



La Puzzlería

Autores:

John Arturo Meza González
Leidy Julieth Ramírez Marulanda
Felipe Reyes Ramírez
Luisa Fernanda Rincón Pérez
Eliana Fernanda Trujillo Duarte

Tutor Julián Andrés Sancristán Forero

**ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MARKETING
PARA ENTORNOS DIGITALES**

Escuela de Administración

Septiembre 30 de 2025
Bogotá D.C., Colombia

2025

Declaramos bajo gravedad de juramento, que hemos escrito el presente proyecto integrador de especialización por nuestra propia cuenta, y que por lo tanto, su contenido es original. Declaramos que hemos indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación”. (Luisa Rincon, Julieth Marulanda, Eliana Trujillo, Felipe Reyes, John Arturo Meza/12/03/2025)

Declaración de exoneración de responsabilidad:

Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él. (Luisa Rincón, Julieth Marulanda, Eliana Trujillo, Felipe Reyes, John Arturo Meza/12/03/2025)

PROYECTO INTEGRADOR

Especialización en Gerencia de Marketing para
Entornos Digitales



**LUISA RINCÓN
PÉREZ**



**ELIANA TRUJILLO
DUARTE**



**ARTURO MEZA
GONZÁLEZ**



**FELIPE REYES
RAMÍREZ**



**JULIETH RAMÍREZ
MARULANDA**



TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	6
Misión/Visión.....	7
Marco de referencia.....	8
Productos.....	9
Estrategia actual de marketing.....	10
Canales.....	11
Consumidores.....	13
Audiencias.....	14
Clientes.....	15
Inversión inicial.....	18
Madurez.....	19
Influencias.....	20
Competencia.....	21
Industria.....	25
Problemática.....	27
Objetivos de marketing.....	30
• Lead magnet.....	36
• Oferta irresistible.....	38
Destino digital.....	40
Pulpo de segmentos.....	41
Estrategia digital fullfunnel.....	42
KRS.....	43
Canvas modelo de negocio.....	45
Mockups.....	46
Estado financiero.....	50
Referencias.....	51

INTRODUCCIÓN

La Puzzlería es un proyecto creado durante la pandemia con el propósito de reconectar a las personas a través de sus recuerdos más significativos. A partir de fotografías personales, la marca diseña y fabrica rompecabezas personalizados en madera, integrando arte, creatividad y calidad para transformar momentos especiales en experiencias tangibles. Su misión se enfoca en ofrecer un producto que promueva la unión y genere conexiones significativas, mientras que su visión busca posicionarla como líder en innovación y calidad dentro del mercado de rompecabezas personalizados. Basada en el valor central de la unión, La Puzzlería propone una experiencia que combina diseño, memoria y emoción en cada pieza.

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos La Puzzleria, una idea que inició en pandemia buscando unir nuevamente a las personas a través de sus propios recuerdos que son las fotos; somos un equipo apasionado por convertir los momentos más especiales de las personas, en una experiencia única, diseñando y fabricando un regalo personalizado en forma de rompecabezas hecho en madera, fusionando arte, creatividad y calidad para que cada pieza cuente una historia. Más que un producto, ofrecemos recuerdos tangibles que unen a las personas.



Universidad del
Rosario

Misión

Ofrecer un regalo personalizado en forma de rompecabezas hecho en madera de alta calidad; combinando innovación, diseño y precisión en cada pieza. Nos comprometemos a proporcionar un producto que trascienda el entretenimiento, promoviendo la conexión entre personas y creando experiencias significativas que perduren en el tiempo.

Visión

Ser la marca líder en rompecabezas personalizados, reconocida por nuestra innovación, calidad y capacidad de transformar imágenes en experiencias memorables. Tener presencia internacional y crecer nuestro % de negocios B2B

Valor de la marca

UNIÓN

MARCO DE REFERENCIA

Este proyecto está dirigido a un segmento de mercado conformado por personas entre los 22 y 40 años que se encuentran en una relación amorosa y que valoran profundamente los regalos con significado, propósito y carga emocional.

Se trata de parejas que disfrutan ser detallistas sin necesidad de una fecha especial, que buscan revivir y preservar momentos importantes a través de objetos auténticos y personalizados, como fotos convertidas en piezas decorativas que reflejen su identidad como pareja. No obstante, este público enfrenta diversas barreras: la dificultad de encontrar regalos que los involucren a ambos, la percepción de que las experiencias significativas en pareja suelen ser costosas, la falta de un lugar adecuado para ubicar productos como rompecabezas una vez armados, y el hecho de que no siempre ambos comparten el gusto por este tipo de actividades. Bajo este contexto, el proyecto se enfoca en diseñar una propuesta de valor que combine la emocionalidad, la personalización y la funcionalidad, posicionando el rompecabezas no solo como un objeto de entretenimiento, sino como una experiencia simbólica, compartida y duradera en la vida de las parejas.

PRODUCTOS

Hechos en madera

Figura 1.

Mini Puzzle



25 Piezas
36 Piezas
49 Piezas

Figura 2.

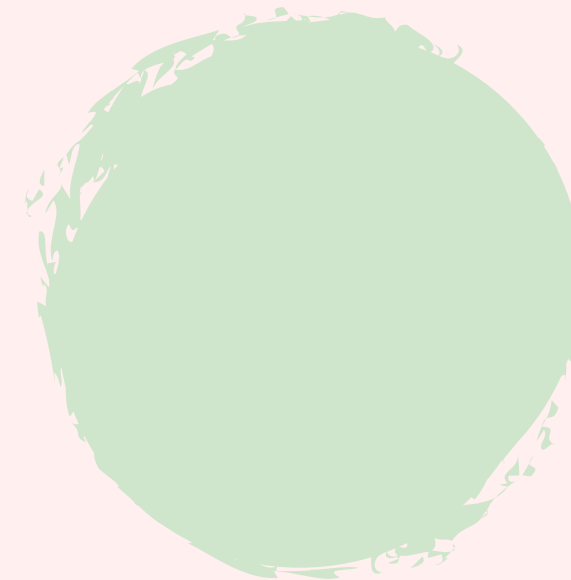
love Puzzle



81 Piezas
100 Piezas
144 Piezas

Figura 3.

Big Puzzle



26 Piezas
39 Piezas
84 piezas

Se convierten en
portarretrato

Figura 4.

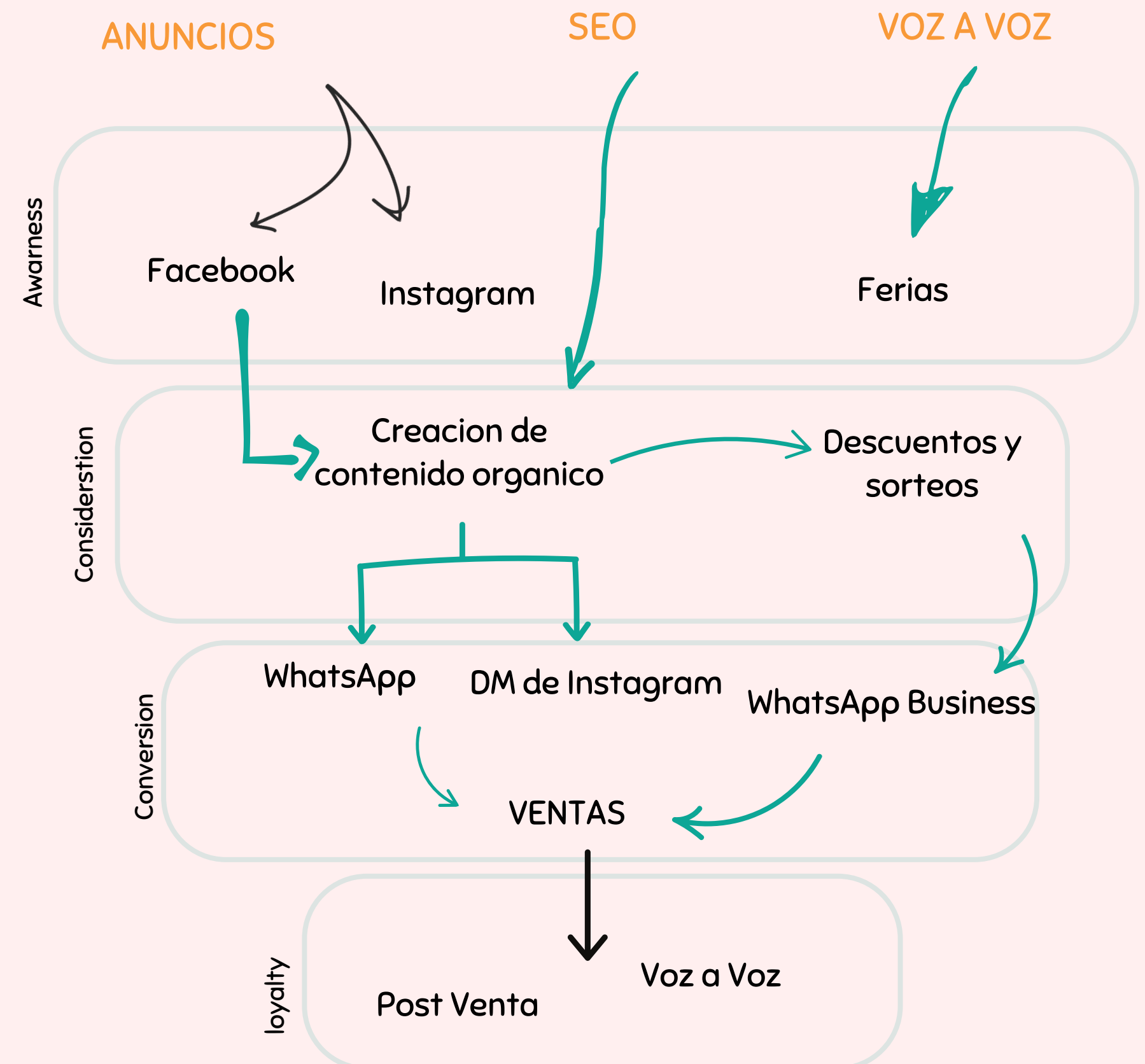
maxi Puzzle



300 Piezas
500 Piezas
1000 Piezas

Estrategia actual de Marketing

- Nos damos a conocer por medio de redes sociales, como lo son Instagram y Facebook.
- Presencia en diferentes ferias que nos permiten llegar a más personas.
- Hacemos pagos de anuncios en Meta Business Suite y contenidos orgánicos para fomentar la interacción de nuestros seguidores y así mismo obtener nuevos seguidores.
- Tenemos dos canales de comunicación directa, como lo son: DM de Instagram y WhatsApp
- Mantenemos una comunicación activa con el cliente después de entregar el producto para hacer su experiencia aún más única, y de esa manera hacemos un ejercicio de post venta.



CANALES

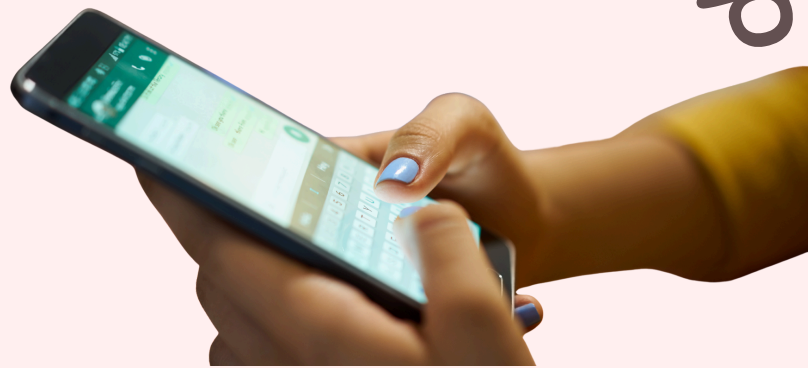
CANALES DE COMUNICACIÓN

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Voz a voz

Facebook

WhatsApp



Instagram

Aplicaciones de envíos



Empresas de mensajería



LOS CANALES DIGITALES DE LA PUZZLERÍA



Promedio mensual de 142k
alcance, 4,118 interacciones,
1,63% engagement

Audiencia 59,4% mujeres, 40,6%
hombres, comunidad de 27k, el
44.7% estan en el rango de edad
entre 25 y 34 años

Comunidad concentrada en
Bogotá, Medellín y Cali



Promedio mensual de 6.8k
alcance, 1,265 interacciones, 13%
engagement

Audiencia 67% mujeres entre 25
y 34 años , comunidad de 3k
seguidores

Comunidad concentrada en
Bogotá, Medellín y Cali

CONSUMIDORES

Figura 1.

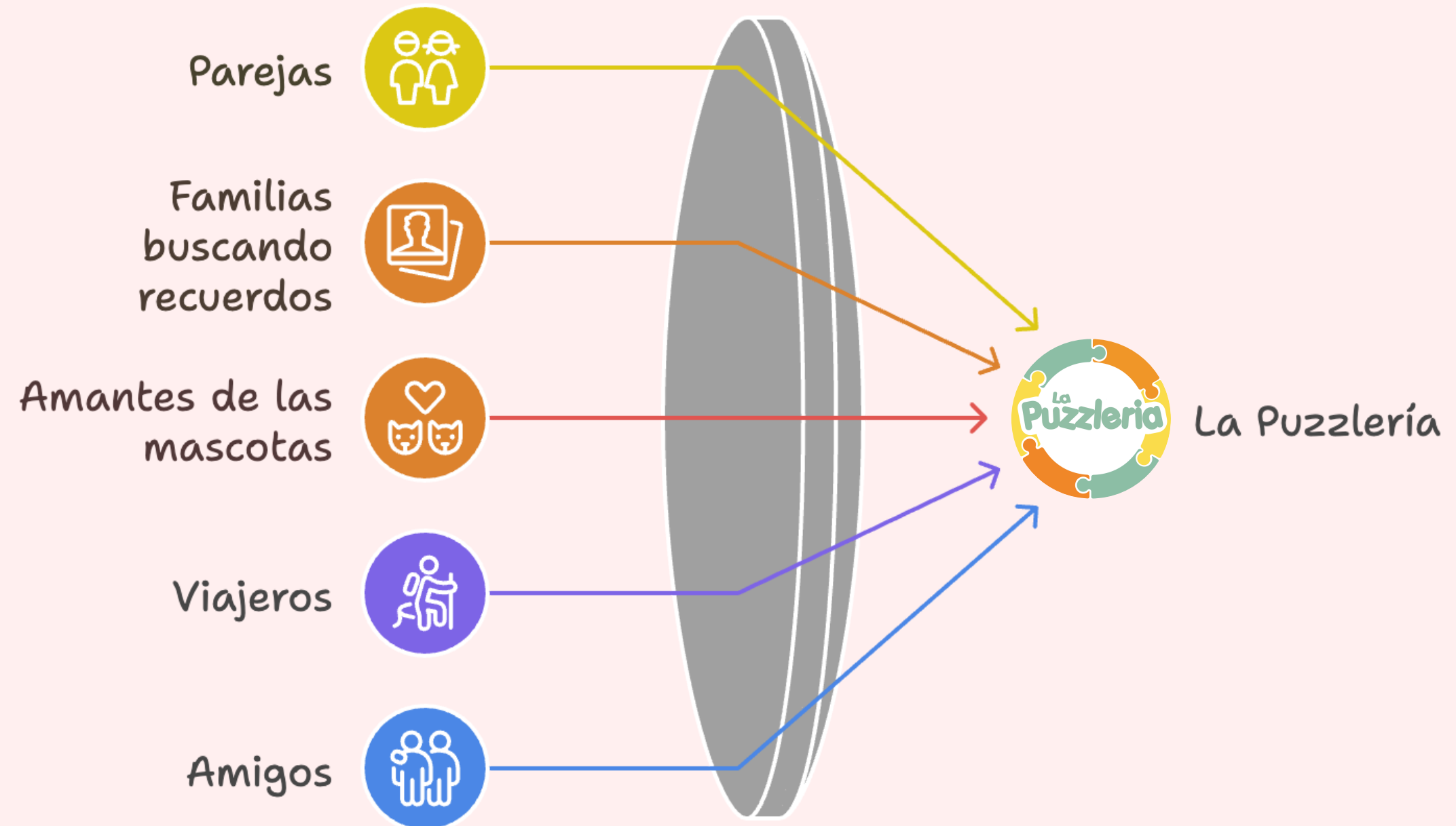
Aunque nuestros productos pueden ser disfrutados por una amplia gama de audiencias y un diverso espectro de edades, hasta el momento tenemos la certeza de que nuestro producto es consumido por:



AUDIENCIAS

Nuestro negocio de regalo personalizado en forma de rompecabezas hecho en madera está proyectado para las familias que buscan darle reconocimiento a los momentos que comparten entre sí; a las parejas que buscan sorprenderse; a los amigos que buscan hacer memorable la experiencias de su día a día; a los viajeros que inmortalizan sus viajes con estas piezas, y a los amantes de mascotas. Mediante estrategias personalizadas, nos conectamos con ellos emocionalmente y ofrecemos productos no solo de entretenimiento, sino que crean una experiencia inolvidable.

Figura 1.



CLIENTES

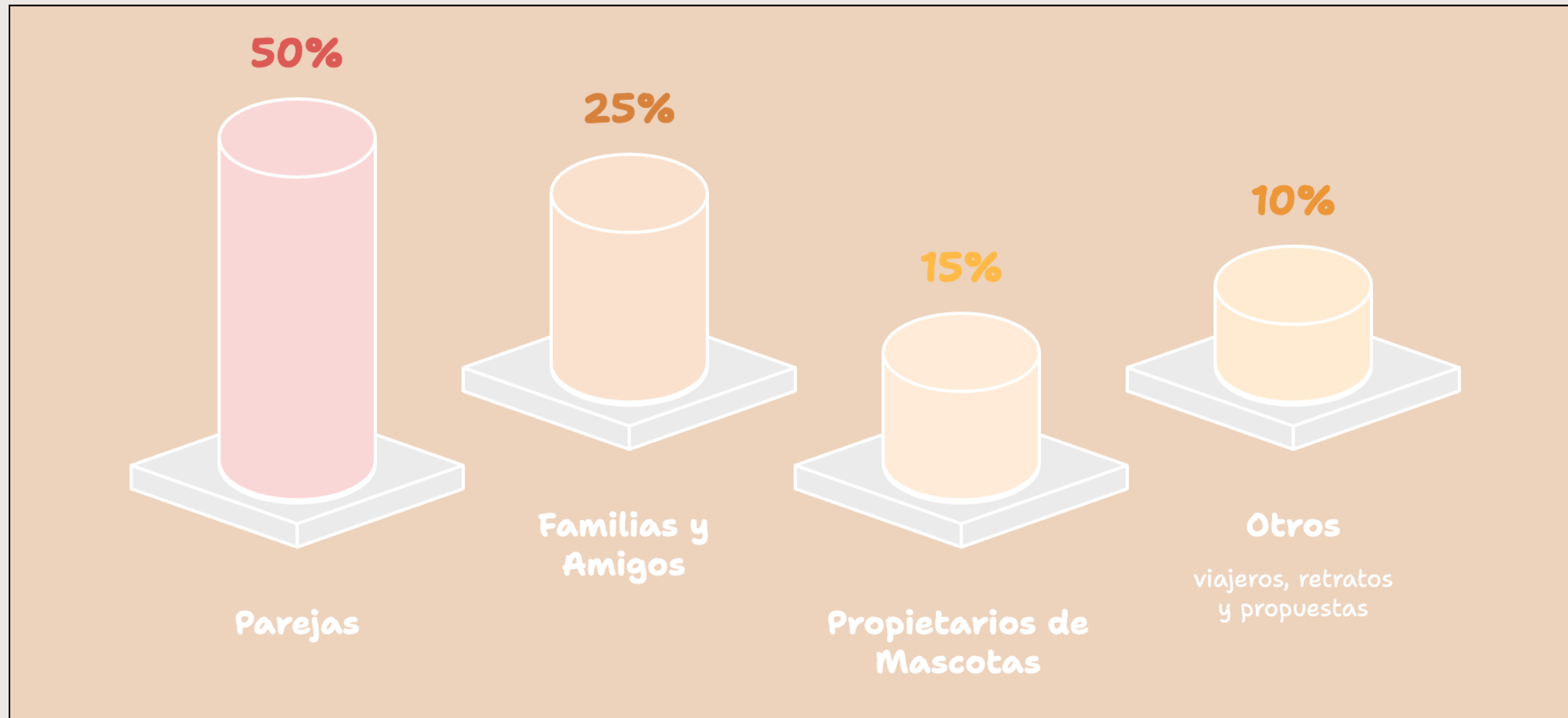


Figura 1. Imagen generada con la App Napkin (2025).

PERFIL DEMOGRÁFICO DE CLIENTES

Hasta el momento nuestra audiencia demuestra una mayor adquisición y fortaleza por parte del género femenino.

Sin embargo, nos muestra un gran indicador de crecimiento hacia el público masculino.

De igual manera la mayor adquisición lo hacen hombres y mujeres entre los 22 y 45 años.

En el momento la compra y audiencia se enfoca mayoritariamente en Colombia, ciudades como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

Figura 1.

Enfoque del Mercado Colombiano



- Bogotá**
La capital y el centro político de Colombia
- Medellín**
Conocida por su innovación y cultura vibrante
- Cali**
Famosa por su escena de salsa y agricultura
- Barranquilla**
Un importante puerto y centro de comercio

Figura 2.

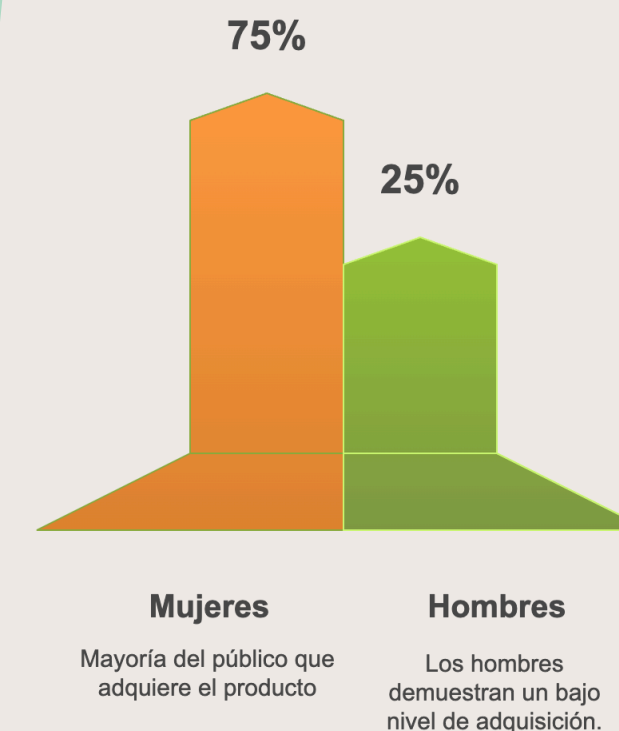
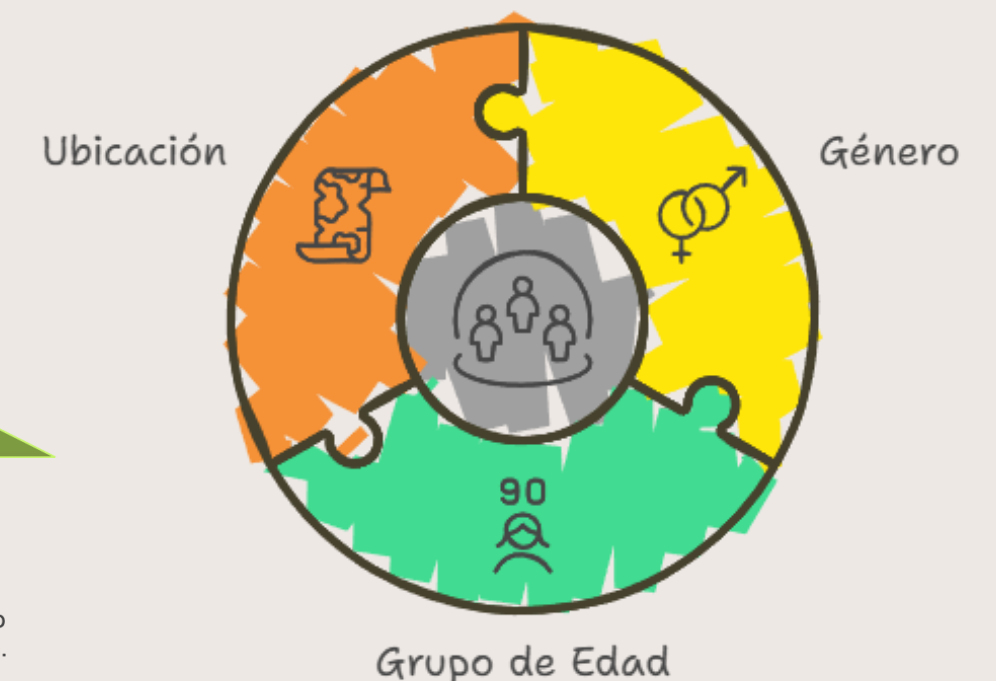


Figura 3.

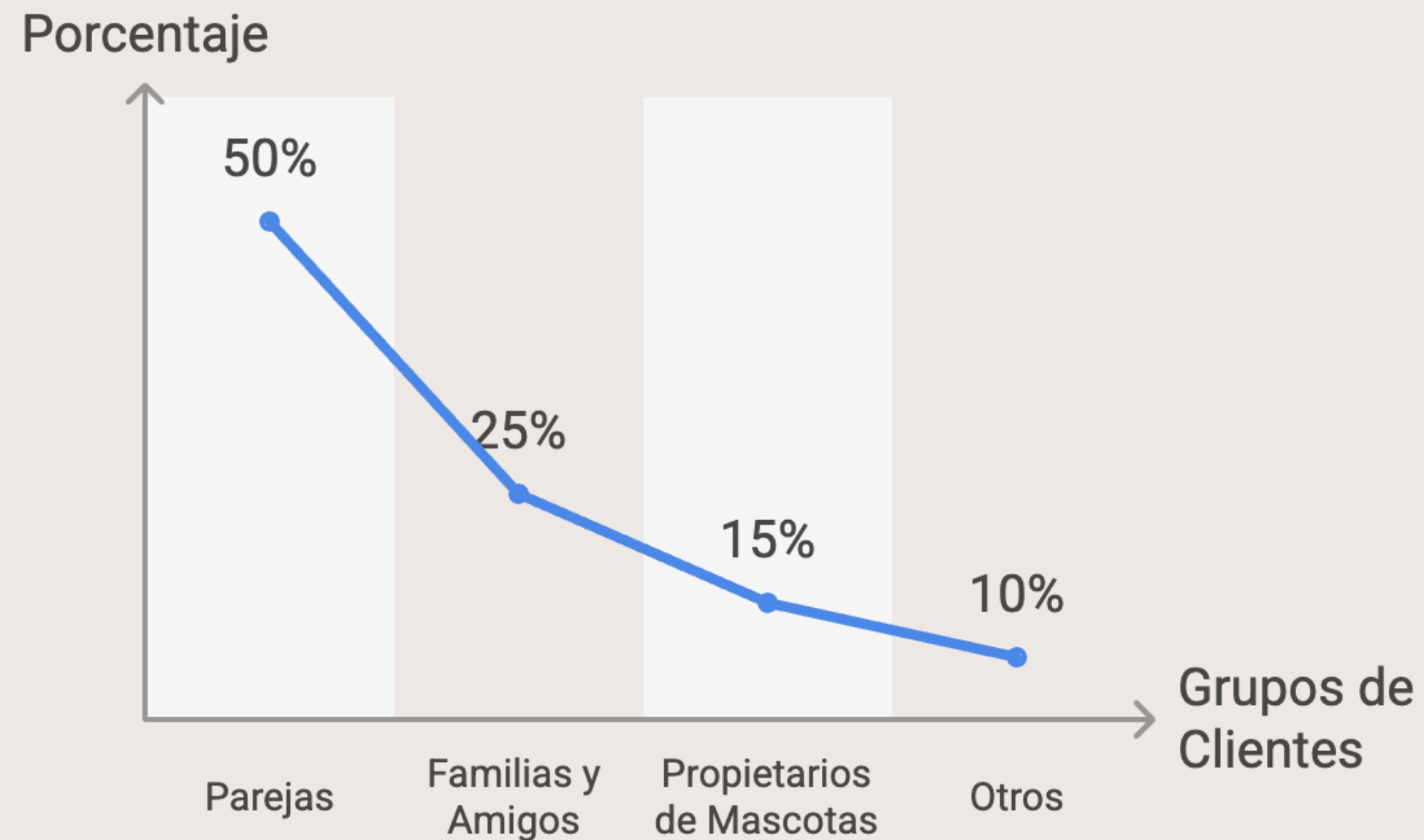
Desglose del Perfil de la Audiencia



SEGMENTACIÓN DE NUESTROS CLIENTES

Segmentamos nuestros clientes en 4 grupos principales por el mayor potencial de compra. Consisten en: Parejas, Familias y amigos, Amantes de las mascotas y otros (Los cuales abarcan viajeros, retratos individuales y propuestas)

Figura 1.



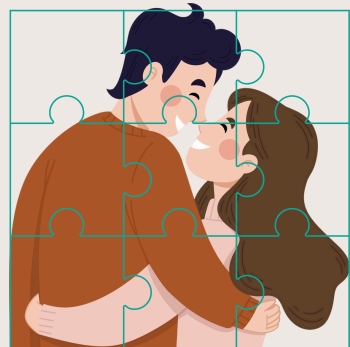
Con la segmentación podemos mejorar nuestras estrategias de marketing y mejorar el mensaje para llegar a públicos más específicos. Nos ayuda a crear contenido que pueda generar mayor interés en cada grupo de clientes.

En la gráfica anterior, podemos ver claramente que nuestro mayor consumidor son las parejas, y nos deja ver en evidencia los clientes que necesitan un mayor refuerzo en nuestras futuras estrategias. En este caso, "otros" (viajeros, retratos individuales y propuestas)

INVERSIÓN INICIAL

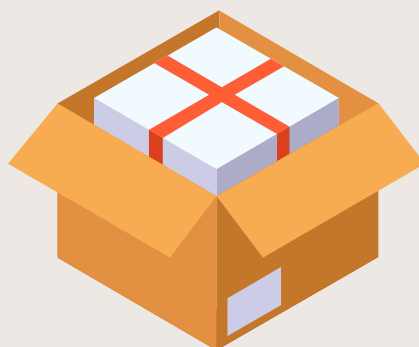
La Puzzleria inició sus operaciones con una inversión inicial de 7'000.000 COP por parte de su creadora, y se dividió de la siguiente forma:

Muestras y pruebas



\$400.000

Empaque y embalaje



\$2'500.000

Facebook ADS



\$400.000

Trabajador



\$800.000

Curso marketing



\$2'500.000

Envíos gratis



\$200.000

Papelería y otros



\$200.000

*Esta inversión fue recuperada después de 12 meses con pagos mensuales de \$580.000 COP

MADUREZ

Actualmente La Puzzleria tiene un flujo de caja saludable, las utilidades mensuales se reinvierten en la mejora de Branding, empaque/embalaje y aumentar el valor de la publicidad, adicionalmente las utilidades se invierten en fondos de inversión para generar rendimientos adicionales



- Somos tienda 100% virtual, no tenemos que cubrir costos locativos (arriendo, servicios, empleados).
- No tenemos stock de producto ni de material, debido a que son personalizado y se hacen sobre pedido.
- Nuestro proceso de producción es 100% tercerizado, por lo que no debemos preocuparnos por mantenimiento de la maquinaria.

INFLUENCIAS

01

Transculturales

En nuestro caso en específico estas influencias nos ayudan a generar campañas y estrategias para aumentar nuestras ventas.

(Romance): Días especiales como San Valentín, amor y amistad, entre otros.

(Mascotas): Los amantes de mascotas son una de nuestras mejores audiencias gracias al recuerdo que les podemos brindar.

02

Globales

La necesidad global de las personas para tomarse fotografías nos ayuda en la motivación de generar productos personalizados, lo cual es el core principal de nuestro negocio.

La creación de regalos personalizados es una tendencia por la cual nuestra empresa sigue creciendo hoy en día.

03

Sociodemográficas

En Colombia se acostumbra a pasar tiempo con la familia disfrutando juegos de mesa, lo cual nos ha motivado a explorar y crear productos los cuales puedan generar unión familiar y bellos recuerdos que puedan convertirse en decoración para el hogar.

COMPETENCIA DIRECTA

Ingenio Destreza Mental

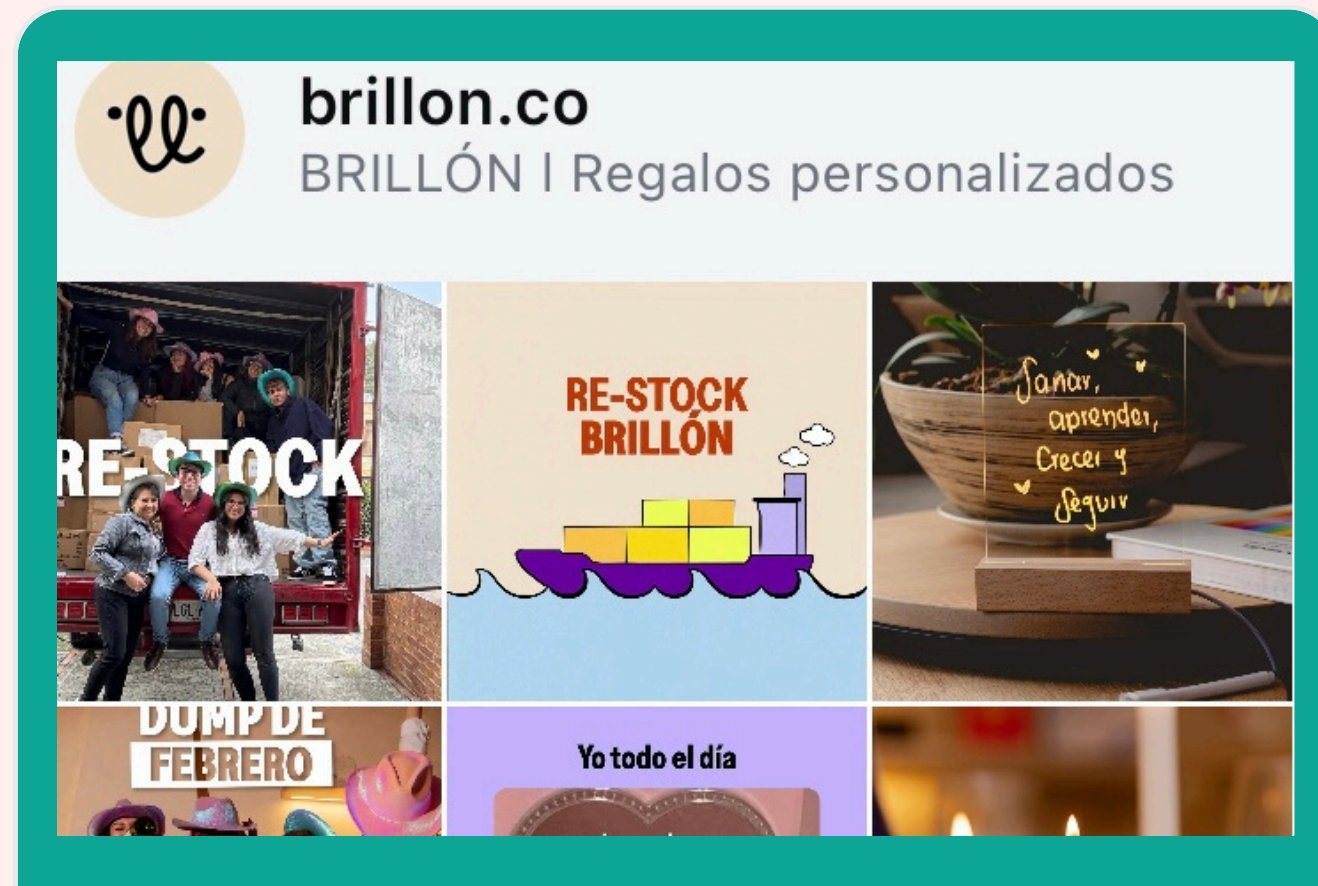


Caja de Juegos (Rompecabezas)



COMPETENCIA SUSTITUTA

Brillón
Regalos personalizados



Alma de las cosas
Marketplace de regalos



BENCHMARKETING

Todos los competidores

La Puzzlería

Canal Principal:
Instagram 27.2 mil seguidores
Tik Tok 628 seguidores
WhatsApp Bussines

No cuenta con Página Web

Brillón

Canal Principal:
Instagram 380 mil
seguidoress
Tik Tok 8.8 mil seguidores

Cuenta con una página web
con el mayor tiempo de
permanencia

Ingenio y destreza

Canal Principal:
Instagram 89 mil seguidores
Tik Tok 1.1 mil seguidores

Cuenta con una página web
con mucho efecto rebote

Severas medias

Canal Principal:
Instagram 35 mil seguidores
Tik Tok 63 seguidores

Cuenta con una página web
activa y actualizada y poca
actividad en tik tok,
enfocados solo en Instagram
y la página web

MATRÍZ DE TEMÁTICAS

TODOS LOS COMPETIDORES



Alto Engagement



Bajo Engagement






Tendencias a explorar

La Puzzlería

- 1) Juegos de mesa
- 2) Momentos para compartir
- 3) Momentos de unión sentimental
- 4) Obsequios personalizados
- 5) Recuerdos creativos/originales
- 6) Ofertas y descuentos







Brillón

- 1) Obsequios personalizados
- 2) Recuerdos creativos/originales
- 3) Talleres presenciales
- 4) Showroom
- 5) Detalles
- 6) Mensajes motivacionales 
- 7) Historias de sus clientes 
- 8) Concursos 

Ingenio y destreza

- 1) Historias personales sobre su crecimiento como marca.
- 2) Regalos de ingenio creativos/originales
- 3) Awariness de sus tiendas
- 4) Concursos
- 5) Relajación
- 6) Awariness del negocio

RavensBurger

- 1) Información detallada de los productos 
- 2) Juguetería infantil 
- 3) Concursos nacionales de rompecabezas 
- 4) Contenido infantil 
- 5) Tendencias musicales 
- 6) Edición en videos  infantiles en tendencia.

TAMAÑO DE LA INDUSTRIA

Figura 1.

MERCADO GLOBAL DE LOS REGALOS PERSONALIZADOS

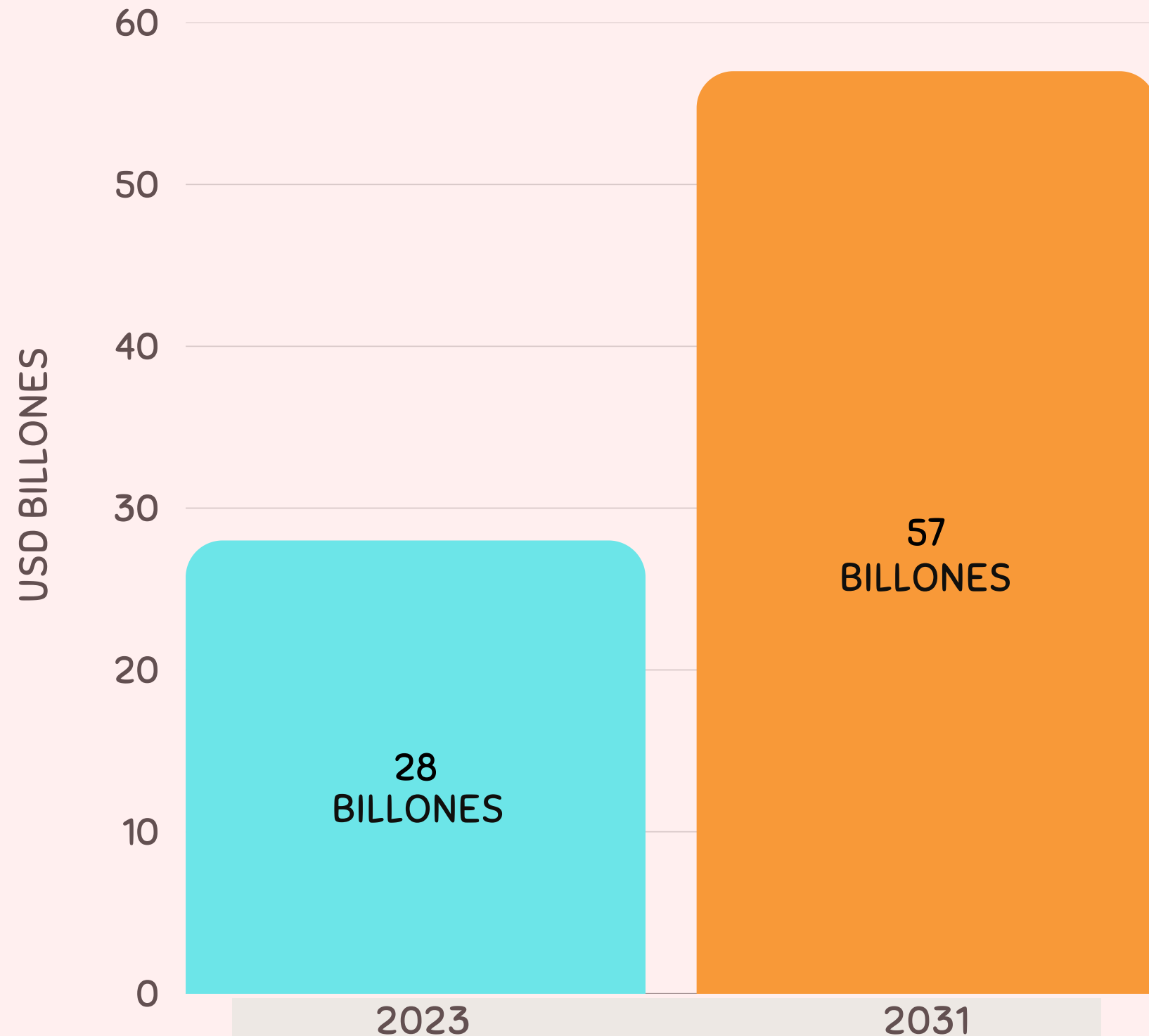
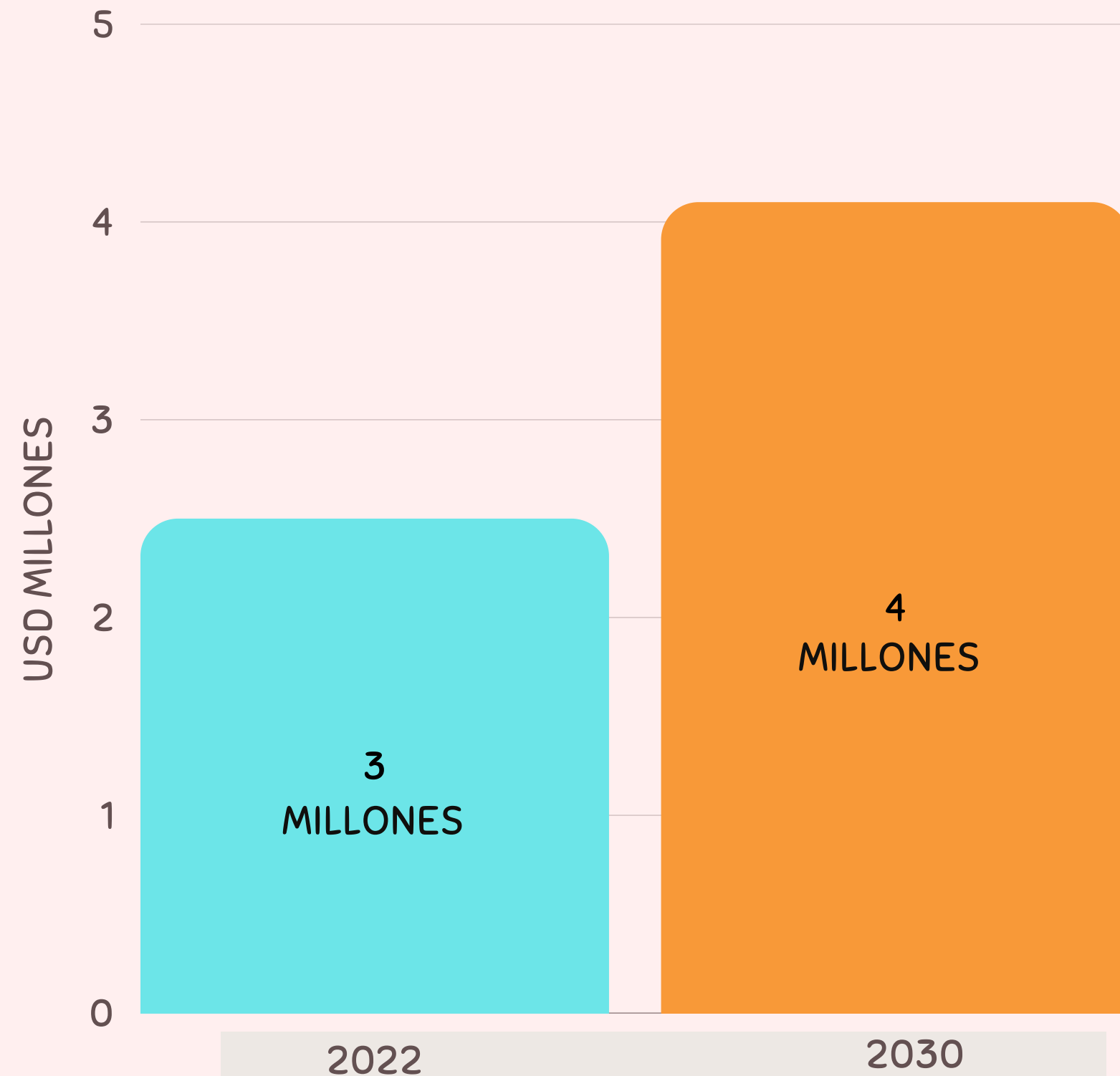


Figura 2.

MERCADO GLOBAL DE LOS ROMPECABEZAS DE CARTÓN



TAMAÑO DE LA INDUSTRIA

Según un estudio reciente, en Latinoamérica, las búsquedas de “regalos para” aumentaron +11% año tras año. Pero ¿cuándo, qué y cómo regalan las personas? Con el fin de averiguar estas respuestas, recurrimos a los datos y descubrimos que, en búsquedas, el Día de la Madre y el del Padre fueron las celebraciones más importantes de 2021 para los latinoamericanos después de los cumpleaños y por encima de la Navidad.

MAMÁ



EN 2022...



7 de cada 10 latinos buscan regalos personalizados



5 de cada 10 latinos compran en línea con entrega directa al homenajead

¿PROBLEMÁTICA?



- Alcance orgánico no es igual a ventas
- No se ha encontrado la manera de mostrar la diferenciación del producto

PROBLEMÁTICAS

Desafíos Clave de Puzleria



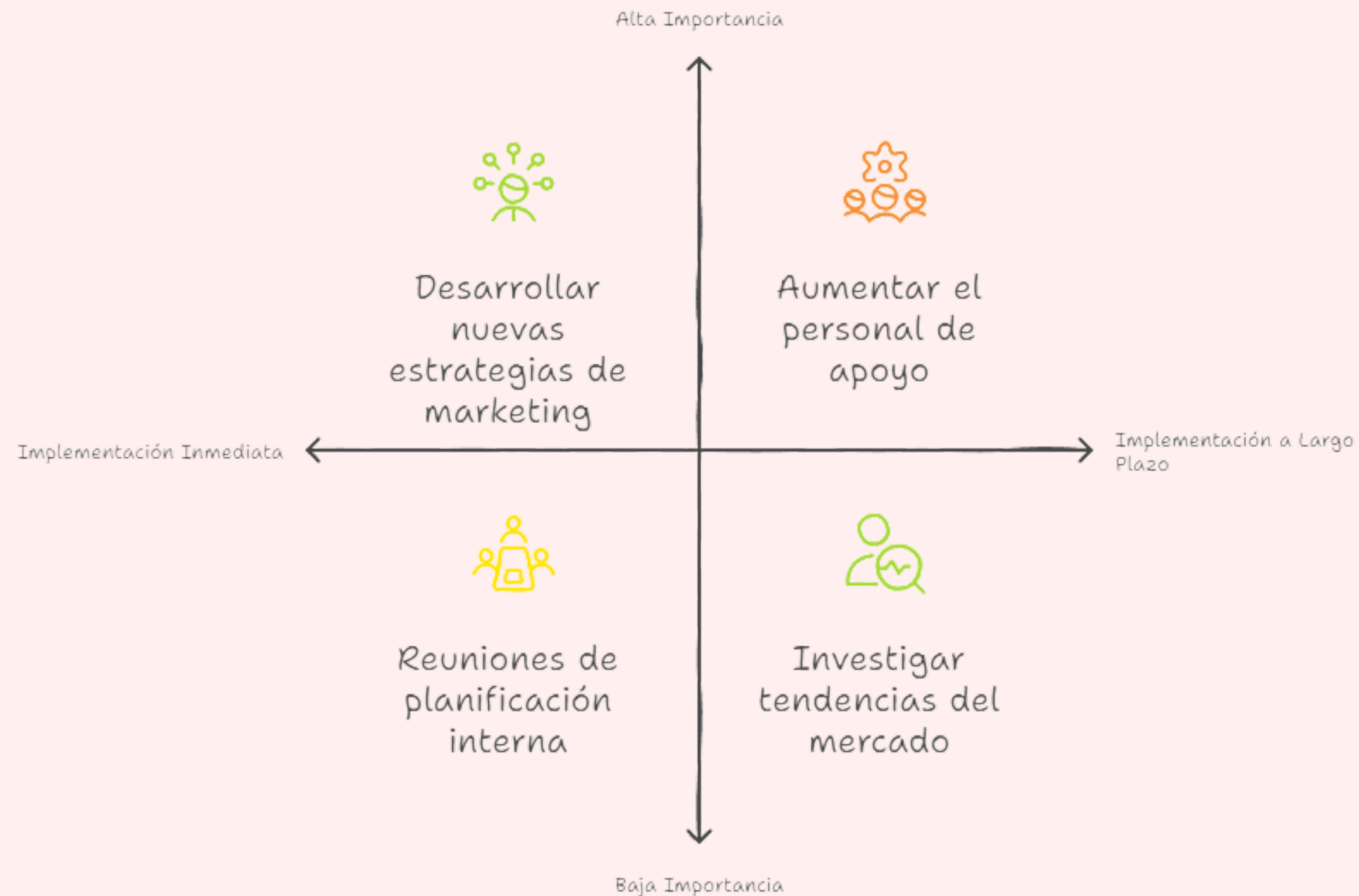
Figura 1.

NECESIDADES:

Una vez identificadas estas problemáticas es fundamental para el futuro de La Puzzlería implementar una estrategia de marketing adecuada, para así superar estos desafíos y continuar creciendo en un mercado competitivo.

La organización e implementación de nuevas estrategias serán clave para nuestro éxito a largo plazo.

De igual manera se debe pensar en la implementación de más personal de apoyo para el crecimiento que se avecina en este gran proyecto.



OBJETIVOS DE MARKETING



Cerrar dos (2) alianzas B2B antes de diciembre de 2025, con empresas interesadas en adquirir regalos corporativos, que sean personalizados y para fechas especiales o campañas internas.



2. Incrementar en un 35% la venta de regalos personalizados en forma de rompecabezas hechos de madera, pasando de 2.626 unidades vendidas en 2024 a 3.544 unidades vendidas al cierre de diciembre de 2025.



3. Incrementar la tasa de conversión de recompra del 7% en 2024 al 10% a diciembre de 2025, fortaleciendo la relación con los clientes actuales y aumentando su recurrencia.

PROPUESTA GENERAL PARA ALCANCAR LOS 3 OBJETIVOS



Instagram y Facebook

- Publicar videos y reels mostrando el proceso de creación de los rompecabezas personalizados.
- Mostrar reacciones reales de personas al recibirlos como regalo. Historias destacadas por tipo de cliente (parejas, familia, empresas).



Publicidad con Meta

- Campañas segmentadas en Meta Ads para personas interesadas en regalos personalizados, fechas especiales, fotografía, familia o diseño.



Tiktok

- Contenido orgánico a través de storytelling. “El regalo que hizo llorar a mi mamá”, “Pieza a pieza, su sonrisa volvió”. Tendencias + storytelling emocional.



SEO

- Palabras clave como “rompecabezas personalizados con foto”, “regalos originales”, “puzzle personalizado Colombia”, “Regalos para mi novi@”



Eventos y ferias

- Participar en ferias de emprendimiento o fechas clave (Navidad, Amor y Amistad) con muestras en vivo. Captura de leads en sitio.
- Participar en los torneos de rompecabezas, seguir siendo patrocinadores



Influencers

- Colaboraciones con creadores de contenido que hablen de regalos, decoración o vida en pareja/familia.



Pinterest

- Tableros con ideas de regalos personalizados, decoración con puzzles, actividades familiares.
- Enlace al instagram y whatsapp

PROPUESTA GENERAL PARA ALCANCAR LOS 3 OBJETIVOS



Instagram y Facebook

- Reel: “Así se ve tu amor convertido en rompecabezas”
→ Video mostrando el paso a paso desde la foto hasta el rompecabezas armado, con música emotiva.
Copy: “Una imagen vale mil palabras... y mil piezas también. 🧡”



Publicidad con Meta

- Video Ad: “El regalo que hizo llorar a mi mamá”
→ Historias reales o simuladas con reacciones emotivas al abrir el regalo.
Target: Personas buscando regalos únicos, mujeres de 25 a 45 años.



Tiktok

- Behind the scenes:
→ Proceso de creación: imprimiendo, cortando, empacando, incluyendo una nota personalizada.
Texto: “Cuando haces cada pieza con amor... se nota”



SEO

- Google Ad (texto):
Título: “Rompecabezas Personalizados | Regalos con Sentido”
Descripción: “Convierte tus fotos favoritas en un regalo inolvidable. Hecho a mano en Colombia. Envío nacional.”



Eventos y ferias

- Participar en ferias de emprendimiento o fechas clave (Navidad, Amor y Amistad) con muestras en vivo.
Captura de leads en sitio.
- Participar en los torneos de rompecabezas, seguir siendo patrocinadores



Influencers

- Influencer pareja
→ “Intentamos armar nuestra historia en piezas...”
Resultado: Arman juntos, se ríen, se emocionan, lo enmarcan al final.



Pinterest

- Pin: “Ideas de regalos con significado para fechas especiales”
→ Tablero con rompecabezas personalizados, decoración de pared, experiencias con pareja o familia.
Link al whatsapp de La Puzzlería.

PROPUESTA GENERAL PARA ALCANCAR LOS 3 OBJETIVOS



Canales de captación de clientes B2B

B2B

Búsqueda activa de contactos clave y envío de mensajes personalizados:

- Buscar empresas medianas y grandes con más de 50 empleados y enviar mensajes directos personalizados.

Contenido mostrando casos de éxito con empresas que ya usaron el producto:

- Publicar un caso de éxito con una empresa que dio rompecabezas personalizados como regalos en su evento de fin de año 2024, mostrando fotos del empaque corporativo y testimonios de empleados.



Creación de una base de datos de empresas objetivo:

- Crear una base de datos de empresas (contactando vía LinkedIn, bases públicas, asociaciones empresariales).
- Enviar un mailing con catálogo empresarial, beneficios por volumen y ejemplos de empaques para eventos.

PROPUESTA GENERAL PARA ALCANCAR LOS 3 OBJETIVOS



Canales de captación de clientes B2B

Participación en ferias de bienestar corporativo, RH y marketing experiencial:

- Participar en ferias como ExpoBienestar Empresarial, eventos organizados por cajas de compensación (Compensar, Cafam). 8 Noviembre 2025

Alianzas Estratégicas



- Contactar agencias de eventos y regalos corporativos para ofrecer los rompecabezas como opción en sus catálogos.
- Crear alianzas con plataformas como promopopsas, Empresarios.com, o cajas de compensación.
- Proponer a Coomeva o Compensar un plan de cumpleaños para afiliados donde el regalo sea un rompecabezas personalizado con foto familiar o mensaje motivacional.

PROPUESTA GENERAL PARA ALCANCAR LOS 3 OBJETIVOS



Canales de captación de clientes B2B



Campañas en Instagram y Facebook Segmentadas

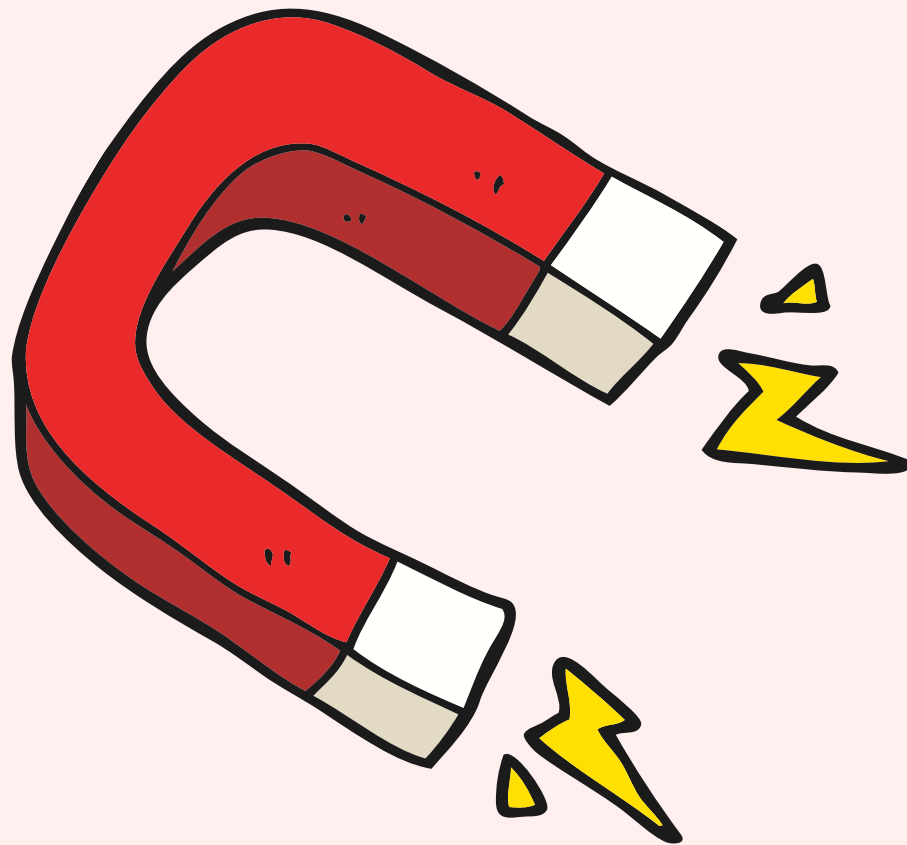
- Crear campañas dirigidas a emprendedores, gerentes y áreas de talento humano, segmentando por intereses y cargos.
- Mostrar reels/empaques corporativos, reacciones de empleados y beneficios del regalo.
- Lanzar una campaña en septiembre: “¿Buscas un detalle inolvidable para el fin de año corporativo? 🎁 Hazlo con un rompecabezas personalizado con tu logo y mensaje especial”.

LEAD MAGNET

Uno de los objetivos de la empresa para este 2025 es incrementar la tasa de conversión de un 7% en 2024 al 10% en el 2025.

Para lograr esto, pensamos ampliar nuestra base de datos (leads) por medio de concursos virtuales por los cuales podrán ganar un porcentaje de descuento en la adquisición de su primer rompecabezas. A cambio de esto, solicitaremos un correo electrónico para poder llegar con promociones más directas a todos aquellos que mostraron algún tipo de interés o curiosidad por nuestro concurso o producto.

Con un número de leads considerable podemos calcular un porcentaje especial de descuento para este nuevo número de posibles compradores. Además, podemos ampliar nuestras estrategias de marketing digital hacia estrategias de mailing que puedan ser un poco más personalizadas.



LEAD MAGNET

**RULETA DE DESCUENTOS EN
LA PRIMERA COMPRA**



**DEJANDO EL CORREO
ELECTRONICO**

ENVÍO GRATIS



**EN LA PRIMERA
COMPRA**

OFERTA IRRESISTIBLE

Por el momento nuestra mejor opción como tripwire para todos aquellos leads recolectados por medio de lead magnet es utilizar una estrategia de **psychological pricing**; más específicamente una flash sale, por la cual le ofrecemos al cliente un gran porcentaje de descuento en la adquisición de nuestro formato mini puzzle

Esta flash sale esta pensada para tener un gancho adicional, una estrategia de **price bundling** en la cual añadimos un marco de madera fina, una repisa especial hecha a la medida para diferentes diseños de nuestros rompecabezas.

Esto también funciona como una **estrategia de fidelización**, la cual puede mejorar nuestro porcentaje de recompra, uno de los 3 objetivos de marketing para el 2025 de La Puzzlería. Puesto que genera la necesidad al cliente de completar cada espacio de la repisa con los diseños que le faltan para que este completa.

FLASH SALE

20%
OFF



MINI PUZZLE

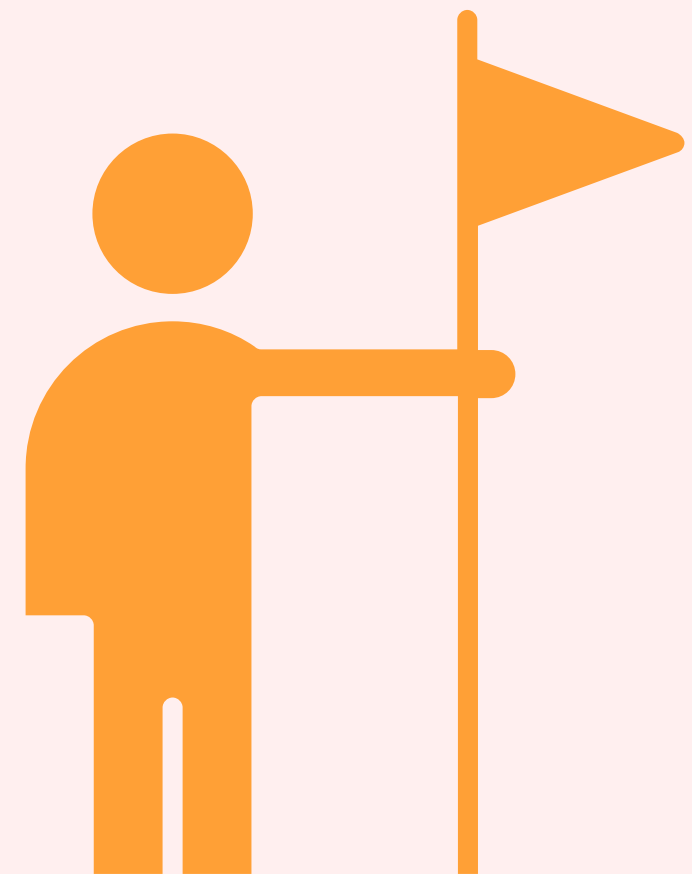
OFERTA CENTRAL

Creamos rompecabezas y portarretratos personalizados que celebran los lazos afectivos, transformando tus recuerdos más especiales en detalles únicos y significativos.

Más que un producto, entregamos una experiencia que conecta corazones y crea momentos inolvidables. Cada pieza está diseñada con amor para que quienes la reciban sientan lo importante que son.

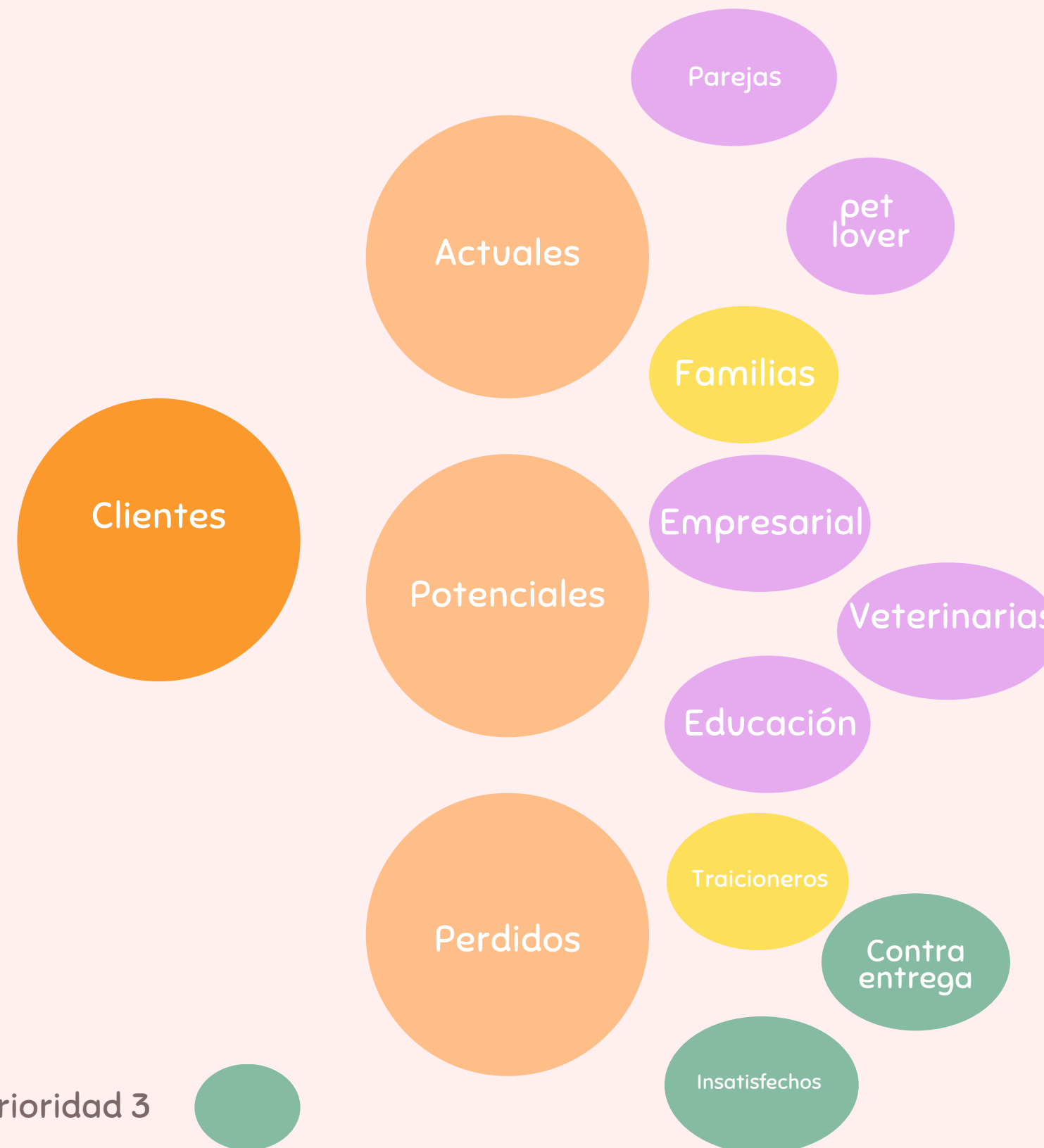
DESTINO DIGITAL

Posicionar a La Puzzlería como la marca líder en rompecabezas personalizados expandiendo su comunidad digital, fortaleciendo la fidelización a través de la recomendación, generando alianzas estratégicas en el mercado corporativo y construyendo un crecimiento sostenible basado en experiencias únicas y cercanas.



PULPO DE SEGMENTOS

Imagen 1



Batería de insights

- Parejas que les gusta los regalos con significado y prpo.
- Parejas que les gusta ser detallistas sin importar la fecha.
- recordar el recuerdo
- decoraciones autenticas que los represente
- Capitalizar las fotos

Batería de pains

- Las personas no encuentran un regalo que los involucre a los 2
- regalos experienciales costosos
- el producto está ligado con la duración de la relación
- no tener donde ubicarlo
- que a uno de los dos no le interese el plan

Prioridad 1



Prioridad 2



Prioridad 3



Imagen 1 logo oficial de La Puzzlería

ESTRATEGIA DIGITAL FULLFUNNEL

Problemas

Objetivos

Estrategias

Tácticas

Insights

Pains

	Problemas	Objetivos	Estrategias	Tácticas	Insights	Pains
TOFU	Baja visibilidad de La Puzzlería en Instagram.	Incrementar en un 40% el alcance promedio mensual en Instagram en un plazo de tres meses.	Activar alianzas con microinfluencers enfocados en relaciones y regalos personalizados	Identificar y colaborar con microinfluencers afines a la marca para que compartan su experiencia con La Puzzlería a través de reels.	Parejas que les gusta los regalos con significado y propósito.	Las personas no encuentran un regalo que los involucre a los 2
				campana de "Unboxing de parejas reales" donde los influencers documenten en reels la reacción al recibir su rompecabezas personalizado	Decoraciones auténticas que los represente	Las personas no encuentran un regalo que los involucre a los 2
MOFU	Contenido en redes sociales poco diferenciado	Conseguir que el 50% de clientes potenciales, consideren la marca como la opción más auténtica del sector, en un plazo de dos meses.	Creación de contenido original y creativo donde se humanice la marca mostrando el detrás de cámaras del proceso de creación	miniseries de contenido mostrando desde el diseño hasta la fabricación personalizada de los rompecabezas.	Parejas que les gusta los regalos con significado y propósito.	regalos experienciales costosos
				Videos con técnicas creativas que se diferencien del contenido general de las redes sociales de la competencia.	Capitalizar las fotos	regalos experienciales costosos
BOFU	Índice desconocido de referidos/voz a voz	Conseguir incrementar un 30% la tasa de recompra a partir de una estrategia de referidos en un plazo de tres meses.	Lograr que las personas recomienden La Puzzlería a través de su propia experiencia con nuestros productos.	Motivar a nuestros compradores a crear un video en el cual cuentan su experiencia con el producto con la recompensa de obtener un descuento para otro rompecabezas.	Decoraciones auténticas que los represente	El producto está ligado con la duración de la relación
				Generar contenido desarrollado por La Puzzlería para mostrar la experiencia de nuestros compradores con nuestros productos.	Parejas que les gusta los regalos con significado y propósito.	El producto está ligado con la duración de la relación

1

550.000 personas
únicas en redes sociales
en campañas pagas y
orgánicas de 3 meses.

2

2.000 cotizaciones
convertidas en ventas
en un Q.

3

10 negocios b2b
cerrados en 2026.

4

20 % de las ventas vengan
de referidos.

HERRAMIENTAS / TÁCTICAS

1

550.000 personas únicas en redes sociales en campañas pagas y orgánicas de 3 meses.

Colaboraciones con microinfluencers en nichos de regalos y decoración.
Colaboraciones cruzadas con otras marcas locales (cafeterías, tiendas de regalos, decoración) para generar contenido compartido.
Videos en POV mostrando la emoción de abrir el puzzle como regalo.

2

2.000 cotizaciones convertidas en ventas en un Q.

Crear un destacado en instagram con el paso a paso de cómo pedir y recibir un puzzle.
Ofrecer descuentos limitados a través de historias con stickers de cuenta regresiva.
Implementar un chatbot en whatsapp business para una respuesta rápida y cotizaciones automáticas.

3

10 negocios b2b cerrados en 2026.

Incentivar alianzas con agencias de regalos corporativos y mostrarlos en redes.
contactar empresas locales via linkedin DMs con ejemplos visuales.
Publicar casos de uso: puzzles como regalos personalizados corporativos o para eventos.

4

20 % de las ventas vengan de referidos.

Lanzar un programa de referidos en instagram stories: "si un amigo compra, ambos ganan un descuento"
Usar microinfluencers locales para que compartan su experiencia.
Publicar un video UGC con varios clientes recomentando el producto.

:

CANVAS DEL MODELO DE NEGOCIO

Socios claves

1. Proveedores
2. Inversionistas



Actividades claves

1. Desarrollo de la página web
2. SEO Y SEM
3. Marketing

Recursos claves

1. Plataforma web
2. Desarrollador/ Diseñador experto
3. Catálogo

Propuesta de valor

1. Preview desde el sitio web de como quedaría el rompecabezas personalizado con el modelo deseado
2. Tiempo de entregas más rápidos.



Relaciones con el cliente

1. Reseñas y comentarios en rrs
2. Atención al cliente personalizada por whatsapp



Canales

1. Instagram
2. WhatsApp Bussiness
3. Tiktok
4. Página Web



Segmentos de clientes

1. Parejas/ Familias/ Amigos/Amantes a las mascotas
 2. B2B
- Que buscan un regalo diferente y único con significado y propósito



Estructura de costes

- | | |
|--------------------------------------|------------------|
| 1. Diseño y desarrollo del sitio web | 3. Empleado Base |
| 2. Pago del diseñador/programador | 4. Pauta SEM |
| | 5. Marketing |

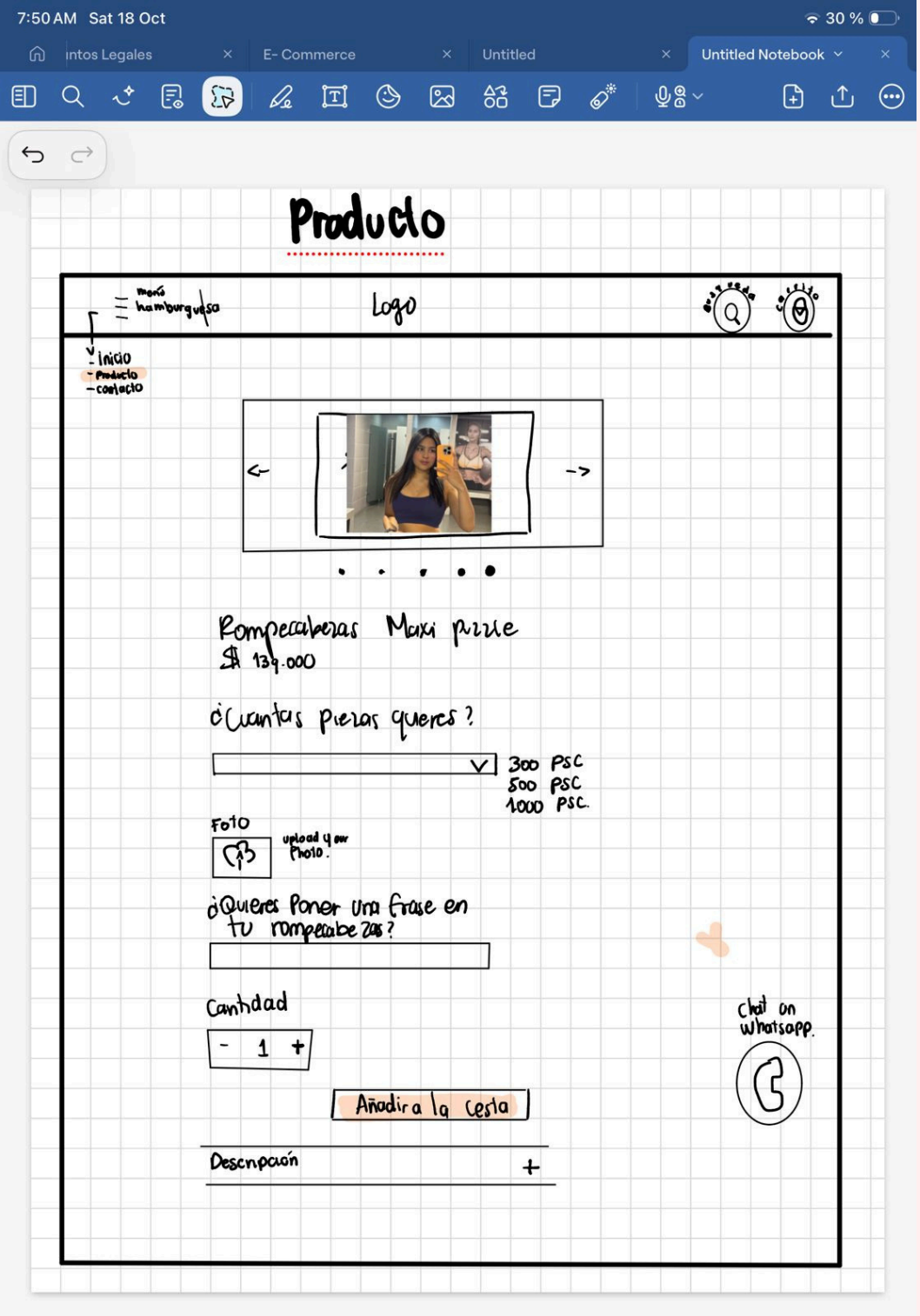


Fuente de ingresos

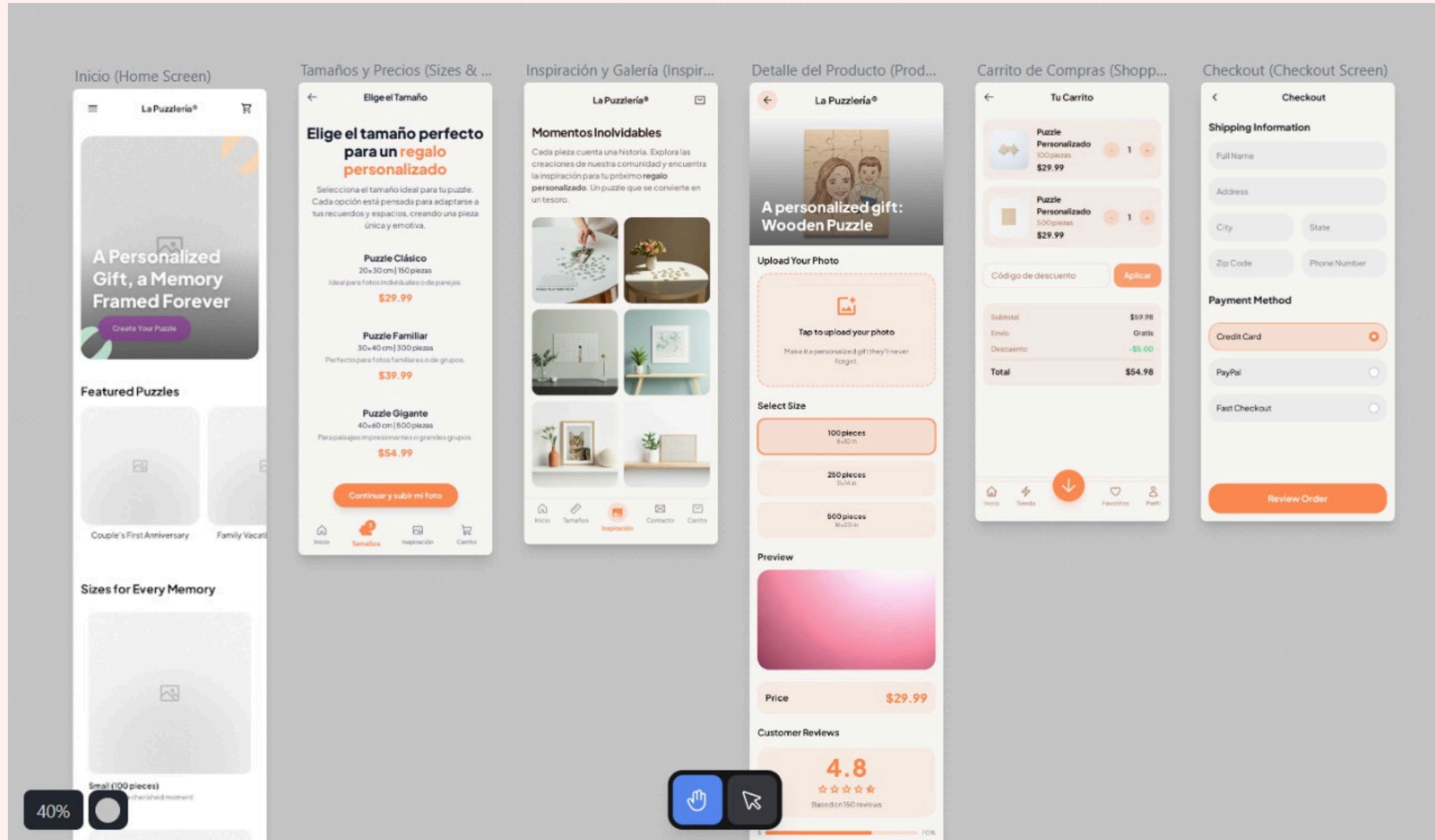
- | | | |
|------------------------------------|--------|--------|
| 1. Adquisición de los rompecabezas | 2. B2B | 3. B2C |
|------------------------------------|--------|--------|



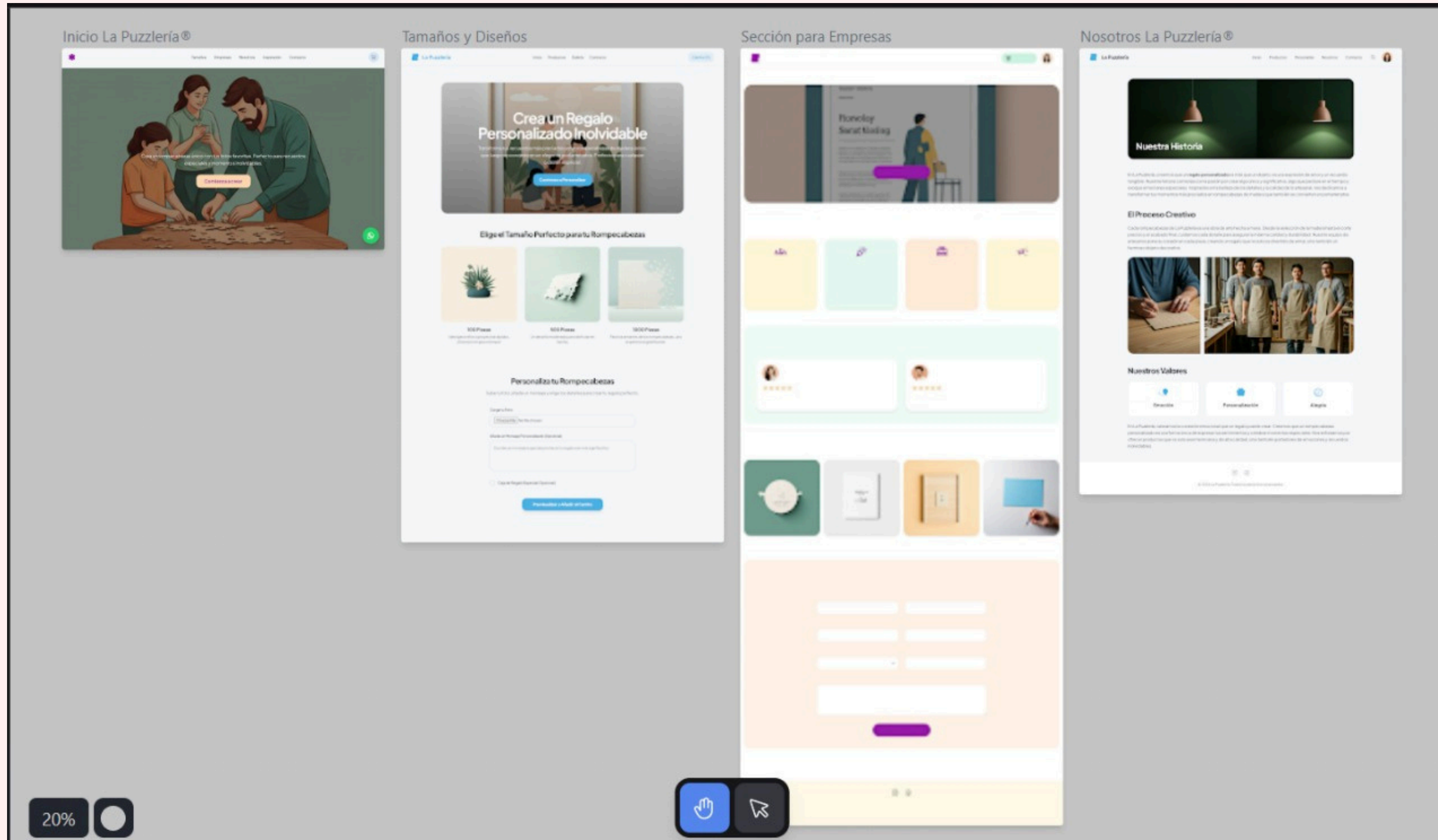
WIREFRAMES



VERSIÓN MOBILE



VERSIÓN WEB



WIX

WIX Ahora estás en el modo Vista previa Volver al Editor Publicar

Haz Upgrade de tu página web para eliminar los anuncios de Wix [Hacer Upgrade](#)

La Puzzleria

Inicio Te damos la bienvenida Los más vendidos Promoción Acerca de nosotros(as) More

¡Explora Nuestro Mundo Creativo!

¡Vamos a chatear!

WIX Ahora estás en el modo Vista previa Volver al Editor Publicar

Haz Upgrade de tu página web para eliminar los anuncios de Wix [Hacer Upgrade](#)

Oferta Especial

¡No te lo pierdas!

¡Aprovecha nuestra promoción exclusiva y sorprende a tus seres queridos con regalos únicos y significativos!

[Ver Oferta](#)

¡Vamos a chatear!

WIX Ahora estás en el modo Vista previa Volver al Editor Publicar

Haz Upgrade de tu página web para eliminar los anuncios de Wix [Hacer Upgrade](#)

Top Ventas

Rompecabezas Familiar \$45,00 Rompecabezas de Pareja \$50,00 Rompecabezas de Mascota

¡Vamos a chatear!

WIX Ahora estás en el modo Vista previa Volver al Editor Publicar

Haz Upgrade de tu página web para eliminar los anuncios de Wix [Hacer Upgrade](#)

Acerca de Nosotros

Nuestra Pasión Creativa

En La Puzzleria, fusionamos la creatividad y la artesanía para ofrecerte rompecabezas personalizados de madera de alta calidad. Nuestra misión es traer alegría a las parejas con regalos únicos y significativos que perduran en el tiempo. Cada rompecabezas es una obra de arte impresa directamente en madera, capturando momentos especiales de la vida.

[Más Información](#)

¡Vamos a chatear!

ESTADO FINANCIERO



	Año actual 2025	2026	2030
Total venta bruta	\$ 280.350.000	\$ 449.961.750	\$ 1.203.869.923
Total venta neta	\$ 274.743.000	\$ 440.962.515	\$ 1.185.811.874
Utilidad bruta	\$ 94.632.600	\$ 248.244.387	\$ 949.723.880
Ebit / Margen Ebit	\$ 100.472.600 -37 %	\$ 26.281.823 6 %	\$ 645.948.603 54 %

CONCLUSIONES

El análisis integral del proyecto La Puzzlería permite concluir que este emprendimiento ha logrado consolidar una propuesta de valor altamente diferenciada en el mercado de los regalos personalizados, fundamentada en la emocionalidad, la personalización y la experiencia simbólica que entrega a sus consumidores.

Por consecuente, la revisión de la industria y de la competencia demuestra que el mercado global de los regalos personalizados presenta una tendencia de crecimiento sostenido, respaldado por transformaciones socioculturales en torno al consumo experiencial, el auge de la fotografía digital y la búsqueda de obsequios únicos.

Desde una perspectiva de marketing digital, los resultados obtenidos muestran que si bien la marca ha desarrollado esfuerzos significativos en redes sociales, existe una brecha entre el alcance orgánico y la conversión efectiva a ventas. Problemas como la baja diferenciación del producto, la dependencia de anuncios pagados, la limitada escalabilidad y la falta de una propuesta clara de postventa y fidelización revelan la necesidad de implementar estrategias sólidas de contenido, posicionamiento, SEO, alianzas estratégicas y programas de recomendación. El proyecto propone efectivamente un enfoque full funnel que integra tácticas de reconocimiento, consideración y conversión, alineadas con los objetivos planteados para 2025.

CONCLUSIONES

En términos financieros y operativos, el modelo de negocio presenta una estructura liviana, eficiente y escalable, al operar de manera 100% virtual, tercerizar su proceso de producción y evitar la acumulación de inventarios. Este diseño permite mantener una relación costo beneficio favorable y proyecta un crecimiento sostenible, tal como lo reflejan las proyecciones de utilidades para los años 2026 y 2030.

Finalmente, el proyecto evidencia que La Puzzlería posee los elementos fundamentales para consolidarse como líder en el mercado de rompecabezas personalizados en Colombia y proyectarse hacia nuevas audiencias en Latinoamérica. No obstante, alcanzar dichos objetivos requiere profundizar en la integración estratégica entre marketing digital, desarrollo de producto, análisis del consumidor y expansión comercial. El cumplimiento de los objetivos planteados dependerá de la capacidad para ejecutar de forma disciplinada las estrategias propuestas, monitorear su desempeño y adaptarse a las dinámicas cambiantes del entorno digital y del comportamiento del consumidor

REFERENCIAS

OpenAI. (2025). ChatGPT (versión GPT-4) [Modelo de lenguaje de inteligencia artificial]. <https://chat.openai.com/>

Nota:

La información contenida en este proyecto integrador también se basa en la recolección y análisis de datos internos suministrados por la empresa LA PUZZLERIA, así como en la experiencia práctica de los autores en el desarrollo del mismo. En los casos en que no se recurrió a fuentes externas específicas (libros, artículos o sitios web), el contenido fue de redacción propia e inspiración de los autores, en coherencia con los lineamientos éticos de producción académica y profesional.