ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

RED SOCIAL DE RETOS PARA MEJORAR LOS HÁBITOS Y COMPORTAMIENTOS DE LAS ACCIONES MEDIOAMBIENTALES EN LOS JÓVENES DE LIMA METROPOLITANA

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico

Autores:

SOLANGEL DANUSHKA MORAN NUÑEZ
(Código ORCID: 0000-0003-3945-4141)

HELIANN TEIXIDO MUHLEMANN
(Código ORCID: 0000-0001-8360-6187)

Asesor
JONATAN SAYÁN CHUMBIRIZO
(Código ORCID: 0000-0002-3436-5249)

Lima - Perú
Diciembre 2022

RED SOCIAL DE RETOS PARA MEJORAR LOS HÁBITOS Y COMPORTAMIENTOS DE LAS ACCIONES MEDIOAMBIENTALE...

Reporte 2

Reporte 2

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:464134258

Fecha de entrega

2 jun 2025, 2:43 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

2 jun 2025, 2:49 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

RED SOCIAL DE RETOS PARA MEJORAR LOS HÁBITOS Y COMPORTAMIENTOS DE LAS ACCIONES M....docx

Tamaño de archivo

4.0 MB

43 Páginas

6623 Palabras

36.986 Caracteres

19% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 16 words)

Exclusions

- 1 Excluded Source

Top Sources

18% Internet sources
1% Publications
7% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

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

Lima es una ciudad densamente poblada donde las autoridades y habitantes están poco interesados en el cuidado del medio ambiente. Lima, la capital, se ha enfocado en ser una ciudad arquitectónicamente civilizada en los últimos años, lo que ha derivado en la llamada contaminación ambiental. Todo esto se debe a la ausencia de una educación ambiental en las escuelas, programas de concientización pública sobre el estado actual de la crisis ambiental y la falta de compromiso con las medidas sostenibles que podemos realizar en casa.

Este proyecto de investigación tiene por objetivo general desarrollar y diseñar una solución que apunte a reducir las consecuencias ambientales, incentivando a tener un cambio a través de realizar hábitos sostenibles, para ello nos hemos enfocado en la ciudad de Lima metropolitana. Estos hábitos serán reducidos mediante la creación de una red social de retos, en la cual los usuarios podrán participar voluntariamente, pasando por una prueba de filtros donde elegirán los retos que se acomoden más al usuario.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación

1. Contextualización del problema…….5
2. Justificación……....10
3. Reto de Innovación……..…13
4. Sustento teórico……..….15
   4.1 Estudios previos…….…...15
   4.2 Marco teórico……....18
5. Beneficiarios……..25
6. Propuesta de valor……..27
   6.1 Propuesta de valor……27
   6.2 Segmento de clientes……28
   6.3 Canales…….……28
   6.4 Relación con los clientes……..29
   6.5 Actividades clave…….29
   6.6 Recursos clave…….29
   6.7 Aliados clave……30
   6.8 Fuentes de ingreso……31
   6.9 Presupuesto…….……..31
7. Resultados…….….32
8. Conclusiones…….….34
9. Bibliografía…….……...34
10. Anexos……...37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Nombre de la tabla* …….. 1

Tabla 2. *Nombre de la tabla* …….. 4

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. *Nombre de la figura* ……. 1

Figura 2. *Nombre de la figura* ……. 4

1. Contextualización del Problema

Los organismos hacen su vida en espacios físicos, rodeados de otros organismos y del entorno físico y socioeconómico. Los factores biológicos y abióticos interactúan para formar su lugar, este espacio se llama: Ambiente. La Conferencia Ambiental de Estocolmo de las Naciones Unidas (1972) lo definió de la siguiente manera: "Medio ambiente es el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas" (Agenda 21 de Foy, 1998). A nivel macro, el medio ambiente se suele percibir como un sector, una región o un todo (escala global). En cada uno de estos niveles o áreas de estudio, existe una interacción entre los factores antes mencionados, especialmente el aire, el agua o el suelo como factores abióticos, y diferentes organismos animales y vegetales con diferentes niveles de organización celular como miembros vivos del mundo (Valverde et al, 2007). La rama de la química que se ocupa del estudio de estos escenarios se denomina química ambiental, la cual debe recordar el concepto de medio ambiente.

La problemática toma forma con los residuos, que son el flujo de sustancias sólidas, líquidas, gaseosas y energéticas que son desechadas, vertidas o emitidas por las empresas y los hogares durante su producción, consumo o acumulación.

Por ello, en los últimos años, cada vez se habla más de contaminación ambiental, que se define como la presencia de componentes nocivos (tanto químicos como físicos y biológicos) en el medio ambiente (natural y artificial) que resultan nocivos para los seres vivos que residan, incluidos los humanos. La contaminación ambiental es causada

principalmente por actividades humanas, como la emisión de gases de efecto invernadero a la atmósfera o la sobreexplotación de los recursos naturales. (*Cuidemos el planeta 2018).*

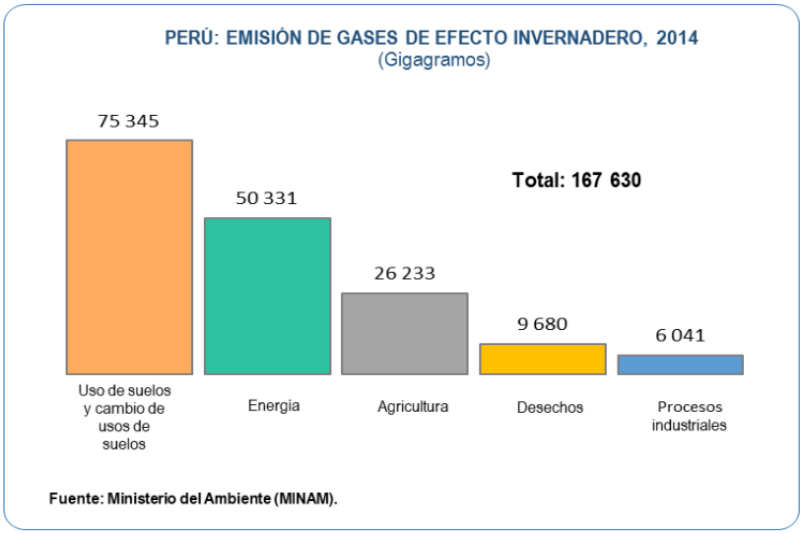
Esta visión hace al hombre parte del medio ambiente, además de incentivar no sólo a reducir el daño a otras áreas, sino también para realizar acciones beneficiosas para todo el planeta.

Por lo tanto, se puede relacionar directamente el comportamiento humano con la contaminación ambiental. Consistentemente, las actitudes ambientales son las creencias de una persona sobre la protección ambiental y la conservación de los recursos, que influyen en el comportamiento proambiental en un entorno individual o colectivo, apoyando o no la protección ambiental. (Marco Rivera-Jacinto, Claudia Rodríguez-Ulloa, 2009); por lo tanto, las decisiones que se toman y la forma en que se vive tienen un gran impacto en el planeta.(Naciones Unidas).

Según la ONU (Naciones Unidas) se estima que aproximadamente 11,2 millones de toneladas de desechos sólidos se recolectan en todo el mundo cada año, y la descomposición de los componentes orgánicos de estos desechos sólidos representa aproximadamente el 5% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. Además, solo el 9% de todos los residuos plásticos generados históricamente han sido reciclados. Alrededor del 12% se incinera y el 79% restante termina en vertederos o en el medio ambiente.

En lo que concierne al Perú, de acuerdo al inventario nacional dirigido en el año 2014 por el Ministerio del Ambiente, la generación de gases de efecto invernadero fue 167 mil 630 gigagramos. El 44,9% de los gases fueron generados por el uso y cambio de usos de suelos (75 mil 345 gigagramos), 30,0% por la energía (50 mil 331 gigagramos) y 15,7% por la agricultura (26 mil 233 gigagramos), 5,8% por los desechos (9 mil 680 gigagramos) y 3,6% por los procesos industriales (6 mil 41 gigagramos).

Tabla 1 : Emisión de Gases de efecto invernadero, 2014.



Fuente: Anuario de estadísticas ambientales 2020

En el 2019. La provincia de Lima, generó un estimado de 3 millones 614 mil de toneladas de residuos municipales, aumentando un 4,6 % que el año anterior.

TABLA 2: Residuos sólidos domiciliarios generados, 2011-2019



Fuente: Municipalidad de Lima- Gerencia de servicios a la ciudad y gestión Ambiental - División de Gestión de Residuos Sólidos

Según el MINAM, estás acciones medioambientales son formas de comportamiento relacionadas con la actitud que se tiene hacia el medio ambiente que se repite a lo largo de la vida diaria o rutinaria. Después de un tiempo, este comportamiento se vuelve espontáneo y automático (Ecolegios).

Algunos modelos que pretenden explicar, describir y predecir los resultados del comportamiento ambientalmente amigable provienen de Corral Verdugo, 1996, Igli y Chaiken, 1993, Grob, 1995, Himes, Hungerford y Tomera, 1986-87, Hopper y Nielsen, 1991; Schulz y Zelezny, 1999; Schwartz, 1992; y la Teoría de los Valores, Normas y Creencias del Medio Ambiente (Stern, 2000; Stern, Dietz, Abel, Guagnano, & Kalof,

1999), a pesar de algunas diferencias entre ellos, sugieren consistentemente que las actitudes y las intenciones tienen efectos importantes en el comportamiento, si es necesario. otros factores no inhiben la acción, especialmente el comportamiento individual en términos de consumo y participación ambiental (Taylor y Tood, 1995). Todo esto indica que los individuos pueden cambiar cualitativamente solo si están bien informados sobre los problemas ambientales, motivados para resolverlos, confiados en la efectividad de sus acciones y no les causa grandes dificultades.

Sin embargo, no parecen traducirse en un comportamiento específico. De hecho, la correlación entre las actitudes proambientales (preocupación por las cuestiones ambientales) y el comportamiento ecológicamente responsable es generalmente muy baja (Aragonés, 1997; Dunlap, 1991; Íñiguez, 1994; Schultz, Oskamp y Manieri, 1995; Scot y Willits, 1994); esto llevó a demostrar que una alta conciencia ambiental no asegura por sí sola un comportamiento ambiental responsable (Geller, Winett, & Everett, 1982; González, 2003; Oskamp, Harrington, Edwards, Sherwood, Okuda, & Swanson, 1991), su poder predictivo se pierde si no nos referimos a la intención sino a la conducta y los hábitos.

Es por ello que se busca, desde las carreras de Dirección y diseño gráfico, publicidad y marketing digital y diseño y gestión de moda, la creación de una app de retos medioambientales la cual será una herramienta en la vida diaria de jóvenes que les interesa , ser parte del cambio pero se les dificulta mantener acciones buenas para el medioambiente en sus vidas.

Habiendo recopilado la información se da a conocer la vida despreocupada que se lleva con respecto a la salud ambiental en donde se vive, con la poca visibilidad del daño que se le hace al planeta por la mala gestión de residuos, además del consumismo de distintas energías y materiales.

2. Justificación

Esta investigación busca sumar una solución a la situación actual de la contaminación ambiental, centrada en Lima Metropolitana. Para ello se busca desarrollar y diseñar la creación de una aplicación, que incentive el cumplimiento de acciones sostenibles en jóvenes de 18 a 28 años de edad.

2.1 . Justificación social

El alto índice de contaminación ambiental afecta al ecosistema y esencialmente a la calidad de vida humana a nivel mundial, latino americana y por ende al Perú.

Tal como lo afirma Ramírez y Saénz (2015 - 2020): Para comprender la problemática socio ambiental limeña se ha enfocado en investigar a los factores que concentran los mayores problemas ambientales. Como es la contaminación por la flota vehicular excesiva de Lima; el uso y distribución precaria del agua que afecta la salud de la población y el recojo y tratamiento de los residuos sólidos. (p. 44)

Se sabe que existen aplicaciones como Guía de reciclaje, que brinda información de cómo separar basura; Aboutit, que evalúa el impacto que las marcas provocan en el medioambiente; Green Tips, que da consejos para ser más responsables con el

medioambiente o Desembasura, un mapa de puntos donde se encuentra más basura; sin embargo, ninguno de estos motiva directamente al usuario a realizar una acción o mantenerla en el tiempo, por esto la creación de la app de retos, logrará con incentivos y recordatorios, que jóvenes puedan agregar estos hábitos a la cotidianeidad.

Por estos motivos, este trabajo se justifica, porque con el proyecto se quiere generar un compromiso entre los jóvenes y el medio ambiente, pues crear hábitos positivos para el medioambiente a través de la aplicación de retos, los riesgos de la contaminación ambiental limeña, se verían disminuidos. Además de representar beneficios puesto que las prácticas sostenibles crean un entorno más saludable, seguro y productivo, que ayudan a fortalecer los lazos con la sociedad, mejorar la calidad de vida de las personas y brindar esperanza para un futuro mejor.

Teniendo en cuenta la información recopilada, creemos que la investigación que se desarrolla si presenta una transcendencia real, eficaz y práctica, pues el problema que buscamos solucionar es una realidad de nuestra capital. Si tomamos está investigación, es posible que se asigne como referencia a resolver otras problemáticas ligadas a la contaminación ambiental.

2.2. Implicaciones prácticas

El siguiente trabajo de investigación se basa en la creación de una aplicación para incentivar la realización de acciones ambientales sostenibles de personas interesadas en dar apoyo al medioambiente.

Es una app de retos que da la oportunidad de compartir logros proambiente para que se pueda realizar acciones medioambientales frecuentemente de forma

sostenible, ya que, la aplicación dará ideas de acciones que se pueden realizar a través de retos y te ayuda con recordatorios diarios.

El usuario podrá crear un perfil descriptivo donde se encuentran los puntos acumulados y retos logrados.

La sección de retos se dividirá por dificultad y ubicación; una vez seleccionado el reto se mandaran notificaciones hasta que logre cumplirlo, estas se pueden modificar según el horario y preferencias del usuario.

Serán validados mediante dos factores, videos en donde aparezca el usuario cumpliendo cada paso del reto y la ubicación donde lo están realizando. Un equipo virtual se encargará de verificar los videos para poder aprobarlo.

El beneficio clave se basa en ayuda y recompensa. Los usuarios contarán con un mapa que les ayudará a completar el reto mostrándoles puntos de recojo, lugares de campaña, tiendas eco amigables, etc.

Finalmente de acuerdo a cuantos retos realice se acumularan puntos y estos se convertirán en regalos de los socios y aliados clave, que son empresas con productos y servicios eco friendly, ya sean prendas u objetos,que podrán canjear de acuerdo al total de puntaje obtenido, así se crea un círculo donde el usuario realiza acciones, y obtiene premios que le ayudarán a tener una vida más sostenible.

Las empresas también tendrán la opción de vender sus productos y servicios a través de la sección de marketplace ecoamigable.

2.3.Utilidad metodológica

La metodología empleada es Toulouse Thinking la cual fue utilizada para realizar la investigación, esta guía permitirá desarrollar en base a un proceso ágil, flexible e iterativo, con el fin de lograr resultados innovadores. Este consiste en las siguientes etapas: Investigar, Idear, Desarrollar, Transferir. Cada paso sirve para refinar la idea desde lo más básico a lo más complejo, esta metodología permitirá desarrollar desde el estudio del tema, extensión de distintas opciones de solución, visualización de los posibles resultados y evidenciar los elementos necesarios e identificar las mejoras significativas que se incorporarán a la propuesta.

Igualmente, en el Canvas de modelo de negocio fue otra herramienta implementada que como su propio nombre menciona hace alusión a la organización usando una plantilla de gestión estratégica. Por otro lado, también se implementó el "Mapa de propuesta de valor" que ayudó a conectar información y con el arquetipo para definir sus necesidades, dolores y con qué beneficios podemos solucionarlos o ayudarlos.

3. Reto de innovación

Creación de un red social de retos para mejorar los hábitos y comportamientos de las acciones medioambientales en los jóvenes de Lima Metropolitana.

2.1 Preguntas

Pregunta general

¿De qué manera a través de la red social de retos se puede mejorar los hábitos y comportamientos de las acciones medioambientales en los jóvenes de Lima metropolitana?

Preguntas específicas

P1: ¿Cuáles son las necesidades de los jóvenes que cubrirá la red social de retos?

P2: ¿Qué herramientas digitales se van a usar para la creación de esta red social de retos?

P3: ¿De qué manera se puede generar el impacto en las acciones de comportamientos y hábitos medioambientales?

2.2 Objetivos

Objetivo general

Desarrollar una red social de retos que aporte una solución para mejorar los hábitos y comportamientos de las acciones medioambientales en los jóvenes de Lima metropolitana.

Objetivos específicos

O1: Investigar las necesidades de los jóvenes que usarán la red social de retos para realizar acciones medioambientales.

O2: Definir qué herramientas digitales son las adecuadas para la creación de la red social de retos.

O3: Determinar qué impacto traería la implementación de una red social de retos para los jóvenes de Lima Metropolitana.

4. Sustento Teórico

4.1 Estudios previos

4.1.1 Antecedentes Internacionales

Flórez, L(2019). *Propuesta de aplicación móvil en educación ambiental sobre producción y consumo responsable estudiantes UNAD.*

Este siguiente proyecto de intervención disciplinar corresponde a la propuesta de solución de una aplicación móvil de educación ambiental para estudiantes del sexto semestre del curso de ética ambiental en ingeniería ambiental de la Universidad Nacional Abierta, Bogotá. Esta información es seleccionada y recopilada de diversas fuentes para promover y enseñar prácticas ambientales sostenibles de acuerdo con los parámetros N° 12 de desarrollo Sostenible. Es así como la producción y el consumo sostenible, se desarrollará gracias a la aplicación mencionada.

Pacheco Mayayo, Juan (2020), Madrid. Diseño de una app integral para destinos inteligentes.

En este siguiente proyecto de investigación se aplica la idea de diferentes turísticos inteligentes en reservas de biosfera, se desarrolló una aplicación que

permite a los turistas obtener información relacionada con la reserva, así como actividades, atractivos o información que pueden realizar con aquella fauna de la zona. La idea es ayudar a promover el turismo en la reserva de la biosfera al proporcionar a los visitantes mediante una aplicación que contiene toda la información que necesitan para hacer su viaje lo más fácil posible.

Rodríguez Caray, Olivia (2018), México. Hackathon: Experiencia educativa con tecnologías aplicadas al desarrollo de apps y videojuegos para solución de problemas medioambientales y de autoempleo.

Esta investigación nos informa sobre el uso de las tecnologías digitales en la educación, está promueve el desarrollo de experiencias cooperativas, lúdicas y competitivas que integran la comunicación y el diseño con el desarrollo de habilidades estructurales, funcionales y expresivas y que estimulan la creatividad de los estudiantes para fortalecer conocimientos y valores. Como parte del Hackathon 2018: Emprendimiento y Medio Ambiente de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (México), los participantes reciben una amplia capacitación en un entorno de apoyo como una experiencia de creatividad y desarrollo de aplicaciones y videojuegos enfocada a resolver problemas del mundo real. Aprender habilidades para la vida, equilibrio entre conocimientos, habilidades críticas y creativas, fortalecimiento de competencias y valores estables.

4.1.2 Antecedentes nacionales

Meza Chumbez, Domingo y Sarmiento Bordar, Fredy (2020), Perú. Propuesta de desarrollo de una aplicación móvil que permita medir la contaminación acústica en el distrito del Cercado de Lima.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo una propuesta de desarrollo de una aplicación móvil para la medición de la contaminación acústica, la cual permitirá reducir la contaminación auditiva entre los residentes. Por ello se analizó diversas obras que permitieron la solución para dispositivos móviles de medición con la contaminación sonora.

Barrenechea León, Lucas Renato y Santos Angulo, Jefferson George Slashs (2019), Trujillo, Perú. App Ecotrux para administrar el reciclaje de materiales reutilizables en el SEGAT.

El objetivo de esta investigación es desarrollar una aplicación móvil denominada Ecotrux, que tiene como objetivo promover el reciclaje en el punto de origen y la correcta gestión de los residuos domésticos. Su desarrollo utiliza el lenguaje de programación Dart junto con el framework Flutter desarrollado por Google. Durante la fase de implementación, con la participación de los vecinos del departamento de "Las Quintanas", que colaboraron durante 2 meses, dio como resultado que, utilizando la aplicación Ecotrux, la cantidad de material reciclado fue de 350,4 kg. Implementación en un solo paso que superó la meta en un 16,8%.

Por tanto, se concluye que la aplicación móvil Ecotrux ayuda a gestionar adecuadamente el reciclaje de materiales reciclables en SEGAT.

4.2 Marco teórico

4.2.1 Red Social de retos para realizar acciones medioambientales

A fin de la creación de este proyecto se busca el significado del concepto de red social desglosando este término en cinco; buscando la definición de red social, retos medioambientales. Siendo un área virtual y "entretenida", con retos medioambientales de modo que logre ayudar a las personas a obtener buenos hábitos para el ambiente.

Red social:

Según Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a los individuos crear perfiles públicos o semipúblicos dentro de un sistema determinado, proporcionar listas de otros usuarios con los que comparten conexiones y ver y ser vistos navegando una lista de conexiones y una lista de otras conexiones en el sistema. La naturaleza y los nombres de estos compuestos pueden variar de un lugar a otro.

Figura 1: Red social



*Fuente:*https://inbound-marketing.xtresmedia.com/blog/que-son-las-redes-sociales-y-como-funcionan

Retos:

El término reto hace referencia a un desafío o una actividad (física o intelectual) que una persona debe realizar sobreponiéndose a diferentes tipo de dificultades, porque precisamente está revestida de dificultades y complejidades. Decir reto es lo mismo que decir objetivo que implica un desafío a nivel personal. Los seres humanos, por ese insaciable afán por hacer, se encuentra constantemente planteándose retos. Ahora bien, esa lucha por cumplir la meta implica seguir un plan de acción que se establece previamente y que hará las veces de guía para conseguir el objetivo propuesto.

Realizar:

En líneas generales, la palabra realizar sugiere al hecho de hacer algo, según Enciclopedia, pero no solamente hacerlo por la misma actividad o acción, sino que alude a hacer algo que estuvo anticipadamente planificado o meditado, y a partir de la acción, esto se realiza en la realidad, es decir se materializa. En

este sentido, por lo tanto realizar es hacer que algo sea efectivo. Es un término que utilizamos diariamente y que se refiere evidentemente a mucho de lo que hacemos en nuestro quehacer cotidiano.

Acciones:

Este término es originario de latin *actio,* el concepto de acción hace referencia a dejar de tener una rol pasivo para pasar a hacer algo bien o mal, dependiendo de la actividad. Se trata también del efecto que tiene en las personas sobre determinada cosa, un conjunto de determinados movimientos y gestos o de una sucesión de hechos o circunstancias.

Medioambiental:

El medio ambiente es el entorno natural, los objetos y artefactos de la civilización y el conjunto de todos los fenómenos naturales, sociales y culturales, que conforman y transforman individuos, a los grupos humanos. En el caso del hombre, no es solo biofísico sino también social y económico, es decir, cultural.

Figura 2: Medioambiental



*Fuente:*https://www.somosiberoamerica.org/temas/cooperacion-iberoamericana/iberoamerica-apuesta-por-un-futuro-mas-verde-durante-la-semana-medioambiental-iberoamericana/

4.2.2 Medios digitales

Según los autores: Muñoz Prieto y Ayuso Manso (2013), la importancia de las redes sociales puede ser una herramienta de gran valor educativo y ambiental, ya que se convierte en una nueva forma de enseñanza en la que estudiantes, jóvenes y adultos pueden aprender, entre otros. otros. cosas, podrán cooperar juntos.

4.2.3 El modelo Hook sobre cómo construir productos creadores de hábitos

En este libro describe la base del modelo en el que en solo cuatro fases, es posible crear un producto que forme hábitos en sus consumidores, sin que estos necesariamente sepan.

De acuerdo a este modelo, hay cuatro fases que un producto debe cumplir para poder crear un hábito de consumo en el usuario. Lo importante es que mientras

más sencillo o sutil sean estas fases dentro del producto, más eficiente será el modelo.

En un primer lugar se encuentra un desencadenante o trigger que es el que da inicio a la acción (en este caso es un hábito). Entonces hay dos tipos de desencadenantes, externos e internos:

Externos: se trata de todos los elementos que tienen las distintas aplicaciones y páginas web para hacerte un llamado a la acción, “regístrate” “únete” “haz clic aquí”, etc.

Internos: estos son más difíciles de identificar ya que son parte del usuario y son los que dirigen las acciones. Entonces serían los sentimientos los que nos hacen usar o no determinado llamado a la acción.

Es decir, si estamos tristes, molestos, aburridos, alegres o deprimidos, se elegirán ciertas decisiones que nos llevarán a buscar ciertas cosas. Nuestras “ganas” de hacer algo, harán que se use una aplicación u otra.

Luego de esto, viene la acción o action: que es lo que pasa después de que usamos el desencadenante, usamos cierta acción esperando una recompensa.

Se realiza una acción bien sea porque se está de alguna forma esperando sentir placer o aceptación social o se evitaa sentir dolor o rechazo social. En este punto,

todos los expertos en el tema hacen una pausa aquí para entender que la acción no se complementará a menos que se cumpla el modelo de comportamiento del doctor Fogg.

El doctor Fogg dice que el comportamiento (behaviour) es igual a la motivación (motivation), más la habilidad (ability), más un desencadénate (trigger). B= mat

Por lo tanto, si estas cualidades no coinciden, la acción no se dará por lo habrá un fallo.

En tercer lugar se encuentra la recompensa o reward, que está relacionada a la segunda fase,ya que, como se mencionó la acción busca algún tipo de recompensa. Lo que mejor funciona en este caso es tener recompensas variables.
De esa forma, se fomenta la curiosidad, consiguiendo que en cada ocasión busque tener distintos tipos de recompensas.

Nir Eyal, el creador de esta estrategia define tres tipos de recompensa que puede esperar el usuario. Todas se relacionan con:

Tribu, donde buscan reconocimiento y status: Facebook, Twitter, Tik Tok.
«Caza», en la que buscan "cazar" algo: Juegos de azar (dinero), información (caza sin fin), etc.
Uno mismo, donde se quiere mejorar: videojuegos (subir de nivel), e-mail (ir cerrando tareas), etc.

En último lugar, se tiene la inversión o investment, donde buscamos hacer que el usuario vuelva a invertir su tiempo en el producto. Así, al subir una foto en Instagram invertimos en que las acciones de los otros usuarios harán que se vuelva a revisar los likes y comentarios que tenga de esa publicación.

Entonces hay dos formas de potenciar la inversión para el usuario:
Almacenando valor: que hará que el producto se convierta en algo de valor para el usuario, como el drive de google, el Itunes, etc. Donde el usuario cada vez verá más valor personal en el producto y va a querer seguirlo usando.

Incrementando la reputación: en este caso el sistema de recompensas es muy útil, o la cantidad de seguidores que un usuario tiene en una red social hará que quiera invertir constantemente en ella para no perder lo que ha obtenido.

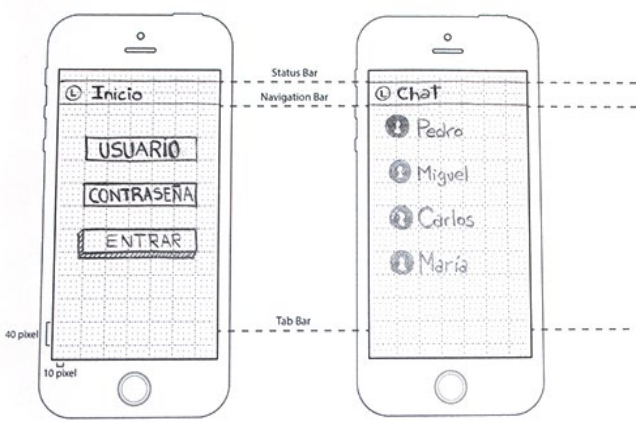
De esta forma, este modelo es aplicable a todas las aplicaciones exitosas hoy en día. Y si bien te puedes estar preguntando por los aspectos éticos del modelo, es posible que se pueda utilizar para fomentar hábitos saludables en los consumidores.

4.2.4 Prototipo Software

De acuerdo con la creación de prototipos y simulación de software mencionada por el autor en su trabajo de investigación (Mas, 2018): Los prototipos se recomiendan para dar vida a los proyectos porque proporcionan una simulación

interactiva de la funcionalidad del sistema para el diseño de la interfaz. Con base en el trabajo de desarrollo sobre la propuesta de crear una aplicación de desafío en una aplicación móvil para medir la formación de hábitos en el medio ambiente, concluimos que se debe realizar una simulación de software, la cual se identificará en el informe del trabajo. A continuación mostraremos cómo se dividen las redes sociales.

Figura 3: Prototipo



Fuente: https://disebit.com/como-hacer-un-prototipo-de-una-app-movil/

4.2.5 Pantalla de inicio

La pantalla de inicio es el punto de partida para acceder a todas las funciones con simples gestos en la pantalla táctil. Consta de varios paneles (desliza los dedos en sentido horizontal para cambiar entre paneles).

Figura 4: Pantalla de inicio



Fuente: https://www.esapa.org/project/dolittle-app-para-voluntariado-con-animales/

4.2.6 Presentación

En esta parte de la app se mostrará en 5 plantillas unas frases que ayuden e instruyan a que se refiere exactamente esta red social, para que así tenga una cordial bienvenida el usuario.

4.2.6.1 Pantalla de registro

Se encuentra esta plantilla en donde los usuarios se registran y conectan con facebook o su correo personal para darle click en cualquiera de los dos y así aparezca la siguiente pantalla.

4.2.6.2 Pantalla de inicio de sesión

En esta plantilla se encuentra la sección de iniciar sesión para poder entrar directamente a la app se llena el correo y la contraseña y así entras a la red social.

4.2.6.3 Pantalla de Bienvenida

En esta parte de la red social, se encuentra una presentación de bienvenida en la cual se encuentra el logo y un botón de seguir

4.2.7 Intereses de los usuarios

Podemos ver los intereses de los usuarios, para así saber cuales son sus preferencias y adecuar los tipos de retos para ellos.

4.2.7.1 Retos

Los retos son uno de los principales factores en la app ya que gracias a estos se puede ayudar tanto a las personas como al medio ambiente, en el caso de las personas se refiere a que lograrán hacer retos como el simple hecho de reciclar, ya que, se le dará un incentivo(regalos) y a la vez harán una actividad que les interese, pero por falta de motivación no lo hacen; en el caso del medio ambiente es evidente que los usuarios al momento de realizar estos retos: como reciclar,

compost, separar la basura, etc; conseguirán ayudar al planeta, ya que es beneficioso para este.

4.2.7.2 Regalos

Son los incentivos para los usuarios,ya que, gracias a la encuesta, se descubrió que la gran mayoría de personas, solo realiza algo si hay un premio o recompensa de por medio y la teoria de Fogg lo comprueba, es por eso que cuando cumplen estos retos se les regala algún objeto o prendas eco amigables de las empresas a las que les brindamos servicio de publicidad.

4.2.8 Notificaciones

Se mandarán notificaciones así como en cualquiera de las apps actuales(instagram, facebook y tiktok), es decir te recordará cada cierto tiempo el reto que tienes que realizar.

4.2.9 Marketplace

Será una opción para poder comprar productos eco amigables, las empresas ofrecerán sus productos mediante fotos, para que puedan venderlas, de la misma manera se cobrará comisión por promocionar sus productos en la app.

5. Beneficiarios

De acuerdo a las encuestas y entrevistas realizadas, los usuarios son jóvenes y adultos, que se encuentran en un perfil demográfico de nivel socioeconómico “A” o “B”.

Siendo el arquetipo de cliente una persona de 18 a más años, ya que este proyecto apunta a incentivar a mejorar los hábitos y comportamientos de las acciones medioambientales en los jóvenes de Lima metropolitana.

El perfil demográfico de esta persona se encuentra en el nivel socioeconómico alto o medio. Les gusta pasar tiempo en familia, son estudiantes de universidad/instituto o profesionales.

Además, los adultos pasan algún tiempo en redes sociales donde todos coinciden con el tema del medioambiente, siguen a cuentas que hablan sobre este tema y tratan de seguir los tips que dan pero solo para aparentar ya que no lo realizan día a día.

El Customer Journey Map para la red social, consistió en 3 fases, las cuales cuentan con puntos de contacto, interacciones, cumplimiento de objetivos . Comenzando con la llegada de la notificación. Existe el primer punto de contacto a la hora de ingresar Greenlife, las sensaciones en el usuario son de entusiasmo al interactuar con la red social. Ya que, a este le emociona ver los nuevos retos que tiene por hacer. Es clave que la red social tenga un diseño agradable y una funcionalidad simple donde la persona pueda navegar sin problema.

La siguiente fase sería cuando el usuario se encuentre leyendo el reto que le tocaría realizar. Debido al arquetipo podemos deducir que es una persona muy consciente sobre el medioambiente y autodidacta al ayudar al planeta. Esto no quita el hecho de que se pueda sentir algo intimidado por el hecho de realizar algunos retos fuera de su casa ya que no está acostumbrado a que otras personas lo vean realizando actividades. Sin embargo, la interacción es positiva ya que esto presenta un reto positivo para el usuario.

Finalmente, a la hora de realizar y completar el reto se da el último punto de contacto con la red social, el usuario interacciona con Greenlife, subiendo su video con el reto cumplido. El objetivo de esta última fase es que el usuario se sienta realizado
y supere las expectativas que tiene de sí mismo. Para que de esta manera vuelva y siga con los retos de la red social.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

Incentivar a las personas a mejorar sus hábitos y comportamientos con acciones sostenibles diarias, a través de una red social de retos donde puedan compartir con amigos, los ayude a realizar retos y recompense.

Al iniciar se creará un perfil descriptivo donde se encuentran los puntos acumulados, retos logrados, los premios eco amigables y la oportunidad de conectar con amigos.

La sección de retos se dividirá por dificultad y ubicación; una vez seleccionado el reto se mandarán notificaciones hasta cumplirlas y serán validados mediante videos en donde salgan nuestros usuarios cumpliendo cada paso del reto, esto será para el caso de los retos fáciles, porque para los retos difíciles, serán validados por nuestro personal que acompañará en el lugar del desafío para así verificar que estén presentes nuestros usuarios, al mismo tiempo tendrán que habernos mandado su ubicación y así parte del equipo se encargará de verificar los videos para poder validarlos.

Los usuarios contarán con un mapa que les ayudará a completar el reto mostrándoles puntos de recojo, lugares de campaña, tiendas eco amigables, etc.

Finalmente de acuerdo a cuantos retos cumplas y subas a la app, se acumularan puntos por cada desafío y estos se convertirán en regalos ya sean prendas u objetos, todo de acuerdo a tu puntaje, teniendo en cuenta que estos productos son eco amigables que le ayudarán al usuario a tener una vida más sostenible.

6.2. Segmento de clientes

Los clientes centrales son personas de 18-28 años de Lima Metropolitana, interesados en hacer acciones por el medio ambiente y compartirlas pero se les dificulta porque no saben cómo hacerlas, se les olvida o no lo hacen con continuidad.

Los clientes directos abarcan Amantes de la naturaleza, personas que les gusta llevar una vida sostenible, ingenieros ambientales, voluntarios.

6.3. Canales

Los medios por los cuales se difundirá el producto será mediante una aplicación para dispositivos móviles y publicidad por medios digitales de facebook, instagram y Tik tok por los cuales a través de publicaciones e historias se podrá conocer sobre la app de retos y cómo interactuar con ella.

6.4. Relación con los clientes

La app de retos, es capaz de adaptarse al público objetivo, puesto que tendrá filtros al poder seleccionar las preferencias al elegir los retos. La relación con los usuarios será divertida e interactiva, para que sea un ambiente agradable al realizar los retos.

6.5. Actividades Clave

Visibilización de emprendimientos o marcas ecológicas:

Con respecto a la visibilización de productos o servicios que ofrecen emprendimientos o marcas ecológicas, se añadirá una sección de marketplace, donde los usuarios podrán adquirir sus productos, mediante nuestra red social, además de contar como una fuente de ingreso.

6.6. Recursos Clave

Diseñador / desarrollador de aplicaciones móviles:

Se necesita a un programador de aplicaciones, para la creación y el mantenimiento del uso de este. Sin embargo este no será el único material a utilizar, por eso es necesario emplear diversos materiales que darán a funcionar esté proyecto.

Gestión de marketing y publicidad:

Considerando parte de métodos de difusión de la app de retos a redes sociales, se contará con comunicadores y diseñadores que realizarán la estructura de manejo de redes sociales y materia a utilizar.

Personal virtual:

Para la verificación de retos cumplidos.

Gestión financiera general:

Debido a la gestión económica sobre la inversión de la app de retos se necesitará contadores, que puedan llevar todo el proceso en gasto y ganancia con la finalidad de tener todo bajo control.

6.7. Aliados Clave

Empresas de productos o servicios ecológicos:

Con la finalidad de viralizar y que puedan obtener sus productos en la sección de Marketplace, estás empresas o emprendimientos, difundirán la aplicación vía sus redes sociales, además de generar un ingreso monetario mensualmente.

Instituciones del estado:

Considerando el producto en beneficio del cuidado del medio ambiente, siendo principalmente el encargado de esta área es el Ministerio del ambiente, tanto ellos, como ongs y programas de apoyo, formarían parte de los aliados ya que uno de sus objetivos es preservar y difundir el bienestar del medio ambiente.

6.8. Fuentes de ingreso

La manera de ingresos económicos se dará mediante de:

Auspicios y colaboraciones con marcas ecológicas:

Una vez lanzada y creada nuestra red social, se espera que los auspicios y la publicidad que se daría por parte de las marcas sobre sus productos en nuestra sección de marketplace, se espera que se pueda recuperar, la inversión.

6.9. Presupuesto

Proyecto: Aplicativo móvil de una red social de retos medioambientales.

INVERSIÓN INICIAL PARA MVP

Fecha de Inicio: 01-01-2023

Duración: 3 meses

Tipos	Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Total
Recursos de producción	UX / UI designer	2	personas	S/ 1,000	S/ 2,000
	Programadores/ Testers	agencia	agencia	S/.3,000(Mensual)	S/. 9,000
	App Store	1	unidad	S/ 381(anual)	S/ 381
	Dominio	1	unidad	S/ 100	S/ 100
	Adobe Creative Cloud	1	pack	S/ 181	S/ 181
	Personal virtual	2	personas	S/.1,160	S/.2,320
Recursos Administrativos	Internet	1	servicio	S/ 200	S/ 200
	Electricidad	1	servicio	S/ 200	S/ 200

Recursos de Promoción	Campaña	2	redes sociales	S/ 2,100	S/ 2,100
Recursos Financieros	Contador	1	Personal	S/ 1.500	S/ 1.500

Gasto Total : S/. 15,882

7. Resultados

De acuerdo con lo investigado se descubrió que la mayoría de las personas conocen la situación medioambiental actual, pero no realizan estas acciones medioambientales, porque no tienen motivación o no tienen ganas de hacerlo, sin embargo quieren lograr un cambio en el ámbito medioambiental, es por eso que se entendió que solo cumplirían el reto mediante un incentivo, con actividades fáciles que pueden adaptar en casa o a ellos mismos. Por ello se realizó un plan etnográfico a jóvenes de 18 a 28 años de edad, en la ciudad de Lima Metropolitana, creando una encuesta de preguntas cerradas y abiertas para reconocer y entender el conocimiento de los jóvenes respecto a la no realización de estos hábitos.

Durante el proceso de investigación, se dio como resultado la realización de una red social de retos con el propósito de generar hábitos medioambientales en los jóvenes, además de dar un impulso a las marcas y emprendimientos ecológicos mostrando sus productos, en la sección de marketplace, donde los usuarios podrán adquirirlos.

“Greenlife” también en español como “Vida verde”, es el nombre de nuestro proyecto. Siendo esta una principal finalidad que se quiere lograr con la red social de retos, al ser usado como un espacio de entretenimiento y a su vez educativo.

Encuesta: Dentro de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas al público objetivo, se pudo validar la falta de hábitos y comportamientos al realizar estas acciones medioambientales, por no tener algún incentivo o el poco conocimiento sobre la situación actual del cambio climático en la ciudad de Lima.

Entrevistas: Al realizar las entrevistas a los usuarios se pudo obtener como resultado la reafirmación de las encuestas, la falta de compromiso al realizar estas acciones. Además se entrevistó a pequeños emprendedores sobre su situación actual de su negocios y se dio como resultado su poca escasez de ventas porque no muchos no creen en el consumo responsable de productos o servicios.

8. Conclusiones

Los resultados obtenidos mostraron que es posible realizar una app para mejorar los hábitos y comportamientos de las acciones medioambientales en los jóvenes de Lima Metropolitana se ha propuesto un diseño funcional.

- Una de estas estrategias de las fases iniciales del proyecto, es motivar a los usuarios de esta app a realizar los retos, como se comprobó en este trabajo, con una app fácil de usar y visualmente llamativa.

- Es evidente entonces que, si se les proporciona la propuesta a jóvenes , se sentirán interesados y motivados a usar esta app.
- En cuanto al diseño de la app, si es más fácil de entender, los usuarios se motivan a usarla.
- Gracias a este proyecto gran porcentaje de jóvenes y la ciudad se beneficiaría ya que ahora ellos se volvieron más conscientes de su entorno y no tendrían que esperar a nadie para poder realizarlas.

9. Bibliografía

Antecedentes Internacionales:

- Flórez, L(2019). *Propuesta de aplicación móvil en educación ambiental sobre producción y consumo responsable estudiantes UNAD.* *(https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/2255/Fl%C3%B3rez_Andres_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y)*
- Pacheco Mayayo, Juan (2020), *Madrid. Diseño de una app integral para destinos inteligentes.* *(https://oa.upm.es/67455/1/TFG_JUAN_PACHECO_MAYAYO.pdf)*
- Rodríguez Caray, Olivia (2018), México. Hackathon: *Experiencia educativa con tecnologías aplicadas al desarrollo de apps y videojuegos para solución de problemas medioambientales y de autoempleo.* *(file:///C:/Users/HP/Downloads/978-84-18167-08-9.pdf)*

Antecedentes Nacionales:

- Meza Chumbez, Domingo (2020). *Propuesta de desarrollo de una aplicación móvil que permita medir la contaminación acústica en el distrito de Cercado de Lima.* (*https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3357/Domingo%20Meza_Fredy%20Sarmiento_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)*
- Barrenechea León, Lucas (2019). *App Ecotrux para administrar el reciclaje de materiales reutilizables en el Segat. .(https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47361/Barrenechea_LLR-Santos_AJGS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)*
- Concepto de medioambiente *https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/177/742*

Marco Teórico:

- Medios digitales : Importancia de las redes sociales: *file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LaImportanciaDeLasRedesSocialesEnElAmbitoEducativo-4425349.pdf*
  - *https://enciclopedia.net/realizar/*

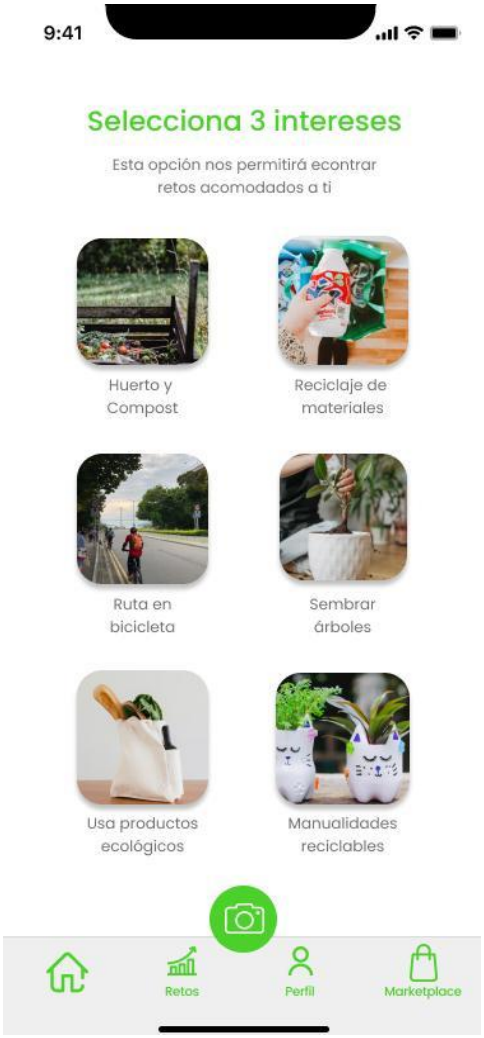
Contextualización del problema:

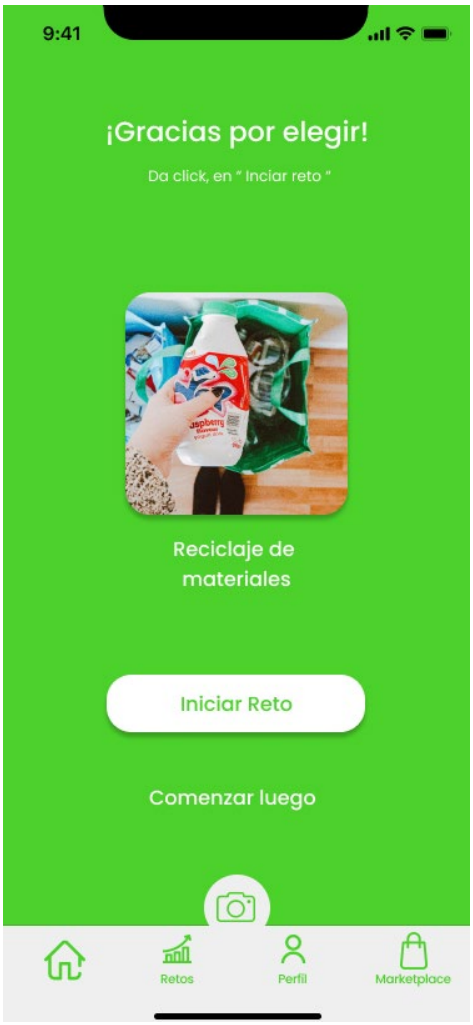
- Carlos Aranda (2016) : El derecho constitucional en la protección del medio ambiente y la gestión de la municipalidad provincial de Talara para controlar la extracción de hidrocarburos, año 2016. *https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/2425/Tesis_derecho%20constitucional_protecci%c3%b3n%20medioambiente_gesti%c3%b3n%20municipal_extracci%c3%b3n%20hidrocarburos_Talara%202016.pdf?isAllowed=y&sequence=1*

- Carlos Aranda (2016) : El derecho constitucional en la protección del medio ambiente y la gestión de la municipalidad provincial de Talara para controlar la

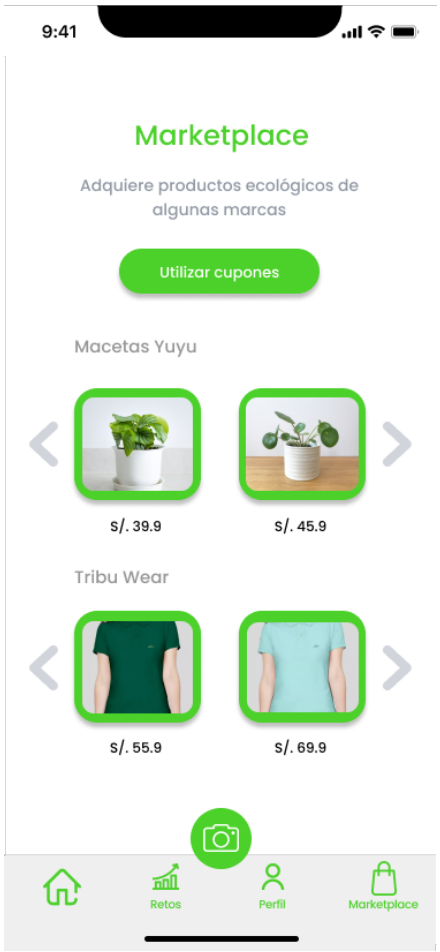
10. Anexos

- Anexo 1: Proceso de creación de la red social de retos


9:41
Selecciona 3 intereses
Esta opción nos permitirá econtrar retos acomodados a ti
Huerto y Compost
Reciclaje de materiales
Ruta en bicicleta
Sembrar árboles
Usa productos ecológicos
Manualidades reciclables
Retos
Perfil
Marketplace


9:41
¡Gracias por elegir!
Da click, en " Inciar reto "
Reciclaje de materiales
Iniciar Reto
Comenzar luego
Retos
Perfil
Marketplace


9:41
Scan
Usa la camará para poner a prueba tu reto con tu video / foto
Hecho
Retos
Perfil
Marketplace


9:41
Marketplace
Adquiere productos ecológicos de algunas marcas
Utilizar cupones
Macetas Yuyu
S/. 39.9
S/. 45.9
Tribu Wear
S/. 55.9
S/. 69.9
Retos
Perfil
Marketplace

- Anexo 2: Cuestionario de preguntas

