**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA**

**"TOULOUSE LAUTREC"**

# Implementación de un programa motivacional para disminuir la acumulación de residuos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del mercado San Francisco en Villa María del Triunfo.

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

**AUTOR:**

**GIOVANNI GIANNI LAVADO ACOSTA**

**(https://orcid.org/0009-0000-4458-4990)**

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Diseño y Gestión de Modas

**AUTOR:**

**JOHANNA GESABEL MORI PÉREZ**

**(https://orcid.org/0009-0009-5865-7885)**

**Asesor:**

**LENY AMELIA PERCCA TREJO**

**(https://orcid.org/0000-0002-8363-8354)**

Lima-Perú

**Año 2025**

# LAVADO ACOSTA GIOVANNI GIANNI 2020256596 - MORI P%C3%89REZ JOHANNA GESABEL 2018136977-1.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

## Document Details

**Submission ID**
trn:oid:::11391:440278321

**Submission Date**
Mar 17, 2025, 6:06 PM GMT-5

**Download Date**
Mar 17, 2025, 7:16 PM GMT-5

**File Name**
LAVADO ACOSTA GIOVANNI GIANNI 2020256596 - MORI PÉREZ JOHANNA GESABEL 2018136977-1.docx

**File Size**
1.7 MB

39 Pages

8,064 Words

47,626 Characters

# 15% Overall Similarity

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

## Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

## Top Sources

14% Internet sources
5% Publications
8% 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 trabajo se planteó la iniciativa, que tuvo como objetivo implementar un programa motivacional para reducir significativamente los desechos en el mercado San Francisco ubicado en el distrito de Villa María del Triunfo, La metodología utilizada se basó en un análisis exhaustivo de la realidad actual del mercado, identificando los principales desafíos relacionados con la generación de residuos. Se realizaron encuestas iniciales, se validó dos prototipos de diseño de contenedores y también se validaron los talleres informativos con un grupo piloto lo que permitió comprender lo que realimente necesitan los vendedores. Los beneficiarios directos del proyecto fueron los comerciantes y las personas cercanas al mercado San Francisco. Esta iniciativa buscó no solo reducir significativamente la cantidad de residuos, sino que también fomente una cultura de conciencia entre los comerciantes y la comunidad. El programa colaboración de botellas y su colocación en contenedores específicos con incentivos monetarios para los participantes. Además, en cada uno de los contenedores se incluyó un código QR que permitió una mejor gestión de incentivos según la colaboración activa de los usuarios.

Entre los resultados se encuentran la colaboración la empresa de reciclaje Recicla Lurín y la investigación de los documentos requeridos solicitar los permisos en la municipalidad del distrito. Finalmente, se elaboró un presupuesto detallado, el cual incluye un plan financiero inicial y mensual, proyectando un retorno de inversión en un plazo razonable gracias a los ahorros de manejo de residuos y los ingresos generados por la venta por el reciclaje. El proyecto logró contribuir a la reducción de residuos plásticos y promover prácticas sostenibles entre los vendedore y la comunidad.


***Palabras clave***: Sostenibilidad, Reducción de residuos, Reciclaje, Gestión ambiental

## Tabla de contenido


Resumen del Trabajo de Investigación 2
Tabla de contenido 3
1. Contextualización del Problema 6
2. Justificación 7
2.1 Justificación social 7
2.2 Justificación práctica 8
2.3 Justificación metodológica 9
3. Reto de innovación 9
3.1 Pregunta general: 9
3.2 Preguntas específicas: 10
4. Objetivo General: 10
4.1 Objetivos Específicos: 10
5. Sustento Teórico 11
5.1 Estudios previos 11
5.1.1 Antecedentes 11
6. Marco teórico 15
6.1 Creación de un programa motivacional 15
6.2 Conceptualización de un programa motivación 15
6.3 Características del programa de motivación 16
6.3.1 Enfoque en la educación y concienciación ambiental 16
6.3.2 Infraestructura adecuada para la gestión de residuos 16
6.3.3 Monitoreo y evaluación del programa 16
6.3.4 Sostenibilidad y escalabilidad 16
6.3.5 Objetivo del programa 17
6.3.6 Usuario 17
6.3.7 Taller informativo 17
6.3.8 Sistema de incentivo 18
6.4 Estrategia de difusión 19
6.5 Interacción social 19
6.6 Relevancia, pertinencia y empatía 19
6.7 Feedback y Retroalimentación 20
6.8 Uso Adecuado de Medios y Canales 20
6.9 Importancia de crear un programa de motivación 20

7. Beneficiarios 21
7.1 Directos 21
7.2 Indirectos 21
7.3 Mapa de Actores: 21
7.4 Cantidad de beneficiarios: 22
8. Modelo de Negocio (Business Model Canvas) 22
8.1 Reto 22
8.2 Propuesta de valor 22
8.3 Segmento de clientes 23
8.4 Canales 23
8.5 Actividades clave 23
8.6 Recursos clave 23
8.7 Aliados clave 24
8.8 Fuentes de ingresos 24
8.9 Impacto 24
9. Presupuestos 25
10. Resultados 27
11. Conclusiones 29
12. Bibliografía 31
13. Anexos 36

**Índice de Tablas**

Tabla 1 – Inversión Inicial 26
Tabla 2- Gastos Mensuales 27
Tabla 3. Ingresos 27

## 1. Contextualización del Problema

En el Perú se pudieron contar casi 9 millones de toneladas de residuos sólidos solo en el 2023 (Ministerio del Ambiente [MINAM], 2024). En la misión de depreciar el efecto negativo que puede ocasionar la gestión ineficaz de los residuos aparece el ciudadano como actor crucial para hacer viable cualquier sistema de limpieza impulsado por alguna autoridad (Melgarejo, 2021). Para este desempeño es necesario contar con cierto grado de cultura ambiental.

La ausencia de conciencia en relación al manejo de residuos, influye significativamente en la sostenibilidad ambiental y la salud pública. Factores como la educación, el empleo y las prácticas culturales limitan la adopción de hábitos responsables (Larraín, 2024). Esta problemática se refleja en la baja tasa de reciclaje y en el impacto negativo que tiene la acumulación de desechos en el entorno. Es necesario promover una cultura ambiental que fomente un compromiso activo de los ciudadanos en el manejo adecuado de los residuos.

El distrito de Villa María del Triunfo se ha caracterizado por plásticos y residuos amontonados en las calles sin consideración de los momentos marcados por las autoridades para el recojo de estas. En total el distrito cuenta con 64 mercados formales pero que acumula a su alrededor una gran cantidad de clientes y vendedores ambulantes (Alcaldía de Villa María del Triunfo, 2020). El Mercado San Francisco se encuentra en esta situación y tanto los transeúntes como los vendedores se ven perjudicados por el estado de las calles respecto a los residuos.

A partir de todo lo desarrollado anteriormente y partiendo de las carreras de Comunicación Audiovisual Multimedia, Publicidad y Marketing Digital, Diseño y Gestión de Moda, se propone brindar una solución al problema con la creación de un programa que mejore la

gestión de residuos sólidos y los motive, consiste en la implementación de programas motivacionales que abarcan el dictado de talleres informativos a los grupos de comerciantes ambulantes y residentes, lo que se busca con estos talleres es crear una mayor conciencia en la sociedad que está expuesta al problema, estos, se dictaran al inicio de la jornada laboral y tendrá lugar un día a la semana, adicional a ello, el taller se implementará a las afueras del mercado ,adicional a ello , se implementarán contenedores herméticos de gran capacidad, para el uso de los vendedores y residentes que se encuentran alrededor del mercado, estos estarán ubicados en puntos específicos, como esquinas y lugares accesibles al tránsito peatonal; para la utilización de dichos contenedores, se sumarán incentivos monetarios para los usuarios que utilicen de manera correcta los contenedores, y finalmente implementaremos un programa de valorización de productos de reciclaje el cual, contaremos con la colaboración de empresas de reciclaje que adquirirán estos materiales para su procesamiento y se generaran ingresos a partir de la venta de estos.

Finalmente se concluye que la ejecución de un programa motivacional representa una buena solución para enfrentar situación crítica del exceso de basura en el mercado San Francisco. Esta iniciativa promoverá el manejo responsable de los residuos y permitirá promover una buena educación ambiental ya que, con la implementación de contenedores, diversos talleres de ayuda e información y la colaboración de empresas estratégicas para el manejo de los desechos se podrá contribuir a mejorar las condiciones del mercado, creando y garantizando un entorno más limpio, beneficiando a la comunidad.

## 2. Justificación

La investigación en cuestión, aborda la problemática de acumulación de basura en las calles del mercado San Francisco, una situación que afecta a la comunidad local y que ha sido atendido debidamente, comprometiendo la salud de la comunidad. Por ello, se plantea

fomentar el hábito de conciencia ambiental, implementando contenedores y estableciendo alianzas con empresas de reciclaje y compostaje.

### 2.1 Justificación social

Disfrutar de un ambiente óptimo es un derecho fundamental. Por lo que es deber de las autoridades y ciudadanos preservarlo para gozarlo en conjunto de forma responsable. Se conoce que los residuos sólidos son adversos al cuidado del ambiente y del bienestar personal **(**Álvarez, 2023**)**. A razón de esto, se arraiga a cada parte de la sociedad embarcarse de forma ardua en la tarea de mejorar su gestión y así evitar que las consecuencias negativas de su presencia en exceso afecten a los ciudadanos.

Según el Ministerio del Ambiente (MINAM) y el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA), se identificaron 92 distritos en todo el país que necesitan desarrollar estrategias para mejorar el manejo de residuos sólidos y los servicios de limpieza. Entre estos distritos se encuentra Villa María del Triunfo, lo que significa que no cuenta con un servicio de limpieza y recolección de basura que cubra el 100% de su área.

Por esta razón, se proponen implementar un programa motivacional que puedan alterar la realidad de la gestión de residuos en los alrededores del Mercado San Francisco de Villa María del Triunfo. Beneficiando a la sociedad con una mejora en la exposición constante que tienen a estos.

### 2.2 Justificación práctica

Desde el enfoque de la sostenibilidad, es notorio que dos de sus pilares fundamentales están siendo gravemente afectados: el medio ambiente y la sociedad. Mientras tanto, la economía, si no se toman medidas urgentes, comenzará a mostrar una inestabilidad cada vez más evidente, y sólo entonces habrá conciencia del tiempo perdido. Por esta razón, el programa se centra principalmente en implementar un plan de acción para el manejo de

residuos orgánicos e inorgánicos. Esto permitirá equilibrar los ejes de la sostenibilidad, mejorando el medio ambiente y brindando educación y conciencia ambiental a los comerciantes ambulantes y residentes del mercado. Además, se busca generar ingresos a través de diversas alternativas que aprovechen los residuos producidos, destinando un porcentaje de estos beneficios para ellos.

### 2.3 Justificación metodológica

Con el objetivo de obtener soluciones innovadoras para nuestro problema se ha seleccionado la metodología Toulouse Thinking, que con sus herramientas nos ayudará en la recolección de ideas creativas y que cumplan con las necesidades de nuestro usuario. También utilizamos las siguientes herramientas:

Una de las primeras fue el mapa de actores, que nos ayudó a priorizar cuáles son nuestros actores principales, secundarios y terciarios, así logramos saber quiénes son nuestros usuarios esenciales. Así mismo logramos definir nuestro mapa de arquetipos aquí nosotros identificamos los dolores, quiénes son y qué piensan, por lo tanto, tener una perspectiva correcta sobre las necesidades de nuestro usuario, otro es la propuesta de valor, seleccionamos nuestro principal arquetipo, cuales son lo principales dolores, para luego generar una producto o servicio, en el cual logre resolver una necesidad y cuenta con un recolectada en nuestra investigación, nuestros principales hallazgos y insight, que nos ayudan a plantear nuestro reto de diseño, por último, tenemos la herramienta de modelo de negocios canva, aquí podemos identificar cómo será el modelo de negocios de nuestro producto o servicio, como cuales son nuestros recursos claves, gastos, flujo de ingresos, canales, actividades claves, alianzas, relación con clientes, segmento de cliente y finalmente nuestra propuesta de valor. valor diferencial, además en brief de diseño colocamos toda la información

## 3. Reto de innovación

Acumulación de desechos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del Mercado San Francisco en Villa María del Triunfo.

### 3.1 Pregunta general:

¿De qué manera se podría ayudar a disminuir la acumulación de residuos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del Mercado San Francisco en Villa María del Triunfo?

### 3.2 Preguntas específicas:

**P1**. ¿Qué recursos económicos se necesitaría para implementar programas motivacionales para disminuir la acumulación de desechos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del Mercado San Francisco en Villa María del Triunfo?

**P2**. ¿Qué tipo de actividades podrían implementarse en programas motivacionales para disminuir la acumulación de residuos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del Mercado San Francisco en Villa María del Triunfo

**P3.** ¿Qué tan efectivo sería implementar un programa motivacional para disminuir la acumulación de desechos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del Mercado San Francisco en Villa María del Triunfo?

## 4. Objetivo General:

Implementar un programa motivacional para disminuir la acumulación de residuos plásticos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del Mercado San Francisco en Villa María del Triunfo.

### 4.1 Objetivos Específicos:

O1: Determinar que recursos económicos se necesitan para implementar en el programa motivacional para disminuir la acumulación de desechos producidos por

vendedores ambulantes de los alrededores del mercado San Francisco en Villa María del Triunfo.

O2: Definir qué tipo de actividades podrían implementarse en el programa motivacional para disminuir la acumulación de residuos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del mercado San Francisco en Villa María del Triunfo.

O3: Evaluar qué tan efectivo sería implementar programas motivacionales para disminuir la acumulación de desechos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del mercado San Francisco en Villa María del Triunfo.

## 5. Sustento Teórico

### 5.1 Estudios previos

#### 5.1.1 Antecedentes

Guevara (2024) desarrolló su tesis titulada *Implementación de un programa de motivación empresarial para mejorar la satisfacción laboral en colaboradores de un grupo de boticas - Jaén* para obtener el grado académico de maestra en Gestión del Talento Humano, en Universidad Señor de Sipán.

Se enfocó en analizar cómo la felicidad y positividad pueden afectar el desarrollo óptimo de los colaboradores dentro de la cadena de boticas Inkafarma de Jaén.

La conclusión del autor fue alcanzar las tendencias históricas del proceso de motivación laboral en relación con la satisfacción laboral y su evolución en el tiempo. Además, se pudo planificar un programa que mejore la satisfacción dentro del centro de trabajo del grupo de botica Inkafarma en Jaén. El programa de 5 fases tuvo enfoques basados en el salario, estabilidad laboral y ascensos.

La utilidad de la tesis yace en el desarrollo de un marco teórico que brinda sustento a la hipótesis de que los incentivos, son importantes para la óptima ejecución de actividades laborales.

LAGOS, (2021) en su tesis "*El programa de incentivos municipales y su incidencia en la gestión de la municipalidad distrital de Tambillo de la Provincia de Huamanga Región Ayacucho*" publicado para la obtención del grado académico de Maestro en Administración con mención en Gestión Pública en la UNIVERSIDAD Enrique Guzmán y Valle sostiene como parte de su investigación que el plan de incentivos (PpR) buscan impulsar el avance y la sostenibilidad en el entorno impulsando a las municipalidades a mejorar constantemente su administración, estas recompensas o también llamados incentivos son fondos destinados a las municipalidad con el objetivo de alcanzar metas en un plazo definido.

Una de estas herramientas importantes para llevar a cabo este plan se encuentra en el mejoramiento de servicios públicos para la comunidad.

Considerando esta información acerca del programa de incentivos (PpR) el cual el responsable directo es la municipalidad, consideremos que esta información recopilada resulta valiosa para nuestro proyecto, ya que implementaremos un plan similar a nuestro enfoque el cual está relacionado a el programa de incentivos para los comerciantes, analizando las herramientas como mejora constante e implementación de estructuras para el uso de la comunidad, consideramos que maximizará el impacto positivo en el entorno.

Quiroz (2024) en su tesis *Programa de desarrollo motivacional para el desempeño laboral en una municipalidad provincial de la Región de Cajamarca* para obtener el grado académico de Maestra en Gestión Pública, en la Universidad César Vallejo

El propósito del estudio fue desarrollar un programa motivacional que ayude a mejorar el desempeño laboral de una municipalidad en Cajamarca.

La conclusión del autor fue que los factores externos influyen en el actuar de los trabajadores teniendo así niveles de productividad bajos. Además, que no existe un grupo de trabajadores que no se vean influenciados debido a motivaciones externas

La utilidad del trabajo es la de comprobar la relación entre factores externos y niveles de productividad.

Arifoğlu y Tang. (2020) en el siguiente artículo titulado Un programa de incentivos bilateral para coordinar la cadena de suministro de vacunas contra la influenza. Apunta a implementar un programa de incentivos económicos para promover la vacunación, obteniendo resultados positivos en el aumento de personas para recibir la vacuna, logrando óptimo social, para repartir el mayor beneficio para las personas. Este artículo ayuda cómo podemos utilizar los incentivos.

Ling, et al., (2021) desarrolló su artículo *titulado Influencias socio-contextuales en la participación pública en programas de incentivos a la separación de residuos domésticos volumen*, describe que su principal objetivo de investigación fueron 3 factores, primero socio-contextual elementales, segundo el contexto del programa y tercero las redes sociales de vecinos que afectó la participación del público, busco encontrar que las influencias sociales y los incentivos financieros ayudaría a mejorar la internación de reciclaje incentivado. Los resultados concluyeron que 95% en intervalos de confianza con los participantes, respaldando los 3 factores que se presentaron y que los incentivos financieros son populares y que tiene que estar ligados a su contexto social.

Esta investigación nos ayuda a comprender cómo los incentivos tienen que estar vinculados con el entorno de nuestro usuario.

Vidarte y Colmenares (2020) realizaron una investigación llamada *Basura Cero. Gestión de residuos sólidos urbanos en México*, en la que analizaron la educación ambiental como una estrategia fundamental para mejorar la gestión de los residuos sólidos urbanos. Su estudio se centró en el programa *Basura Cero*, ideando su implementación en la Ciudad de México con el objetivo de reducir la generación de desechos y fomentar una economía circular.

La metodología usada fue de tipo documental y cualitativa, basada en una revisión bibliográfica profunda sobre la problemática de los residuos urbanos en México. Dentro de sus hallazgos, las autoras llegaron a la conclusión que la educación ambiental y la concienciación ciudadana son elementos indispensables para lograr un cambio en los practicas de consumo y optimizar la gestión de desechos. Además, destacaron la necesidad de políticas públicas más eficientes y la participación activa de la sociedad para lograr una reducción efectiva de los desechos.

hallazgos pueden ser útiles para analizar la viabilidad de implementar modelos similares en otras regiones y contextos urbanos

Este estudio es un antecedente es importante para la investigación, ya que ofrece un marco de referencia sobre estrategias de gestión de residuos y la importancia de la educación ambiental para la concienciación ciudadana. Asimismo, sus hallazgos pueden ser útiles para analizar la viabilidad de implementar modelos similares en otras regiones y contextos urbanos.

Abós García (2024) realizaron una investigación llamada *A motivational training program for secondary physical education teachers based on the circumplex model: a study protocol of a randomised controlled trial*. *Frontiers in Public Health,* se investigó la teoría de que la autodeterminación ayuda a la calidad de la enseñanza, los motivadores ofrecen un bien para los estudiantes y profesores a pesar que aún no hay evidencia de lo último. Este estudio busca como objetivo desarrollar un programa de formación motivacional, con la intención de mejorar el modo de enseñanza y que haya menos estilo aburrido basado en el modelo circumplejo. Se realizó el estudio con alrededor 16 docentes de educación física de grado de secundaria que fueron asignados a dos tipos de grupo experimental o de control con algunos estudiantes, después de 5 meses se obtuvo como resultado que los programas de motivación

fueron útiles para los docentes para mejorar su enseñanza. Esta investigación ayuda a nuestro proyecto a comprender cómo realizar el programa y desarrollo del taller.

Lalzuilina (2024) The Effect of Employee Motivation Program on Productivity, *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management,* volumen 8, este artículo habla del impacto de los programas motivación en el área laboral para su mejora en el desempeño laboral, agrega que los programas de motivación que agregan incentivos , visibilidad, oportunidades de desarrollo personal y profesional, tiene como resultado mejoras en el ánimos y la productividad en los empleados, también muestra que si está bien diseñado el programa crea satisfacción laboral lo que provoca una organización activa. Este artículo nos ayuda a entender la estructura y refuerza que los incentivos ayudan a las personas a hacer mejor las actividades e impulsa un mejor ánimo.

## 6. Marco teórico

### 6.1 Creación de un programa motivacional

González y Jurado, (2021) en su artículo académico, define que los programas o estrategias motivacionales sirven como herramientas para que el profesor o guía inspire a sus estudiantes a aprender en todos los aspectos; pensamientos, emociones e interacción. Estos métodos generan un aprendizaje de forma constante y dinámica, impulsando a cambios positivos buscando desarrollar el potencial humano.

Ramírez (2020) desarrolla un programa de impulso para mejorar el rendimiento en una compañía de seguridad privada, destacando la importancia de la motivación en la productividad y el rendimiento de los integrantes de la compañía.

### 6.2 Conceptualización de un programa motivación

Mora y Flores, (2022) en su tesis para título profesional describe a la motivación, en el contexto organizacional, como fundamental para mejorar el bienestar, del que resulta dependiente la producción y productividad de la misma estructura. Se determina que la

motivación refiere a mantener culturas y valores que dirijan a una óptima práctica profesional.

Torres (2021) analiza la relación entre motivación y compromiso laboral en el personal administrativo de una universidad privada en Lima.

Velásquez (2022) vincula la motivación en el entorno laboral con el desempeño que se pueda tener. Además, destaca la sensación de autorrealización como parte fundamental a la hora de identificar los niveles de productividad en un trabajador.

## 6.3 Características del programa de motivación

Un programa de motivación se define como un conjunto de estrategias y acciones diseñadas para incentivar cambios de comportamiento y mejorar el desempeño en un determinado grupo de personas. Estos programas pueden aplicarse en distintos ámbitos, como el laboral, educativo y comunitario, con el objetivo de fortalecer la participación, el compromiso y la productividad de los individuos involucrados (González y Jurado, 2021)

### 6.3.1 Enfoque en la educación y concienciación ambiental

La educación es un elemento clave en el desarrollo de nuevos hábitos. Los programas motivacionales que incluyen talleres informativos permiten la transmisión de conocimientos de manera clara y efectiva, fomentando el aprendizaje participativo y la sensibilización sobre la problemática abordada (Canchari, 2020).

### 6.3.2 Infraestructura adecuada para la gestión de residuos

La disponibilidad de herramientas y espacios adecuados influye en la efectividad del programa. Vidarte y Colmenares (2020) señalan que la implementación de contenedores de reciclaje en puntos estratégicos facilita la correcta disposición de los residuos y promueve la cultura del reciclaje.

### 6.3.3 Monitoreo y evaluación del programa

Para asegurar la sostenibilidad y el impacto del programa, es necesario aplicar mecanismos de seguimiento y medición. Quevedo (2022) explica que un sistema de monitoreo permite analizar el impacto de estrategias implementadas, identificar áreas de mejora y optimizar los resultados obtenidos.

### 6.3.4 Sostenibilidad y escalabilidad

Un programa motivacional debe ser diseñado con una visión a largo plazo, considerando alianzas estratégicas para su continuidad. De acuerdo con MINAM y OEFA (2024), la colaboración con empresas de reciclaje y la generación de ingresos a partir de materiales valorizables son factores clave para garantizar la sostenibilidad del programa

### 6.3.5 Objetivo del programa

Boris y Timerbaeva, (2024) El objetivo es el estudio de análisis de datos, conjunto de herramientas y práctica de programas, uno de los usos principales del objetivo fue que mejora el desempeño y calidad de las acciones en las personas, el método que se llevó a cabo fue diversas como metodología técnicas y algoritmo teniendo en cuenta fuentes científicas, además de conjunto de coordinación y gestión de programas y objetivos. Al final los resultados la metodología de establecimiento de objetivos logró aumentar la validez, capacidad y aptitud de las decisiones tomadas.

Niño de Guzmán, (2022) El plan que se basa en gestionar objetivos alcanzará una mejora en las tareas de los empleados dentro de la organización. Estos objetivos servirán para conectar las aspiraciones que hay dentro de la alta dirección en el actuar diario de los asalariados. Los objetivos tendrán que caracterizarse como realistas y que no desmotivan al trabajador.

### 6.3.6 Usuario

Baskerville y Myers (2023) La definición del usuario ha existido desde la década de los cincuenta en el desarrollo de la información e investigación, pero con el transcurso del tiempo, el rol de los usuarios se ha transformado considerablemente gracias a la tecnología, con el implemento de esta las personas pueden realizar diversas actividades de trabajo como personales.

### 6.3.7 Taller informativo

Canchari (2020) en su tesis de maestría se recopila información relevante acerca de los Talleres informativos de participación ciudadana (TIPC). Esta investigación señala que los Talleres informativos de Participación Ciudadana son estrategias esenciales impulsadas por autoridades del sector.

Torres (2024) rescata a los talleres informativos como ideales para alcanzar pormenores sobre un proyecto o animar a la colaboración de los miembros en la comunidad.

### 6.3.8 Sistema de incentivo

Anusha (2021) El sistema de incentivos se refiere como fusión de política, procedimientos y prácticas de recompensas, es un método de recompensas que se utiliza para motivar, incorporar una variedad de acciones. También puede integrar sentimientos positivos por la realización correcta, los incentivos pueden llegar a ser grandes motivadores que tienen influencia en la actitud de las personas, para obtener mejores resultados es mejor tener diversos sistemas de incentivos, se ha encontrado que las recompensas generan altas dosis de entusiasmo en las personas y se eleva los niveles de la motivación personal.

De acuerdo con la investigación de Pérez (2020) establece que los incentivos son una herramienta clave, definidos como recompensas que se otorgan a cambio de cumplir o superar objetivos. Estos pueden ser económico o no económico y se utilizan para mejorar los resultados y reforzar conductas deseadas como estrategias tales como bonos por productividad, premios por alcanzar metas y reconocimientos.

Gettel, et al.2021, sostiene que El Sistema de Pago de Incentivos Basado en el Mérito de 2018. De acuerdo a los registros encontrados se evaluó de acuerdo a la participación y desempeño, con esto se midió el pago que recibió cada médico, demostrando que el sistema de desempeño mejoró al final del año, ya que se divido en dos grupos uno individual y otro en grupo mostrando que el trabajo en que el segundo grupo tuvo mejor resultados.

Huamán (2024) El sistema de recompensas resultó tener una influencia estimulante en los asalariados. Identificando la motivación como factor clave en el desempeño profesional de los individuos.

### 6.4 Estrategia de difusión

Garantizar la efectividad de un programa motivacional y lograr una participación activa de los involucrados, implementar una estrategia de difusión basada en medios digitales y tradicionales es una excelente estrategia. La selección de medios y canales debe considerar el tipo de mensaje, el público receptor y el contexto en el que se transmite, garantizando así una comunicación efectiva (Peña, et al.2020)

Macias (2022) Una estrategia de difusión debe incluir el canal digital por ser intrínseco al comportamiento actual del ser humano, cambiando la forma de intercambiar información y socializar.

### 6.5 Interacción social

Cuando la comunicación es efectiva, el mensaje se transmite con claridad, reduciendo el riesgo de errores y malentendidos dentro de un grupo, equipo o comunidad. Esto fortalece los lazos entre sus miembros, fomentando la cooperación y contribuyendo al desarrollo colectivo (Coello, 2022).

A partir de este antecedente, se puede inferir que existe una conexión directa entre la comunicación efectiva en estructuras organizadas y su aplicación en estrategias de interacción social dentro del entorno urbano. Así, los principios analizados en esta investigación pueden

complementarse y enriquecerse mutuamente en ambos ámbitos. Esto demuestra que una comunicación clara y eficiente es fundamental para cualquier tipo de programa de esta índole, sin importar su contexto, considerando siempre sus elementos esenciales.

### 6.6 Relevancia, pertinencia y empatía

La comunicación efectiva se basa en tres conceptos clave, La relevancia implica que el mensaje debe estar alineado con los intereses o necesidades del receptor. La pertinencia, por su parte, se refiere a la adecuación del mensaje al contexto en el que se transmite, asegurando que sea apropiado para la situación y el momento. Finalmente, la empatía requiere que el mensaje considere los sentimientos y perspectivas del receptor, fomentando una conexión más comprensiva y significativa (Guzmán, 2020).

### 6.7 Feedback y Retroalimentación

La retroalimentación es un proceso comunicativo utilizado para intercambiar información sobre un tema, que puede ser formal o informal, y cuyo propósito es mejorar la comprensión, el aprendizaje o el desempeño (Espinoza, 2021).

Luna (2021) redacta en su tesis que la retroalimentación es un elemento crucial en las prácticas educativas actuales, ya que facilita un proceso de aprendizaje continuo y centrado en el estudiante. Esta herramienta permite a los estudiantes, reconocer sus progresos y superar obstáculos mediante diversas estrategias transformando la evaluación en un proceso dinámico que no solo califica, sino que también guía y mejora el aprendizaje del estudiante.

### 6.8 Uso Adecuado de Medios y Canales

En el ámbito de la comunicación, un medio es la herramienta o plataforma a través de la cual se transmite un mensaje. Ejemplos de medios de comunicación incluyen la televisión, la radio, los periódicos y el internet, que sirven como vehículos para la difusión de información (Peña, et al, 2020).

En otro sentido, un canal es el medio de transmisión que conecta al emisor con el receptor. Este puede ser un medio físico, como un cable en telecomunicaciones, o virtual, como un canal de televisión o una plataforma digital como YouTube (Gamboa y Álvarez, 2022).

Por ello, la elección adecuada de medios y canales es fundamental para asegurar que el mensaje llegue de manera efectiva a su destinatario. Su selección debe considerar factores como el tipo de mensaje, el público receptor y el contexto en el que se transmite.

### 6.9 Importancia de crear un programa de motivación

El programa de motivación para disminuir la acumulación de residuos producidos por vendedores ambulantes de los alrededores del Mercado San Francisco, es relevante por se enfoca en brindar información sobre la separación correcta de desechos de plásticos mediante un taller, así también información sobre cómo funcionan los incentivos monetarios, ya que se pondrá un tacho de reciclaje de plástico en las esquinas del exterior del mercado, con el objetivo de motivar y enseñar a los vendedores ambulantes conciencia ambiental, para mejorar su entorno y puedan vender en mejor calidad sus productos.

## 7. Beneficiarios

### 7.1 Directos

El programa motivacional para disminuir la acumulación de residuos está diseñado para satisfacer el bienestar de hombres y mujeres con oficio de vendedor ambulante entre 25 y 60 años de los niveles socioeconómicos C y D. Su objetivo es ofrecer una solución práctica para evitar desarrollar las actividades laborales junto a residuos que perjudiquen su integridad

### 7.2 Indirectos

Socioeconómicos que transiten alrededor del Mercado San Francisco. Además, la municipalidad se beneficiará al ver reducida la cantidad de residuos que necesitará gestionar.

### 7.3 Mapa de Actores:

La construcción de estos arquetipos se fundamenta en datos recopilados a través de entrevistas, encuestas y también la elaboración del mapa de actores.

**Sección 1 Centrales** En esta parte figuran los beneficiarios directos referidos a los comerciantes ambulantes, destacando un grupo de personas, hombres y mujeres entre 20 a 60 años, de nivel socioeconómico C y D, también se encuentran los vecinos que viven a los alrededores del mercado, así como también amas de casa que muchas de ellas no son colindantes a las vecinas pero que diariamente realizan sus compras en el mercado.

**Sección 2 Directos** Los beneficiarios directos incluyen la municipalidad del Distrito de Villa María del triunfo y tiendas aledañas al mercado San Francisco **Sección 3 Indirectos** Aquí se encuentran los proveedores de alimentos que abastecen al mercado San Francisco, las empresas de reciclaje que muchas veces trabajan de la mano con la municipalidad y el Ministerio de Ambiente que se encarga de dar un fondo para las campañas medioambientales

### 7.4 Cantidad de beneficiarios:

El proyecto actual tiene como beneficiarios a hombres y mujeres con oficio de vendedor ambulante entre 25 y 60 años que sean vendedores en el exterior del mercado San Francisco en Villa María del Triunfo, un lugar con aproximadamente de 20 vendedores ambulantes. La elección de este grupo de personas se basa en los resultados de la investigación en la etapa idear, con el objetivo de motivar y enseñar sobre la importancia del medioambiente del suelo. Este programa tiene como aspiración reducir los desechos aglomerados en el exterior del mercado, mejorar las condiciones de vida de los vendedores ambulantes y vecinos de la zona. Por esa razón esperamos que este programa afecte positivamente en los vendedores y vecinos, que se cree una cultura de conciencia medioambiental y así impulsar al desarrollo del comercio ambulatorio y reciclaje.

## 8. Modelo de Negocio (Business Model Canvas)

### 8.1 Reto

Ayudar a motivar mediante incentivos para crear nuevos hábitos y una cultura de conciencia ambiental sobre la importancia de mantener las calles limpias en las afueras del mercado San Francisco, sobre todo, en vendedores ambulantes, para lograr la reducción de basura acumulada en los alrededores y garantizar un entorno limpio y saludable.

### 8.2 Propuesta de valor

Motivamos a vendedores ambulantes y residentes del mercado San Francisco de VMT con un programa práctico que promueve el reciclaje y la cultura ambiental. A través de la instalación de contenedores especializados para residuos PET (botellas) y PP (tapas y envases), facilitamos la correcta separación de desechos. Por cada meta alcanzada los participantes reciben bonificaciones en efectivo o transferencias, gracias a nuestra alianza con una empresa de reciclaje

### 8.3 Segmento de clientes

Está compuesto por vendedores ambulantes del mercado San Francisco, entre hombres y mujeres que tienen 25 - 60 años de edad, los cuales pertenecen a un nivel socioeconómico C y D y también por personas residentes que viven a los alrededores del mercado San Francisco.

Adicional a ello tenemos también a las empresas de reciclaje que desempeñarán un doble papel en nuestra estrategia, por un lado, serán nuestros socios en el manejo de los residuos y por otro lado, se convertirán en nuestros clientes al adquirir los residuos plásticos recolectados, lo cual consolida nuestra alianza comercial y ambiental.

### 8.4 Canales

Los canales seleccionados como medios de comunicación para garantizar una buena comunicación están conformados por medios digitales y medios tradicionales. En los medios digitales contamos como medio principal para una comunicación rápida la plataforma de WhatsApp y correo, canales por el que nos comunicaremos de forma directa con nuestros

aliados clave para coordinar actividades, así como resolver las dudas que se presenten. En medios tradicionales tenemos la radio que se enfocará en la difusión del proyecto hacia nuestro público objetivo, un canal tradicional que garantiza un gran alcance de audiencia mediante anuncios publicitarios.

### 8.5 Actividades clave

La principal actividad clave es llevar a cabo el mantenimiento de los contenedores de forma mensual o anual dependiendo del caso, así como también una efectiva comunicación con las empresas aliadas como las empresas de reciclaje y la creación de material informativo para los comerciantes como, flyers entre otros.

### 8.6 Recursos clave

Identificamos los contenedores herméticos de gran capacidad los cuales serán de un material resistente a los diversos climas de Lima, y estarán ubicados en puntos estratégicos alrededor del mercado San Francisco, también tenemos la colaboración de empresas de reciclaje que nos ayudarán en el proceso de los materiales obtenidos para el reciclaje y finalmente, tenemos a personal que nos ayudará en la recolección de estos residuos para que el proceso con las empresas se ejecutó de manera eficaz.

### 8.7 Aliados clave

Tenemos como aliados clave a las empresas de reciclaje ya que, mediante su colaboración, podremos realizar la recolección y posterior reciclaje de los residuos inorgánicos, también tenemos a la Municipalidad de Villa María, para realizar la gestión necesaria para la implementación de los contenedores alrededor del mercado. Además, trabajaremos de la mano con las asociaciones de junta de vendedores que se encuentran poder dictar los talleres informativos y de esa manera promover la concientización y el correcto uso

de los contenedores y poder informar a su vez de los beneficios que tendrán por promover estos buenos hábitos.

### 8.8 Fuentes de ingresos

Los ingresos principales vendrán de la venta de los residuos de plásticos PET y PP que serán recolectado en los contenedores de gran capacidad los cuales, se encontrarán en el exterior del mercado en puntos específicos, y la empresa de Reciclaje Lurín que se encuentra en la zona de Villa María del Triunfo será la encargada del recojo de los desechos.

### 8.9 Impacto

Se buscó tener dos impactos; el primero es el ambiental debido al manejo inadecuado de los desechos genera contaminación del suelo y puede atraer plagas y enfermedades, lo que afecta la salud de vendedores, residentes y visitantes del mercado. Esta situación no solo deteriora el entorno, sino que también representa un riesgo significativo para la comunidad así que con un adecuado sistema de reciclaje mejora la acumulación. Como segundo impacto es el social basándose en el contraste entre las condiciones de trabajo de las personas dentro del mercado a las que están fuera, marcan una convivencia con relativa hostilidad. Al culpabilizarse los unos a los otros acerca de las condiciones negativas de la zona enseñar e informar a las personas la importancia del reciclaje y de educación ambiental.

## 9. Presupuestos

**Tabla 1 – Inversión Inicial**

| Descripción | Cantidad | Precio unitario | Total |
|---|---|---|---|
| Contenedores de basura 660lt | 3 | s/3,000.00 | s/9,000.00 |
| computadora | 1 | s/00.00 | s/00.00 |
| celular | 1 | s/299.00 | s/299.00 |
| celulares de equipo | 4 | s/00.00 | s/00.00 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Diseño de folletos | 1000 und | s/50.00 | s/50.00 |
| Impresión de flyers en A6 | 1000 und | s/35.00 | s/35.00 |
| Impresión de flyers A4 | 500 und | s/60.00 | s/60.00 |
| Ayudante de contabilización | 2 | s/70.00 | s/140.00 |
| Trámite de municipalidad | 1 | s/00.00 | s/00.00 |
| Plan de marketing digital (Fb) | | s/00.00 | s/00.00 |
| Publicidad en red social (Fb) | | s/19.00 | s/19.00 |
| Equipos de limpieza (mascarillas/desinfectante / guantes) | 3 | s/88.00 | s/264.00 |
| Incentivos a la comunidad (20%) | | s/1332.00 | s/1332.00 |
| | | **TOTAL: s/11,119.00** | |

## Tabla 2- Gastos Mensuales

| Descripción | Cantidad | Precio unitario | Total |
|---|---|---|---|
| Mantenimiento de contenedores | 3 | s/88.00 | s/264.00 |
| Ayudante de contabilización | 2 | s/70.00 | s/140.00 |
| Impresión de flyers A6 | millar | s/35.00 | s/35.00 |
| Pago de publicidad en redes sociales (Fb) | 0 | s/19.00 | 19.00 |
| Incentivos (20% total de ganancia mensual) | 0 | s/1332.00 | s/1332.00 |
| | | **TOTAL: s/1,790.00** | |

## Tabla 3. Ingresos

| Descripción | Precio Unitario | Total | Ingreso estimado | Total | Ingreso |
|---|---|---|---|---|---|

| | | vendido al mes | mensual | mensual | Trimestral |
|---|---|---|---|---|---|
| **Contenedor 1** | | | | | |
| Venta de plásticos (1kg) | s/1.00 | 740kg | s/740.00 | | |
| | | | | s/2,220.00 | s/6,660.00 |
| Venta de chapas (1kg) | s/2.00 | 740kg | s/1480.00 | | |
| **Contenedor 2** | | | | | |
| Venta de plásticos (1kg) | s/1.00 | 740kg | s/740.00 | | |
| | | | | s/2,220.00 | s/6,660.00 |
| Venta de chapas (1kg) | s/2.00 | 740kg | s/1480.00 | | |
| **Contenedor 3** | | | | | |
| Venta de plásticos (1kg) | s/1.00 | 740kg | s/740.00 | | |
| | | | | s/2,220.00 | s/6,660.00 |
| Venta de chapas (1kg) | s/2.00 | 740kg | s/1480.00 | | |
| | | | **TOTAL:** | **s/6,660.00** | **s/19,980.00** |

| Total de ingresos estimados al mes | Total de gastos mensuales | Utilidad mensual |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| s/6.660.00 | s/1790.00 | s/4,870.00 |

| **Total de inversión inicial** | **meses para recuperar la inversión** |
|---|---|
| s/11,119.00 | 2.2 meses |

## 10. Resultados

El reto de innovación se logró concretar un 70 % de manera efectiva, ya que se mostró que los usuarios si logran utilizar y tener un interés en el programa Cero Residuos que busca resolver la problemática de reducir los desechos en el exterior del mercado San Francisco ubicado en el distrito de Villa María del Triunfo, estamos progresando en nuestra meta mediante nuevas estrategias que contribuyen con el cambio de hábito en los usuarios y se acople mejor a su estilo de vida.

El reto se cumplió exitosamente en la validación de los contenedores, que se realizó a 10 vendedores ambulantes, en los que lograron utilizar correctamente y mostraron interés, también los incentivos ayudaron a que presten más atención. En el camino se descubrió que los residuos más rentables y fáciles de manejar era la diversidad de plástico, de los cuales se seleccionó el PET y PP, logramos contactar con la empresa de reciclaje Residuos Lurín, que se encuentra en el mismo distrito. Lo que no se logró cumplir con el reto es la disponibilidad y la participación de muchos de los usuarios en los talleres informativos, debido a que el horario de sus trabajos es muy exigente por lo que les impide a la mayoría tener disponibilidad de tiempo libre, además muchos de ellos tampoco cuentan con internet en sus hogares lo que limita aún más su participación.

Con el fin de obtener estos resultados se realizaron diversas validaciones, una de las validaciones clave fue la implementación de un prototipo del contenedor el cual se ubicó en una de las esquinas más concurridas del mercado San Francisco, durante un fin de semana, se validó su funcionamiento y el reconocimiento por parte de las personas que se hallaban en el mercado, los resultados que arrojó este prototipo fueron positivos ya que la gente logró identificar el contenedor y lo utilizaron de manera correcta, separando los residuos. Además, se realizó un segundo prototipo de contenedor esta vez cambiando el diseño y se logró obtener comentarios y retroalimentación por parte de los usuarios antes mencionados , se les preguntó acerca del diseño y si era visualmente atractivo para su uso, luego de la evaluación del diseño se obtuvo el prototipo final .También se validó el taller informativo que se organizó un día lunes de baja afluencia de personas, aunque las personas mostraron interés, les resultó difícil ya que estábamos en el exterior como se mencionó anteriormente. Sin embargo, pudimos captar su atención y también se les proporcionó información acerca de nuestra iniciativa.

## 11. Conclusiones

Se concluyó que la implementación de un programa motivacional para disminuir la acumulación de residuos plásticos por vendedores ambulantes de los alrededores del mercado San Francisco en Villa María del Triunfo, es una estrategia efectiva y necesaria ya que se busca mejorar notablemente la gestión ambiental local promoviendo una cultura de sostenibilidad y conciencia ambiental entre la comunidad. Al fomentar prácticas responsables, se logrará un impacto positivo mejorando el entorno de la comunidad.

Se concluyó que los recursos económicos necesarios para la implementación del programa “Cero Residuos”, para disminuir la acumulación de residuos plásticos por vendedores ambulantes de los alrededores del mercado San Francisco en Villa María del

Triunfo, están al alcance y se ajustan al entorno. Los talleres informativos, así como una buena gestión administrativa, la creación y distribución de flyers, alianzas con las empresas de reciclaje son componentes clave. Además, el apoyo por parte del grupo comunitario de vendedores ambulantes fue esencial para asegurar el éxito del programa ya que su participación contribuyó a lograr la reducción significativa de residuos y mantener un entorno limpio que beneficiando a la comunidad.

Como segunda conclusión, se implementaron varias actividades para disminuir la acumulación de los residuos plásticos en los alrededores del mercado San Francisco en Villa María del Triunfo, Estas incluyeron programas sobre el reciclaje a los vendedores, así como la creación y entrega de flyers para promover y concientizar una cultura ambiental. Además, se otorgaron incentivos monetarios para fomentar la participación activa. También, se implementaron contenedores específicos para la correcta separación de residuos, y se colaboró con empresas de reciclaje para asegurar un manejo eficiente de los plásticos y chapas recolectadas.

Finalmente, la implementación de un programa motivacional para disminuir la acumulación de residuos plásticos producidos por los vendedores ambulantes de los alrededores del mercado San Francisco fue efectiva en un 70 %, porque combina educación, incentivos monetarios, infraestructura adecuada lo que motivó a los vendedores a participar activamente del reciclaje. Este plan no sólo redujo significativamente la acumulación de residuos plásticos, sino que mejoró el bienestar económico de los usuarios y el medio ambiente.

## 12. Bibliografía

Álvarez, D. (2023) La gestión de residuos sólidos y el derecho a vivir en un ambiente saludable en San Juan de Lurigancho, 2020. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/114799/Alvarez_AD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Anusha, G. (2021). SISTEMA DE RECOMPENSAS Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO DE LOS EMPLEADOS https://www.semanticscholar.org/paper/REWARD-SYSTEM-AND-IT'S-IMPACT-ON-EMPLOYEES-Anusha/ab3921c8e17c3fdbc261ef3d228628e0ea1598bb?utm_source=direct_link

Arifoğlu, K., y Tang, C. (2020). Un programa de incentivos bilateral para coordinar la cadena de suministro de vacunas contra la influenza. ERN: Otra Economía Política: Presupuesto. https://doi.org/10.2139/ssrn.3361140

Baskerville, R., y Myers, M. (2023). Reconceptualización de los usuarios: los roles y las actividades de las personas a medida que interactúan con las tecnologías digitales. *Journal of Information Technology* , 38, 487-501. https://doi.org/10.1177/02683962231183455

Borisova, V. y Timerbaeva, R. (2024). CAMPO METODOLÓGICO DE LA FIJACIÓN DE METAS EN LA GESTIÓN DE PROGRAMAS-OBJETIVOS. *EKONOMIKA I UPRAVLENIE: PROBLEMA, RESHENIYA* https://doi.org/10.36871/ek.up.pr2024.04.01.013

García-Cazorla, J., Sevil-Serrano, J., García-González, L., y Abós, Á. (2024). Programa de formación motivacional para profesorado de educación física de secundaria basado en el modelo circumplejo: protocolo de estudio de un ensayo controlado aleatorizado. Frontiers in Public Health , 12. https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1461630

Gettel, C., Han, C., Canavan, M., Bernheim, S., Drye, E., Duseja, R. y Venkatesh, A. (2021). El Sistema de Pago de Incentivos Basado en el Mérito de 2018. Medical Care , 60, 156-163. https://doi.org/10.1097/MLR.0000000000001674

Huamán, J. P. (2024) Gestión de la recompensa total y el desempeño laboral de los colaboradores de la UGEL Ferreñafe https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/12872/Incio%20Huaman%20Jessica%20Patricia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lalzuiliana, J., & Kumari, R. (2024). The Effect of Employee Motivation Program on Productivity. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management*. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:271982664

Larrain, R. F. (2024) Gestión de residuos sólidos para la conciencia ambiental en los pobladores en una municipalidad distrital – Chiclayo https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/132102

Luna Ñaupa, S. (2022). Estrategia de retroalimentación para el aprendizaje en el área de comunicación de los estudiantes de segundo grado de secundaria de una institución educativa de Cusco. Universidad San Ignacio de Loyola. https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/4b170a50-ad24-4718-b189-4db23f3705af/content

Macias, M. N. (2022) Redes sociales como estrategias de difusión de información de la parroquia Chanduy, año 2022https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8525/4/UPSE-COM-2022-020.pdf

Madrid, M. A. (2023) Las redes sociales en el comportamiento de consumo de la generación Z en la ciudad de Iquitos - 2023 http://repositorio.ucp.edu.pe:8080/server/api/core/bitstreams/e358cd5b-bdc2-4fbe-9ade-8e664892420c/content

Maoliang Ling, Lin Xu, Lingzhi Xiang,Influencias socio-contextuales en la participación pública en programas de incentivos a la separación de residuos domésticos, vista de Gestión Ambiental, Volumen 281- 2021 https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301479720318399

Mora, M.F. (2023) Aplicación de un Programa Motivacional para optimizar el rendimiento de las niñas y los niños de segundo grado de primaria en la Institución Educativa N°10902 Coronel Francisco Bolognesi San Isidro Pacora 2018 https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/11845

Niño de Guzmán, F. (2022) Gestión por objetivos para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa motofuerza S.A.C. -Honda, Chiclayo - 2018 https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9497/Ni%C3%B1o%20De%20Guzm%C3%A1n%20Vivanco%2C%20Frank.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pacheco, N. G. G., & Fernández, C. A. J. (2022). Programa de estrategias motivacionales para mejorar el desempeño académico de estudiantes de primaria de la escuela Ángel Felicísimo Rojas 2021. Dialnet. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9401615

Pérez Tacanga, A. C. P. T. (2020). *SISTEMA DE INCENTIVOS y SALARIO EMOCIONAL* [Trabajo de investigación para optar el título de licencia en psicología, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/8991/Sistema_PerezTacanga_Ana.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quevedo, F.A. (2022) Plan de acción "MotivAcción" para el fortalecimiento de la motivación laboral de los docentes de una universidad privada en Lima https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/589e32e5-5ec3-4a57-aba9-bddbbd6d3991/content

Ramírez Huamanñahui, L. E. (2020). Programa de motivación para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa de seguridad privada Corporación VSG S.A.C. [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9494/Ram%C3%ADrez%20Huaman%C3%B1ahui%20Lizbeth%20Erika.pdf?sequence=1&utm_source=chatgpt.com

Raúl, C. C. D. (2020, 9 noviembre). Identificación de los factores que inciden en los talleres informativos de participación ciudadana del proyecto minero Marcococha (Región Pasco) que obstaculizan la generación de propuestas, la confianza entre los participantes y la efectividad de este espacio participativo. https://tesis.pucp.edu.pe/items/c4290a18-ac85-410c-9ea6-b9445c4eab7c

Seminario Serquen, KZ, & Márquez Yauri, HY (2022). Programa motivacional para mejorar el clima organizacional en la Facultad de Ciencias Empresariales de una universidad privada. Revista Ñeque. https://www.semanticscholar.org/paper/Programa-motivacional-para-mejorar-el-clima-en-la-Serquen-Yauri/7aead6e3b067af96917296ce6f6bd3a4746a4b18?utm_source=direct_link

Torres Gálvez, M. (2021). Motivación y compromiso laboral en el personal administrativo de una universidad privada de Lima Metropolitana. [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio USMP. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8235/TORRES_GM.pdf?sequence=1&utm_source=chatgpt.com

Torres, G. (2024) Propuesta de diseño de sendero interpretativo y su influencia en el crecimiento del turismo local en la comunidad nativa Sapani.https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/8403/UNFV_Torres_maldonado_gabriela_TITULO%20PROFESIONAL_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Velásquez, V. S. (2022) Relación de la motivación laboral con el desempeño laboral de los colaboradores del área de administración en una institución del estado, sede Callao - 2021 https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/16198/Velasquez_Relacion-motivaci%c3%b3n-desempe%c3%b1o-laboral-area-administraci%c3%b3n-sede-Callao.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Wilber, L. P. (2021, October 5). El programa de incentivos municipales y su incidencia en la gestión de la municipalidad distrital de Tambillo de la Provincia de Huamanga

Región Ayacucho. Biblioteca Digital Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán Y Valle. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/114799/Alvarez_AD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

## 13. Anexos

**Ilustración 1**. *Entrevistas*



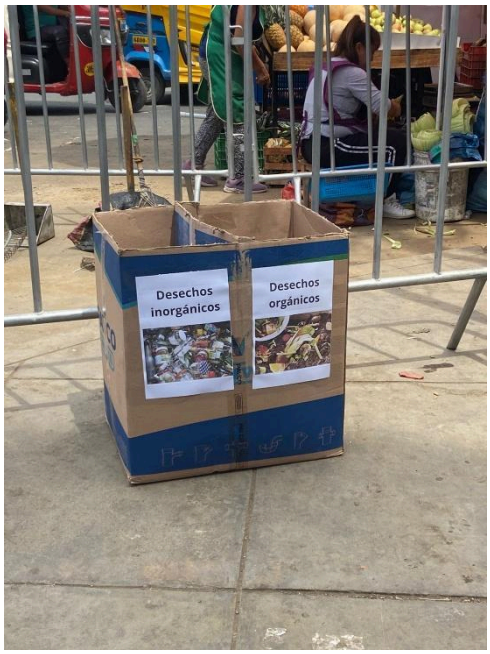
Nota: Entrevistas a los vendedores ambulantes acerca de la situación del mercado. Tomado por (Marín, 2025)

**Ilustración 2.** ***Entrevistas***



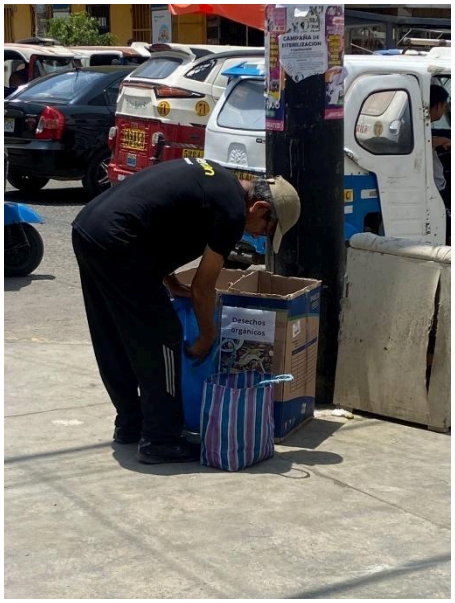
Nota: Entrevistas a los vendedores ambulantes acerca de la situación de los residuos en las calles del mercado. Tomado por (Mori, 2025)

Ilustración 3. *Prototipo inicial de contenedor.*




Nota: Entrevistas a los vendedores ambulantes acerca de la situación de los residuos en las calles del mercado. Tomado por (Calderón, 2025)

**Ilustración 4.** ***Reciclador***




Nota: Reciclador del mercado sacando las botellas de nuestro prototipo de contenedor. Tomado por (Calderón, 2025)

**Ilustración 5.** ***Prototipo N°2 del contenedor***




Nota: Un miembro del equipo interactuando recopilando información y opiniones acerca del nuevo diseño. Tomado por (Marín, 2025)

**Ilustración 6.** ***Visita a la Municipalidad***




Nota: Visitamos la Municipalidad de Villa para las gestiones y para averiguar los requisitos correspondientes. Tomado por (Marín, 2025)

**Ilustración 7.** ***Validación del taller informativo***



Nota: Se validaron los talleres informativos a las afueras del mercado con un grupo entre vendedores y residentes. Tomado por (Calderón, 2025)

**Ilustración 8.** ***Interacción con los vendedores***




Nota: Un miembro del equipo dando información a los vendedores acerca de nuestra iniciativa. Tomado por (Calderón, 2025)