

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”**



**CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA PARA LOGRAR TURISMO
SOSTENIBLE EN EL PARQUE LOMA AMARILLA EN EL DISTRITO
DE SURCO**

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing
Digital

AUTOR:

ESTRELLA DEL CARMEN CARDALDA CASTILLO

0000-0001-6386-957X

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTOR:

GIOVANNY SIMON DANIEL SACCSARA PELAEZ

0000-0002-3412-8198

Asesor

LENY AMELIA PERCCA TREJO

0000-0002-8363-8354

Lima-Perú

Marzo 2023

Resumen del Trabajo de Investigación

La problemática sobre el cuidado y *protección* del medio ambiente ha sido un tema muy tocado en los últimos años, sin embargo, se continúa bajo la misma idea sin generar propuestas de cambio que aporten o fomenten un cambio importante. Por ese motivo, se determinó necesario lanzar el proyecto de la *Productora Alerta Verde*, la cual realiza distintas activaciones con un enfoque en la *interacción* del público con las *actividades* a realizar y que tiene como objetivo demostrar que se puede lograr un cambio importante en la actitud de ellos frente a la realidad actual del medio ambiente. Para esto fue importante realizar un estudio de mercado, por lo que se realizaron encuestas, entrevistas y focus group, para conocer los distintos aspectos que provocan ese cambio de actitud en las personas y tener una base sólida para desarrollar el proyecto. En ese sentido, gracias a las estrategias aplicadas, pudimos obtener información útil y directa de cada uno de los entrevistados y personas involucradas en el estudio, los cuales brindaron la información necesaria para desarrollar satisfactoriamente el proyecto, en el cual se mencionaron aspectos necesarios como la importancia de generar un atractivo para el público. Todo esto fue aplicado a un grupo seleccionado de personas que tienen o suelen visitar y frecuentar este tipo de áreas como parques y/o similares, entre ellos se eligieron deportistas, visitantes, jóvenes y profesionales. Debido a esto, podemos concluir que muchas de las personas reaccionan positivamente a las distintas actividades en las que son protagonistas y con esto se genera una empatía por las *áreas verdes*.

Palabras clave: Productora, Protección, Interacción, Áreas Verdes, Actividades

TABLA DE CONTENIDO

1. Contextualización del Problema	10
1.1 Visión panorámica	10
1.2 Problema situado	10
1.3 Posible solución	12
1.4 Conclusión	12
2. Justificación	13
2.1 Justificación social	13
2.2 Justificación práctica	14
2.3 Justificación metodológica	14
3. Reto de innovación	15
3.1 Preguntas de investigación.	15
3.1.1 Pregunta general:	15
3.1.2 Preguntas específicas:	16
3.2 Objetivos de investigación.	16
3.2.1 Objetivo general:	16
3.2.2 Objetivos específicos:	16
4. Sustento Teórico	17
4.1. Estudios previos	17
4.1.1 Antecedentes:	17
4.2 Marco teórico	23
4.2.1 Creación de una productora de eventos	23
4.2.1.1 Conceptualización del servicio de la productora de eventos	23
4.2.1.2 Características de la productora de eventos	24
4.2.1.2.1 Producción de contenidos:	24
4.2.1.2.1 Creatividad y experiencia	24
4.2.1.2.3 Capacidad técnica:	25
4.2.1.2.4 Gestión de proyectos	26
4.2.1.2.5 Flexibilidad	26
4.2.1.2.6 Red de contactos	27
4.2.1.3 Tipos de eventos de una productora de eventos:	28
4.2.1.3.1 Eventos de sensibilización	28
4.2.1.3.2 Ferias y exposiciones medioambientales	29
4.2.1.3.3 Talleres	29
4.2.1.4 Tipos de actividades que realiza una productora de eventos	30
4.2.1.4.1 Actividades BTL	30
4.2.1.4.2 Concursos	30
4.2.1.4.3 Simulación 360°	30

	4
4.2.1.5 Estrategias de comunicación en sitios de redes sociales	31
4.2.1.5.1 Estrategias de comunicación	31
4.2.1.5.2 Redes sociales	32
4.2.1.5.3 Interacción social	33
4.2.1.6 Importancia de crear una productora mediambiental	33
5. Beneficiarios	34
5.1 Directos	34
5.2 Indirectos	34
5.3 Arquetipo de cliente	35
5.4 Cantidad de beneficiarios	37
6. Propuesta de Valor	37
6.1. Propuesta de valor	37
6.2. Segmento de clientes	37
6.3. Canales	37
6.4. Relación con los clientes	38
6.5. Actividades clave	38
6.6. Recursos clave	38
6.7. Aliados clave	38
6.8. Fuentes de ingresos	38
6.9. Presupuestos	39
7. Resultados	40
8. Conclusiones	41
9. Bibliografía	42
10. Anexos	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Inversión inicial desglosada</i>	36
Tabla 2. <i>Gastos fijos mensuales</i>	36
Tabla 3. <i>Ingresos fijos mensuales</i>	37

1. Contextualización del Problema

1.1 Visión panorámica

El Perú es un país rico en vegetación y de alta interculturalidad. con parques ecológicos como lomas de Lachay y lomas de lúcumo. Lamentablemente, se ha observado un deterioro de estos parques y esto no se ve reflejado en el paisaje urbano cultural, ya que el estado no le brinda la importancia debida, motivo por el cual, muchas de estas áreas presentan abandono. Según Sabogal, et al. (2019) “Los espacios verdes permiten la multiculturalidad y la tolerancia de las ciudades, funciones que en Lima no se pueden cumplir.” (p.111).

Se tiene conocimiento que las áreas verdes tienen beneficios sociales, económicos y sobre todo ambientales, además de que contribuyen a reducir grandes niveles de contaminación ambiental y aumentan la biodiversidad. Otro dato importante es que ayudan a mejorar la salud mental y física de las personas, ya que se pueden realizar actividades de distracción, liberación, entre otras.

1.2 Problema situado

En la actualidad, es notorio el desinterés general en muchas áreas verdes en Lima Metropolitana y el ecoparque “Loma Amarilla” del distrito de Surco no es la excepción. Este parque ecológico cuenta con un gran potencial atractivo para nuevos visitantes por las distintivas características que este posee. Se ha podido denotar que la desinversión, descuido y desinterés por parte de los visitantes son detonantes que no permiten un pleno desarrollo sostenible del mismo parque. Por ello, las posibilidades de promover cultura y difundir

productos locales dentro del parque han sido mínimas, haciendo difícil el rol sostenible que este pueda sostener.

El comercio (2022) La escasez de lugares de esparcimiento es un problema grave que está impactando significativamente a la sociedad, ya que puede afectar la salud física y mental de las personas. La recreación es fundamental para el bienestar diario, pero la falta de parques y centros de recreación limita el acceso a estas actividades.

Esto solo enfatiza el problema con el que cuentan muchos de los parques en el Perú y nos demuestra que es un punto importante que se debe atacar para poder resolver de la manera más factible y sobre todo sostenible para que estos en algún momento puedan auto sustentarse por el movimiento o desarrollo propio dentro de sus áreas.

Por otra parte, las disponibilidades de áreas verdes por grupos de habitantes presentan otra problemática complementaria. En el estudio realizado el 2020 por Properati, reconocido portal digital de compra y venta de inmuebles, se analizó la relación entre áreas verdes, parques y niños en nuestra ciudad, empleando para esto Open Street Maps y un sistema de cuadrantes de 500 metros para determinar la densidad de estos tres elementos por distrito en Lima Metropolitana. Los resultados de dicho estudio compartidos en el diario Perú 21 en el marco de la pandemia del Coronavirus, indicaron que tan solo los siguientes distritos mantienen una relación de densidad similar entre niños y áreas verdes disponibles en su distrito: “Jesús María, con 91 niños por cada mil y 12.57%; San Miguel con 107 niños por cada mil habitantes y 9.29% de áreas verdes; San Borja con 96 niños por cada mil y 9.82% de áreas verdes; Lince con 95 niños por cada mil y 6.64% de áreas verdes; Los Olivos con 130 niños por cada mil habitantes y un porcentaje de 6.77% de áreas verdes, entre otros.” (Perú

21, 2020)

Así tanto la limitada disponibilidad de áreas verdes como la falta de inversión sobre las mismas repercuten en la falta de espacios adecuados para recreación al aire libre para los ciudadanos de Lima Metropolitana.

1.3 Posible solución

En base a lo redactado y partiendo de las carreras de Arquitectura de Interiores, Dirección y Diseño Gráfico, Publicidad y Marketing se propone la creación de la productora “Alerta verde” la cual realizará eventos de sensibilización, ferias y exposiciones medioambientales y campañas de limpieza. Estos eventos contarán con actividades BTL, concursos, simulación 360°. para evitar el descuido de las áreas verdes del parque loma amarilla en el distrito de surco.

1.4 Conclusión

En conclusión, la creación de la productora “alerta verde” ayudará a difundir el sentido de empatía y conciencia ecológica por estos espacios, promoviendo así modalidades de consumo y producción sostenible.

2. Justificación

2.1 Justificación social

La presente investigación se enfoca en poder guiar a los turistas de Loma Amarilla para que mantengan un turismo sostenible, ya que actualmente Loma Amarilla evidencia descuido y falta de conciencia ecológica por parte de los turistas visitantes.

Macario (2013) El turismo sostenible depende de la capacidad de la sociedad para someterse al orden y prudencia ecológica, haciendo un buen uso de la naturaleza, acordando el crecimiento económico y la conservación de la naturaleza a través del equilibrio de los objetivos socioculturales, económicos y ambientales.

Este trabajo permitirá fomentar la responsabilidad ambiental de los visitantes, promoviendo la conservación de las áreas verdes de Lomas Amarilla, facilitando el encuentro entre productos y actividades responsables con el medio ambiente. Creando así conciencia ecológica y deseo de compromiso por el cambio.

Las actividades que se realizan dentro de este proyecto son: actividades BTL, concursos, talleres y simulación 360°. por ello tienen un increíble potencial, además de ser muy atractivo para los visitantes de los parques, dado que al hacer las distintas actividades y/o proyectos que se planteen durante la ejecución de este proyecto, se estaría logrando fomentar el tan anhelado sentido de empatía por estos espacios y lograr así la reflexión final en cada una de las personas a las que se puedan impactar mediante este trabajo.

2.2 Justificación práctica

Ahora que conocemos el problema real que estamos sobrellevando todos los ciudadanos en Lima Metropolitana, respecto al desinterés, el descuido y la poca inversión que se está realizando para con los parques dentro de la capital. Podemos indicar que el proyecto a realizar ayudará hacer una reforma total o por lo menos marcará el inicio de un importante cambio en la sociedad sobre el respeto hacía estas áreas que han sido descuidadas por las autoridades que dirigen los distintos municipios dentro de Lima. Actualmente, se encuentra un deficiente interés por mejorar, cambiar o proteger las distintas áreas verdes que existen. Por ello, mediante el proyecto “Alerta Verde” se podrá trabajar directamente con los visitantes de estos parques de una forma en la que se plantee una reflexión en ellos mediante actividades interactivas.

2.3 Justificación metodológica

Para el presente trabajo utilizamos la metodología ágil Toulouse Thinking, la cual permite un avance eficaz a partir de su adaptabilidad e iteración con el fin de lograr conclusiones que aporten a guiar la investigación hacia una propuesta final de proyecto innovadora que solucione la problemática citada. Además, que nos permite desarrollar el pensamiento creativo, potenciar las capacidades de los integrantes del proyecto y lograr una confianza creativa. Toulouse Thinking también incluye la integración de diferentes metodologías para facilitar el trabajo que desarrollamos como equipo.

Igualmente, contamos con otras herramientas para el desarrollo de este proyecto como las

encuestas, las cuales fueron dirigidas a públicos específicos con el fin de obtener datos relevantes acerca de las costumbres, experiencias y expectativas de los sujetos con el entorno propuesto. Las entrevistas también han sido piezas fundamentales para poder entender a nuestro público, poder sacar conclusiones de sus acciones, sus deseos y sobre todo de cómo es que planean poder seguir actuando frente a las diversas situaciones relacionadas con nuestro medio ambiente. Otra herramienta usada han sido los talleres generativos, los cuales han sido muy eficaces para el proyecto, hemos podido escuchar al público objetivo, conocer sus pensamientos e incluso lo que desean para mejorar el medio ambiente. Este taller buscaba también obtener una apreciación de los participantes respecto a la solución planteada a la problemática, lo cual fue muy productivo porque pudimos explorar más ideas en torno a lo propuesto, Por último, mencionaremos una herramienta más que fue utilizada en este proyecto, el modelo Canvas, la cual igual que las demás fue una herramienta de mucha ayuda, como característica principal nos permitió conocer aspectos importantes y claves de nuestro proyecto.

3. Reto de innovación

Descuido de las áreas verdes del parque Loma Amarilla en el distrito de Surco.

3.1 Preguntas de investigación.

3.1.1 Pregunta general:

¿De qué manera se podría evitar el descuido de las áreas verdes del parque loma amarilla en el distrito de surco?

3.1.2 Preguntas específicas:

P1: ¿Qué materiales y/o recursos se necesitan para crear la productora alerta verde y evitar el descuido de las áreas verdes del parque loma amarilla?

P2: ¿Qué actividades se podrían realizar para que los visitantes de loma amarilla desarrollen un turismo sostenible?

P3: ¿Qué tan efectivo sería crear la productora "alerta verde" para evitar el descuido de las áreas verdes del parque loma amarilla?

3.2 Objetivos de investigación.

3.2.1 Objetivo general:

Crear la productora “alerta verde” para evitar el descuido de las áreas verdes del parque loma amarilla en el distrito de surco

3.2.2 Objetivos específicos:

O1: Identificar los materiales y/o recursos que se necesitan para crear la productora alerta verde y evitar el descuido de las áreas verdes del parque loma amarilla

O2: Investigar qué actividades podría realizar para que los visitantes de loma amarilla desarrollen un turismo sostenible

O3: Analizar qué tan efectivo sería crear la productora "alerta verde" para evitar el descuido de las áreas verdes del parque loma amarilla

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

4.1.1 Antecedentes:

Vásquez y Moreno (2017) desarrollaron la tesis "*Documental interactivo iberoamericano: Proximidad y Transformación social*" para optar por el grado de bachiller en la facultad de ciencias de la comunicación en la universidad Santiago de Compostela en el 2017 - España.

Con el objetivo de demostrar que las actividades interactivas de los distintos tipos que puedan existir eran más que un aporte significativo para provocar cambios en la sociedad a partir de los diferentes contenidos.

Mediante esta investigación los resultados obtenidos fueron que gracias a la interacción generada por medio del documental se lograba una transformación o giro significativo en las personas, quienes reflexionaban a partir de estas experiencias vistas dentro del documental.

Por ello, con esta investigación se puede demostrar que el acercamiento a las personas por medio de distintas actividades interactivas podría ser beneficiario como una consecuencia positiva al generar o enlazar a las personas con acciones importantes que conllevan a un cambio social. En conclusión, aporta lo necesario a nuestra investigación en la que planteamos realizar distintas actividades que interactúen con el público buscando una reflexión social.

González (2019) desarrolló la tesis “*Plan de negocios para la creación de una productora de eventos infantiles*” para optar el grado académico de magíster en gestión y dirección de empresas. Universidad de Chile - Chile.

El proyecto tiene como objetivo principal realizar un análisis de la situación actual del sector de fiestas infantiles para niños entre 3 y 13 años.

Los resultados esperados fueron explorar la viabilidad de crear una empresa productora de eventos infantiles en el suroriente de la Región Metropolitana, ofreciendo un servicio integral a las familias. asegurando así la sostenibilidad a largo plazo y la obtención de ganancias con posibilidades de expansión futura en otras áreas de la Región Metropolitana o en otras regiones del país.

Esta investigación guarda relación con la creación de una productora, este programa es de gran importancia para la investigación, ya que está basada en la creación de una empresa productora de eventos. Brindando una visión más completa de su implementación y sirviendo como una guía en la creación del proyecto.

Velasco (2022) desarrolló la tesis “*modelo de negocio para la creación de una plataforma digital de gestión de espectáculos que permita el desarrollo dentro de la industria del entretenimiento*” para optar el grado académico de magíster en gestión y dirección de empresas. Universidad de Chile - Chile.

El propósito de este proyecto es crear y evaluar un plan de negocios para compañías en la industria del entretenimiento, que se basa en una plataforma digital para la gestión de presentaciones artísticas. Este plan incluirá la búsqueda y selección de artistas, la formalización de contratos y la promoción de eventos, y se enfocará en el Área Metropolitana de Santiago de Chile.

Se desea crear una plataforma digital que permita a las empresas en la industria del entretenimiento llevar a cabo procesos de contratación de artistas de manera eficiente y formal. A través de una evaluación exhaustiva de su viabilidad estratégica, técnica y económica, se espera que este emprendimiento se pueda llevar a cabo. La plataforma será accesible para el público en general, permitiéndoles visualizar información sobre los eventos en las 34 comunas de la Área Metropolitana de Santiago de Chile.

Esta investigación guarda relación con la búsqueda y selección de los expositores, contratos y promoción de eventos para la creación de la productora medioambiental “Alerta verde”.

García y otros (2016) desarrollaron la tesis *“Productora de eventos sociales y empresariales MAP Producciones, en el distrito de San Borja - Lima”* para optar por el título de bachiller en Administración y negocios en la Universidad Tecnológica del Perú - Perú.

El proyecto tiene como objetivo crear una empresa enfocada en el desarrollo de distintas actividades sociales, para personas que deseen liberarse del estrés o tiempo que conlleva

realizar algún evento para una cierta cantidad de personas. Todo esto mediante distintos enfoques y puntos importantes de donde parten para ver si es realmente factible su creación.

Como resultados de la tesis, se logró entender que era factible realizar dicho plan de negocio, siempre y cuando se parta de las distintas posiciones que se plantearon en la tesis para el desarrollo de los distintos tipos de eventos sociales que puedan plantearse. Por ello, es importante revisar cada parte de lo enfocado dentro de la tesis como la investigación de mercado, plan de marketing, plan de servicio, etc.

Mediante esta investigación se puede determinar que existe una correlación con la idea de nuestra investigación sobre la creación de una productora medioambiental que genere actividades sociales con interacción en el público. Dado que podemos partir de los distintos puntos que se plantearon para tomar de referencia una buena elaboración de nuestro plan de negocio y el cómo llevarlo a cabo.

Laredo y otros (2020) desarrollaron la tesis *“Propuesta de solución para transformar el proceso de búsqueda de proveedores de eventos en Lima Metropolitana”* para optar por el grado de magíster en administración estratégica de empresas otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú - Perú.

El proyecto tiene como objetivo la aplicación de tecnología y comunidades virtuales construidas en redes sociales y medios digitales, facilitando así la interacción entre los beneficiarios y consignatarios en el mercado de eventos sociales.

La tesis formula etapas claras para la implementación de un negocio de interacción y solicitud de servicios. Asimismo, señala una perspectiva de alta factibilidad por un alza de requerimientos de eventos sociales donde, a través de la virtualidad como medio de comunicación y difusión se pueda generar confianza gracias a la alta participación de usuarios capaces de filtrar, clasificar y compartir sus ideas y sugerencias.

A través de esta investigación es posible establecer una correlación con el presente documento, aportando criterios a evaluar al llevar a cabo la creación de la productora medioambiental “Alerta verde” frente a requerimientos del mercado de eventos, estableciendo referencias de valor para la habilitación de plataformas digitales para la interacción con los usuarios.

Lezama (2019) desarrolló la tesis *“Organización de eventos como estrategia de relaciones públicas dirigidas a los clientes externos e imagen corporativa de la empresa PC link S.A.C.”* para optar por el título profesional de licenciado en comunicaciones otorgado por la Universidad San Ignacio de Loyola - Perú.

El proyecto tiene como objetivo explorar y proponer una metodología adecuada para la organización de eventos para clientes, así como para el análisis de las relaciones públicas de la empresa en mención, implementando medidas para trabajar aspectos de su imagen corporativa..

La tesis presenta instrumentos útiles para la recolección de información de imagen empresarial con los que establece una correlación entre la producción de eventos y el impacto

en la perspectiva del cliente con respecto a una determinada marca o servicio, priorizando estrategias de comunicación que garanticen plasmar los valores respectivos de la empresa correspondiente.

A través de esta investigación establecemos un vínculo con la creación de la productora medioambiental “Alerta verde” a partir de la estrecha relación con municipalidades, a las cuales nos dirigimos, por parte de nuestro modelo de negocio. El descuido de áreas verdes, así como las problemáticas medioambientales que buscamos paliar desde la difusión, establecen una importancia en el trabajo de imagen pública para nuestros clientes desde la especificidad de la promoción del cuidado de áreas verdes.

4.2 Marco teórico

4.2.1 Creación de una productora de eventos

Una productora medioambiental, es una empresa enfocada en la producción de bienes y servicios respetuosos con el medio ambiente. Abarca muchos temas de gama industrial, como la energía renovable, la agricultura sostenible, la gestión de residuos y la conservación de biodiversidad

Europa visión films (2019) Una productora de eventos se encarga de planificar y producir estos. Tiene la responsabilidad de asegurarse de que todo salga bien desde la planificación hasta la ejecución del mismo. Para asegurarse de que el evento se adapte al presupuesto y a las necesidades específicas de la celebración.

4.2.1.1 Conceptualización del servicio de la productora de eventos

Europa visión films (2019) Las productoras de eventos son responsables de coordinar y gestionar todo el proceso de producción de un evento, desde la planificación y preproducción, hasta la ejecución y postproducción. Cada una de estas etapas es importante para garantizar que el evento sea un éxito y cumpla con los objetivos establecidos.

La conceptualización del servicio en una productora de eventos es el proceso de entender y definir los objetivos y necesidades de los clientes, y desarrollar un plan para producir contenido que cumpla con esos objetivos. Esto incluye la identificación de la audiencia objetivo, la definición de los mensajes clave y la selección de los formatos y canales adecuados para transmitir esos mensajes. La conceptualización del servicio también implica la colaboración con el cliente para definir los plazos y presupuestos, y desarrollar un plan de producción detallado. En una productora medioambiental, la conceptualización del servicio es crucial para garantizar que la producción cumpla con los objetivos medioambientales y de comunicación del cliente, y para establecer una base sólida para la producción efectiva de contenido de alta calidad.

4.2.1.2 Características de la productora de eventos

4.2.1.2.1 Producción de contenidos:

La producción de contenido en una productora medioambiental se enfoca en crear material audiovisual que aborde temas relacionados con el medio ambiente, la conservación de la naturaleza y el cambio climático, con el objetivo de sensibilizar a la población y promover prácticas sostenibles. Esto puede incluir documentales, videos institucionales, spots publicitarios, programas de televisión, entre otros formatos. la producción de contenido en

una productora medioambiental requiere de un equipo de profesionales capacitados en la producción audiovisual, conocimientos en temas medioambientales y la capacidad de transmitir un mensaje impactante y conmovedor

4.2.1.2.1 Creatividad y experiencia

La capacidad creativa y la experiencia son factores clave para el éxito en una productora medioambiental. La capacidad creativa se refiere a la habilidad de generar ideas innovadoras y únicas que atraigan la atención del público y logren transmitir un mensaje efectivo. Según Concepto (2022). La creatividad es la capacidad que tiene el ser humano para generar cosas nuevas, ya sea a través de la invención de objetos físicos, la creación de ideas, representaciones artísticas o incluso la imaginación de fantasías. Esta habilidad permite la generación de nuevos conceptos y la conexión de ideas para encontrar soluciones innovadoras a los problemas.

4.2.1.2.3 Capacidad técnica:

La capacidad técnica es un aspecto fundamental en una productora medioambiental. Los profesionales de la producción deben tener un conocimiento sólido de las herramientas y equipos necesarios para la creación de contenido audiovisual de alta calidad, incluyendo cámaras, edición de video, sonido, iluminación y postproducción. Además, es importante estar al tanto de las últimas tecnologías y tendencias en el mercado para mantenerse competitivos y ofrecer productos de vanguardia. La capacidad técnica también incluye la habilidad de trabajar de manera eficiente y organizada, y la capacidad de resolver problemas técnicos en tiempo real durante la producción. En resumen, una sólida capacidad técnica es

esencial para garantizar la calidad y la eficiencia en la producción de contenido en una productora medioambiental. Así mismo, según Álvarez (2018) La capacidad técnica implica la habilidad de aplicar de manera efectiva tanto los conocimientos teóricos como prácticos adquiridos en un ámbito académico especializado.

4.2.1.2.4 Gestión de proyectos

La gestión de proyectos es un aspecto crucial en una productora medioambiental. Esto incluye la planificación, organización y supervisión de todas las fases de la producción de un proyecto, desde la concepción hasta la entrega final. Para Wallace (2014) La gestión de proyectos es una materia prácticamente nueva y que no debe asombrarnos que se defina de distintas maneras. Sin embargo, gran parte de autores concuerdan en que consta de establecer objetivos y luego alcanzarlos por medio del planteamiento de una organización basada en habilidades y procesos de planificación. Por otro lado, se incluye la asignación de recursos, el seguimiento de presupuestos y plazos, la coordinación con otros departamentos y proveedores externos, y la resolución de problemas y desafíos a lo largo del camino. En una productora medioambiental, es esencial contar con una gestión de proyectos efectiva para garantizar que los proyectos se completen de manera eficiente, dentro del presupuesto y plazo establecidos, y que cumplan con los estándares de calidad requeridos. La gestión de proyectos también juega un papel importante en la gestión de riesgos y la toma de decisiones críticas para asegurar el éxito de cada proyecto.

4.2.1.2.5 Flexibilidad

La flexibilidad es un aspecto importante en una productora medioambiental, ya que los proyectos pueden presentar cambios y desafíos imprevistos. Bitrix24 (2021) La flexibilidad en los proyectos es una habilidad clave que permite a los equipos de proyecto adaptarse a las condiciones cambiantes del entorno y a las expectativas en evolución de los clientes. Cuando los proyectos se enfrentan a entornos turbulentos o cambios continuos, la flexibilidad se vuelve aún más importante. Los profesionales de la producción deben ser capaces de adaptarse rápidamente a los cambios y encontrar soluciones creativas ante situaciones inesperadas. La flexibilidad también incluye la habilidad de trabajar con una variedad de temas y formatos, y la capacidad de colaborar con diferentes tipos de personas y personalidades. En una productora medioambiental, es esencial contar con profesionales flexibles que sean capaces de responder de manera efectiva a los desafíos y cambios que surjan durante la producción de contenido. La flexibilidad también es importante para mantenerse al día con las tendencias y los avances en tecnología, y para adaptarse a los cambios en la industria y en el mercado.

4.2.1.2.6 Red de contactos

Una red sólida de contactos es importante para una productora medioambiental. Esta red puede incluir contactos en diferentes áreas, como agencias gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, compañías y grupos de interés. Mónica Berger (2020) Una red de contactos es un proceso por el cual se establecen y mantienen relaciones intencionales con otras personas, como amigos, familiares, compañeros de estudios, colegas de trabajo, etc. Es una herramienta muy importante para acercarse a una amplia gama de

oportunidades de empleo en el mercado laboral, especialmente a las que no están disponibles públicamente.

La red de contactos también puede incluir expertos en diferentes temas relacionados con el medio ambiente, así como proveedores y contratistas externos. Contar con una amplia red de contactos permite a la productora medioambiental acceder a una amplia gama de recursos y oportunidades, y colaborar con otras organizaciones y grupos para lograr sus objetivos. Además, una red sólida de contactos también puede ayudar a la productora a establecer y mantener relaciones a largo plazo con sus clientes y colaboradores. En resumen, una amplia red de contactos es esencial para el éxito de una productora medioambiental.

4.2.1.3 Tipos de eventos de una productora de eventos:

4.2.1.3.1 Eventos de sensibilización

Acnur (2018) El propósito de la sensibilización es lograr que las personas se concienticen sobre un tema en particular. Para ello, se pueden llevar a cabo diversas acciones, como charlas, conferencias, exposiciones, talleres, formación de grupos, concursos, juegos, mercadillos, eventos deportivos o acciones directas en la calle.

Los eventos de sensibilización de una productora tienen como objetivo educar y concientizar a la población sobre temas medioambientales. Algunas de las actividades que se pueden realizar en estos eventos incluyen

conferencias, exposiciones, talleres y actividades prácticas, concursos, y campañas de comunicación.

4.2.1.3.2 Ferias y exposiciones medioambientales

Las ferias y exposiciones de una productora, son una oportunidad para promover productos y servicios medioambientales concientizando sobre su importancia. Algunas de las actividades que se pueden realizar en estos eventos incluyen exposición de productos, actividades para niños, talleres y demostraciones prácticas.

4.2.1.3.3 Talleres

Community Tool Box (2019) Un taller es un programa educativo breve y personalizado que tiene como objetivo enseñar habilidades prácticas, técnicas o ideas útiles que los participantes puedan aplicar en su trabajo o vida cotidiana. Su enfoque puede ser muy diverso según el tema específico que se esté enseñando. En general, los talleres son una herramienta efectiva para desarrollar habilidades prácticas y promover el aprendizaje interactivo.

Los talleres de una productora de eventos medioambientales son sesiones educativas e interactivas en las que los participantes aprenden sobre cuestiones ambientales y cómo pueden tomar medidas para proteger el medio ambiente. Estos talleres pueden incluir presentaciones, discusiones en grupo, actividades prácticas y otros medios para enseñar a la gente sobre la importancia de cuidar el medio ambiente. El objetivo de estos talleres es sensibilizar a la población sobre temas ambientales y motivarlos a tomar acciones concretas para proteger el planeta.

4.2.1.4 Tipos de actividades que realiza una productora de eventos

4.2.1.4.1 Actividades BTL

Las actividades BTL (Below The Line, por debajo de la línea) son una forma efectiva de promocionar una productora medioambiental y su mensaje de sostenibilidad y

conservación del medio ambiente, Algunas actividades BTL que una productora considera implementar son: actividades interactivas, sampling, patrocinios de eventos medioambientales, promoción de excursiones medioambientales.

4.2.1.4.2 Concursos

Los concursos son una forma de involucrar a la comunidad en temas medioambientales y promover un mensaje de sostenibilidad y conservación del medio ambiente. Algunos concursos que una productora de eventos medioambientales organiza son: concurso de fotografía medioambiental, concurso de reciclaje, concurso de jardinería sostenible, concurso de artes plásticas.

4.2.1.4.3 Simulación 360°

ITCL (2021) Los simuladores virtuales permiten crear experiencias virtuales que simulan situaciones reales, como entornos de riesgo, manejo de maquinaria o conducción de vehículos. Estos simuladores utilizan tecnología avanzada para recrear de manera realista las condiciones y desafíos que se pueden encontrar en estos entornos.

Una simulación 360, es una experiencia en realidad virtual que permite a los usuarios sumergirse en un entorno virtual y explorar de manera interactiva un evento o proyecto medioambiental. Una simulación 360 puede ser una herramienta valiosa para promover la conciencia y el entendimiento sobre temas medioambientales y puede ser utilizada de varias maneras, como: mostrar una perspectiva única de un evento medioambiental, como una limpieza de playa o una actividad de reforestación, ilustrar un proyecto medioambiental, permitiendo a los usuarios explorar un lugar virtual que representa el impacto positivo de un proyecto, ofrecer una experiencia educativa sobre temas medioambientales, permitiendo a los usuarios explorar y aprender sobre los desafíos y soluciones medioambientales. Para crear

una simulación 360 efectiva, es importante considerar la calidad de la experiencia, la narrativa y la facilidad de uso. La tecnología de realidad virtual es una herramienta poderosa para promover la conciencia y el entendimiento sobre temas medioambientales y puede ser una forma innovadora de involucrar a la comunidad en temas medioambientales.

4.2.1.5 Estrategias de comunicación en sitios de redes sociales

4.2.1.5.1 Estrategias de comunicación

RockContent (2019) Las estrategias de comunicación son un conjunto de herramientas planificadas que consideran varios aspectos importantes, como los objetivos generales a alcanzar, los mensajes que se transmitirán, las acciones que se llevarán a cabo, las variables que se medirán para evaluar el éxito de la estrategia, los instrumentos que se utilizarán para comunicar y los plazos de ejecución para cada tarea.

Las estrategias de comunicación en redes sociales pueden ser muy efectivas para promocionar una productora de eventos medioambientales y su mensaje de sostenibilidad y conservación del medio ambiente algunas estrategias son: creación de contenido relevante, uso de hashtags, interacción con audiencia, colaboración con influencers, campañas publicitarias en redes sociales, interacción de medios sociales en eventos.

4.2.1.5.2 Redes sociales

Ana Martín (2022) Las redes sociales son una herramienta de comunicación basada en Internet que permite a los usuarios intercambiar ideas e información en línea. Los usuarios pueden interactuar y compartir contenido, como información personal, documentos, videos e imágenes, a través de una PC, tableta o smartphone, o mediante aplicaciones o programas

basados en la web. Las redes sociales son una herramienta popular para la comunicación y el intercambio de información en línea, y son utilizadas en todo el mundo para mantenerse en contacto con amigos y familiares, así como para conectarse con comunidades de intereses comunes.

Las redes sociales son plataformas en línea que permiten a los usuarios crear y compartir contenido, conectarse con otros usuarios y participar en comunidades en línea. Algunas de las principales redes sociales incluyen Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok y YouTube. Las redes sociales se han convertido en una herramienta importante para las empresas y organizaciones para conectarse con su audiencia y promocionar sus productos o servicios. Las redes sociales también ofrecen un canal para recibir retroalimentación y mejorar la relación con los clientes y seguidores. Es importante tener en cuenta que cada plataforma de redes sociales es diferente y puede requerir un enfoque y estrategia distintos. Al desarrollar una presencia en las redes sociales, es importante tener en cuenta los objetivos de la organización, el público objetivo y la naturaleza del contenido que se comparte. La consistencia y la calidad del contenido son clave para el éxito en las redes sociales.

4.2.1.5.3 Interacción social

Esneca (2022) Las interacciones sociales son los lazos que se establecen entre las personas en su forma de convivir en grupos. Estas interacciones pueden tomar muchas formas diferentes, por lo que es útil dividir las en categorías explicativas distintas para comprenderlas mejor. En resumen, las interacciones sociales son las conexiones que se crean entre las personas en su convivencia en grupo, y estas conexiones pueden ser analizadas de diferentes maneras para una mejor comprensión.

La interacción social se refiere a la manera en que las personas se relacionan y se comunican entre sí. En el contexto de las redes sociales, la interacción social se refiere a la comunicación y el intercambio de información entre usuarios a través de las plataformas en línea. La interacción social en las redes sociales también puede tener un impacto significativo en la forma en que las personas perciben y se relacionan con las marcas y las organizaciones. Las marcas y las organizaciones pueden aprovechar la interacción social para mejorar la relación con los clientes, aumentar la visibilidad y construir una comunidad en línea.

4.2.1.6 Importancia de crear una productora medioambiental

La productora medioambiental “alerta verde” es importante porque se enfoca en la organización de eventos y actividades que tienen como objetivo sensibilizar a la población sobre la importancia de proteger el medio ambiente y promover prácticas sostenibles en “loma amarilla”. Al promover una cultura de cuidado y respeto por el medio ambiente, una productora “alerta verde” ayuda a crear conciencia sobre los problemas ambientales y anima a las personas a tomar acción para proteger el medio ambiente. Además, ayuda a las organizaciones y empresas a mejorar su imagen y reputación, ya que puede mostrar su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.

5. Beneficiarios

5.1 Directos

La creación de una productora medioambiental está enfocada en Promover el cuidado y protección de las áreas verdes de “loma amarilla” con la finalidad de fomentar turismo y el desarrollo sostenible, los principales involucrados son jóvenes visitantes del nivel

socioeconómico A - B de 18a 28 años de edad, que buscan generar un desarrollo sostenible mediante la concientización ecológica, promoción de la cultura y la compra de productos locales

5.2 Indirectos

Como beneficiarios indirectos de la creación de una productora medioambiental que realiza actividades interactivas se tiene a las municipalidades distritales de los niveles socioeconómicos A/B, con los que se pretende lograr una negociación que sea de beneficio para ambas partes. Así también como un beneficiario indirecto adicional, se podría incluir a los administradores de parques, con los cuales se pretende organizar y proyectar esta idea.

5.3 Arquetipo de cliente

Los beneficiarios son jóvenes visitantes de áreas verdes de Lima Metropolitana del nivel socioeconómico A - B de edades entre los 18 a 28 años, mismos que buscan un desarrollo sostenible a través del cuidado y respeto por la naturaleza, la difusión de nuestra cultura peruana y el apoyo a pequeños empresarios que conduzcan sus negocios bajo parámetros de cuidado de la naturaleza para la elaboración de sus productos. Estos jóvenes han crecido con una sensibilidad por la naturaleza y reconocen el beneficio del contacto periódico con esta en su día a día. Asimismo, reconocen las áreas verdes como escenarios de situaciones entrañables del pasado y se sienten cómodos visitando parques en su tiempo libre como una medida terapéutica necesaria para el manejo de las responsabilidades y exigencias que sus vidas actuales les representan. Ellos reconocen frecuentar áreas verdes y contar con una conciencia ecológica, más difícilmente mencionan el compartir estas actividades recreativas o su visión de futuro ecológico con amigos o gente de su rango etario.

Eduardo Altunez es un creador de contenido de 25 años de edad dedicado al rubro de las redes sociales bajo la modalidad de trabajador independiente. Es una persona crítica de lo que considera incorrecto. Es tranquilo, sociable y mantiene cercanía con amigos y le gusta escucharlos. Piensa que el contacto con la naturaleza es vital por un tema de salud mental y paz personal. Le agobia la vida laboral y vivir en una ciudad que considera "mucho cemento". Cree que el cambio pasa por uno y que hay que cuidar los valores que tenemos al momento de interactuar con la naturaleza. Piensa que los parques y áreas verdes son lugares desaprovechados y hasta marginados por malas decisiones e irresponsabilidad de nuestras autoridades. Se siente atraído por iniciativas culturales y medioambientales a través de redes y de la boca en boca. Es consciente de que las personas no valoran ciertos espacios de su ciudad, la historia detrás de estos y sus beneficios explotables. Sabe acerca de los beneficios que le atribuyen los espacios verdes como ciudadano por lo que desde hace unos pocos años viene haciendo una división de residuos con el fin de poner su granito de arena contra la contaminación. A él le gustaría sentir que más gente comparte actividades y contenido como las que él consume, así como sentir paz de vez en cuando y poder disponer de un espacio de descanso para esto. Eduardo aspira a una vida social donde haya espacio para las cosas simples.

Los presentes arquetipos se realizaron a partir de los datos suministrados a través de entrevistas y encuestas realizadas, así como con apoyo de lienzos de proyecto y, por último, de la herramienta de mapa de actores, el cual se organiza de la siguiente forma: 1) Actores clave: En esta parte encontramos a los turistas del eco parque Loma Amarilla, determinando para esto dirigimos a jóvenes entre 18 y 28 años de edad, siendo ellos quienes recibirán

beneficio a partir del planteamiento de una solución. 2) Actores primarios: Aquí, en esta sección encontramos hoteles, empresas, turistas, transporte, comunidades, restaurantes, pobladores, micro comerciantes y guías turísticos, todos estos elementos o participantes relacionados tanto con el espacio distrital donde se desarrolla esta problemática como con nuestros actores clave 3) Actores secundarios: Instituciones tales como Mincetur, Canatur, Perú travel, Promperú, municipalidades, gobierno regional, autoridades provinciales y Policía nacional del Perú, las cuales conforman organizaciones tanto públicas como privadas relacionadas a la problemática a resolver y las cuales no son cercanas a nuestros actores clave.

5.4 Cantidad de beneficiarios

El proyecto que estamos realizando está enfocado a los turistas de Loma Amarilla de género masculino y femenino con rango de edad entre 18 a 28 años (aproximadamente unos 1500 jóvenes). Nuestros beneficiarios fueron escogidos con el propósito de poder ayudarlos a que realicen un turismo sostenible, que sean más conscientes sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente y esto lo conseguiremos mediante las diversas actividades de nuestra productora que además también servirá para fomentar la cultura y abrir paso para la exposición de más productos locales.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor para destacar en el mercado y satisfacer a los clientes tiene como objetivo promover el cuidado y protección de las áreas verdes de loma amarilla con la finalidad de fomentar el turismo y el desarrollo sostenible.

6.2. Segmento de clientes

Los principales clientes involucrados en este proyecto son: visitantes del parque loma amarilla entre ellos tenemos: jóvenes, deportistas y ambientalistas.

6.3. Canales

Los principales canales de difusión tomados en cuenta para este proyecto son activaciones, publicidad, marketing digital y las redes sociales como “Facebook, instagram y tiktok”.

6.4. Relación con los clientes

La interacción con los clientes se llevará a cabo mediante talleres de dibujo, baile, yoga, feria itinerante y parques caninos.

6.5. Actividades clave

Las tareas fundamentales para el funcionamiento de este proyecto incluyen la creación de talleres que concienticen sobre el desarrollo sostenible, crear puestos de trabajo y promover la cultura y los productos locales.

6.6. Recursos clave

Como recursos clave para el funcionamiento de este proyecto se incluyen a voluntarios, productores y conductores.

6.7. Aliados clave

Los aliados clave que serán útiles para llevar a cabo el reto de innovación serán los siguientes: voluntarios, municipalidades, ONG medioambientales, y personas con conciencia medioambiental.

6.8. Fuentes de ingresos

Como fuentes principales de ingresos de este proyecto tenemos pagos individuales por actividades recreativas, sponsors y la compra de eventos por parte de las municipalidades

6.9. Presupuestos

Tabla 1. Inversión inicial desglosada

RECURSOS	ITEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
PRODUCCIÓN	Compra de carpas	3	S/.320,00	S/.960,00
	Decoración de espacio	1	S/.1.500,00	S/.1.500,00
	Compra de mesas	3	S/.150,00	S/.450,00
ADMINISTRATIVO	Celular	1	S/.800,00	S/.800,00
	Laptop	1	S/.1.200,00	S/.1.200,00
	Branding	1	S/.600,00	S/.600,00
LOGÍSTICOS	Soporte de Paneles Publicitarios	3	S/.30,00	S/.90,00
	insumos para taller	1	S/.500,00	S/.500,00
	kits "Huerto en Casa"	30	S/.60,00	S/.1.800,00
TOTAL				S/.7.900,00

Tabla 2. Gastos fijos mensuales

RECURSOS	ITEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
PRODUCCIÓN	Activaciones	1	S/.700,00	S/.700,00
	Equipos de Sonido	1	S/.400,00	S/.400,00
	Publicidad Paneles	4	S/.100,00	S/.400,00
ADMINISTRATIVO	Línea de celular	1	S/.50,00	S/.50,00
	Contadora Freelance	1	S/.300,00	S/.300,00
	Internet	1	S/.130,00	S/.130,00
	Administración	1	S/.1.500,00	S/.1.300,00
LOGÍSTICOS	Atención	1	S/.800,00	S/.800,00
	Especialista del taller	1	S/.1.200,00	S/.1.200,00
	Adquisición de Insumos	1	S/.1.300,00	S/.1.300,00
DIFUSIÓN	CM	1	S/.1.200,00	S/.1.200,00
	Publicidad	1	S/.200,00	S/.200,00
TOTAL				S/.7.980,00

Tabla 3. Ingresos

RECURSOS	CONTENIDO	PRECIO UNITARIO	VENTAS ESTIMADAS	INGRESO MENSUAL	INGRESO TRIMESTRAL
HUERTO URBANO	Kits "Huerto en Casa"	S/.120,00	30	S/.3.600,00	S/.10.800,00
	Paquete Hierbas Aromáticas	S/.30,00	60	S/.1.800,00	S/.5.400,00
	Plantas Ornamentales	S/.70,00	10	S/.700,00	S/.2.100,00
	Productos Orgánicos	S/.10,00	80	S/.800,00	S/.2.400,00
	Taller "Siembra y Cosecha"	S/.15,00	400	S/.6.000,00	S/.18.000,00
SPONSORS	Espacios Publicitarios	S/.600,00	8	S/.4.800,00	S/.14.400,00
	Difusión de marca Digital	S/.400,00	4	S/.1.600,00	S/.4.800,00
	Menciones en Lives	S/.150,00	4	S/.600,00	S/.1.800,00
TOTAL				S/.19.900,00	S/.59.700,00
MONTO DESTINADO AL PARQUE			20%	S/.3.980,00	S/.11.940,00
MONTO FINAL ALCANZADO				S/.15.920,00	S/.47.760,00

7. Resultados

A partir de la validación de la propuesta con nuestro público, establecimos distintos aciertos y errores a tomar en cuenta. En primer lugar, una gran mayoría de nuestros participantes destacó el espacio a intervenir, considerándolo un lugar idóneo para dar a conocer a los visitantes de nuestra ciudad, aunado al reconocimiento de su idoneidad como pulmón de

Lima.

A partir de los talleres generativos se puede decir que el reto se cumplió al 100% ya que, entre los aspectos positivos se encontró también una respuesta favorable al incluir actividades para niños que permitan establecer un primer contacto con el cuidado del medioambiente a través del juego, la sana competencia y el aprendizaje y que planteen recompensas por su esfuerzo, permitiendo que se lleven a casa productos concretos realizados en el marco de los eventos en cuestión, cumpliendo estas funciones de recordación de marca.

Una prueba que evidencia que el reto se cumplió se pudo percibir con respecto a los stands de venta de productos orgánicos, los mismos que fueron uno de los aspectos más comentados en ambas reuniones, destacando una alimentación saludable como una preocupación actual capaz de atraer nuevos visitantes, así como de fidelizar a los ocasionales. Uno de los aspectos internos del reto que faltó mejorar fue añadir la degustación de preparaciones sencillas a partir de los ingredientes a la venta, así como actividades de cocina básicas que planteen interacción con los visitantes.

A partir de estas apreciaciones y de la experiencia del proceso de validar el proyecto, los resultados mostrados se deben al hecho de incorporar aspectos necesarios para generar impacto en los visitantes y en su manera de interactuar con las áreas verdes de su entorno urbano, permitiendo al transeúnte más ocasional acceder a alternativas de entretenimiento con contenido educativo de temática medioambiental, despertando el interés y la curiosidad por parte de los participantes.

8. Conclusiones

La propuesta de una productora de temática medioambiental que vele por actividades de alto nivel de interacción es una iniciativa que destaca por su innovación y creatividad para el público objetivo, siendo esto clave para la meta de educar a los visitantes de áreas verdes.

Las opiniones recogidas durante la investigación para este proyecto han resultado particularmente satisfactorias, destacando los participantes la meta de la presente iniciativa como potencial solución de la problemática presentada, orientada a guiar los comportamientos y responsabilidades frente a las áreas verdes de la ciudad en cuestión.

Es necesario un compromiso continuo para adaptarnos a las diferentes respuestas de los usuarios de áreas verdes y espacios naturales en el Perú, siendo conscientes de la necesidad de que el presente proyecto represente un aporte a la calidad de vida de las personas y el entorno que habitan.

La incorporación de educación medioambiental para niños a través de actividades lúdicas son parte del compromiso del proyecto con la innovación en el que se recompensa y trabaja la recordación de marca para fomentar hábitos saludables y responsables con el medioambiente, ejerciendo responsabilidad sobre la formación de las futuras generaciones.

La información registrada durante la investigación para el proyecto encuentra fundamental la incorporación de nuevas formas de interacción en la experiencia de visitar áreas verdes, mismas entre las que la importancia de las nuevas tecnologías y la presencia en redes sociales es esencial para construir alternativas atractivas para atraer y mantener a los visitantes.

9. Bibliografía

ACNUR (2018). *Sensibilización ¿Por qué es necesaria?: ¿Qué es la sensibilización y qué acciones se pueden tomar?*

https://eacnur.org/blog/sensibilizacion-por-que-es-necesaria-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst/

Álvarez (2018) *Estudio sobre la capacidad técnica y las competencias transversales desarrolladas en las prácticas externas universitaria*

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052018000300137#:~:text=Capacidad%20de%20aplicar%20conocimientos%20pr%C3%A1cticos,un%20contexto%20acad%C3%A9mico%20especializado.

Ana Martin (2022) *Las redes sociales más utilizadas, cifras y estadísticas: ¿Qué son las redes sociales?*

<https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>

Bitrix24 (2021). *6 Métodos clave para incrementar la productividad en tu empresa: fomentación de la flexibilidad laboral*

<https://www.bitrix24.es/articulos/6-metodos-clave-para-incrementar-la-productividad-en-tu-empresa.php>

Community Tool Box (2019). *Dirigir un taller: ¿Qué es un taller?*

<https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/asistencia-tecnica-y-entrenamiento/dirigir-talleres/principal>

Concepto (2022). *Creatividad: ¿Qué es la creatividad?*

<https://concepto.de/creatividad-2/>

El comercio (2022) *El drama de vivir en la zona de Lima con menos áreas verdes y parques*

<https://elcomercio.pe/pasa-en-la-calle/el-drama-de-vivir-en-la-zona-de-lima-con-menos-areas-verdes-y-parques-de-lima-video-dron-y-fotos-villa-maria-del-triunfo-calidad-del-aire-contaminacion-minam-noticia/>

ESNECA (2022) *¿Qué se entiende por interacción social?:¿Qué es la interacción social?* <https://www.esneca.com/blog/interaccion-social-formas-categorias/>

Europa Vision Fims (2019). *Producción audiovisual: Qué es una productora audiovisual*, E.V. Films,

<https://www.evfilms.es/productora-de-video-en-valladolid/que-es-una-productora-audiovisual/>

Europa Vision Fims (2019). *Producción audiovisual: Qué es una productora audiovisual*, E.V. Films,

<https://www.evfilms.es/productora-de-video-en-valladolid/que-es-una-productora-audiovisual/>

González, G., & Osvaldo, E. (2019). “*Plan de negocios para la creación de una productora de eventos infantiles*” [Tesis para optar el grado académico de magíster en gestión y dirección de empresas. Universidad de Chile - Chile]

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/174525>

ITCL (2021). *Investigación: Simulación y realidad virtual*

<https://itcl.es/investigacion/simulacion-y-realidad-virtual/>

Laredo, V., & Valentín, A. (2020). “*Propuesta de solución para transformar el proceso de búsqueda de proveedores de eventos en Lima Metropolitana*”. Tesis para obtener el grado de magíster en administración estratégica de empresas. Pontificia Universidad Católica del Perú]

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17461/Proveedores%20de%20Eventos%20en%20Lima%20Metropolitana-LAREDO.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Lezama, K. (2019). “*Organización de eventos como estrategia de relaciones públicas*”. Tesis para optar por el título profesional de licenciado en comunicaciones. Universidad San Ignacio de Loyola]

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6bec1a22-50fc-4965-bf1d-cff04c209969/content>

Macario, de O., Pasa, G., & Ataide, C (2013). *Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística. Estudio y perspectivas en turismo*, vol.22 no.2,

<http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v22n2/v22n2a01.pdf>

Mónica Berger (2020). Laboral: *Importancia de la red de contactos en la red laboral*

<https://aap.org.pe/biblioteca/importancia-de-la-red-de-contactos-en-el-ambito-laboral/#:~:text=Una%20red%20de%20contactos%20es.%2C%20colegas%20de%20trabajo%2C%20etc.>

Sabogal Dunin Borkowski, A., Cuentas Romero, M. A., Tavera Medina, T., & Vargas Chunga, F. (2019). *Espacios públicos: estudio del distrito de Santiago de Surco en Lima, Perú. Revista Kawsaypacha: Sociedad Y Medio Ambiente*, (3), 105-138.

<https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.201901.005>

Velasco, G., & Felipe, A. (2022). “*Modelo de negocio para la creación de una plataforma digital de gestión de espectáculos que permita el desarrollo dentro de la industria*

del entretenimiento”. [Tesis para optar el grado académico de magíster en gestión y dirección de empresas. Universidad de Chile - Chile] <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/187959>

Redacción Perú 21 (2020) *Conoce los distritos de Lima con más parques*
<https://peru21.pe/lima/cuarentena-util-coronavirus-conoce-los-distritos-de-lima-con-mas-parques-estudio-comas-san-juan-de-lurigancho-carabayllo-noticia/>

RockContent (2019) *¿Cómo desarrollar una estrategia de comunicación?: ¿Qué son las estrategias de comunicación?*
<https://rockcontent.com/es/blog/estrategias-de-comunicacion/>

Vázquez-Herrero, J., Universidade de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Grupo de Investigación Novos Medios, Moreno, G., & Universidad Nacional de Rosario, Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Escuela de Comunicación Social. (2017). *Documental interactivo iberoamericano: proximidad y transformación social*. <https://doi.org/10.20287/doc.esp17.dt05>

García et al. (2019) “*Productora de eventos sociales y empresariales MAP Producciones, en el distrito de San Borja - Lima*”, Universidad Tecnológica del Perú.
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/553/Ernesto%20Garcia_Andre%20Macha_Pierre%20Reyes_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_T%20c3%20aditulo%20Profesional_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Wallace W. (2018), *Gestión de Proyectos, Primera Edición*. Editorial Gran Bretaña.

<https://docplayer.es/16452477-Gestion-de-proyectos-dr-william-wallace-pr-a3-es-1-2014-1106.html>

10. Anexos

DPESTA

DEMOGRÁFICO

Investigación de contexto

Oportunidades

Amenazas

SEMANA 2

<p>A pesar del espectacular crecimiento económico de la región, Cuzco presenta aún graves problemas de desarrollo. Aunque en la última década se han logrado avances en la reducción de la pobreza. Según los datos del INEI que muestra el cuadro 3, la pobreza se redujo de 54.2% en 2007 a 23.2% en 2017. No obstante, estos valores superan el promedio nacional. Además, la distribución de la pobreza muestra contrastes: muy marcados, la capital regional y alrededores presentan menor incidencia de la pobreza que las zonas altas y montañosas.</p> <p>https://dimensionesturisticas.amiturismo.org/turismo-y-la-lucha-contra-la-pobreza-en-el-peru-analisis-de-dos-casos-regionales</p>	<p>De la Tabla 3 podemos apreciar los resultados del turismo sostenible, en la dimensión social, notamos que el 15.6% tienen un nivel desfavorable, el 73.3% tienen un nivel favorable y el 11.1% de los casos tienen un nivel muy favorable; evidentemente el nivel favorable está prevaleciendo de forma significativa sobre los demás niveles. Además estos resultados están en concordancia con el resultado general de la variable del turismo sostenible.</p> <p>https://repositorio.urh.edu.pe/server/api/core/bitstream/12641105-218-4691-484e-128902604419/coment</p>	<p>De la Tabla 2 podemos apreciar los resultados del turismo sostenible, en la dimensión económica, notamos que el 15.6% tienen un nivel desfavorable, el 82.2% tienen un nivel favorable y el 2.2% de los casos tienen un nivel muy favorable; evidentemente el nivel favorable está prevaleciendo de forma significativa sobre los demás niveles. Además estos resultados están en concordancia con el resultado general de la variable de turismo sostenible.</p> <p>https://repositorio.urh.edu.pe/server/api/core/bitstream/12641105-218-4691-484e-128902604419/coment</p>	<p>Según el informe del Grupo Propuesta Ciudadana (2009), el destino de las inversiones públicas por parte del gobierno nacional entre el 2005 y 2007 ha sido principalmente en el sector transporte y comunicaciones que representa el 50% del gasto total, mientras que en el ámbito de desarrollo social se ha destinado el 18%.</p> <p>https://dimensionesturisticas.amiturismo.org/turismo-y-la-lucha-contra-la-pobreza-en-el-peru-analisis-de-dos-casos-regionales</p>
<p>Felipa de Mello y Sofía de Sousa (2010) sostienen que el turismo mejora el crecimiento económico de algunos países europeos y que puede ser considerado como un complemento del comercio, igualando los desequilibrios causados por el comercio exterior (Mello & Sousa, 2010).</p>	<p>Como última categoría se tiene al turismo sostenible en Sudamérica, un caso se desarrolló en la zona sur de la provincia de Manabí (Ecuador), donde la población está dedicada a la actividad cafetalera y conserva las tradiciones y costumbres que han sido acumuladas con el tiempo mediante la comunicación oral.</p> <p>https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/26238/Trabajo%20de%20investigaci%3F6b3n_Aliaga%2626ecca.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p>	<p>Cabe resaltar que los primeros cinco países emisores de turistas al Perú, tres son países fronterizos como es el caso de Chile, Ecuador y Colombia. Ello se explica por las medidas y los esfuerzos por promocionar el Perú en los principales mercados de Sudamérica a cargo de PromPerú entidad encargada de la promoción turística del Perú y diseñar estrategias de marketing para incrementar los flujos turísticos tanto receptivo como interno.</p> <p>https://www.tdx.cat/handle/10803/132090/page/1</p>	<p>Los turistas que visitan el Perú realizan principalmente turismo cultural a través principalmente, como ya lo hemos mencionado, por Machu Picchu. Por lo tanto, el eje de las prácticas turísticas en el Perú es la atracción que ejerce sobre el turista la dimensión cultural de los recursos turísticos existentes: el 96% de los visitantes son atraídos por la dimensión cultural del patrimonio, un elemento fundamental a tener en cuenta en la gestión y análisis de la actividad turística.</p> <p>https://www.tdx.cat/handle/10803/132090/page/1</p>
<p>Según un estudio realizado por Rodríguez y Higa (2010, p. 2) acerca de la informalidad en Perú, afirma que es uno de los países con la proporción más alta de la fuerza laboral bajo alguna forma de informalidad en América Latina. Según datos del INEI (2016, p. 79) la informalidad total es de 72.3% en 2014.</p> <p>https://dimensionesturisticas.amiturismo.org/turismo-y-la-lucha-contra-la-pobreza-en-el-peru-analisis-de-dos-casos-regionales</p>	<p>La provincia con menor pobreza es Trujillo con 21.5% de pobreza social. Dentro de la provincia de Trujillo, el distrito de Moche (donde se ubica el complejo arqueológico Huacas de Moche), la pobreza alcanza al 33.7% de la población. Mientras en las provincias más ricas como Julián la pobreza total alcanza el 7% de la población. Esa diferencia de desarrollo, como señala Cotler et al. (2009) puede deberse a una marcada desintegración del territorio por la falta de infraestructura vial que conecta la costa con el interior de la región.</p> <p>https://dimensionesturisticas.amiturismo.org/turismo-y-la-lucha-contra-la-pobreza-en-el-peru-analisis-de-dos-casos-regionales</p>	<p>Se prevé que en 2015 más de 600 millones de personas no tendrán acceso a agua potable segura y más de 2500 millones de personas no tendrán acceso a servicios básicos de saneamiento</p> <p>https://www.tdx.cat/handle/10803/132090</p>	<p>Actualmente el turismo puede llegar a ser un sector importante en la economía peruana para lo cual se requiere fortalecer las relaciones entre el sector público y privado. Según el Observatorio Turístico del Perú, son pocas las iniciativas llevadas a cabo en un esfuerzo conjunto de fortalecimiento de proyectos a mediano y largo plazo entre el sector Público y el sector Privado. Si bien el PENTUR representa una iniciativa importante de planificación y de voluntad política de reconocer el turismo como una actividad prioritaria para el desarrollo del país también es necesario un mayor compromiso y trabajo coordinado.</p> <p>https://www.tdx.cat/handle/10803/132090/page/1</p>

DPESTA

SEMANA 2

POLÍTICO

Investigación de contexto

Oportunidades

Amenazas

Programa Pentur 2025 establece políticas públicas de apoyo al turismo y su sostenibilidad

https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Inspira: Tecnología al servicio del turismo y el comercio exterior

<https://elperuano.pe/noticia/122677-inspira-tecnologia-al-servicio-del-turismo-y-el-comercio-exterior>

El Gobierno suscribió esta tarde junto con la CAF (Banco de Desarrollo de América Latina), un Memorándum de Entendimiento para promover la transformación digital en toda la cadena del turismo del Perú

<https://andina.pe/agencia/noticia-peru-impulsara-transformacion-digital-el-sector-turismo-911846.aspx>

CAF promoverá la transformación digital del turismo en el Perú y Latinoamérica

<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2022/09/caf-promovera-la-transformacion-digital-del-turismo-en-el-peru-y-america-latina-y-el-caribe/>

La gestión ambiental, a cargo del CONAM, ha hecho ver la importancia del modelo transectorial y de coordinación plasmado en esta entidad. Conforme se va desarrollando el sector turismo en el país, se hace sentir la necesidad imperativa de contar con un modelo semejante en el sector

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5653/5/05937_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio del ambiente reconoció el Área de Conservación Privada "Comunal San Pablo - Catarata de Gocta" para proteger el recurso hídrico, la flora y fauna del lugar.

<https://larepublica.pe/sociedad/463738-amazonas-reconocen-area-conservacion-catarata-gocta/>

Perú es uno de los principales destinos turísticos en Sudamérica y clave para el desarrollo del ecoturismo ya que posee una de las mayores biodiversidades en el mundo por lo que el gobierno peruano necesita aplicar buenas gestiones que cuiden y ayuden a la preservación de su patrimonio cultural y natural, ya que la mayoría de lugares turísticos que ofrece el país son lugares naturales con mucha flora y fauna, y están expuestos de manera directa con la población local y a la vez con los turistas nacionales e internacionales. Además, también comparar y utilizar algunas gestiones que realizaron otros países sudamericanos para que el ecoturismo se desarrolle de forma sostenible.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5653/5/05937_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

En este contexto, el Estado peruano, adoptando las directrices de la OMT, ha orientado el desarrollo de la actividad turística hacia la lucha contra la pobreza. Un reflejo de ello, es el Plan Estratégico Nacional de Turismo (Pentur) uno de los planes más importantes realizados en el Perú sobre el desarrollo regional y ordenamiento turístico, bajo la supervisión del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), y que tiene como objetivo principal dirigir y promover el desarrollo competitivo de la actividad turística del Perú, con políticas orientadas hacia el desarrollo sostenible, la lucha contra la pobreza y la inclusión social.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5653/5/05937_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Finalizando, para que pueda haber turismo sostenible con un impacto ambiental positivo en el ecoturismo en el Perú es de vital importancia la participación del gobierno, como se vio en los casos de Colombia y Brasil, donde se implementaron políticas gubernamentales que llevaron al éxito su gestión y aplicación

https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11377/26220/Trabajo%20de%20investigaci%C3%B3n_Aliaga%20Lecce.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Se debe destacar que, en la actualidad, los atractivos que conforman el destino turístico de la Selva Central no están desarrollando un turismo sostenible, ya que en el 2014, la Organización de Destino Turístico de la Provincia de Satipo organizó el Cuarto Congreso de Turismo de la Selva Central, en el cual se buscó fortalecer el desarrollo sostenible del Turismo en la Selva Central y las oportunidades de negocios que esta región tiene, para de esta manera educar en el negocio del Turismo a toda persona interesada en incorporar en esta actividad pero, aparentemente, los objetivos de este congreso no se enfocaron en satisfacer las necesidades del turista, siendo un claro ejemplo de ello el idioma.

https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11377/26220/Trabajo%20de%20investigaci%C3%B3n_Aliaga%20Lecce.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carlos Canales, presidente de la Cámara Nacional de Turismo (Canatur) señala que alrededor del 72% de las empresas ligadas al sector turismo son informales (Gestión, 3 de octubre, 2012). Una de las razones que explica esta situación, según De Alencar (2007), es la legislación laboral que impide, por su elevado costo para las empresas, que un mayor número de empresas y trabajadores sin derechos puedan formalizarse. Por lo tanto, la informalidad no es sólo un problema de gestión empresarial, sino también la consecuencia de la producción de desigualdades socioeconómicas y culturales.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5653/5/05937_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

El Estado se limitó a beneficiar y dejar en manos del sector privado la actividad turística en el Perú, y no en realizar estudios e investigaciones rigurosas sobre el impacto de esas inversiones turísticas y los desequilibrios tanto ambientales como sociales que podrían generar el desarrollo turístico en las zonas de destino.

<https://www.tdx.cat/handle/10803/13209/0?page=1>

DPESTA

SEMANA 2

EC NOM ICO

Investigación
de contexto

oportunidades

amenazas

<p>el comportamiento macroeconómico del sector turismo en el Perú entre los años 1990 - 2018 http://catedraunesco.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2019/06/impacto-economico-turismo-peru.pdf</p>	<p>De la Tabla 2 podemos apreciar los resultados del turismo sostenible, en la dimensión económica, notamos que el 15,6% tienen un nivel desfavorable, el 82,2% tienen un nivel favorable y el 2,2% de los casos tienen un nivel muy favorable, evidentemente el nivel favorable está prevaleciendo de forma significativa sobre los demás niveles. Además estos resultados están en concordancia con el resultado general de la variable de turismo sostenible. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_CC.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p>	<p>Tumbas Reales de Sipán: 2,000 visitantes recibió la Casa Real en su reapertura https://andina.pe/agencia/noticia-tumbas-reales-sipan-2000-visitantes-recibio-casa-real-su-reapertura-917143.aspx</p>	<p>Descubrimiento: nuevas tumbas de niños sacrificados de la cultura Chimú https://andina.pe/agencia/ideo-descubrimiento-nuevas-tumbas-ninos-sacrificados-de-cultura-chimu-57919.aspx</p>
<p>El 33.3% de la población peruana realizó viajes por turismo interno. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf</p>	<p>En Perú el crecimiento de llegada de turistas ha alcanzado cifras de 4% entre un año y el siguiente (2017-2018) https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_CC.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p>	<p>Turismo sector de mayor creación de puestos de trabajo 3% del crecimiento de PBI a nivel mundial https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_CC.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p>	<p>Inti Raymi 2022: Cusco recibirá más de 60,000 turistas para Fiesta del Sol https://andina.pe/agencia/noticia-inti-raymi-2022-cusco-recibiria-mas-60000-turistas-para-fiesta-del-sol-893621.aspx</p>
<p>La demanda turística que la Selva Central tiene hoy en día, ha incrementado gracias a las publicaciones de PromPerú, así como también por medio de transmisión de experiencias de un individuo a otro; sin embargo, esto se ha convertido en un problema en muchos de los atractivos turísticos y recursos naturales que la Selva Central ofrece a sus visitantes, ya que no se ha respetado totalmente el límite de capacidad de carga de cada atractivo, causando que el turista nacional como el internacional, se vaya a su destino de origen con una mala experiencia en el destino, ya sea porque no pudo disfrutarlo al máximo o por alguna reparación a causa de la cantidad de personas que visitan el lugar. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_CC.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p>	<p>La Selva Central posee una alta variedad y biodiversidad, sin embargo, es vulnerable al crecimiento socio económico, el crecimiento desordenado y el deterioramiento de nuestro territorio trae en consecuencia el desorden actual, en ese contexto, los estudios de la distribución de los riesgos y su relación con el medio, la distribución de las riquezas y la alteración de los ecosistemas son un problema latente el cual se debe abordar. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_CC.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p>	<p>El turismo será uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del COVID-19 https://www.cepal.org/es/noticias/turismo-sera-sectores-economicos-mas-afectados-america-latina-caribe-causa-covid-19</p>	<p>La crisis turística en el Santuario Histórico de Machupicchu ante la pandemia del COVID 19 https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/308/397</p>

DPESTA

SOCIOCULTURAL

Investigación de contexto

oportunidades

amenazas

SEMANA 2

Según García (2017) señala que a actividad turística genera grandes beneficios en los destinos en los que se desarrolla, sin embargo, también es capaz de generar perjuicios si no se desarrollan de una forma planificada. Las sociedades que habitan los destinos turísticos se encuentran muchas veces 35 divididas entre aquellos que ven el turismo como una fuente de ingreso y desarrollo y aquellos que lo sienten como una invasión que altera el entorno en el que siempre han vivido. El turista tiene derecho a disfrutar los recursos culturales o naturales, y las empresas y residentes a beneficiarse de ese flujo, pero no a cualquier precio.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_C.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Los autores plantean los siguientes indicadores para medir la satisfacción de los residentes durante la prestación del servicio: •Nivel de vida decoroso – PIB renta per capita. •Esperanza de vida al nacer – medición aproximada de la salud •Conocimientos medidos por la Tasa de alfabetización - aproximación del nivel educativo (p.25)

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_C.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Regresa el festival "Mi Barrio Revive" con juegos tradicionales

<https://andina.pe/agencia/noticia-regresa-festival-mi-barrio-revive-juegos-tradicionales-917022.aspx>

Narayan llama la atención sobre el aspecto sociocultural y la preservación de la identidad cultural de las comunidades pobres, que les permiten

aminorar

la angustia que produce la pobreza. Muchas comunidades indígenas a pesar de sus carencias dicen sentirse felices porque han creado instituciones tradicionales que les brindan apoyo cuando alguien lo necesita.

<https://www.tdx.cat/handle/10803/132090>

EL ECOTURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO LOCAL: "POSADA AMAZONAS Y LA COMUNIDAD NATIVA DE INFIERNO"

https://renati.sunedu.gob.pe/bitstream/sunedu/952807/1/Lombardi_Valle_RC.pdf

La aplicación de una eficiente gestión de turismo sostenible implicaría englobar todos los actores que intervienen en el desarrollo del turismo, como la población local, los espacios naturales y la intervención de las entidades estatales y no estatales.

https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/26238/Trabajo%20de%20investigaci%3B3n_Altaga%26lecca.pdf?sequence=1&isAllowed=y

GTN presenta "Homenaje a Puno y a la Festividad de la Virgen de la Candelaria"

<https://andina.pe/agencia/noticia-gtn-presenta-homenaje-a-puno-y-a-festividad-de-virgen-de-candelaria-917387.aspx>

De Castro, Hogenboom & Baud (2015) señalan que los cambios sociales actuales en América Latina están íntimamente relacionados con la naturaleza y los recursos naturales. Al ser una región rica en recursos, la relación naturaleza-sociedad proporciona tanto oportunidades como desafíos en el logro de un desarrollo más justo, equitativo y sostenible.

https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/26238/Trabajo%20de%20investigaci%3B3n_Altaga%26lecca.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cusco: Inti Raymi dejó 35 toneladas de basura en Sacsayhuamán

<https://andina.pe/agencia/noticia-cusco-inti-raymi-dejo-35-toneladas-basura-sacsayhuaman-714585.aspx>

violencia en la comunidad nativa Unipacuyacu tras anuncio de acciones para su titulación

<https://es.mongabay.com/2022/07/peru-violencia-en-la-comunidad-nativa-unipacuyacu-tras-anuncio-de-acciones-para-su-titulacion/>

ataque de tribu aislada termina con un muerto

https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/05/150505_peru_mashco_piro_ataque_muerte_selva_ch

Pobladores de La Planchada y Pescadores bloquean la carretera Panamericana Sur en Camaná

<https://rpp.pe/peru/arequipa/arequipa-pobladores-de-la-planchada-y-pescadores-bloquean-la-carretera-panamericana-sur-en-camana-noticia-1405774>

DPESTA

TECNOLOGÍA

Investigación de contexto

Oportunidades

Amenazas

SEMANA 2

Como dice Gonzales (2016) sobre infraestructura turística, considera las obras públicas como servicios de salud, sistema de luz, redes de agua y desagüe, redes de comunicaciones, infraestructura vial, etc. lo cual permite a la población insertarse en el desarrollo socioeconómico, además el turismo también utiliza esta infraestructura para promover esta actividad.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_C_Cpdf?sequence=1&isAllowed=y

Científicos usan imágenes satelitales para mejorar gestión de obras en ríos amazónicos

<https://andina.pe/agencia/noticia-cientificos-usan-imagenes-satelitales-para-mejorar-gestion-obras-rios-amazonicos-869738.aspx>

La tecnología puede ser la clave para que el turismo peruano resurja

<https://www.businessesmpesarial.com.pe/la-tecnologia-puede-ser-la-clave-para-que-el-turismo-peruano-resurja/>

Perú se convertirá en Destino Turístico Inteligente maximizando tecnología y soluciones innovadoras <https://www.gob.pe/institucion/minctur/noticias/494111-peru-se-convertira-en-destino-turistico-inteligente-maximizando-tecnologia-y-soluciones-innovadoras>

Lima albergará un torneo Mayor de Dota 2 para 2023

<https://rpp.pe/videojuegos/esports/dota-2-lima-albergara-torneo-mayor-en-2023-segun-rpp-noticia-1443941#:~:text=Per%C3%BA%2C%20tras%20un%20buen%20rendimiento,primer%20semestre%20del%20pr%C3%B3ximo%20a%C3%B1o.>

Telecabinas Kuélap recibió el sello Safe Travels

[Científicos usan imágenes satelitales para mejorar gestión de obras en ríos amazónicos](#)

Arequipa y Cusco aspiran convertirse en sede del observatorio de rayos gamma del sur

<https://andina.pe/agencia/noticia-arequipa-y-cusco-aspiran-convertirse-sede-del-observatorio-rayos-gamma-del-sur-915564.aspx>

Científicos buscan construir un observatorio del "universo invisible" en valle del Colca

<https://andina.pe/agencia/noticia-cientificos-buscan-construir-un-observatorio-del-universo-invisible-valle-del-colca-915094.aspx>

Mincetur advierte a turistas y público sobre estafas telefónicas

<https://dplnews.com/peru-atencion-mincetur-advierte-a-turistas-y-publico-sobre-estafas-telefonicas/>

El engaño de los pasajes aéreos baratos: la nueva estafa cibernética

<https://elcomercio.pe/pasa-en-la-calle/el-engano-de-los-pasajes-aereos-baratos-la-nueva-estafa-cibernetica-turismo-agencia-de-viajes-pasajes-aereos-pasajes-aereos-baratos-vacaciones-noticia/>

El 90% de los fraudes informáticos en el Perú provienen de transferencias electrónicas

<https://www.revistaeconomia.com/el-90-de-los-fraudes-informaticos-en-el-peru-proviene-de-transferencias-electronicas/>

FERROCARRILES: falta de conexiones viales

<https://www.comexperu.org.pe/articulo/ferrocarriles-una-oportunidad-para-conectar>

DPESTA

SEMANA 2

A M B I E N T A L

Investigación de contexto

oportunidades

amenazas

En tanto Monge y Rojas (2016) indican que el desarrollo turístico ha de ser responsable de un crecimiento que pueda tener un medio ambiente fuerte que se debe priorizar para la generación futura. En ese sentido, resulta el concepto de desarrollo turístico, que es entendido como el medio ambiente, la cultura y la sociedad, así que enfatiza que existe un momento de separación entre el desarrollo turístico y el medio ambiente, y es que el desarrollo turístico que respalda los países, entendiendo que se produce dentro de los espacios. Así mismo, señalan que los objetivos de desarrollo turístico son crecimiento económico, mejorar estructural y conservación del medioambiente.

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3948/Moises_Trabajo_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Citando a Oyarvide, Nazareno, Ruelas y Mañrales (2016) señalaron que los principios del desarrollo turístico se basan en la gestión de prevención, y estos son: planificación (que conduce los esfuerzos para que el recurso sea utilizado por las futuras generaciones), calidad ambiental (políticas de mejora) y conservación de los recursos, distribución justa y equitativa (los beneficios obtenidos serán distribuidos para mejorar los espacios en la comunidad).

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_C.pdf?sequence=1&isAllowed=y

De acuerdo a los autores, el desarrollo turístico requiere de emprendimientos que involucre a los gobiernos autónomos y a la comunidad local. Busca además el mantenimiento de los recursos naturales y culturales e implica una planificación y gestión que garantice un elevado estándar de calidad y por consiguiente dar cumplimiento a las necesidades de los turistas para su posterior visita.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_C.pdf?sequence=1&isAllowed=y

La sostenibilidad turística se define como el desarrollo de una actividad turística que permite disfrutar de los recursos actuales sin perjudicar el disfrute de las generaciones futuras.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_C.pdf?sequence=1&isAllowed=y

África, por su geografía por ejemplo, desarrolló y potenció el turismo sostenible a través del marketing ecológico, expuso la gran variedad de animales que posee, de tal manera que el cuidado de la naturaleza le representa a algunos países de este continente.

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3948/Moises_Trabajo_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

En las últimas décadas ha surgido un consumidor que adaptó a sus decisiones de consumo la conservación de la naturaleza. De esta manera, las empresas tienen que responder a la actitud del consumidor actual, tratando de asumir la misma responsabilidad verde (Kotler, 2011).

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3948/Moises_Trabajo_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Serfor informa que entre 4 y 5 mil especies silvestres son rescatadas al año

<https://elcomercio.pe/lima/trafico-de-animales-serfor-informa-que-entre-4-y-5-mil-especies-silvestres-son-rescatadas-al-ano-run-run-ndc-noticia/>

reportan avistamiento de jaguar negro en el Parque Nacional Yaguas

<https://andina.pe/agencia/noticia-loreto-reportan-avistamiento-jaguar-negro-el-parque-nacional-yaguas-917441.aspx>

Es evidente, que el crecimiento de la población trae como consecuencia una enorme cantidad de daño a la naturaleza, si no se toma las precauciones que el caso amerita, trayendo como consecuencia mayor contaminación ambiental y desgaste de la naturaleza. Prevenir es obligación del Estado y de la población en su conjunto.

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3948/Moises_Trabajo_Bachiller_2020.pdf

De las 231 111 hectáreas perdidas en todo Madre de Dios entre los años 2001-2019, el periodo previo a la pandemia del Covid-19, la provincia de Tambopata, epicentro de la actividad aurífera

<https://es.mongabay.com/2021/09/deforestacion-madre-de-dios-territorios-indigenas-shihuhacos-tala-legal-peru/#:~:text=De%20las%2031%20111%20hect%C3%A1reas,de%20Manu%2051>

Operadores turísticos piden que no se paralice turismo a la fortaleza de Kuélap

<https://rpp.pe/peru/amazonas/amazonas-operadores-turisticos-piden-que-no-se-paralice-turismo-a-la-fortaleza-de-kuelap-noticia-1399041>

tráfico de fauna afecta a más de 300 especies entre anfibios, reptiles, mamíferos y aves

<https://elcomercio.pe/lima/trafico-de-animales-serfor-informa-que-entre-4-y-5-mil-especies-silvestres-son-rescatadas-al-ano-run-run-ndc-noticia/>

MAPA DE ACTORES

Realiza un mapa para entender todos los actores que nos encontramos en relación el tema y problema planteado. Observa qué relación tienen con respecto al tema (central, directos o indirectos). La clave está en entender las interacciones entre los diferentes actores; ¿Cómo funcionan los flujos de información, materia o dinero? ¿Cómo depende uno del otro? ¿Cuál es su relación? El objetivo de esta herramienta es el de poder graficar las interacciones entre los actores para poder identificar a quién investigar y qué es importante aprender de estos.



GUIÓN DE ENCUESTAS

visitantes

SEMANA 3

Introducción: Realizar un párrafo introductorio a la encuesta y al objetivo de la misma

Buen día, nosotros somos egresados de TLS, estamos haciendo una investigación sobre el turismo sostenible en ecoparques en Loma amarilla - Surco.

Banco de preguntas: Preguntas orientadas a la caracterización de las personas, a nivel general y en relación con el problema seleccionado y la pregunta de investigación (el para qué de las encuestas o lo que se quiere conocer).

¿Con qué frecuencia sueles visitar un parque o area verde?

¿Consideras que existe una conservación de parques?

¿Conoces los ecoparques? (cuales)

¿Te gustaría que te informen al respecto de espacios ecológicos para visitar?

¿Consideras necesarios los parques sostenibles?

¿Cuándo visitas un parque, sueles ir acompañado?

¿Que consumes en un parque?

¿Cuales son tus actividades al visitar un parque?

¿Que tan importante consideras el cuidado de las áreas verdes?

¿Cual es tu área favorita de un parque?

¿Cuál es la mejor experiencia que has tenido en un parque?

¿tienes conciencia medioambiental?

Cierre: Preguntas que orienten conclusiones. Se pueden plantear preguntas abiertas a modo de reflexión o aportes de las personas.

¿Consideras importante la difusión de iniciativas de ecoparques? ¿Porque?

¿que tan importante consideras, que el estado promueva la sostenibilidad de áreas verdes?

¿Cuán importante consideras que es implementar nuevas áreas verdes en una

GUIÓN DE ENCUESTAS

Jovenes

SEMANA 3

Introducción: Realizar un párrafo introductorio a la encuesta y al objetivo de la misma

Buen día, nosotros somos egresados de TLS, estamos haciendo una investigación sobre el turismo sostenible en Loma amarilla - Surco.

Banco de preguntas: Preguntas orientadas a la caracterización de las personas, a nivel general y en relación con el problema seleccionado y la pregunta de investigación (el para qué de las encuestas o lo que se quiere conocer).

¿Con qué frecuencia sueles visitar un parque o area verde?

¿Consideras que existe una conservación de parques?

¿Conoces los ecopaques? (cuales)

¿Te gustaría que te informen al respecto de espacios ecológicos para visitar?

¿Consideras necesarios los parques sostenibles?

¿Cuando vas a un parque, sueles ir acompañado?

¿Que consumes en un parque?

¿Cuales son tus actividades al visitar un parque?

¿Procuras cuidar las areas verdes que visitas?

¿Cual es tu lugar favorito en un parque?

¿Cuál es la mejor experiencia que has tenido en un parque?

¿tienes conciencia medioambiental?

Cierre: Preguntas que orienten conclusiones. Se pueden plantear preguntas abiertas a modo de reflexión o aportes de las personas.

¿Consideras importante la difusión de iniciativas de ecoparques? ¿Porque?

¿Cuán importante consideras que es implementar nuevas áreas verdes en una ciudad?

¿Qué tanto crees que la gente de tu edad se interesa por la sostenibilidad?

GUIÓN DE ENCUESTAS

Deportistas

SEMANA 3

Introducción: Realizar un párrafo introductorio a la encuesta y al objetivo de la misma

Buen día, nosotros somos egresados de TLS, estamos haciendo una investigación sobre el turismo sostenible en Loma amarilla - Surco.

Banco de preguntas: Preguntas orientadas a la caracterización de las personas, a nivel general y en relación con el problema seleccionado y la pregunta de investigación (el para qué de las encuestas o lo que se quiere conocer).

¿Con qué frecuencia sueles visitar un parque o area verde?

¿Consideras que existe una conservación de parques?

¿Conoces los ecopaques? (cuales)

¿Te gustaría que te informen al respecto de espacios ecológicos en los cuales entrenar?

¿Qué características sueles buscar en un parque?

¿Cuales son tus actividades al visitar un parque?

¿Cuando vas a un parque, sueles ir acompañado?

¿Te gustaría que haya facilidades para practicar varios deportes en estos espacios?

Cierre: Preguntas que orienten conclusiones. Se pueden plantear preguntas abiertas a modo de reflexión o aportes de las personas.

¿Consideras importante la difusión de iniciativas de ecoparques? ¿Porque?

¿Cuán importante consideras que es implementar nuevas áreas verdes en una ciudad?

GUIÓN DE ENCUESTAS

Profesionales

SEMANA 3

Introducción: Realizar un párrafo introductorio a la encuesta y al objetivo de la misma

Buen día, nosotros somos egresados de TLS, estamos haciendo una investigación sobre el turismo sostenible en Loma amarilla - Surco.

Banco de preguntas: Preguntas orientadas a la caracterización de las personas, a nivel general y en relación con el problema seleccionado y la pregunta de investigación (el para qué de las encuestas o lo que se quiere conocer).

¿Con qué frecuencia sueles visitar un parque o área verde?

¿Qué aspectos consideras para aumentar la afluencia de visitantes a los parques?

¿Conoces los ecopaques? (cuales)

¿Te gustaría que te informen al respecto de espacios ecológicos de Lima?

¿Consideras importante la difusión de iniciativas de ecoparques? ¿Por qué?

¿Qué mejorarías en los

¿Cuales son tus actividades

¿Consideras que las áreas verdes están

¿Qué finalidad crees que tienen los

¿Cuán importante consideras que es implementar nuevos

Cierre: Preguntas que orienten conclusiones. Se pueden plantear preguntas abiertas a modo de reflexión o aportes de las personas.

GUIÓN DE ENTREVISTAS

visitantes

SEMANA 3

<p>INTRODUCCIÓN: Las entrevistas se deben introducir contando a la persona participante de qué se va a tratar la entrevista y cuál es el objetivo. Si se va a grabar se debe pedir la autorización.</p> <p>Buenos días, nosotros somos egresados de TUS, estamos haciendo una investigación sobre el turismo sostenible en ecoparques, seleccionamos para esto trabajar con Loma amarilla en Surco.</p> <p>El Perú apuesta por un turismo seguro y sostenible, para reactivar su economía.</p> <p>Tenemos en cuenta que el turismo sostenible permite crear una conciencia medioambiental, ya que incentiva el compromiso individual con las diversas formas de desarrollo sostenible y calidad ambiental, protegiendo así el patrimonio natural y cultural.</p>	<p>Sección 1: Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales.</p> <p>¿Cuál es tu ocupación, a qué te dedicas?</p> <p>¿Qué actividades te gusta realizar en tu tiempo</p>	<p>Sección 2: Son preguntas más profundas y específicas.</p> <p>¿El cuidado por la naturaleza es una característica que reconoces en tu familia? SI/NO ¿Cómo?</p> <p>¿Qué expectativas tienes al visitar un lugar en tu tiempo libre?</p> <p>¿Qué te hace</p> <p>¿Buscas compartir de alguna forma (Redes sociales, comentándolo con conocidos, etc) tu visita a áreas verdes y espacios ecológicos?</p> <p>¿Tienes una misma forma de valorar la naturaleza que tu familia y amigos? ¿Cómo se manifiesta esto?</p> <p>¿Cómo te</p>	<p>Sección 3: Se hacen preguntas que piden al participante su visión del futuro, expectativas y conclusiones.</p> <p>¿Crees que los espacios dentro de los parques están bien aprovechados? ¿Porque lo crees así?</p> <p>¿Con que frecuencia sueles visitar un parque? ¿Por qué?</p> <p>¿Cómo crees que se podría mejorar la visita a áreas verdes?</p> <p>¿Alguna vez sentiste que hubo algo que necesitabas hacer durante tu visita a un espacio ecológico y que no pudiste? ¿Cómo fue?</p>	<p>Cierre: Se pregunta a la persona participante si tiene algo más y se cierra la entrevista contando los próximos pasos.</p> <p>¿Qué rol y relevancia tienen para ti los espacios ecológicos en una ciudad?</p> <p>¿Qué crees que sucedería si más gente acudiese a los parques?</p>
---	---	--	--	--

GUIÓN DE ENTREVISTAS

Jovenes

SEMANA 3

<p>INTRODUCCIÓN: Las entrevistas se deben introducir contando a la persona participante de qué se va a tratar la entrevista y cuál es el objetivo. Si se va a grabar se debe pedir la autorización</p> <p>Buenos días, nosotros somos egresados de TLS, estamos haciendo una investigación sobre el turismo sostenible en ecoparques, seleccionamos para esto trabajar con Loma amarilla en Surco.</p> <p>El Perú apuesta por un turismo seguro y sostenible, para reactivar su economía.</p> <p>Tenemos en cuenta que el turismo sostenible permite</p>	<p>Sección 1: Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales.</p> <p>¿A qué te dedicas?</p> <p>¿Qué actividades te</p>	<p>Sección 2: Son preguntas más profundas y específicas.</p> <p>¿Qué expectativas tienes al visitar un lugar en tu tiempo libre?</p> <p>¿Qué te hace querer volver a visitar un parque?</p> <p>¿Buscas compartir de alguna forma (Redes sociales, comentándolo con conocidos, etc) tu visita a áreas verdes y espacios ecológicos?</p> <p>¿Tienes una misma forma de valorar la naturaleza que tus amistades? ¿Cómo se muestra esto?</p>	<p>Sección 3: Se hacen preguntas que piden al participante su visión del futuro, expectativas y conclusiones</p> <p>¿Qué iniciativas relacionadas al cuidado de la naturaleza conoces, de las que forme parte gente de tu edad? ¿Cómo crees que impacten estas en el futuro?</p> <p>¿Crees que se podría habitar parques y otros espacios ecológicos interesantes para ti en nuestra ciudad? ¿Qué</p> <p>¿Qué tipo de personas crees que no aprovechan las áreas verdes? ¿Cómo crees que estos podrían sacar mejor provecho de estos espacios?</p> <p>¿Qué crees que es importante mejorar en las áreas verdes de Lima para que un</p>	<p>Cierre: Se pregunta a la persona participante si tiene algo más y se cierra la entrevista contando los próximos pasos.</p> <p>¿Qué rol y relevancia tienen los espacios ecológicos en una ciudad?</p> <p>¿Qué crees que sucedería si más gente</p>
---	---	---	---	--

GUIÓN DE ENTREVISTAS

Deportistas

SEMANA 3

<p>INTRODUCCIÓN: Las entrevistas se deben introducir contando a la persona participante de qué se va a tratar la entrevista y cuál es el objetivo. Si se va a grabar se debe pedir la autorización</p> <p>Buenos días, nosotros somos egresados de TLS, estamos haciendo una investigación sobre el turismo sostenible en ecoparques, seleccionamos para esto trabajar con Loma amarilla en Surco.</p>	<p>Sección 1: Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales.</p> <p>¿A qué te dedicas?</p> <p>¿Qué</p>	<p>Sección 2: Son preguntas más profundas y específicas.</p> <p>¿Qué expectativas tienes al visitar un lugar de esparcimiento / área verde en tu tiempo libre?</p> <p>¿Buscas compararlo de alguna forma (Redes sociales, comentarios con tus conocidos, etc.) tu visita a áreas verdes y espacios ecológicos.</p> <p>¿Qué te hace querer volver a visitar un parque?</p> <p>¿Tienes una misma forma de valorar la naturaleza que tus amistades? ¿Cómo se muestra esto?</p>	<p>Sección 3: Se hacen preguntas que piden al participante su visión del futuro, expectativas y conclusiones</p> <p>¿Crees que los espacios dentro de los parques están bien aprovechados? ¿Porque lo crees así?</p>	<p>Cierre: Se pregunta a la persona participante si tiene algo más y se cierra la entrevista contando los próximos pasos.</p> <p>¿Qué rol y relevancia tienen para ti los espacios ecológicos / áreas verdes en una ciudad?</p>
---	--	--	---	--

GUIÓN DE ENTREVISTAS

Profesionales

SEMANA 3

<p>INTRODUCCIÓN: Las entrevistas se deben introducir contando a la persona participante de qué se va a tratar la entrevista y cuál es el objetivo. Si se va a grabar se debe</p> <p>Buenos días, nosotros somos egresados de TLS, estamos haciendo una investigación sobre el turismo sostenible en ecosparques: seleccionamos para esto trabajar con Loma amarilla en Surco.</p> <p>El Perú apuesta por un turismo seguro y sostenible.</p>	<p>Sección 1: Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales.</p> <p>¿A qué te dedicas y cuales son tus funciones?</p>	<p>Sección 2: Son preguntas más profundas y específicas.</p> <p>¿Qué esperas obtener al visitar un lugar de esparcimiento / área verde en tu tiempo libre?</p> <p>¿Tienes una misma forma de valorar la naturaleza que tus compañeros, familia y amistades? ¿Cómo se muestra eso?</p> <p>¿Cómo</p> <p>¿Cuáles son la</p>	<p>Sección 3: Se hacen preguntas que piden al participante su visión del futuro, expectativas y conclusiones.</p> <p>¿Crees que los espacios dentro de los parques están bien aprovechados?</p>	<p>Cierre: Se pregunta a la persona participante si tiene algo más y se cierra la entrevista contando los próximos pasos.</p> <p>¿Qué rol y relevancia tienen las áreas verdes</p>
---	---	---	--	---

MAPA DEL PROBLEMA

SEMANA 2



ARQUETIPO

SEMANA 4

ACTIVISTA MINIMALISTA

Eduardo Altunez

Pains y Gains

ARQUETIPO

SEMANA 4
DEPORTISTA ZEN

Beiny Gains

ARQUETIPO

ECOLOGISTA DE MEDIO TIEMPO

Persona (José Ramírez)

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?



Nombre: José Ramírez
Edad: 28
Ocupación: Diseñador gráfico
Distrito: Surco

Apasionado de la ecología siempre busca nuevas referencias sobre plantas y técnicas para su cuidado, ya que tiene un biohuerto en casa y conoce los beneficios para la salud

Fanático del fútbol, sale a jugar cada fin de semana con sus amigos

Sale correr todas las mañanas alrededor de los parques

fanático de la fotografía de paisaje

¿Qué dice o piensa?

le preocupa el impacto ambiental que genera y el desinterés de las personas al respecto

piensa que, si más gente tendría responsabilidad ambiental, existiría una mejor conservación de recursos

el nivel socioeconómico no debería estar ligado al conocimiento y conciencia ecológica

tiene responsabilidad ambiental ya que suele usar productos biodegradables y productos ecológicos

una mejor conservación de los recursos naturales, ayudaría a la explotación correcta del turismo ecológico

Participa activamente en la ONG L.O.P (life out of plastic), que se dedica a la limpieza de playas

Comportamientos

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

conoce sobre los beneficios que conlleva ser una persona con responsabilidad ambiental, actualmente tiene un biohuerto en casa

clasifica los desechos que genera, ya que así contribuye a menorar el impacto ambiental (ahorrando agua, energía y dinero).

participa en campañas ecológicas con enfoque en reforestación y limpieza de playas

se siente feliz de ser parte del porcentaje de personas que generan un cambio, para reducir así la huella ecológica

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

la falta de importancia que le dan las personas al mundo que están dejando para las próximas generaciones

Poco o nulo cuidado que tienen las persona con las áreas verdes

El aumento de la contaminación visual y auditiva de la ciudad.

pobreza cultural

áreas verdes en mal estado debido a la falta de mantenimiento por parte de las municipalidades

Reducción de lugares donde botar desechos, ya que algunas municipalidades los retiran por falta de mantenimiento

manejo irresponsable de desechos no biodegradables.

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

mantener un turismo sostenible para así reducir el impacto ambiental

necesita que una entidad promueva cultura de respeto, para aminorar la contaminación visual y auditiva de la ciudad

necesita empresas que creen puestos de trabajo los cuales se dediquen al cuidado, control y mantenimiento de las áreas verdes

necesita mayor difusión de la cultura peruana en los espacios públicos

necesita que desarrollen proyectos donde los usuarios se concienticen, sobre el manejo de los desechos

necesita mayor diversidad de productos locales en las áreas de esparcimiento

VALIDACIÓN

Tallere generativo 1

SEMANA 15

<https://drive.google.com/drive/folders/1DseovYaviuyJLC5yvNuig9xmdwSZ04G6>

PROCESO:

En principio se pacta una reunión vía zoom, en el cual a los invitados que van ingresando se les va comentando cual será la estructura del taller generativo a realizar, para poder estar claros todos y no tener inconvenientes al iniciar la charla entre todos. Una vez todos reunidos, iniciamos la presentación de los invitados para ir conociéndonos y soltándose un poco, para luego presentarles la idea general del proyecto con el mínimo viable que se estaría posiblemente realizando y para esto presentamos durante la reunión un spot que presentaba la idea en general del proyecto. Luego de esto, iniciamos la charla con los invitados en el cual empezamos pidiendo la opinión de lo que han visto dentro del video o de lo que hemos comentado en la presentación. Mientras brindan sus comentarios, vamos tomando notas de los aspectos más importantes y resaltantes del taller, después pretendemos entrar en conversación o discusión con ellos como para ir entendiendo la idea final y entre todos se genera un intercambio de opiniones muy valiosas que ayudan a moldear mucho la idea inicial que se tiene o que se está testeando. Al final cerramos con un agradecimiento con todos los invitados y les comentamos que pronto estaríamos teniendo novedades respecto al proyecto. Para finalizar, repasamos lo adquirido dentro del taller para poder rescatar las ideas más importantes que nos han brindado en el feedback.

CONCLUSIONES :

Al final de la realización del taller, recolectamos todas las ideas que surgieron dentro de la discusión que hubo e intercambio de ideas con algunas recomendaciones y logramos rescatar lo siguiente:

- La opinión y el aporte de muchas personas que puedan participar de procesos como este necesitan tener muy clara la viabilidad del proyecto (sobretudo económica) para animarse a compartir sus inquietudes.
- Es importante vincular la propuesta de Alerta Verde con otras propuestas para lograr comunicar y consolidar la costumbre de atraer a la familia a los parques.
- El parque de Loma amarilla llama la atención fácilmente al ser una zona atractiva, amplia y bonita para muchos de los participantes. Sin embargo, es necesaria una mayor difusión para poder explotar este impacto de sus características.
- La incorporación de materiales y elementos alusivos al reciclaje como objetivo de mejoramiento del parque es imprescindible para poder comunicar al público visitante la propuesta del parque y los valores que promueve y aprovechar su atención para generar una reflexión.
- Educar y enseñar buenas costumbres es fundamental para consolidar un público que ayude al cuidado y a la sostenibilidad de Loma amarilla.
- Es de vital importancia ofrecer actividades variadas que permitan incluir a los diferentes grupos de visitantes del parque en específico con el fin de trabajar un sentido de pertenencia y de responsabilidad frente a las áreas verdes.

VALIDACIÓN

Tallere generativo 2

SEMANA 15

<https://drive.google.com/drive/folders/1DseovYaviuyULC5yvNuig9xmdwSZ04G6>

PROCESO:

En principio se pacta una reunión vía zoom, en el cual a los invitados que van ingresando se les va comentando cual será la estructura del taller generativo a realizar, para poder estar claros todos y no tener inconvenientes al iniciar la charla entre todos. Una vez todos reunidos, iniciamos la presentación de los invitados para ir conociéndonos y soltándose un poco, para luego presentarles la idea general del proyecto con el mínimo viable que se estaría posiblemente realizando y para esto presentamos durante la reunión un spot que presentaba la idea en general del proyecto. Luego de esto, iniciamos la charla con los invitados en el cual empezamos pidiendo la opinión de lo que han visto dentro del video o de lo que hemos comentado en la presentación. Mientras brindan sus comentarios, vamos tomando notas de los aspectos más importantes y resaltantes del taller, después pretendemos entrar en conversación o discusión con ellos como para ir entendiendo la idea final y entre todos se genera un intercambio de opiniones muy valiosas que ayudan a moldear mucho la idea inicial que se tiene o que se está testeando. Al final cerramos con un agradecimiento con todos los invitados y les comentamos que pronto estaríamos teniendo novedades respecto al proyecto. Para finalizar, repasamos lo adquirido dentro del taller para poder rescatar las ideas más importantes que nos han brindado en el feedback .

CONCLUSIONES :

Al final de la realización del taller, recolectamos todas las ideas que surgieron dentro de la discusión que hubo e intercambio de ideas con algunas recomendaciones y logramos rescatar lo siguiente:

- Es importante tener en cuenta una estrategia innovadora y creativa que pueda aportar en el proyecto, para que llame la atención del público visitante.
- Muchas personas no se sienten atraídas por lo que ven, es necesario darles algo que busquen, conocerlos más y ofrecerles algo que nos ayude a obtener su compromiso con el proyecto
- Durante la visualización del spot del proyecto es importante mostrar claramente lo que estamos pretendiendo. No es claro lo que mostramos y perdemos el interés.
- Respecto a la cultura de sostenibilidad debemos fomentar que sea algo continuo, que no solo sea para algunas actividades, sino volverlo parte del día a día.
- La interacción por medio de las actividades es imprescindible para poder atrapar al público visitante y aprovechar su atención para insertar nuestra idea de reflexión sobre nuestro objetivo.