ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

CREACIÓN DE UNA COMUNIDAD DE WHATSAPP "HABLA CHACLA" PARA INFORMAR A LA POBLACIÓN SOBRE LA CONTAMINACIÓN POR DESECHOS DOMÉSTICOS EN EL RÍO RÍMAC DEL DISTRITO DE CHACLACAYO EN EL 2024

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

AUTOR
YAGIN MERCEDES YAULI JUAN DE DIOS
(https://orcid.org/0009-0006-0438-6459)

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

AUTOR
ANGIE JHOSELIN PEREZ SOLANO
(https://orcid.org/0009-007-2874-465)

ASESOR
ALEXANDER HENRY RODRÍGUEZ PÉREZ
(https://orcid.org/0000-0001-8020-4238)

Lima-Perú
2024

2024 Proyecto para Bachiller- Equipo 09 %28final%29.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:411737678

Submission Date
Dec 2, 2024, 11:06 AM GMT-5

Download Date
Dec 2, 2024, 11:08 AM GMT-5

File Name
2024 Proyecto para Bachiller- Equipo 09 (final).docx

File Size
43.7 KB

30 Pages

6,337 Words

37,697 Characters

20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

18% Internet sources
4% Publications
11% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Resumen del Trabajo de Investigación

En este capítulo se presentan los resultados del proyecto “Habla Chacla”, que busca solucionar la contaminación por residuos domésticos en Chaclacayo 2024 mediante la creación de un plan de comunicación digital para atender a la comunidad. El estudio plantea que los vecinos mejoren su responsabilidad mediante la experimentación dada. La metodología utilizada implica la formación de un grupo de WhatsApp para difundir información acerca del efecto ambiental de los desechos, con mensajes para promover una mayor implicación de la comunidad. Realizando un progreso en diversas fases como “Diagnóstico Social” en el que se efectúa un estudio de los residentes y “Difusión de contenido informativo” con la creación de fotografías y videos. Los beneficiarios directos son los habitantes de Chaclacayo, quienes experimentaron un notable incremento en sensibilización ambiental y disposición para involucrarse en actividades de conservación, como también los hallazgos señalan que “Habla Chacla” aporta de manera positiva en el entendimiento creando interés en iniciativas comunitarias por lo cual contribuye para futuras generaciones. Como resultado, se notó un aumento en la sensibilización acerca del río Rímac y un interés por implementar mejores métodos para el recogimiento de residuos con los ciudadanos, manifestando su interés en las campañas de limpieza, demostrando un efecto beneficioso en cuanto a la implicación de la comunidad y la modificación de la perspectiva hacia el medio ambiente. También facilita el trabajo de las autoridades creando una población más receptiva y colaboradora para reducir la cantidad de desechos arrojados al río, lo cual favorece la calidad del agua. Al promover este tipo de manejos, el proyecto contribuye a una cultura de respeto. Finalmente, el objetivo de la plataforma “Habla Chacla” representa una herramienta accesible y efectiva para Chaclacayo. Con esta iniciativa se espera lograr que los participantes no solo estén informados, sino que asuman alrededor de su comunidad.

Palabras claves: Chaclacayo, río Rímac, contaminación, comunidad y WhatsApp.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación 2

1. Contextualización del Problema 7

2. Justificación 8

3. Reto de innovación 10

3.1 103.1.1 Preguntas Generales 10

3.1.2 Preguntas específicas 10

3.2 1010

3.2.1 Objetivo General 10

3.2.2 Objetivos Específicos 11

4. Sustento Teórico 11

4.1 111

4.2 164.2.1 Definición de Canales Digitales 16

4.2.2 Características 17

4.2.3 Tipos de Canales Digitales y Estrategia en Redes Sociales 17

4.2.4 Importancia del Reto de Innovación y Beneficios 19

5. Beneficiarios 19

6. Modelo de Negocio (2121

6.1 211

6.2 2121

6.3 2121

6.4 2121

6.5 2222

6.6 2222

6.7 2222

6.8 2222

6.9 2323

6.10 2323

6.11 2424

7 Resultados 25

8 Conclusiones 25

9 Bibliografía 26

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inversión inicial 23

Tabla 2. *Gasto Mensual* 24

Tabla 3. *Ingresos* 24

1. Contextualización del Problema

A nivel mundial, el agua es un recurso escaso y además valioso para nuestra vida diaria. Es crucial que cumpla con diversos parámetros de calidad para ser apta para el consumo humano, ya que el agua contaminada representa un grave peligro tanto para la salud como para los suelos (Aguilar & Cubas, 2021).

En Lima Metropolitana, existen tres ríos que abastecen de agua a la ciudad, pero enfrentan serios problemas de contaminación debido a la minería, actividades industriales, agrícolas, desmontes, basura doméstica y desagües. De todos ellos, la cuenca del río Rímac destaca por presentar niveles severos de contaminación y es la que brinda agua a un gran porcentaje de la población limeña (Municipalidad de Lima, 2022).

Datos de impacto:

- 80% del agua consumida por los 9 millones de habitantes de Lima y Callao discurre por el río Rímac y está sujeta a diversas fuentes de contaminación.
- 3,189 litros de aguas servidas se vierten al río Rímac por segundo.

La contaminación en el río Rímac, especialmente en Chaclacayo, tiene múltiples repercusiones en la salud pública, biodiversidad, economía y comunidad. Abordar estos problemas requiere un enfoque integral que incluya la educación, regulación y la participación activa de todos los pobladores (Cámara de Comercio de Lima. (2019).

En definitiva, en el distrito de Chaclacayo es evidente la falta de limpieza en el río Rímac, por la falta de conciencia ambiental de la comunidad. El constante vertido de desmontes, basura doméstica, escombros y desagües genera una grave contaminación, afectando directamente la calidad del agua que se utiliza para beber, cocinar y otras actividades diarias. Esta situación incrementa el riesgo de diversas enfermedades transmitidas por el agua, como diarreas y otras infecciones gastrointestinales, así como problemas

dermatológicos. Además, se observa el deterioro del ecosistema, lo cual afecta directamente a la flora y fauna local, lo que a su vez repercute negativamente en el distrito de Chaclacayo.

Es por ello que se ha creado “Habla Chacla” una comunidad de whatsapp que permite integrar a toda la comunidad de Chaclacayo que vive cerca de la ribera del río Rímac esto permite que puedan estar más informados sobre la contaminación del río Rímac y las causas que traen sus acciones de tirar basura al río, desmontes y más.

En conclusión, es evidente la falta de información que se tiene por los propios pobladores, se observa que son conscientes, pero necesitan un apoyo para que realicen acciones que sean fructíferas para ellos mismos como comunidad y crear un distrito limpio para futuras generaciones.

2. Justificación

El río Rímac, fuente vital para Lima, se enfrenta a una creciente contaminación por desechos domésticos, especialmente en el tramo que recorre el distrito de Chaclacayo. Este problema deteriora la calidad del agua, afecta la salud de los residentes y amenaza la sostenibilidad de los recursos hídricos. Cada día, grandes cantidades de residuos sólidos son arrojadas al río, provocando graves consecuencias para la comunidad local. Si no se actúa de manera urgente e innovadora, el daño podría ser irreversible. Es crucial implementar soluciones sostenibles que no solo enfrenten la situación actual, sino que también prevengan futuros agravamientos, involucrando a la comunidad, autoridades y sectores productivos.

La justificación social en la contaminación del río Rímac en Chaclacayo afecta gravemente la salud pública y el bienestar de la comunidad local, especialmente a los sectores más vulnerables. Este estudio busca generar conciencia y promover soluciones sostenibles para revertir el daño ambiental, mejorar la calidad de vida y garantizar un entorno seguro. Además, pretende desarrollar políticas replicables en otras áreas afectadas por problemas

similares. La contaminación por desechos domésticos en el río Rímac, específicamente en el distrito de Chaclacayo, representa una problemática de profunda trascendencia social. Es un recurso fundamental para la población local.

La justificación práctica en la investigación sobre la contaminación del río Rímac en Chaclacayo busca solucionar la degradación del agua causada por residuos domésticos, beneficiando la salud pública y el medio ambiente. Al implementar mejores sistemas de gestión de residuos, se reducirá la contaminación y se restaurará el ecosistema fluvial. A largo plazo, el estudio permitirá desarrollar políticas sostenibles y mejorar la calidad de vida de la comunidad local.

La investigación se llevó a cabo utilizando diversas herramientas metodológicas. Las entrevistas fueron fundamentales para conocer a los arquetipos y comprender su perspectiva sobre la problemática. Además, se recopiló información para el diario de observaciones, que resultó clave para identificar detalles importantes. Se elaboró un mapa de actores, que permitió visualizar a las personas involucradas tanto directa como indirectamente, y un mapa de problemas para analizar los desafíos asociados.

Asimismo, se desarrolló un lienzo de propuesta de valor y talleres generativos, los cuales proporcionaron un entendimiento más profundo de los arquetipos. Se creó un lienzo de ideas conectadas y se realizó *un customer journey map*, con el objetivo de analizar todo el proceso del consumidor en relación con la propuesta. Este enfoque metodológico riguroso combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, permitiendo obtener una visión completa y detallada del contexto y las necesidades del público objetivo.

3. Reto de innovación

Creación de una comunidad de Whatsapp para informar a la población sobre la contaminación del río Rímac que existe por parte del vecindario en el distrito de Chaclacayo en el 2024.

3.1 Preguntas

3.1.1 Pregunta General

¿De qué manera se puede informar a través de la comunidad de Whatsapp sobre la contaminación del río Rímac que existe por los propios pobladores con sus desechos domésticos?

3.1.2 Preguntas específicas

¿Qué tipo de contenido informativo sería el más efectivo para generar conciencia sobre la contaminación del río Rímac en la comunidad de Whatsapp?

¿Cómo se podría fomentar la participación activa de los pobladores en la comunidad de whatsapp para poder reducir la contaminación por desechos domésticos?

¿Qué recursos digitales podría implementar la información brindada en la comunidad de Whatsapp sobre el impacto ambiental de los desechos domésticos?

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Crear una comunidad de Whatsapp para informar a la población sobre la contaminación por desechos domésticos en el distrito de Chaclacayo en el 2024.

3.2.2 Objetivos Específicos

Identificar y difundir información clara y accesible sobre las causas y efectos de la contaminación por desechos domésticos en el río Rímac dentro de la comunidad de WhatsApp.

Desarrollar estrategias para fomentar la participación activa de los pobladores de Chaclacayo en actividades relacionadas con la gestión de residuos domésticos a través de la comunidad de WhatsApp.

Evaluar el impacto de la comunidad de WhatsApp en el cambio de hábitos de los pobladores respecto a los desperdicios de sus desechos domésticos durante el año 2024.

4. Sustento Teórico

4.1 Estudio Previos

La creación de un canal digital como Habla Chacla necesita apoyarse en estudios que analicen cómo los medios digitales ayudan a concientizar sobre el medio ambiente, motivar a la comunidad a participar y mejorar la respuesta ante emergencias. Como las aplicaciones de mensajería, redes sociales y otros medios digitales han fortalecido la comunicación en comunidades y han ayudado a movilizar a las personas para cuidar los recursos naturales. A continuación, se presentan cinco estudios relevantes para este proyecto:

Visión Mundial Honduras (2019). *Uso de Redes Sociales para mejorar los resultados Neonatales, en zonas rurales de Honduras.* El objetivo consiste en mejorar la salud materna, neonatal e infantil en zonas rurales de Honduras a través del uso de redes sociales. La idea era llegar a las comunidades más alejadas y brindar información crucial sobre cuidados prenatales, lactancia materna, vacunación y otras prácticas saludables para bebés y madres. La metodología empleada COD, con 15 temas, 87 acuerdos y con sus mensajes clave, fue hecha específicamente a las necesidades de la población, además conto con una estrategia de

comunicación que no implicó medios masivos, si no una relación directa con la que se construyó un canal de confianza entre ACC y las familias, algunas familias durante 15 y 21 meses obtuvieron una capacitación continua, basada en las necesidades de los ACC para desarrollar una mejor experiencia en la consejería, reflejó una intención de comportamiento planificado. Los resultados de la investigación concluyen que el uso de las redes sociales pueden ser una herramienta efectiva para mejorar la salud materna e infantil en zonas rurales. Al llevar información relevante a las comunidades, se lograron cambios positivos en los conocimientos, actitudes y prácticas de las madres. La utilidad de la investigación es confirmar el potencial de las redes sociales para generar cambios a largo plazo en la salud de las poblaciones vulnerables, además la importancia de adaptar los mensajes a la cultura y contexto local e involucrar a las comunidades en la difusión de los contenidos.

Guzmán, B. J., López, E. L. (2019). *Redes sociales y su utilidad en la educación ambiental, promoción y divulgación informal.* El objetivo consiste en analizar cómo las redes sociales pueden ser herramientas efectivas para la promoción de la educación ambiental y la divulgación de información de manera informal. La metodología empleada fue de tipo documental basado en la revisión de fuentes bibliográficas relacionadas con diversos autores que han aportado en relación con las redes sociales digitales, ellos incluyen definiciones, ejemplos, sus tipos y utilización en la promoción y difusión de la educación ambiental informal. En este marco se realizó la revisión de diversas investigaciones desarrolladas por diferentes autores. Los resultados de la investigación concluyen que las redes sociales, al ser accesibles y masivas, lograron llegar a una gran cantidad de personas y contribuyeron a la sensibilización de temas ambientales. Los participantes reportaron una mejor comprensión de los problemas ambientales y una mayor disposición a tomar medidas de conservación. La utilidad de la investigación es que valida la efectividad de los canales digitales en la promoción de la conciencia ambiental. Implementar un canal de WhatsApp en Chaclacayo

puede aprovechar esta misma estrategia para educar y sensibilizar a los residentes sobre el cuidado del río Rímac, promoviendo la participación activa y el sentido de responsabilidad hacia el entorno.

Del Campo Saltos y Tenorio Manrique (2022). *Uso de redes sociales como herramienta de participación comunitaria en zonas urbanas durante la pandemia.* El objetivo consiste en analizar cómo el uso de redes sociales puede potenciar la participación comunitaria en el sector "Las Piñas" del Cantón Milagro, en Ecuador, durante la pandemia. Se buscó evaluar los canales digitales que mejor se adaptan a las necesidades de comunicación de esta comunidad para fomentar la integración social y la participación en asuntos locales. La metodología empleada fue de base teórica ya que ayuda a conocer las soluciones a las preguntas que rodeaban la investigación. Este estudio proporcionó una explicación de estadística descriptiva mediante el análisis con fundamentación teórica acorde a las observaciones encontradas. El objeto de estudio tiene un enfoque descriptivo, lo que permite comprender el análisis y la interpretación de los datos de la investigación realizada en la población del sector "Las Piñas". Se empleó un diseño de investigación no experimental, ya que se basa principalmente en la observación de los fenómenos tal como ocurren en su contexto, seguida de un análisis detallado. Los resultados de la investigación concluyen que WhatsApp fue la plataforma más efectiva y preferida para la comunicación en la comunidad, seguida de Facebook y TikTok. Estas redes sociales demostraron ser superiores a los medios tradicionales para transmitir información y promover la unión en la zona. Además, se observó un incremento en la participación de los ciudadanos al facilitar la comunicación y el acceso a la información relevante para el desarrollo local. La utilidad de la investigación es que demuestra que plataformas como WhatsApp, Facebook y TikTok son ampliamente utilizadas, siendo WhatsApp la preferida por su accesibilidad. Estas herramientas facilitan la organización comunitaria y la difusión de información de manera más efectiva que los

medios tradicionales. Los hallazgos de Tenorio Manrique resaltan la importancia de adaptar las plataformas digitales para aumentar la accesibilidad y la integración social, lo cual se alinea con los objetivos de "Habla Chacla".

Gonzales Mejia (2020). *El impacto de la Gestión de las redes sociales de SUSALUD.* El objetivo consiste en identificar cómo las redes sociales se convierten en un aporte comunicacional dentro de SUSALUD para mantener comunicación con su público externo. Además, demostrar la transparencia en la gestión de denuncias que se le realiza a SUSALUD a través de sus canales de atención, en las redes sociales. La metodología empleada fue la integración de un análisis teórico y una descripción detallada del problema para comprender el impacto de las redes sociales como herramienta de comunicación y vinculación organizacional. Los resultados de la investigación concluyen que las redes sociales son una herramienta clave para la comunicación de SUSALUD, facilitando la difusión de actividades como campañas de vacunación, ferias virtuales, fiscalización de centros médicos y articulaciones con ESSALUD. Estas acciones se comunican a través de crónicas, podcasts, noticieros y notas informativas, promoviendo transparencia con el público externo. Para el público interno, se utilizan *emailings* y aplicativos con material exclusivo. Sin embargo, durante las elecciones, la institución restringió su difusión externa debido a regulaciones del JNE. En cuanto a su imagen corporativa, SUSALUD mantiene una posición neutral, con presencia en redes sociales, pero necesita fortalecer la interacción con los usuarios mediante contenidos participativos, como entrevistas en vivo con especialistas. La utilidad de la investigación ofrece estrategias efectivas para la comunicación y el fortalecimiento de la imagen institucional. Al igual que SUSALUD, se puede aprovechar las redes sociales para difundir información clave sobre la contaminación del río Rímac, alertas ambientales y actividades comunitarias. Además, implementar contenidos participativos, como entrevistas

en vivo o materiales interactivos, podría fomentar la confianza y el compromiso de la comunidad, promoviendo un sentido de pertenencia.

Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J., Garay Ruiz, U., et al. (2020). *Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes*. El objetivo consiste en analizar el impacto del uso excesivo de las redes sociales en los jóvenes y estudiar los elementos que deben ser controlados desde el ámbito educativo. Se busca ofrecer una visión educativa sobre los efectos contraproducentes de las redes sociales, como aislamiento social, distorsión entre el mundo real y virtual, depresión, ansiedad, problemas de salud y fracaso escolar. A través de una revisión bibliográfica de 116 publicaciones científicas, se concluyó que las instituciones educativas, los docentes y los padres tienen un papel clave en mitigar estos desafíos. Las instituciones y los docentes deben proporcionar herramientas para desarrollar competencias digitales adecuadas, mientras que los padres deben ser informados para guiar a sus hijos en el uso adecuado de las redes sociales. La metodología empleada fue realizar una revisión bibliográfica de diversas fuentes científicas relacionadas con el impacto de las redes sociales en los jóvenes y los elementos a controlar desde el ámbito educativo para su integración adecuada. Se seleccionaron publicaciones de revistas académicas relevantes como *International Journal of Mental Health and Addiction, Journal of Information, Communication and Ethics in Society, Computers in Human Behavior*, entre otras. La búsqueda y selección de la información se llevó a cabo mediante la combinación de palabras clave como "redes sociales", "educación y tecnología", "internet y jóvenes", y "redes sociales y desafíos". En total, se seleccionaron 116 publicaciones, priorizando aquellas de los últimos 10 años (2010-2020), con excepción de tres publicaciones anteriores a este periodo. La utilidad de la investigación es la importancia de abordar el impacto de las redes sociales de manera responsable, especialmente en comunidades vulnerables como las de Chaclacayo. Así como las instituciones educativas

tienen un rol clave en guiar el uso de redes sociales, es un medio eficaz para informar, educar y sensibilizar a los usuarios. Además, la formación de actores clave, como líderes comunitarios, en competencias digitales para el manejo seguro y estratégico de las redes sociales contribuiría a fortalecer el impacto del proyecto y minimizar riesgos como la desinformación o el mal uso de las plataformas digitales.

4.2 Marco teórico

4.2.1 Definición de Canales Digitales

Los canales digitales han transformado la forma en que las personas se comunican y acceden a la información. Estos medios son herramientas tecnológicas que permiten la interacción y comunicación entre individuos y organizaciones, facilitando el intercambio de información en tiempo real. Los canales digitales ofrecen la capacidad de difundir información de manera rápida y accesible, lo que es crucial en situaciones de emergencia ambiental.

Según el sitio Walter Brindge (2023), los canales digitales de marketing y ventas son todos aquellos instrumentos que se basan en internet para dar soluciones al cliente y permitir la comunicación de la compañía.

Es un canal que se utiliza para poder brindar un servicio, comunicando o vendiendo a través de un ordenador, una *tablet* o un móvil y los beneficios son de suma importancia en la actualidad. Es por ello que un canal digital consigue la famosa “omnicanalidad” o se le puede llamar, “ser accesibles a los clientes desde cualquier lugar y a cualquier hora”. De los cuales hay dos tipos de canales: por una parte, los propios (*web* corporativa, tienda *online* propia B2B o B2C o *app* comercial) y, por la otra, los externos (*marketplace* o tiendas de terceros) (Grau Font, 2017).

Bernoco (2023) menciona que las aplicaciones móviles son el canal digital más innovador y personalizado para las empresas, ya que les permiten ofrecer una experiencia de usuario única y diferenciada. Las aplicaciones móviles pueden tener diversas funcionalidades, como reservar citas, realizar pedidos, consultar el estado de un servicio, recibir notificaciones o acceder a contenidos exclusivos. Las aplicaciones móviles deben ser fáciles de usar, rápidas de cargar y seguras. Las aplicaciones móviles también deben aprovechar las ventajas de la tecnología móvil, como la geolocalización, la realidad aumentada o el reconocimiento facial.

4.2.2 Características de los Canales Digitales

Entre las características más relevantes de los canales digitales se encuentran:

1. **Accesibilidad**: Permiten que un mayor número de personas tenga acceso a la información de manera inmediata y continua.
2. **Interactividad**: Fomentan la retroalimentación y el diálogo entre la comunidad y las autoridades, lo que puede llevar a una mayor participación ciudadana.
3. **Rapidez**: La información puede ser compartida en tiempo real, lo que es fundamental para la gestión de emergencias.
4. **Segmentación**: Facilitan la personalización de los mensajes para diferentes grupos dentro de la comunidad.

Estas características hacen de WhatsApp un canal ideal para la implementación de la estrategia de comunicación propuesta.

4.2.3 Tipos de Canales Digitales y Estrategia en Redes Sociales

Los canales digitales se clasifican en diversas categorías, incluyendo redes sociales, plataformas de mensajería instantánea, *blogs* y sitios *web*. WhatsApp se destaca en la categoría de plataformas de mensajería, donde permite la creación de grupos y el envío de

mensajes instantáneos. Esto lo convierte en una herramienta poderosa para la gestión de información local y la respuesta ante emergencias.

De acuerdo con el sitio Mailchimp (2024), los canales de marketing en 2024 abarcan opciones como la publicidad digital, los eventos, el marketing de *influencers*, el SEO, el marketing de contenidos, el boca a boca y los métodos tradicionales, como los medios de comunicación y los impresos. Independientemente de cómo se definan, los canales de marketing suelen tener como objetivos principales aumentar la visibilidad de la marca, generar leads, mejorar las tasas de conversión y fomentar las ventas.

Según Bernoco (2023), el entorno digital está en constante transformación, lo que exige a las empresas adaptarse para seguir siendo competitivas. Los canales digitales actúan como medios de comunicación e interacción que las organizaciones utilizan para conectar con clientes, proveedores y socios, abarcando herramientas como redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles y plataformas de comercio electrónico

Mailchimp (2024), destaca que TikTok se ha convertido en un actor clave del marketing digital, superando incluso a Google como el sitio más visitado del mundo en 2022. Este éxito radica en sus algoritmos, que ofrecen a todos los usuarios la posibilidad de hacerse virales. Aunque TikTok cuenta con mil millones de suscriptores y aún no iguala el alcance de Facebook, su potencial promocional es inmenso. Por ello, una estrategia sólida de redes sociales debe incluir ambas plataformas, dando especial importancia a TikTok para maximizar el impacto.

Implementar una estrategia de comunicación efectiva en WhatsApp implica no solo enviar alertas, sino también establecer un canal de retroalimentación. La comunicación debe ser bidireccional, donde los vecinos puedan expresar sus preocupaciones y compartir información relevante sobre la situación del río. Además, es crucial fomentar un sentido de

comunidad y colaboración entre los residentes, lo que puede lograrse mediante la organización de actividades de limpieza y eventos de sensibilización ambiental.

4.2.4 Importancia del Reto de Innovación y Beneficios

La creación del canal “Habla Chacla” es de suma importancia para la comunidad de Chaclacayo. No solo proporciona información valiosa sobre el río Rímac, sino que también empodera a los ciudadanos para que tomen acciones concretas en la preservación de su entorno. Esta iniciativa contribuye a la concienciación ambiental y fomenta la participación activa de la comunidad en la vigilancia y conservación del río.

Además, la implementación de un canal digital puede mejorar la eficiencia en la respuesta ante emergencias. En caso de alertas sobre inundaciones o eventos climáticos extremos, la información puede ser distribuida rápidamente, permitiendo que los residentes tomen decisiones informadas y oportunas. Esto puede resultar en la mitigación de riesgos y la protección de vidas y propiedades.

Por otro lado, tiene el potencial de fortalecer el tejido social de la comunidad. Al promover la comunicación y la colaboración entre los vecinos, se fomenta un sentido de pertenencia y responsabilidad compartida hacia el entorno. Esto es crucial para desarrollar un enfoque sostenible hacia la gestión de recursos hídricos y la preservación del medio ambiente.

5. Beneficiarios

En la presente investigación, se emplearon herramientas como entrevistas presenciales y un taller generativo, permitiendo identificar a los beneficiarios de la comunidad de Chaclacayo. Se establecieron cuatro arquetipos: La “ayudante”, “consciente”, “desinformada” y “dudosa”. Se eligió al arquetipo principal que es Dara la “consciente” una

mujer de 25 años, residente de Chaclacayo que quiere que su distrito cambie porque siente que sus vecinos y ella misma no son conscientes de las acciones que realizan y las causan que estás están ocasionando, es por eso que quiere una comunidad unida para mejora del distrito y así lograr cambios positivos para un futuro mejor.

Mariela, conocida como “Ayudante”, tiene 53 años y es ama de casa. Está plenamente consciente de la contaminación del río Rímac y desea transformar su entorno. Sin embargo, reconoce que no puede hacerlo sola, ya que necesita el apoyo de otras personas para llevar a cabo limpiezas en el río y para informar a sus vecinos sobre la situación actual y los riesgos que esta contaminación representa para la salud de la población.

Por otro lado, Fernanda, conocida como “Desinformada”, tiene 18 años y es estudiante de Arquitectura. Su principal deseo es hacer una diferencia en su entorno, especialmente en lo que respecta a la contaminación del río Rímac. Está interesada en aprender, innovar y aplicar soluciones que favorezcan un futuro más ecológico, tanto en su comunidad como en su carrera profesional. Sin embargo, aún carece de información suficiente sobre el problema.

Y por último a Katy Peréz “Dudosa” de 47 años su preocupación por la contaminación del río Rímac le genera tristeza al ver que no hace nada por cambiar ella misma, ya que, sigue arrojando basura al río porque se le acumula de basura al no tener tiempo de sacarla en el horario que pasa el basurero. Sin embargo, tiene frustración por la falta de información que tiene sobre esta gran problemática.

El mapa de actores se divide en tres categorías: actores centrales a los vecinos de Chaclacayo que quieren una mejora para su distrito, actores directos a la Municipalidad y Junta directiva y actores indirectos que son los colegios, mercados, animales callejeros, restaurantes y postas.

6. Modelo de Negocio (*Business Model Canvas*)

Se ayuda a los ciudadanos del distrito de Chaclacayo a promover el cuidado del río Rímac mediante alertas WSP, ofreciendo una plataforma accesible y práctica que permita a los ciudadanos de Chaclacayo involucrarse activamente en la conservación del río Rímac, mejorando la colaboración entre ellos y la municipalidad.

6.1 Reto

El reto de diseño es cómo se podría impulsar el cuidado del río Rímac en el distrito de Chaclacayo promoviendo la colaboración activa entre la comunidad y la municipalidad.

6.2 Propuesta de valor

Ofrecer una plataforma accesible y práctica, que permita a los ciudadanos de Chaclacayo involucrarse activamente en la conservación del río Rímac, mejorando la colaboración entre ellos a través de una comunidad WhatsApp, conectamos a la comunidad con información, actividades y recursos, haciendo que la participación sea sencilla y clara.

6.3 Segmento de clientes

La comunidad y personas que viven cerca del río Rímac, la municipalidad responsable del manejo de desarrollo urbanos en zonas afectadas que son cerca al Malecón Rímac.

6.4 Canales

Los canales son redes sociales como: (facebook, tiktok, instagram y whatsapp) son herramientas que ayudarán a comunicar de una manera más eficaz a la comunidad.

6.5 Relación con los clientes

Son participaciones activas y colaborativas involucrando directamente a la comunidad con transparencia y confianza para mantenerlos informados a la comunidad mediante "HABLA CHACLA".

6.6 Actividades clave

El lanzamiento de "HABLA CHACLA" es mediante facebook, donde se hará un evento ecológico para que se puedan unir a la comunidad WhatsApp que se realizará y los vecinos se puedan unir para una mayor información de datos donde se llevarán a cabo las reuniones, actividades e información relevante. Asimismo, se reforzará en anuncio mediante el canal de Whatsapp con las junta directiva y anuncios mediante las calles de Chaclacayo invitando al evento de una manera atractiva para el público.

6.7 Recursos clave

Los recursos claves son fundamentales en la participación de distintos actores involucrados como un diseñador gráfico, un activador de eventos, un *catering*, impresión de *flyers*, una arquitecta interiorista, alquiler de sonido, una persona de marketing y los materiales reciclados para un proyecto sostenible como: un mueble reciclado tipo banquetas, casitas para mascotas.

6.8 Aliados clave

Los aliados claves trabajan de una manera coordinada, facilitando las acciones para la descontaminación del río Rímac, entre ellos la municipalidad de Chaclacayo, la junta directiva y auspicios (emprendedores, artesanales y entre otros).

6.9 Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingreso en el proyecto son diferentes mecanismos mediante los cuales se obtiene para ejecutar y mantener actividades de proyecto a lo largo del tiempo. Implica los auspicios de marcas de Chaclacayo como también entidades públicas (municipalidad).

6.10 Presupuestos

Tabla 1.

Inversión inicial

Item	Descripción del recurso	Cantidad	UM	Costo Unitario	Importe
1	Diseñador gráfico	1	UN	s/500	s/500
2	Diseñador de interiores	1	UN	s/1500	s/1500
3	Marketing	1	UN	s/1200	s/1200
4	Publicidad en redes	1	UN	s/700	s/700
5	Impresión *flyers*	1000	UN	s/200	s/200
6	Alquiler sonido	2	UN	s/150	s/150
7	Activador de evento	1	UN	s/100	s/100
8	*Catering*	300	UN	s/300	s/300
9	Merch	1000	UN	s/300	s/300
10	Celular	1000	UN	s/1000	s/1000
11	Laptop	1500	UN	s/1500	s/1500
12	Palas y rastrillo	10	UN	s/500	s/500
13	Infraestructura de evento	1	UN	s/1000	s/1000
14	Guantes reutilizables	70	UN	s/200	s/200
				TOTAL	**s/ 9,950**

Tabla 2.

Gasto Mensual

Item	Descripción del recurso	Cantidad	UM	Costo Unitario	Importe
1	Diseñador gráfico	1	UN	s/1000	s/1000
2	Marketing	1	UN	s/1000	s/1000
3	Publicidad en redes	1	UN	s/1500	s/1500

4	Internet	4	UN	s/210	s/210
5	Snacks y agua	50	UN	s/200	s/200
6	Sacos de basura	50	UN	s/100	s/100
7	Mascarillas	50	UN	s/20	s/20
8	Almacén	1	UN	s/400	s/400
				TOTAL	**s/ 1,930**

Tabla 3.

Ingresos

Item	Descripción del recurso	Cantidad	UM	Costo Unitario	Importe
1	Promoción de marcas(1)	20	UN	s/250	s/5,000
2	Promoción de marcas(2)	20	UN	s/150	s/3,000
3	Promoción de marcas(3)	20	UN	s/80	s/1600
				TOTAL	**s/9,600**

6.11 Impacto

El impacto de la comunidad de alertas en WhatsApp “Habla Chacla” será beneficioso para la población de Chaclacayo y el cuidado del río Rímac. Tendrán información de manera clara y sencilla sobre el cuidado del río Rímac y cómo prevenir y evitar la contaminación doméstica, también encontrarán eventos de limpieza de río y un grupo donde los usuarios podrán reportar casos de contaminación del río como: personas que tiran sus desechos domésticos, desmonte, vidrios y quemas de basura. Se busca con “Habla Chacla” ayudar a la población a disminuir los casos de desperdicios en el río y cuidar su salud para que tenga un distrito más limpio con la ayuda de todos los vecinos. Siendo conscientes de las acciones que se realizan se podrá lograr un cambio para el medio ambiente.

7 Resultados

Los resultados obtenidos por el proyecto fueron positivos, ya que, se resolvió de una manera exitosa la problemática, logrando cumplir el objetivo principal que es la comunicación entre los vecinos para prevenir los desperdicios por desechos domésticos, escombros y quema de basura.

Se validó el proyecto dentro de la comunidad la Whatsapp "Habla Chacla" con un taller generativo, se mostró la comunidad que consta de cuatro secciones: charlas, promociones, actividades y alertas que es la que más destaca, ya que, los vecinos colocaban las incidencias que ellos podían observar de las personas que votaban sus desperdicios domésticos, desmonte y más. Dentro de este grupo reportaban las incidencias que ellos observaban al instante y eso genera una comunicación, rápida y sencilla.

Asimismo, se realizó preguntas en un google forms para observar cual era la perspectiva que tenían de "Habla Chacla" los usuarios y si realmente se utilizará esta comunidad constantemente para su vida cotidiana. Según lo observado la plataforma es útil para reportar las alertas de desperdicios domésticos, y además se observó que las personas ya se encuentran más informadas por *post* informativos con tono coloquial que se postean en el grupo general y también se dan cuenta de que ellos mismos son los que generan la contaminación al medio ambiente.

8 Conclusiones

Este proyecto tuvo como objetivo brindar información rápida y sencilla, sobre la contaminación por desechos domésticos, basura quemada y desmontes en el río Rímac.

A través de la creación de una comunidad dentro de la red social Whatsapp "Habla Chacla" donde se puede acceder de una manera inmediata al unirse a dicha comunidad y

pueden obtener información sobre cuántas personas están tirando basura al río Rímac y con ello poder prevenir que sigan sucediendo estos incidentes.

Con un taller generativo sobre los arquetipos, para validar el prototipo y preguntas en un formulario a 50 participantes se obtuvo información clave de cómo era muy funcional la comunidad para ellos y cómo lo usarán con frecuencia porque están interesados en participar en actividades de limpieza y poder informarse más de todos los acontecimientos que suceden.

La contaminación ambiental del río Rímac no solo pone en riesgo a la salud de la comunidad, si no su bienestar y su espacio de vivienda. Los habitantes de Chaclacayo buscan un cambio real de conciencia en todos los ciudadanos para tener un distrito más limpio.

Este proyecto concluye que la comunidad de Chaclacayo es invitada a formar parte del cambio y sea con acciones fructíferas para un futuro más limpio y formar una acción colectiva responsable. La solución no depende solo de los ciudadanos, sino también de las autoridades responsables. El cuidado del río Rímac es responsabilidad de todos para tener un futuro saludable para futuras generaciones.

9 Bibliografía

Aguilar Sánchez, J. de D., & Cubas Irigoín, N. (2021). *Contaminación de suelos por el uso de aguas residuales* (p. 133) https://revistaalfa.org/index.php/revistaalfa/article/view/112/298

Alarco, C.J. (2019). *Aplicación de métodos de índice de calidad de agua en el río Rímac*. [Tesis de Título Profesional, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. UNMSM-Institucional. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/33bb2114-dd32-4c20-b30f-a83f32ebf2f5/content

Alderete, M. M. (2022). *Evaluación de la calidad del agua superficiales en la cuenca del río Rímac mediante análisis multivariado para el periodo*.

https://repositorio.lamolina.edu.pe/server/api/core/bitstreams/9fefb91d-ca1e-47ac-9d95-aa3d8706a75a/content

Aquafondo (2019). *La contaminación de los ríos de Lima: Módulo para la creación de materiales de difusión sobre el problema hídrico en Lima y Callao* https://smia.munlima.gob.pe/uploads/documento/37cf4400e9be155b.pdf

Banco Interamericano de Desarrollo [BID] (2019). *Informe final de ejecución Proyecto: "Uso de las Redes sociales para mejorar los resultados maternos, neonatales e infantiles en zonas rurales de Honduras"* https://socialdigital.iadb.org/sites/default/files/2020-05/Informe%20final%20Proyecto%20Redes%20170519%20diagram%20%281%29.pdf

Bernoco, M. (2023, abril 9). *Los 4 canales digitales que las empresas deberían utilizar para hacer negocios en 2023*. LinkedIn. https://www.linkedin.com/pulse/los-4-canales-digitales-que-las-empresas-deberían-utilizar-bernoco/

Bernuy, V. D. (2019). *Determinación del régimen de caudales ecológicos en el río Rímac*. https://repositorio.lamolina.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c0975969-c70a-4c6a-ad03-e0129b777483/content

Calla, L.H. (2020). *Calidad del agua en la cuenca del río Rímac 2020*. [Tesis de Magister, Universidad Mayor de San Marcos]. UNMSM-Institucional. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900917/calla_lh-libre.pdf?1530418040=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DUNIVERSIDAD_NACIONAL_MAYOR_DE_SAN_MARCOS.pdf&Expires=1731646218&Signature=Mk8kyqLhiV18WoYG1VhVFUAPZV3nZakRxHyQtl~SgA51IHgwu4aUZBH2Sp7kUQAzubx1cMe8-ud4RqQ1w1nezZVQhIhMSZl7aoeIIBdUXPJmdkb~s5kQL20dX4ppfUdXbZxjJ3nqy

NYMDmzkNdVlwdYZbhbj39w19fk9YsAuaf9VFZuioJ7NQVoqgN57vOoAiHkOSRteS~gnH2TK9v6poKvXGY79RESw1cqAvFFxvY8q9cMndODyYqzLrLtG6y9CaU8foYZ-xF~3seRuI0mzVho7LoC3-B-Kcachtn7w~yKtmKMfuP0163LbxvQNv9olmHQauOnUazQDJ6e-4zSbgg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Canvia. (s.f.). *Experiencia del usuario (UX)*. Canvia. https://www.canvia.com/experiencia-del-usuario-ux/

Del Campo Saltos, G. S., & Tenorio Manrique, R. J. (2022). *Uso de las redes sociales como herramienta de participación comunitaria en los barrios en época de pandemia.* Repositorio Institucional de la Universidad Estatal de Milagro. https://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/6326

Delgado Cabrejos, J. C., Guevara Vega, F. F., Quevedo Zambrano, C. D., Ramos Bonilla, A. Y., Rojas Llanos, M. H., & Silva León, P. A. (2021). *Contaminación del río Rímac por residuos sólidos e industriales en los últimos años* (p. 4). https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/82167883/CONTAMINACION_DEL_RIO_RIMAC_POR_RESIDUOS_SOLIDOS_E_INDUSTRIALES_EN_LOS_ULTIMOS_ANOS-libre.pdf?1647309938

Falabella Perú. (s.f.). *Blog de omnicanalidad*. https://www.falabella.com.pe/falabella-pe/page/blog-omnicanalidad

Gonzales Mejía, N. S. (2020). *El impacto de la gestión de las redes sociales de SUSALUD, 2020* [Trabajo de investigación para optar el grado académico de Bachiller]. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, Lima, Perú. https://hdl.handle.net/20.500.12727/7538

Grau Font, H. (2017, noviembre 22). *¿Qué es un canal digital? La guía definitiva*. https://www.telematel.com/blog/canal-digital-que-es/

Guzmán, B. J., & López, E. L. (2019). Redes sociales y su utilidad en la educación ambiental, promoción y divulgación informal. Horizontes. *Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, *3*(12), 249–266. https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v3i12.85

Huaman, R. H. (2019). *Diagnóstico de la presencia de microplásticos en sedimentos laterales en el rio Rímac*. https://repositorio.untels.edu.pe/jspui/handle/123456789/1262

Inter-American Development Bank. (2019). *Informe final proyecto Redes* (p. 20) [Archivo PDF]. Banco Interamericano de Desarrollo. https://socialdigital.iadb.org/sites/default/files/2020-05/Informe%20final%20Proyecto%20Redes%20170519%20diagram%20%281%29.pdf

Maco, N. K. M., & Uribe, B. J. L. F. (2022). *Diseño de un reservorio de almacenamiento de relaves mineros y su influencia en la contaminación ambiental del Río Rímac – Matucana – Lima 2022.* Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/104117/Maco_NKM-Uribe_BJLF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mailchimp. (s.f.). *¿Qué son los canales de marketing?* Mailchimp. https://mailchimp.com/es/resources/what-are-marketing-channels/

Ministerio del Ambiente. (s.f.). *Mejoramiento de la calidad del agua del río Rímac* (p. 17). Sistema de Información sobre la Calidad Ambiental. https://sinia.minam.gob.pe/sites/default/files/archivos/public/docs/NC%20Mejoramiento%20de%20la%20calidad%20del%20agua%20del%20R%C3%ADo%20R%C3%ADmac.pdf

Municipalidad de Lima. (2022). *Informe técnico sobre impacto ambiental en la ciudad de Lima*. https://smia.munlima.gob.pe/uploads/documento/37cf4400e9be155b.pdf

Quispe, C. B. (2022). *Efluentes domésticos y su incidencia en la contaminación de la calidad del río Rímac*. https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/6488/UNFV_EUPG_Quispe_Cordova_Braulio_Jesus_Maestria_2022.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Sanchez, S. M. (2019). *La contaminación ambiental del río Rímac 2019*. [Tesis de Magister, Universidad Federico Villarreal]. UFV-Institucional. https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/3301/SANCHEZ%20SANCHEZ%20MIGUEL%20ANGEL-%20MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J., Garay Ruiz, U. y Fernández Robles, B. (2021). *Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes. Tecnología, Ciencia y Educación.* 18, 99-125. https://www.tecnologia-ciencia-educacion.com/index.php/TCE/article/view/573/343

Walter Bridge. (2023, abril 17). *Canales digitales de marketing: ejemplos y cómo funcionan*. https://www.walterbridge.com/canales-digitales-marketing-ejemplos/