ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "TOULOUSE LAUTREC"

CREACIÓN DE UN PROGRAMA INTEGRAL DE INCENTIVOS A TRABAJADORES DE KIOSCOS PARA DISMINUIR LA FALTA DE HÁBITOS EN EL RECICLAJE DE DESECHOS SÓLIDOS EN LA PLAYA AGUA DULCE DEL DISTRITO DE CHORRILLOS.

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

AUTOR:

CINDY VERONICA GONZÁLES SEIJAS

https://orcid.org/0009-0002-0601-7842

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

LUCAS ERNESTO HERRERA BUSTAMANTE

https://orcid.org/0009-0007-9823-5949

Asesor:

LENY AMELIA PERCCA TREJO

https://orcid.org/0000-0002-8363-8354

ENVIO 46

ENVIO 46

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:465019080

Fecha de entrega

6 jun 2025, 2:45 p.m. GMT+2

Fecha de descarga

6 jun 2025, 2:48 p.m. GMT+2

Nombre de archivo

CINDY VERONICA GONZÁLES SEIJAS 2020254011 - LUCAS ERNESTO HERRERA BUSTAMANTE 20192....pdf

Tamaño de archivo

590.0 KB

46 Páginas

11.129 Palabras

62.630 Caracteres

17% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

15% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
9% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Lima - Perú

2025

Resumen del Trabajo de Investigación

El presente estudio aborda la problemática de la falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos en la playa Agua Dulce, en el distrito de Chorrillos. Para abordar esta situación, se creó un programa integral de incentivos que busca fomentar prácticas sostenibles y mejorar la gestión de residuos en la zona.

La metodología empleada se fundamentó en el modelo Toulouse Thinking, compuesto por cuatro etapas: investigar, idear, validar y transferir. Para el desarrollo de soluciones efectivas, se utilizaron herramientas como el Mapa de Actores y el Lienzo de Propuesta de Valor. El programa contempló la implementación de prototipos de contenedores inteligentes, la creación de membresías para kiosqueros y un sistema de incentivos para motivar el reciclaje entre los bañistas. Además, se establecieron alianzas estratégicas con empresas para asegurar financiamiento y ampliar el impacto de la iniciativa.

Los kiosqueros fueron los principales beneficiarios, ya que accedieron a herramientas que facilitaron la gestión de residuos y mejoraron sus condiciones laborales. A su vez, los bañistas y la comunidad local obtuvieron un entorno más limpio y una experiencia de recreación más sostenible.

Los resultados evidenciaron un impacto positivo. Se instalaron prototipos de contenedores inteligentes, seis kiosqueros manifestaron su interés en participar y trece emprendimientos se comprometieron a financiar el proyecto. Además, la venta de productos sostenibles validó el interés del mercado, y la interacción con el sistema de reciclaje superó las expectativas. No obstante, se identificó la necesidad de ampliar las recompensas para atender la creciente demanda.

Palabras clave: *sostenibilidad, reciclaje, incentivos, economía circular, kiosqueros.*

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación

1. Contextualización del problema……..……..
   6
2. Justificación……..……..…..
   9
   2.1 Justificación social……..……..
   .10
   2.2 Justificación práctica……..……..
   ..11
   2.3 Justificación metodológica……..……..
   .11
3. Reto de Innovación……..…..1
   2
   3.1 Pregunta general……....1
   2

3.1.1 Preguntas específicas…….….
12
3.2 Objetivo general…….....1
3
3.2.1 Objetivos específicos…….1
3
4. Sustento teórico……...…13
4.1 Estudios previos…….…...1
3
4.2 Marco teórico…….....19
4.2.1 Creación de un programa integral de incentivos…….
….…19
4.2.1.1 Conceptualización de un programa integral de incentivos……
….….19
4.2.1.2 Características de un programa integral de incentivos……
…..…..20
4.2.1.2.1 Objetivos claros…….....
.20
4.2.1.2.2 Adaptabilidad…….…20
0
4.2.1.2.3 Establecimiento de objetivos…….
...21
4.2.1.2.4 Comunidad efectiva…….……..…2
1
4.2.1.2.5 Recompensas atractivas…….....
.22
4.2.1.3 Tipos de actividades que realiza un programa integral de ince
ntivos….22
4.2.1.3.1 Beneficios económicos…….…2
2

4.2.1.3.2 Reconocimientos públicos……...
.23
4.2.1.3.3 Capacitación y desarrollo……
.23
4.2.1.3.4 Regalos y premios……....
24
4.2.1.4 Estrategias de comunicación en redes sociales……
…...25
4.2.1.4.1 Estrategias de comunicación……..
..25
4.2.1.4.2 Redes sociales……..2
5
4.2.1.4.3 Interacción social…….
25
4.2.1.5 Importancia de crear un programa integral de incentivos……
……...26
5. Beneficiarios……...26
5.1 Directos…….…26
5.2 Indirectos…….…..27
5.2.1 Arquetipo de cliente……...
27
5.3 Cantidad de beneficiarios…….….
29
6. Modelo de negocio……..……....30
6.1 Reto……...30
6.2 Propuesta de valor…….…30
6.3 Segmento de clientes…….…31
6.4 Canales…….……31
6.5 Relación con los clientes……..
.32

6.6 Actividades clave……...32

6.7 Recursos clave……...33

6.8 Aliados clave……33

6.9 Fuentes de ingreso……33

6.10 Impacto……..34

6.11 Presupuestos……....35

7. Resultados……...37

8. Conclusiones……...39

9. Bibliografía……41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Inversión inicial* ……..
35

Tabla 2. *Inversión mensual* ..…….. 3
6

Tabla 3. *Ingresos*…….. ..……..
37

1. Contextualización del Problema

Acorde con un informe del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la reducción significativa de residuos es crucial para asegurar un futuro más sostenible. Además de destacar que la generación de residuos sólidos aumentará en un 85% para el año 2050 (United Nations Environment Programme [UNEP], 2024).

Este fenómeno global también tiene un impacto importante en Perú, donde se generan más de 8.4 millones de toneladas de desechos sólidos al año. De este total, más del 75 % son residuos biodegradables (Ministerio del Ambiente, 2024). Asimismo, el país enfrenta una grave situación con los plásticos, pues anualmente, una cantidad que oscila alrededor de las dos docenas de millones de toneladas de desechos derivados de este material terminan en cuerpos de agua como ríos y océanos (Ministerio del Ambiente, 2024).

Este problema de mala gestión de residuos se refleja de manera visible en lugares como la playa Agua Dulce, en Chorrillos, un ejemplo claro de cómo la acumulación de desechos impacta a nivel local. En Perú, se consumen alrededor de casi un millón de plásticos anualmente, y Lima Metropolitana y Callao son responsables de un aproximado de 880 toneladas de desechos plásticos por día, equivalente a casi el 50% de los residuos plásticos del país (Ministerio del Ambiente, 2024).

La contaminación por plásticos no solo afecta el entorno, sino también a la fauna marina. Se estima que para 2050, casi el 100% de las aves marinas habrán ingerido plástico, mientras que otras especies, como tortugas marinas, ya sufren las consecuencias, como se evidenció en 2018 tras el descubrimiento de una tortuga fallecida debido a la ingestión de plástico (SDPA Actualidad Ambiental, 2021).

En la playa Agua Dulce, la acumulación de plásticos como botellas y envolturas es un reflejo directo de la falta de conciencia ambiental entre los bañistas. Las entrevistas realizadas a los trabajadores de kioscos locales revelan que la cantidad de desechos se incrementa significativamente los fines de semana. Esto afecta la rentabilidad del negocio del trabajador del kiosco y deteriora el entorno de la playa. En una entrevista para RPP Noticias, uno de los trabajadores comentó que, aunque intentan educar a los bañistas sobre el uso adecuado de los tachos de basura, muchas veces las indicaciones son mal recibidas, lo que dificulta aún más mantener la playa limpia (RPP, 2024).

A partir de todo lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de Arquitectura de Interiores y Comunicación Audiovisual Multimedia, se propone dar solución al problema creando un programa integral de incentivos titulado bajo el nombre de “Ecobazar”.

Ecobazar tiene como objetivo disminuir la falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos por bañistas que acuden a la playa Agua Dulce del

distrito de Chorrillos. Este programa tiene como eje central la colaboración con los kiosqueros, quienes desempeñan un rol clave como facilitadores del reciclaje, y con los bañistas, a quienes se les motiva a adoptar prácticas sostenibles mediante un sistema de incentivos.

A continuación, se describen los elementos clave del programa, diseñados para involucrar tanto a kiosqueros como a bañistas en un esfuerzo conjunto por un entorno más limpio y sostenible.

La Membresía Ecobazar, dirigida a los kiosqueros, es el pilar principal del programa. Esta membresía tiene como objetivo empoderar a los kiosqueros como agentes de cambio ambiental, otorgándoles beneficios exclusivos que facilitan su participación activa. Entre los beneficios más destacados se encuentra el acceso a contenedores de reciclaje personalizados. Estos contenedores, ubicados junto a los kioscos, están diseñados para la separación eficiente de residuos reciclables, como botellas plásticas, y están vinculados al innovador sistema de Ecopuntos. Este sistema permite a los bañistas obtener puntos al reciclar correctamente, los cuales pueden canjear por productos sostenibles o promociones exclusivas, atrayendo así a un público más responsable a los kioscos.

Además, los kiosqueros reciben herramientas de limpieza, como guantes, escobas y bolsas reutilizables, que les facilitan mantener su área limpia y organizada. Estas herramientas, provistas sin costo adicional, reducen la carga económica que implica adquirir implementos por cuenta propia y ayudan

a evitar reprimendas por parte de la municipalidad. Para reforzar su identidad como aliados de la sostenibilidad, los kiosqueros también cuentan con un distintivo visual oficial, que se coloca en la fachada de su kiosco. Este distintivo no solo destaca su compromiso ambiental, sino que también les permite atraer a bañistas interesados en apoyar el programa. Finalmente, la membresía incluye acceso a descuentos exclusivos con proveedores y marcas sostenibles, ayudándoles a reducir sus costos operativos e incentivando su participación activa.

Complementando esta estrategia, Ecobazar implementa contenedores generales distribuidos estratégicamente en la playa. Estos contenedores permiten almacenar los residuos recolectados por los kiosqueros y cuentan con espacios destinados a publicidad para marcas aliadas. Al alquilar estos espacios publicitarios, las marcas no solo posicionan su imagen como social y ambientalmente responsables, sino que también contribuyen al financiamiento y expansión del programa.

Para los bañistas, Ecobazar ofrece el Programa de Ecopuntos, una iniciativa innovadora que recompensa las acciones sostenibles. Los bañistas pueden acumular Ecopuntos al reciclar botellas plásticas en los contenedores junto a los kioscos o al comprar productos sostenibles dentro del programa. Estos puntos pueden canjearse por productos fabricados a partir del plástico reciclado recolectado en la playa, como botellas reutilizables o bolsas e

cológicas. Este sistema fomenta el consumo responsable y refuerza el compro miso de los usuarios con la sostenibilidad.

El Módulo Oficial de Ecobazar, ubicado en la playa, sirve como el pun to principal de venta y canje de productos sostenibles. En este espacio, lo s bañistas podrán canjear sus eco-puntos recolectados en los contenedores i nteligentes.

Para garantizar un alcance más amplio, Ecobazar contará con una plata forma de ventas online. Esta herramienta permite que los productos sostenib les estén disponibles durante todo el año, facilitando el acceso tanto a ba ñistas locales como a personas de otras regiones interesadas en apoyar el p rograma.

Por último, Ecobazar extiende su impacto a eventos mediante una membr esía personalizada para organizadores de eventos sostenibles. Esta versión del programa incluye contenedores de reciclaje, herramientas de limpieza y publicidad en las redes sociales de Ecobazar. Esto asegura una adecuada ges tión de residuos durante eventos de alta afluencia y mantiene la visibilida d del programa a lo largo del año.

Finalmente, se concluye que Ecobazar es una solución integral diseñad a para fomentar el reciclaje en la playa Agua Dulce mediante la participaci ón activa de los kiosqueros y bañistas. Su enfoque innovador combina la imp lementación de contenedores especializados, un sistema de Ecopuntos, la ven ta de productos sostenibles, y colaboraciones estratégicas con marcas y eve

ntos. Este programa no solo busca reducir los residuos plásticos y mejorar la gestión ambiental, sino también promover un efecto positivo en la comuni dad local, fomentando un cambio cultural hacia la sostenibilidad.

2. Justificación

La presente investigación se centra en abordar una problemática que a fecta a la población que visita la playa Agua Dulce de Chorrillos. A pesar de su relevancia, la contaminación por residuos sólidos en esta playa no ha sido tratada con la responsabilidad que la situación exige. Para ello se pr opone implementar una iniciativa sostenible llamada Ecobazar, enfocada en m ejorar el manejo de residuos en la playa.

2.1. Justificación social

Las consecuencias de la contaminación en la playa incluyen el riesgo de extinción de especies marinas cercanas a la costa, afectaciones a la sal ud de los bañistas, un deterioro en el aspecto del mar, y daños al ecosiste ma. Esto genera, además, una sociedad con escasos hábitos de reciclaje, lo que se traduce directamente en el incremento de la contaminación en la play a. En ese sentido, respecto a la contaminación en el mar, según el Organism o Internacional de Energía Atómica (2022), más del 75% de los agentes conta minantes que se encuentran en el entorno marino resultan de la tierra, lo c ual genera la posibilidad de deterioro en el ecosistema, así como riesgo pa

ra la salud al consumir productos alimenticios marinos afectados por la con taminación. Dada esta situación, se ha decidido centrar la investigación en los trabajadores de los kioscos de la playa Agua Dulce, en Chorrillos, ya q ue se considera que este grupo se ve especialmente afectado por los residuo s sólidos generados por los bañistas, quienes han contribuido significativa mente a los altos niveles de contaminación en esta playa.

Ecobazar es una solución que apoya directamente a los kiosqueros al p roporcionarles herramientas y recursos que facilitan la limpieza y gestión de residuos, aliviando los costos que actualmente deben asumir y mejorando sus condiciones laborales. A la vez, incentiva a los bañistas a adoptar prá cticas de reciclaje mediante un sistema de Ecopuntos, fomentando un cambio en sus hábitos y promoviendo una mayor responsabilidad ambiental. Este enfo que beneficia a toda la comunidad local, ya que la optimización en el manej o de desechos. contribuye a mantener un ecosistema marino más saludable y u na playa más limpia, generando beneficios tanto para los trabajadores de lo s kioscos como para los visitantes y el medio ambiente en general.

2.2. Justificación práctica

Esta investigación se lleva a cabo con el fin de reducir la contamina ción por residuos sólidos que generan las personas al acudir a la playa Agu a Dulce de Chorrillos. Esta problemática no solo afecta al medio ambiente, sino también a los trabajadores de los kioscos, quienes asumen costos adici

onales de limpieza. De acuerdo con un artículo de Scientia Tecnológica, la cantidad de plásticos que llega al océano supera la media docena de millone s de toneladas, y según la Procuraduría Federal del Consumidor citada en la misma revista, este flujo se triplicará para el 2040, lo que resalta la urg encia de innovar y cambiar hábitos (2024).

La propuesta Ecobazar tiene como objetivo transformar la playa Agua D ulce en un espacio más limpio y sostenible al empoderar a los kiosqueros. L os trabajadores se beneficiarán al reducir costos de limpieza, mientras los bañistas adoptarán hábitos responsables, contribuyendo a la conservación de l entorno. Esto generará un impacto positivo a largo plazo, fomentando un c ambio de comportamiento y preservando el medio ambiente.

2.3. Justificación metodológica

Con el propósito de encontrar una solución innovadora para nuestra pr oblemática, se optó por aplicar la metodología **Toulouse Thinking**. Esta meto dología, dividida en cuatro fases: Investigar, Idear, Validar y Transferir, facilita de manera creativa y colaborativa el análisis del problema, la ide ntificación de actores y variables, el descubrimiento de insights, y la pla nificación de soluciones y mejoras.

En paralelo, se utilizó la **herramienta del Lienzo Interpretar**, que pe rmitió obtener una visión completa de la información y establecer las conex iones necesarias para definir hallazgos explicativos del problema, las pers

onas y su contexto. También se usó la **herramienta del Mapa de Actores**, que permite identificar, analizar y gestionar de manera efectiva a las partes i nteresadas. Esto mejora la interrelación entre los actores, previene confli ctos y facilita la toma de decisiones estratégicas. A su vez, el **Lienzo de Propuesta de Valor** fue una herramienta adicional dentro del proceso, que pe rmite diseñar, evaluar y comunicar de manera clara y concisa cómo nuestra o ferta crea valor para nuestro arquetipo, ayudando a sumar ganancias y mitig ar dolores. Finalmente, se utilizó el **Customer Journey Map** para narrar los momentos clave de nuestra propuesta de valor desde la experiencia del arque tipo.

3. Reto de innovación

Falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos en la playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

3.1. Pregunta general:

¿De qué manera se podría mejorar la falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos en la playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos?

3.1.1. Preguntas específicas:

P1: ¿Qué actividades deberían llevarse a cabo para crear un programa integral de incentivos para disminuir la falta de hábitos en el reciclaje d e desechos sólidos en la playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos?

P2: ¿Qué recursos se necesitarían para crear un programa integral de incentivos para disminuir la falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos en la playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos?

P3: ¿Qué alianzas estratégicas serían necesarias para crear un programa integral de incentivos para disminuir la falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos en la playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos?

3.2. Objetivo general:

Crear un programa integral de incentivos para disminuir la falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos en la playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

3.2.1. Objetivos específicos:

O1: Planificar qué actividades se deberían llevar a cabo para crear un programa integral de incentivos para disminuir la falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos sólidos en la playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

O2: Determinar qué recursos se necesitarían para crear un programa integral de incentivos para disminuir la falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos en la playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

O3: Identificar qué alianzas estratégicas serían necesarias para crear un programa integral de incentivos para disminuir la falta de hábitos en el reciclaje de desechos sólidos en la playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Zamora (2024). *Ejecución del programa de incentivos y su incidencia en la calidad de gestión en la Municipalidad Provincial de Chota en los periodos 2018-2020.* Para optar el grado de Maestro en Ciencias, mención: Administración y Gerencia Pública. Universidad Nacional de Cajamarca.

El objetivo busca identificar la incidencia de cómo el programa de incentivos ha influido en la calidad de gestión en la Municipalidad Provincial de Chota en los periodos 2018-2020. Para lograr esto, se medirá el éxito del programa en cuanto a sus metas, el uso de los recursos y la calidad de la gestión. Con esta información, se propondrán cambios para mejorar la administración municipal.

Los resultados de la investigación concluyen que existe una fuerte correlación positiva entre la ejecución del programa de incentivos y la calidad de gestión de la Municipalidad Provincial de Chota, teniendo un progreso sustancial y directo en desarrollo de la gestión municipal. La ejecución del programa explica aproximadamente el 87.2% de la variación en la calidad de gestión, lo que evidencia su importancia como herramienta para alcanzar las metas municipales y mejorar la prestación de servicios.

Las conclusiones sobre el impacto del programa de incentivos en la gestión de la Municipalidad Provincial de Chota entre 2018-2020, se encontró que, en general, el programa ha tenido un alcance positivo en la calidad de

la gestión municipal. A pesar de un inicio lento en el proceso de alcanzar objetivos y la administración de recursos. Se observó una mejora sustancial hacia el 2020.

La utilidad de la tesis es demostrar que los programas de incentivos inciden positivamente en la mejora de la gestión y el cumplimiento de metas , lo cual puede aplicarse a Ecobazar como herramienta para motivar a los ki osqueros a implementar medidas ecológicas, como la reducción de desechos y el reciclaje. Los hallazgos evidencian que, con incentivos adecuados y una estructura de metas claras, es posible lograr un impacto positivo y signifi cativo en la mejora del entorno y fomentar un compromiso activo con la gest ión sostenible de la playa.

Romero (2022). *Programa de incentivos y su incidencia en la gestión m unicipal de la Municipalidad Distrital de José Manuel Quiroz, Provincia de San Marcos, periodo 2021.* Para optar el título de Contadora Pública. Univer sidad Privada del Norte.

El objetivo consiste en evaluar el alcance que tuvo el programa de incen tivos en la gestión municipal de José Manuel Quiroz, periodo 2021. Para ell o, se evaluará el impacto del cumplimiento de los objetivos establecidos en tres ejes fundamentales del desempeño municipal: recaudación tributaria, ej ecución de proyectos de inversión pública y disminución de la anemia y desn utrición. Asimismo, se indagará si el programa de incentivos actuó como cat alizador para mejorar la gestión municipal en estas áreas.

Los resultados de la investigación del Programa de Incentivos Municipales, si bien ha tenido un impacto positivo en la gestión municipal de José Manuel Quiroz, este no ha sido suficiente para alcanzar los niveles óptimos de desempeño.

Las conclusiones revelan que el programa de incentivos ha influido positivamente en la gestión municipal de José Manuel Quiroz, sobre todo en la realización de obras públicas, evidenciado por el financiamiento obtenido del Ministerio de Economía y Finanzas. Aunque el programa de incentivos ha sido efectivo en ciertas áreas, aún existen oportunidades para fortalecer su impacto en otros ámbitos de la gestión municipal.

La utilidad de la tesis es demostrar que los programas de incentivos, aunque generan un impacto positivo en la gestión municipal, requieren un enfoque integral para alcanzar niveles óptimos de desempeño. En el contexto de Ecobazar, estos hallazgos resaltan la importancia de implementar incentivos bien dirigidos que motiven tanto a los kiosqueros como a los bañistas a adoptar prácticas responsables, como la correcta y adecuada gestión de residuos y el reciclaje. Además, subraya la necesidad de fortalecer las áreas donde los resultados aún no son suficientes, asegurando que los incentivos sean efectivos para transformar de manera sostenible el comportamiento de los actores clave y el entorno de la playa.

Carreño (2021). *Sistema de incentivos basado en la evaluación de desempeño para colaboradores de una empresa industrial del sector alimenticio.* Para optar el grado de Magíster en Talento Humano. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador.

El objetivo consiste en desarrollar un sistema de incentivos ligado a la evaluación del desempeño para los empleados de una empresa alimentaria. Para ello, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de los sistemas de recompensas actuales, evaluando su impacto en el bienestar, la productividad y la percepción de los trabajadores. Además, se evaluará la efectividad de los reconocimientos actuales y la viabilidad económica de implementar un nuevo sistema. Por último, diseñar un plan de incentivos que sea justo, atractivo y que contribuya a un mejor clima laboral y a alcanzar los objetivos de la empresa.

Los resultados de la investigación han sido positivos, indicando un fuerte interés por parte de los colaboradores en contar con un sistema de recompensas basado en el desempeño. Esta iniciativa generaría una sinergia positiva, al permitir que tanto la empresa como los trabajadores puedan lograr sus objetivos de manera más eficaz.

Las conclusiones revelan que la implementación de un sistema de incentivos ligado al desempeño ha sido valorada positivamente por todos los colaboradores. Se estima que esta iniciativa no solo impulsaría la productividad individual, sino que también favorecería un clima organizacional más diná

mico y orientado a la mejora continua, en línea con los principios que rige n la empresa.

La utilidad de la tesis es evidenciar que un sistema de incentivos basado en la evaluación de desempeño puede mejorar significativamente la productividad y el clima organizacional, generando un espacio más optimizado y dinámico. Aplicado a Ecobazar, estos hallazgos resaltan la importancia de implementar un sistema de recompensas justo y atractivo que motive a los kioskeros y bañistas a participar activamente en la correcta gestión de residuos y reciclaje. Además, permite alinear los objetivos del programa con las necesidades y expectativas de los actores involucrados, fomentando un compromiso continuo y sostenible hacia una playa más limpia y organizada.

Córdova (2021). *Diseño de un sistema de incentivos para mejorar el desempeño laboral del Call Center BCP - Trujillo - 2019.* Para optar por el título de Licenciada en Administración. Universidad Nacional de Trujillo.

El objetivo consiste en diseñar un sistema de incentivos para estimular la productividad de los empleados del Call Center BCP en Trujillo. Para ello, se efectuará un análisis minucioso de la situación actual de los incentivos y del desempeño de los colaboradores. Se planteará un nuevo sistema de incentivos y se evaluará su repercusión en la productividad. Por otra parte, se vinculará directamente los incentivos implantados con la mejora en el desempeño laboral de los empleados.

Los resultados de la investigación revelan un incremento significativo de más del 26% en el desempeño del personal del Call Center, gracias a la implementación del nuevo sistema de incentivos.

Las conclusiones demuestran una relación directa y sólida entre los incentivos laborales y el desempeño de los empleados. Al implementar un nuevo sistema de incentivos, se observó un incremento de productividad, respaldado por un coeficiente de correlación de aproximadamente un 88%.

La utilidad de la tesis radica en evidenciar la relación directa entre un sistema de incentivos y la mejora del desempeño, demostrando que su implementación puede generar un incremento notable en la productividad y motivación de los colaboradores. Este enfoque puede aplicarse en Ecobazar para diseñar un sistema de incentivos que motive a los kiosqueros y bañistas a participar activamente en prácticas sostenibles, como la recolección de residuos y el reciclaje. Al vincular recompensas tangibles con acciones responsables, se podría fomentar un cambio de comportamiento positivo, optimizando la gestión de residuos y fortaleciendo el compromiso ambiental de la comunidad. Esto no solo beneficia el entorno, sino que también genera un alcance positivo en la percepción y experiencia de los visitantes.

Ccorisapra (2019). *Programas de incentivos y compromiso organizacional en los trabajadores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Andahuaylas, Apurímac, 2019.* Para optar por el título de Licenciado en Administración de Empresas. Universidad Nacional José María Arguedas.

El objetivo consiste en la correlación entre los incentivos otorgados y el grado de compromiso del personal de la Caja Municipal de Ahorro y Créd ito Cusco. Para lograrlo, se analizará cómo los diferentes tipos de incenti vos (económicos y no económicos) influyen en los distintos niveles de compr omiso (afectivo, normativo y de continuidad) de los trabajadores.

Los resultados de la investigación demostraron una relación positiva moderada, con un alto nivel de confianza estadística, entre los incentivos implementados y el nivel de compromiso de los empleados de la entidad. Este hallazgo resultó ser estadísticamente significativo.

Las conclusiones sobre los incentivos tienen un efecto positivo en la vinculación de los trabajadores con la organización, lo que podría traducir se en una mejora en la productividad y en la retención del talento.

La utilidad de la tesis se centra en demostrar que los programas de i ncentivos, tanto monetarios como no monetarios, contribuyen significativame nte a aumentar el compromiso organizacional de los colaboradores, lo que se traduce en una mejora en su desempeño y una menor rotación de personal. Apl icando este enfoque a Ecobazar, se podría diseñar un programa de incentivos que fortalezca el compromiso de los kiosqueros y bañistas con la sostenibil idad y el cuidado de la playa. Al ofrecer incentivos atractivos y alineados con las necesidades del contexto, se podría generar un mayor sentido de per tenencia y responsabilidad, logrando que las acciones de limpieza y recicla je sean constantes y efectivas. Esto no solo impulsaría la participación ac

tiva de los actores clave, sino que también consolidaría la permanencia y é xito del proyecto a largo plazo.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Creación de un programa integral de incentivos

Es el proceso de diseñar y ejecutar un sistema de recompensas que bus ca motivar y estimular a los empleados a alcanzar objetivos específicos de la empresa u organización. Este sistema va más allá de los simples aumentos salariales, ya que busca reconocer y premiar los logros individuales y cole ctivos, consiguiendo así un alineamiento entre los objetivos de los emplead os y los de la empresa.

4.2.1.1. Conceptualización de un programa integral de incentivos

Orjuela et al. (2020). A través de este programa de incentivos, busca mos reconocer y motivar a los empleados que sobresalen, promoviendo así una cultura de trabajo en equipo, calidad y productividad.

Un programa integral de incentivos es un conjunto de estrategias dise ñadas a medida para motivar y recompensar a los empleados de una organizaci ón, alineando sus objetivos personales con los de la empresa. Es un sistema dinámico y flexible que evoluciona junto con las necesidades y los logros d e la compañía y sus colaboradores. Es una acción que reconoce el valor de l as personas, puesto que, al diseñar y ejecutar un programa efectivo, las em

presas pueden crear un gran ambiente de trabajo más motivador, mejorar la p roductividad y lograr un mayor éxito a largo plazo.

4.2.1.2. Características de un programa integral de incentivos

4.2.1.2.1. Objetivos claros

Ramos (2020). Establecer objetivos claros y específicos es el primer paso para conseguir el éxito en las redes sociales. Al definir metas medibl es y alineadas a la estrategia general, ofrece una visión clara del impacto de las campañas, permitiendo ajustar las estrategias y optimizar la asignac ión de recursos. Sin una guía clara, es difícil medir el retorno de la inve rsión y optimizar nuestros esfuerzos en los canales sociales. Además, los o bjetivos permiten adaptar estrategias a las necesidades cambiantes del merc ado y garantizar que siempre estemos trabajando hacia nuestros objetivos fi nales.

Por ello, en un programa de incentivos es fundamental contar con una estructura de objetivos claros y alcanzables para que los empleados puedan obtener los mejores resultados, pudiendo así comprometerse y mejorar los pr ocesos de trabajo e incrementar su productividad. Para lograrlo, es necesar io una adecuada planificación basada en respuestas a preguntas clave, lo qu e es indispensable para alcanzar los objetivos. Estos objetivos sirven como un faro que indica hacia dónde se dirige la empresa y cómo los empleados y/ o colaboradores pueden contribuir a alcanzar esa dirección.

4.2.1.2.2. Adaptabilidad

Olis (2019). Adaptabilidad es la capacidad de ajustarse a nuevas situ aciones o condiciones. Esta cualidad, estrechamente ligada a la flexibilida d, elasticidad y tolerancia, implica la habilidad de un individuo u objeto para cambiar y volver a su estado original cuando sea necesario. Es por ell o, que la adaptabilidad en un programa integral de incentivos es su capacid ad para evolucionar y ajustarse a las constantes transformaciones del entor no. Un programa de incentivos efectivo debe ajustarse a las nuevas metas, t ecnologías y necesidades de la organización. Esta flexibilidad permite que los incentivos sigan siendo motivadores y relevantes para los empleados, al ineándose con los objetivos estratégicos de la empresa. Desde la modificaci ón de métricas de desempeño hasta la introducción de nuevos incentivos, la adaptabilidad garantiza que el programa se mantenga vigente y asegure la vi abilidad y rentabilidad futura de la empresa.

4.2.1.2.3. Establecimiento de objetivos

Moreno (2022). Establecer objetivos es fundamental para el éxito. Est os nos permiten tener un control más preciso de nuestras acciones y aumenta n significativamente las posibilidades de tomar decisiones acertadas. Al es tablecer metas claras, podemos enfocar nuestros esfuerzos, formular estrate gias efectivas, evaluar resultados y generar una mayor coordinación y organ

ización. Además, los objetivos nos ayudan a priorizar tareas, reducir la in certidumbre y generar confianza en todo el equipo.

Por lo que, al establecer objetivos concretos, cuantificables, realiz ables, pertinentes y con fecha límite, garantiza que el programa esté aline ado con las metas estratégicas de la organización. Estos objetivos pueden v ariar desde aumentar la productividad y la calidad, hasta minimizar costos o mejorar la experiencia del usuario. Un objetivo bien definido proporciona un marco de referencia para medir el éxito del programa y permite realizar ajustes si es necesario.

4.2.1.2.4. Comunicación efectiva

Vilca et al. (2021). La comunicación efectiva es un proceso que impli ca tanto escuchar como emitir mensajes. La empatía juega un papel crucial a l interpretar las necesidades del receptor. Al considerar todos estos facto res, las empresas pueden establecer una comunicación más rica y significati va con sus públicos.

Una buena y adecuada comunicación efectiva es la clave para garantiza r el éxito. Implica transmitir de manera clara, concisa y oportuna toda la información relevante sobre el programa a las personas. Desde los objetivos del programa hasta las reglas de participación y los criterios de evaluació n, cada detalle debe ser comunicado de forma que todos lo entiendan y se si entan motivados a participar. Una comunicación efectiva no solo genera clar idad, sino que también fomenta la transparencia y la confianza entre la emp

resa y sus colaboradores. Al mantener a los empleados informados y comprometidos, se aumenta la probabilidad de cumplimiento de los objetivos del programa y generar los resultados esperados.

4.2.1.2.5. Recompensas atractivas

Chanduví (2020). La recompensa es la gratificación o retribución que se recibe como reconocimiento por realizar una tarea de manera bien elaborada. Representa una realización positiva que valida el desempeño laboral de una persona, destacando el esfuerzo y la calidad del trabajo realizado. Esta retribución puede adoptar diversas formas, como un reconocimiento formal, un incentivo económico o cualquier otra manifestación de aprecio. En resumen, la recompensa es un reflejo directo del esfuerzo y dedicación puestos en la labor, y sirve como estímulo para futuros logros, promoviendo un ambiente de motivación.

Las recompensas atractivas en un programa de incentivos son aquellas que logran captar la atención y motivar a los participantes a alcanzar los objetivos establecidos. Estas recompensas van más allá de lo simplemente funcional y buscan generar un impacto emocional y psicológico positivo en el individuo.

4.2.1.3. Tipos de actividades que realiza un programa integral de incentivos

4.2.1.3.1. Beneficios económicos

Portal (2021). Los beneficios económicos son aquellas recompensas materiales que las empresas ofrecen a sus empleados con el fin de reconocer y motivar su desempeño. Estos beneficios pueden incluir salarios competitivos, bonos, comisiones, incentivos por productividad y otros pagos adicionales que buscan mejorar la calidad de vida de los empleados para aumentar su productividad y lealtad con la organización. En el marco de las investigaciones sobre factores que influyen en el desempeño organizacional, los beneficios económicos emergen como un elemento clave para explicar las variaciones en la productividad y el compromiso de los trabajadores.

4.2.1.3.2. Reconocimientos públicos

Parrales et al. (2022). El reconocimiento público es una forma de destacar y valorar los logros o esfuerzos de una persona frente a un grupo, ya sea en un entorno laboral, académico o social. Este tipo de reconocimiento tiene como objetivo reforzar la autoestima y motivación del individuo al hacer visibles sus contribuciones ante sus pares o superiores. Puede manifestarse a través de menciones en reuniones, premios, publicaciones en redes sociales, o incluso en eventos organizados para resaltar los méritos de los colaboradores. Además, el reconocimiento público fomenta un ambiente positivo, inspirando a otros y promoviendo una cultura basada en el aprecio y el mérito.

4.2.1.3.3. Capacitación y desarrollo

Aguirre (2021). La capacitación laboral es un proceso clave que consiste en proporcionar conocimientos, habilidades y competencias necesarias para que los trabajadores puedan desempeñarse de manera más efectiva en sus funciones. Este proceso beneficia tanto a la empresa como a los empleados, al mejorar la calidad del trabajo y fomentar el desarrollo personal. Según un estudio realizado en una institución pública en Lima, 2021, existe una relación directa entre la capacitación y el desempeño laboral. Los empleados capacitados son más competentes y contribuyen de manera más efectiva al logro de los objetivos organizacionales.

La investigación reveló que la capacitación fortalece las competencias individuales y fomenta un ambiente de trabajo más dinámico y motivador. Además, los resultados demostraron que los programas de capacitación bien diseñados no solo benefician a las organizaciones al aumentar su productividad, sino que también generan un impacto significativo en el desarrollo integral del trabajador, mejorando su desempeño, confianza y satisfacción laboral.

4.2.1.3.4. Regalos y premios

Artunduaga (2021). Los regalos son una herramienta poderosa para motivar y reconocer a los empleados. Al ofrecer incentivos como cenas, viajes o entradas a eventos, las empresas pueden despertar el deseo de superación en sus colaboradores. Un caso de éxito en el sector de los aceites demostró que los regalos pueden ser un factor determinante para mejorar la puntualidad

y, por ende, la productividad. Sin embargo, para que los regalos sean realm ente efectivos, es fundamental personalizarlos y adaptarlos a los intereses de cada empleado. De esta manera, se logra un impacto mucho mayor en la mot ivación y el compromiso.

Por otro lado, según Miniguano (2020) los premios como incentivos mat eriales son fundamentales para motivar al personal. Al ofrecer recompensas tangibles como dinero, premios o productos, las empresas reconocen y valora n los logros de sus colaboradores. Estas gratificaciones no sólo satisfacen necesidades inmediatas, sino que también fomentan un mayor compromiso y lea ltad hacia la organización. Además, pueden servir como un estímulo para que los empleados se esfuercen por alcanzar objetivos más ambiciosos.

4.2.1.4. Estrategias de comunicación en redes sociales

4.2.1.4.1. Estrategias de comunicación

Nieto & Pedreschi (2022). Una estrategia de comunicación dentro de la s redes sociales es un conjunto de acciones planificadas para utilizar esta s plataformas con el fin de promover una marca, producto o servicio. Su obj etivo principal es interactuar con la audiencia, generar confianza y establ ecer una comunicación fluida y transparente entre la empresa y sus clientes . Las estrategias incluyen el uso de contenido atractivo, como publicacione s, imágenes y videos, que permiten aumentar la visibilidad de la marca y al canzar a un público más amplio. También buscan mejorar las ventas de manera

gratuita y efectiva, al mismo tiempo que facilitan la conexión con el públi co objetivo, expandiendo el alcance de la marca.

4.2.1.4.2. Redes sociales

Blasco (2021). Las redes sociales son plataformas digitales diseñadas para fomentar la comunicación instantánea y el intercambio de información e ideas entre personas, así como para crear comunidades en línea. Estas herra mientas permiten a los usuarios conectarse, compartir contenido y formar re laciones con otros.

4.2.1.4.3. Interacción social

Gozálvez & Cortijo (2023). La interacción social en las redes sociale s se refiere al intercambio de comunicación, ideas y emociones entre los us uarios en plataformas digitales. Estas interacciones no solo permiten conec tar a las personas, sino que también facilitan la creación de comunidades g lobales en un entorno mediático interconectado y diverso. En un mundo digit al, la interacción social trasciende las barreras geográficas, promoviendo una estructura comunicativa reticular que fomenta el diálogo intercultural y el intercambio de perspectivas.

Desde un enfoque educativo y ético, la interacción social establecida a través de internet, plantea la necesidad de desarrollar capacidades cívic as que permitan un uso responsable y constructivo de estas herramientas. Es to incluye fomentar la ciudadanía mediática para abordar usos éticamente cu

estionables y explotar el potencial de las redes sociales como espacios de aprendizaje, empoderamiento ciudadano y desarrollo humano. Así, la interacción social en redes no solo conecta personas, sino que también contribuye a construir un ethos democrático en un entorno globalizado.

4.2.1.5. Importancia de crear un programa integral de incentivos

Diseñar un programa integral de incentivos como Ecobazar resulta crucial para combatir la contaminación por residuos sólidos en la playa Agua Dulce. Este proyecto busca promover una cultura de sostenibilidad mediante la participación activa de kiosqueros y bañistas, generando impactos significativos en la reducción de desechos plásticos y la conservación del entorno natural.

El valor de este enfoque reside en su capacidad para fomentar hábitos responsables a través de recompensas concretas, como los Ecopuntos, que incentivan a los bañistas a reciclar y adoptar comportamientos más sostenibles .

5. Beneficiarios

5.1 Directos

El programa integral de incentivos está enfocado a los trabajadores de kioscos de la playa Agua Dulce, pertenecientes al nivel socioeconómico C-D, con edades entre 40 y 60 años. Este grupo, que busca apoyo para gestionar la labor de limpieza que realizan a diario, se beneficiará de un sistema

de incentivos y membresías diseñado para facilitar su tarea. El objetivo pr incipal es reducir la contaminación por plásticos en las playas y reducir l a falta de hábitos de reciclaje, promoviendo un entorno más limpio y sosten ible.

5.2 Indirectos

Los beneficiarios indirectos del programa integral de incentivos incl uyen a los bañistas del distrito y de zonas cercanas, quienes, independient emente de su nivel socioeconómico, desean disfrutar de una mejor experienci a en la playa y contribuir a su mejora. Además, las empresas y emprendimien tos aliados al programa también se benefician, ya que obtienen promoción y publicidad a cambio de su apoyo financiero, lo que les brinda reconocimient o como agentes de cambio y aumenta su visibilidad ante el público.

5.2.1 Arquetipo de cliente

Los beneficiarios principales de Ecobazar son los trabajadores de kio scos en la playa Agua Dulce, Chorrillos, especialmente entre 40 y 60 años. Dependen de sus kioscos como fuente de ingresos y están comprometidos con l a limpieza de sus espacios, tanto por responsabilidad como por regulaciones municipales. Sin embargo, enfrentan problemas como la acumulación de residu os, falta de herramientas adecuadas y escasa conciencia de los bañistas sob re el cuidado ambiental. A pesar de su disposición, muchos se sienten frust rados por la falta de apoyo, lo que puede desmotivarlos. Buscan iniciativas

que promuevan un entorno más sostenible y les ofrezcan beneficios concretos , como herramientas, descuentos o ingresos adicionales, fortaleciendo su ro l en la transformación ambiental de la playa.

Carlos López es un hombre de 40 años que trabaja como kiosquero en la playa Agua Dulce, en Chorrillos. Su kiosco es su principal fuente de ingres os, la cual sustenta a su familia. Es una persona proactiva y comprometida, que no solo se dedica a su negocio, sino también al cuidado de la playa. Pa ra él, la limpieza y el orden de su espacio de trabajo son cruciales, tanto por responsabilidad personal como por las normas impuestas por la municipal idad.

A pesar de su dedicación, se enfrenta a grandes desafíos vinculados c on la acumulación de residuos sólidos en la playa, especialmente los plásti cos. Este problema lo afecta directamente, ya que le corresponde a él recog er los residuos que los bañistas dejan atrás. Aunque invierte dinero propio en herramientas como escobas, guantes y bolsas para la limpieza, este gasto adicional, tanto financiero como emocional, lo desmotiva. Además, las repri mendas que recibe debido a la acumulación de desechos le generan ansiedad, y la carencia de respaldo por parte de las autoridades locales lo hace sent ir impotente.

Carlos mantiene una perspectiva optimista, convencido de que con esfu erzo y colaboración se pueden generar cambios positivos. No obstante, tambi én es consciente de que no todos comparten su visión, lo que le genera frus

tración ante la falta de consideración de algunos bañistas, quienes no valoran la belleza de la playa ni asumen la responsabilidad de sus acciones.

Finalmente, busca más apoyo para mejorar su entorno. Desea recibir recursos y herramientas que le permitan mantener su espacio limpio de manera más eficiente. También espera que los bañistas mejoren sus hábitos de limpieza y se involucren activamente en el cuidado de la playa. Su objetivo es convertir Agua Dulce en un lugar limpio y agradable tanto para los visitantes como para quienes trabajan allí.

Los arquetipos se elaboraron con base en la información obtenida a partir de los marcos de investigación, junto con los datos obtenidos mediante entrevistas, encuestas y el Mapa de Actores, que se estructuró en tres secciones:

Sección 1 - Centrales: Esta parte describe al sector objetivo, los trabajadores de kioscos de 40 a 60 años, principales afectados por la problemática, ya que deben limpiar la playa por orden municipal sin apoyo y enfrentan la falta de hábitos de reciclaje de los bañistas. Serán los principales receptores de los beneficios de la solución propuesta.

Sección 2 - Directos: En esta sección se detallan las personas que están más directamente involucradas y forman parte del ámbito laboral de los trabajadores de kioscos. Encontramos a los bañistas, turistas, vecinos, Mun

icipalidad de Chorrillos, empresas organizadoras de eventos en la playa y v endedores ambulantes (sin licencia).

Sección 3 - Indirectos: En esta sección se incluyen las organizacione s públicas y privadas, que no tienen un contacto tan cercano con el actor c entral, pero mantienen una relación en cuanto a la regulación y promoción d e la gestión ambiental. Tales como el Organismo de Evaluación y Fiscalizaci ón Ambiental (OEFA), el Ministerio del Ambiente, empresas privatizadoras y los medios de comunicación actúan como reguladores y promotores de concienc ia ambiental.

5.3 Cantidad de beneficiarios

El presente proyecto está dirigido a los trabajadores de kioscos de l a playa Agua Dulce, en Chorrillos, con edades entre 40 y 60 años (aproximad amente 25 trabajadores). Fueron escogidos debido a que, según la investigac ión realizada, son quienes más se ven afectados por el problema en comparac ión con otros grupos. Con el fin de promover el reciclaje y la sostenibilid ad en la playa Agua Dulce, Ecobazar busca reducir la falta de hábitos en el manejo adecuado de residuos sólidos entre los bañistas. Además, se espera e mpoderar a los kiosqueros como agentes de cambio ambiental y brindarles her ramientas para facilitar la separación y recolección de desechos reciclable s. Este programa también tiene como objetivo concientizar sobre el impacto

de la contaminación plástica y fomentar un cambio cultural hacia prácticas responsables.

6. Modelo de Negocio

6.1 Reto

Para fomentar hábitos de reciclaje y reducir los residuos plásticos e n la playa Agua Dulce, Ecobazar organizará talleres prácticos y proporciona rá material educativo a los kiosqueros sobre el manejo eficiente de desecho s. También ofrecerá recursos como contenedores personalizados, kits de limp ieza y herramientas para facilitar su participación. Además, contará con un sistema de incentivos, como los Ecopuntos, que recompensará a los bañistas por su compromiso. Las alianzas con marcas podrían ayudar a reducir los cos tos operativos. Por último, los kiosqueros actuarán como promotores del rec iclaje entre los bañistas y participarán en eventos como limpiezas conjunta s.

6.2 Propuesta de valor

Ecobazar ofrece una propuesta de valor que busca convertir a los trab ajadores de kioscos en agentes clave de la sostenibilidad, reduciendo la pr esencia de residuos plásticos en la playa Agua Dulce, Chorrillos. A través de una membresía exclusiva, los kiosqueros obtienen beneficios como la redu cción de costos de limpieza, mejora en la imagen y entorno de trabajo, mayo

r visibilidad y un incremento en sus ventas, empoderandose como agentes de cambio ambiental. Para los bañistas, Ecobazar implementa un sistema de Ecop untos que recompensa el reciclaje, ofreciendo incentivos, una experiencia m ás agradable y facilidad para disponer residuos. Este enfoque integral incl uye infraestructura accesible, servicios innovadores y la promoción de hábi tos sostenibles, fomentando la conciencia ambiental en toda la comunidad.

6.3 Segmento de clientes

Ecobazar se dirige a dos segmentos principales de clientes: los kiosq ueros y los bañistas. Los kiosqueros, con edades entre 40 y 50 años y perte necientes al NSE C - D en Lima, Perú, enfrentan desafíos en la limpieza y g estión de residuos, asumiendo por sí mismos los costos y esfuerzos asociado s. Por otro lado, los bañistas, de 18 a 25 años y pertenecientes a los NSE C y B, buscan un sistema de reciclaje accesible y fácil de usar, que les pe rmita reciclar sin esfuerzo adicional mientras disfrutan de un ambiente lim pio y agradable en la playa.

6.4 Canales

Los canales de Ecobazar están diseñados para conectar a kiosqueros y bañistas con nuestra iniciativa sostenible. El módulo oficial Ecobazar, sit uado en la playa, será el principal punto de encuentro presencial, donde lo s bañistas podrán canjear sus Ecopuntos por productos sostenibles o adquiri rlos directamente. Como complemento, la página Web Ecobazar servirá como pl

ataforma virtual para que los kiosqueros puedan renovar sus membresías, gestionar Ecopuntos y acceder a un catálogo de productos sostenibles. Asimismo, los contenedores Ecobazar, colocados junto a los kioscos en playas, ferias y eventos, ofrecerán a los bañistas una forma práctica de reciclar y acumular Ecopuntos. Adicionalmente, el servicio de delivery asegurará la distribución rápida y eficiente de los productos obtenidos mediante la página Web. Finalmente, las redes sociales servirán como un vía para la difusión de la propuesta de Ecobazar, además de redirigir a los usuarios hacia otros canales, como la página Web y el módulo oficial en la playa.

6.5 Relación con los clientes

Ecobazar se basará en un enfoque integral y personalizado que combina atención presencial y virtual. Para los kiosqueros, ofreceremos asesoría continua presencial para resolver dudas sobre la membresía y garantizar una experiencia óptima. Además, contaremos con un sistema automatizado en la página Web, donde un algoritmo recomendará productos sostenibles acorde a los gustos y requerimientos de cada cliente. El soporte para dudas, reclamaciones y consultas estará disponible a través de la página Web, correo electrónico y líneas telefónicas, asegurando respuestas rápidas y eficientes. Asimismo, en el módulo oficial Ecobazar en la playa se brindará atención personalizada para consultas, canjes y compras. Por último, nuestras redes sociales dentro de la relación con clientes funcionarán como un espacio para interactuar directamente, responder preguntas, recibir feedback vía comentarios

en posts y fortalecer el vínculo con la comunidad. Serán un punto de contac to inicial para los nuevos usuarios, consolidando el compromiso con los val ores de Ecobazar.

6.6 Actividades clave

Entre las actividades clave de Ecobazar estará la producción y coloca ción de contenedores en ubicaciones estratégicas, junto con el diseño, impl ementación y operación del módulo oficial en la playa, el distintivo visual y los productos sostenibles que formarán parte del programa. También desarr ollaremos y optimizaremos continuamente la página Web Ecobazar, que permiti rá a los usuarios gestionar sus Ecopuntos, realizar canjes y adquirir produ ctos de manera sencilla. Asimismo, coordinaremos la logística con servicios de reparto como Cabify, Olva Courier y Shalom, para garantizar la entrega e ficiente de productos sostenibles. Plantearemos tácticas de marketing y pro moción para promover el proyecto, además de adquirir las herramientas de li mpieza como parte de los elementos que conformarán la membresía Ecobazar, t anto para los kioscos como para eventos.

6.7 Recursos clave

Los recursos clave del proyecto Ecobazar incluyen la infraestructura necesaria para instalar contenedores de reciclaje personalizados y generale s en la playa, junto con herramientas de limpieza para los kiosqueros, como guantes y bolsas reutilizables. Además, se requiere una plataforma digital funcional para gestionar el sistema de puntos, las membresías y la venta de

productos sostenibles. Otro recurso esencial es el equipo humano que se encargará de las operaciones, promoción y alianzas estratégicas con marcas responsables, quienes apoyarán con financiamiento y visibilidad.

6.8 Aliados clave

Entre los aliados claves más importantes se encuentran marcas reconocidas en diversos sectores, tales como: Tauros Burgers, especializada en comida; Merienda de Hielo, dedicada a la ropa; La Pixorella, enfocada en tejidos estilo crochet; Cokat, con su oferta de chocolates; La Chispa, productora de velas aromáticas; Almarella Del, experta en velas artesanales; Greycy, destacada heladería; El Arrozal Campo Real del Arroz, especializada en arroz; La Pájara Gourmet, dedicada a la repostería; Nueve Cero Seis SAC, especializada en seguridad preventiva; La Gerbera Floristería, dedicada a la venta de flores y regalos en general; y Misha Tostaduría de Café y Cafetería, las cuales apoyarán económicamente la realización de este proyecto.

6.9 Fuentes de ingresos

Las principales fuentes de ingresos de Ecobazar provienen de las membresías mensuales para kioscos, que incluyen beneficios exclusivos como contenedores personalizados, herramientas de limpieza y descuentos con proveedores sostenibles, convirtiéndolos en el eje económico del programa. Además, se generan ingresos secundarios a través de la venta de productos fabricados con plástico reciclado, disponibles en módulos físicos y en una plataform

a online. También se aprovechan los espacios publicitarios en contenedores y módulos para marcas sostenibles, así como las donaciones voluntarias real izadas por los bañistas mediante un sistema de código QR. Finalmente, se ob tienen ingresos adicionales mediante colaboraciones en eventos sostenibles, ofreciendo servicios de gestión de residuos y promoción en redes sociales.

6.10 Impacto

Con este proyecto, lograremos generar un impacto social profundo al f omentar la concientización y la formación de hábitos sostenibles entre los bañistas y los kiosqueros, promoviendo así una cultura de respeto y respons abilidad hacia el medio ambiente. Este proceso facilitará la creación de un a comunidad más consciente sobre la relevancia de preservar los recursos na turales, lo que resultará en un aumento de la calidad de vida y trabajo de todos los involucrados. Además, se logrará un impacto económico significati vo, ya que los kiosqueros verán un aumento en la rentabilidad de sus negoci os, derivado de un entorno más limpio y agradable, lo que atraerá a más vis itantes y turistas que disfrutarán de un espacio libre de contaminación. Es ta mejora no solo potenciará la economía local, sino que también fortalecer á la identidad del lugar como destino turístico responsable y sostenible. F inalmente, se alcanzará un impacto ambiental crucial, al reducir considerab lemente la cantidad de residuos plásticos que terminan en la playa y en el mar, lo que contribuirá a la conservación de la biodiversidad marina y al b ienestar de las especies que habitan estos ecosistemas. En conjunto, estas

medidas contribuirán de manera sustancial a resolver los desafíos planteados en el reto inicial, favoreciendo tanto el progreso económico y social como la protección del entorno natural, creando así un círculo virtuoso de sostenibilidad que beneficiará a todos.

6.11 Presupuestos

Tabla 1. *Inversión inicial*

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Contenedor estándar inteligente	5	UND	S/ 1,500.00	S/ 7,500.00
2	Contenedor grande intelegente	2	UND	S/ 3,000.00	S/ 6,000.00
3	Distintivo visual	5	UND	S/ 100.00	S/ 500.00
4	Kit de herramientas para trabajadores de kioscos	5	UND	S/ 75.00	S/ 375.00
5	Productos sostenibles (canjear y/o vender)	500	UND	S/ 8.90	S/ 4,450.00
6	Creación y optimización del sitio Web	1	UND	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00
7	Personal de línea de atención y soporte	1	UND	S/ 1,025.00	S/ 1,025.00
8	Personal en Módulo Ecobazar	1	UND	S/ 1,025.00	S/ 1,025.00
9	Espacio de alquiler (almacén)	1	UND	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
10	Servicio de recolección de residuos	30	DÍAS	S/ 100.00	S/ 3,000.00

11	Módulo de venta Ecobazar	1	UND	S/ 400.00	S/ 400.00
12	Transporte de los contenedores estándar a la playa	1	DÍA	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
13	Transporte de los productos sostenibles al almacén	1	DÍA	S/ 15.00	S/ 15.00
14	Transporte de los productos sostenibles al módulo	1	DÍA	S/ 25.00	S/ 25.00
				TOTAL	**S/ 37,015.00**

Tabla 2. *Gastos mensuales*

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Productos sostenibles (canjear y/o vender)	50	UND	S/ 89.00	S/ 4,450.00
2	Mantenimiento a los contenedores	7	UND	S/ 200.00	S/ 1,400.00
3	Optimización y mantenimiento de la página Web	1	UND	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
4	Personal de línea de atención y soporte	1	UND	S/ 1,025.00	S/ 1,025.00
5	Personal en Módulo Ecobazar	1	UND	S/ 1,025.00	S/ 1,025.00
6	Espacio de alquiler (almacén)	1	UND	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
7	Servicio de recolección de residuos	30	DÍAS	S/ 100.00	S/ 3,000.00
8	Transporte de los contenedores grandes a los eventos	1	DÍA	S/ 400.00	S/ 400.00
9	Transporte de los productos sostenibles al almacén	1	DÍA	S/ 15.00	S/ 15.00
10	Transporte de los productos sostenibles al módulo	1	DÍA	S/ 25.00	S/ 25.00
11	Herramientas publicitarias (Instagram)	30	DÍAS	S/ 8.33	S/ 250.00
12	Diseñador gráfico freelance (contenido en Instagram)	1	UND	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
				TOTAL	S/ 16,090.00

Tabla 3. *Ingresos*

Ítem	Descripción de recursos	Costo unitario	Estimado total de unidades vendidas por mes	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado trimestral
1	Membresía Ecobazar para kioscos	S/ 10.00	5	S/ 50.00	S/ 150.00
2	Membresía Ecobazar para eventos	S/ 1,500.00	2	S/ 3,000.00	S/ 9,000.00
3	Bolsas de notex - productos a la venta	S/ 8.00	300	S/ 2,400.00	S/ 7,200.00
4	Mochilas de notex (3 modelos) - productos a la venta	S/ 15.00	300	S/ 4,500.00	S/ 13,500.00
5	Porta Laptop de fibra pet - productos a la venta	S/ 50.00	50	S/ 2,500.00	S/ 7,500.00
6	Bolsos de fibra pet - productos a la venta	S/ 150.00	50	S/ 7,500.00	S/ 22,500.00
7	Porta Tablet de fibra pet - productos a la venta	S/ 30.00	50	S/ 1,500.00	S/ 4,500.00
				TOTAL	S/ 64,350.00

7. Resultados

El reto de innovación se concretó de forma satisfactoria, logrando av ances significativos en disminuir la falta de hábitos de reciclaje en la pl aya Agua Dulce de Chorrillos. A través de Ecobazar, se desarrollaron protot ipos de contenedores inteligentes, un sistema de recompensas y la venta de productos sostenibles elaborados con plástico reciclado, fomentando la econ omía circular y el efecto favorable en la comunidad local.

La validación del modelo se logró mediante la membresía de Ecobazar, con seis kiosqueros firmando formularios de interés, y la validación de ali ados comerciales, con el compromiso de 10 emprendimientos en financiar el p royecto. También se fabricaron bolsas de notex para validar el interés de l os usuarios en productos sostenibles, logrando el 50% de las ventas del sto ck fabricado, mientras que las redes sociales superaron los 100 seguidores, ampliando la visibilidad de la marca. Sin embargo, algunos aspectos mostrar on áreas de mejora. En la validación de la propuesta de valor, durante el e xperimento para probar la interacción de los bañistas con el prototipo de c ontenedor, los resultados fueron positivos, pero la demanda de recompensas superó el stock disponible. Esto evidenció la necesidad de ampliar y divers ificar los incentivos, así como ofrecer más alternativas de productos soste nibles.

Los resultados obtenidos se deben a los experimentos realizados para la validación directa con los kiosqueros y bañistas, a través de actividade

s específicas que permitieron probar y ajustar el modelo de Ecobazar. Duran te este proceso, se presentaron prototipos de los contenedores inteligentes y productos sostenibles, como las bolsas de notex, lo que permitió a los pa rticipantes interactuar con el sistema, como el reciclaje de botellas, la v enta y el canje de recompensas. Estas interacciones generaron valiosas opin iones e ideas que fueron cruciales para comprender las necesidades reales y realizar mejoras en aspectos clave del proyecto.

8. Conclusiones

Se concluyó que el programa Ecobazar logró reducir la acumulación de residuos sólidos en la playa Agua Dulce mediante un enfoque integral que in cluyó validaciones con kiosqueros y bañistas. Se firmaron formularios de in terés con seis kiosqueros, quienes participaron activamente en el programa, y se implementaron experimentos con bañistas utilizando contenedores inteli gentes, lo que resultó en una alta interacción y demanda de recompensas sos tenibles. Estos resultados demostraron que el sistema de incentivos es una herramienta eficaz para fomentar hábitos responsables y mejorar la gestión ambiental.

Como segunda conclusión, se planificó que las actividades clave neces arias son la creación de contenedores inteligentes, la adquisición de herra

mientas de limpieza y el desarrollo de una plataforma digital para gestiona r el sistema de Ecopuntos. Estas acciones fueron fundamentales para estruct urar el programa e incentivar la participación.

En tercer lugar, se determinó que los recursos necesarios para EcoBaz ar incluyen materiales sostenibles, una plataforma web para gestionar Ecopu ntos, software de gestión logística, herramientas de análisis publicitario y espacios de almacenamiento. Estos recursos son esenciales para un modelo eficiente y sostenible.

Finalmente, se identificó que las alianzas estratégicas clave para in iciar el proyecto serían con marcas locales interesadas en iniciativas sost enibles, a cambio de beneficios como publicidad en los contenedores. Estas alianzas son cruciales para asegurar la financiación y expandir el alcance del proyecto.

En síntesis, Ecobazar es un claro ejemplo de cómo la colaboración ent re kiosqueros, bañistas y otros actores puede transformar la gestión de res iduos en las playas, con el objetivo de reducir los residuos plásticos que, al dejarse en la playa, llegan al mar, afectando el ecosistema marino. El p royecto no solo fomenta hábitos sostenibles, sino que también crea una comu nidad más consciente y responsable con el medio ambiente. Además, mejora el entorno de los kioscos, lo que atrae a más turistas y aumenta la rentabilid ad de los kiosqueros. Este enfoque integral, que genera beneficios ambienta

les, sociales y económicos, posiciona a Ecobazar como un modelo escalable y replicable para promover comunidades más sostenibles.

9. Bibliografía

Actualidad Ambiental. (18 de septiembre de 2024). Perú: el 46% de residuos sólidos hallados en playas son plásticos. https://www.actualidadambiental.pe/peru-el-46-de-residuos-solidos-hallados-en-playas-son-plasticos/

Aguilar, J. (2024). Investigación multidisciplinaria de Ingenierías. *Scientia Tecnológica. 1*(1), 1-56. https://revista.scientiatecnologica.com.mx/index.php/inicio/issue/view/1/5

Aguirre, M.I. (2021). *Capacitación y productividad laboral en la oficina de Administración de una institución pública, Lima, 2021.* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67912/Aguirre_JMI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ángeles, C. M., Barrios, J. A., Benito, J., Dionicio, D. A., Huamán, M., Muñoz, V. I., Ñacari, E. M. y Ojeda, M. L. (2022). *La contaminación en la playa de Agua Dulce.* [Informe, Universidad César Vallejo]. https://es.scribd.com/document/573242103/LA-CONTAMINACION-DE-LA-PLAYA-DE-AGUA-DULCE

Ayarza, R. F. (2023). *Evaluación de la calidad de las aguas marinas y su relación con las fuentes de contaminación en las Playas Turísticas de O*

cucaje, Ica. [Tesis de Título Profesional, Universidad Nacional San Luis Gonzaga]. Repositorio UNICA. https://hdl.handle.net/20.500.13028/5757

Ayma, D. (2 de enero de 2024). ¡El colmo! Playas Agua Dulce y Los Yuyos lucen llenas de basura tras la visita de bañistas en Año Nuevo. *RPP Noticias.* https://rpp.pe/lima/actualidad/playas-agua-dulce-y-los-yuyos-lucen-llenas-de-basura-tras-la-visita-de-banistas-en-ano-nuevo-noticia-1525082

Carrera, S. E., Guamán, M., Valarezo, V. E. S. y Rojas, L. V. (2025). Estrategias para fomentar hábitos sostenibles desde temprana edad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 6*(1). 386-396. https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3345

Chanduví, S. M. (2020). *Clima organizacional y el desempeño laboral de los trabajadores del establecimiento de salud Bellavista de la Unión - Sechura 2019.* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40072/Chanduv%c3%ad_MSM-SD.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Díaz, F. P., Valverde, G. K., Fernandez, J. W. y Sarco, R. M. (2022) *Smart Trash, contenedores inteligentes de segregación para mejorar los hábitos de reciclaje.* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica

del Perú]. Repositorio Académico PUCP. https://repositorio.pucp.edu.pe/items/577bc185-6520-4161-b36e-23ff73d54473

González, V. y Cortijo, G. (2023). *Desarrollo humano y redes sociales en sociedades digitales.* Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador. https://sophia.ups.edu.ec/index.php/sophia/article/view/6625

Heras, F. (2023). La educación ambiental y los estilos de vida sostenibles. *Ecosistemas, 32*(especial):2470. 1-6. https://doi.org/10.7818/ECOS.2470

Jaén-Rodriguez, C., Luna-Pacompea, N., Juárez-Laguna, F., Alvariño, L. y Iannacone, J. (2024). Caracterización de microplásticos en Thaisella chocolata de un puerto del sur peruano. *Revista Veterinaria, 35*(2). 86-92. https://doi.org/10.30972/vet.3527868

Márquez, D. L., Hernández, A., Márquez, L. H. y Casas, M. (2021). La educación ambiental: evolución conceptual y metodológica hacia los objetivos del desarrollo sostenible. *Revista Universidad y Sociedad, 13*(2). 301-310. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000200301&lng=es&nrm=iso

Martínez, E. C. (2023). Sensibilización sostenible en la universidad: análisis del programa Reciclos en la Universidad Complutense de Madrid. *Re*

vista Sinergias, 8(3). 101-122. https://sinergiaseducativas.mx.consultorioampuero.com/index.php/revista/article/view/420/1035

Ministerio del Ambiente. (2024, 16 de mayo). *Más de 148 500 toneladas de residuos sólidos municipales son valorizados en el país*. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/955458-mas-de-148-500-toneladas-de-residuos-solidos-municipales-son-valorizados-en-el-pais

Ministerio del Ambiente. (2024, 21 de marzo). *Problemática.* Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/58443-problematica

Moreno, B. (2022). *Aplicación práctica de los objetivos empresariales y toma de decisiones.* Fundación Universitaria del Área Andina. https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/fafe7b03-99dd-4cdb-87c2-1a25c7f5338c/content

Nieto, O. M. y Pedreschi, R. J. (2022). Las redes sociales como estrategia de marketing en las pequeñas y medianas empresas del distrito de Agua dulce, provincia de Coclé, Panamá. *Visión Antataura. 5*(2). https://portal.amelica.org/ameli/journal/225/2253026008/html/

Oceana. (2024, 24 de septiembre). *¿Es realmente posible lograr un mar peruano sin plásticos?* https://peru.oceana.org/blog/es-realmente-posible-un-mar-peruano-sin-plasticos/

Olis, I. M., Galindo, O. J. y Reyes, G. E. (2019). Gestión, adaptabilidad y resiliencia, factores clave en el proceso de reorganización en el medio ambiente empresarial colombiano. *Revista Espacios, 40*(6). 1-15. https://revistaespacios.com/a19v40n06/a19v40n06p02.pdf

Ormaza, J. E., Neira, M. L., Giler, L. V. y Quevedo, J. O. (2020). Máquina bio-recicladora de plástico pet: un emprendimiento viable. Caso Azogues - Ecuador. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 22*(2). 395-409. https://doi.org/10.36390/telos222.11

Parrales, J. E., Villao, J. M. y Pisco, G. E. (2022). Motivación laboral como herramienta eficaz para el mejor desarrollo de las organizaciones. Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional dentro de una empresa. *Revista Científica, 8*(1). 177-186. https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2565/5762

Portal, C. N. (2020). *Incentivos laborales y desempeño organizacional en los trabajadores de la empresa Inversiones Turísticas Molokai, distrito de San Isidro, Lima 2020.* [Tesis de Título Profesional, Universidad C

ésar Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73074/Portal_CCN-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Povea, F. y García, A. (2025). Análisis y propuestas de estrategias de logística inversa para el aprovechamiento de plásticos residuales. *Causalidad, 1*(1). 41-54. https://doi.org/10.70929/caui3.v1i1.2tfkbq32

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (28 de febrero de 2024). El mundo debe superar la era de los desechos y convertirlos en recursos: Informe de la ONU. https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/el-mundo-debe-superar-la-era-de-los-desechos-y

Ramos, J. (2020). *El plan de social media marketing para empresas.* Verlag GD Publishing Ltd. & Co KG. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Y-oOEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=qu%C3%A9+es+tener+un+objetivo+claro&ots=Ff9z-brZE5&sig=eGc2pnVBjRaiP4aLIq45L9oRZuM#v=onepage&q&f=false

Ricaldi, M. A. (2024). *Diseño de un robot autónomo para la limpieza de áreas de 100m x 40m de playa de arena.* [Tesis de Título Profesional, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Académico PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/items/d4a3b3bf-db5f-4b96-92ed-ccca6c6bc2da

Roca, A. I. y Yagual, E. L. (2024). *Hábitos de los moradores del barrio Bal lenita Bahía del Mar sobre la conservación ambiental, 2024.* [Tesis de Título Profesional, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Re positorio UPSE. https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12647

Vera, C. A. (2021). *Diseño de un sistema de contenedores inteligentes para mejorar la recolección de residuos sólidos domiciliarios en el distri to de San Martín de Porres.* [Tesis de Título Profesional, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. https://r epositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656265

Vilca, A. L., De La Cruz, M. E., Vilca, M. E. y Loo, A.C. (2021). Influenci a de la comunicación interna en el clima organizacional dentro de una empresa. *Revista Sciéndo, 24*(3). 147-153. https://doi.org/10.17268/sc iendo.2021.018