos por ser obeso?

¿Te ofende el término obeso u obesidad?

¿Qué has intentado para bajar de peso?

¿Qué te impide lograrlo?

¿Sientes que tienes las herramientas y/o información a la mano para lograrlo por tu cuenta?

¿Tienes como meta bajar de peso?

¿Cuáles son tus miedos?

¿A qué le tienes rechazo?

¿Qué necesitarías para pensar en cambiar tu estilo de vida?