ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "TOULOUSE LAUTREC"

IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE LIMPIEZA PARTICIPATIVA PARA LA CONSERVACIÓN DE LOS ECOSISTEMAS MARINOS Y COSTEROS EN LA PLAYA AGUA DULCE – CHORRILLOS, LIMA

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

AUTOR:
CAMILA HUACHILLO MASCARO
(https://orcid.org/0009-0007-9458-1115)

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

AUTOR:
RENZO ARAUCO ALCANTARA
(https://orcid.org/0000-1111-0000-1111)

ASESOR:
ALEXANDER HENRY RODRÍGUEZ PÉREZ
(https://orcid.org/0000-0001-80204238)

Lima - Perú
2025

HUACHILLO MASCARO CAMILA 2019141767 %E2%80%93 ARAUCO ALCANTARA RENZO 2019247651.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:439905525

Submission Date
Mar 16, 2025, 6:00 PM GMT-5

Download Date
Mar 16, 2025, 6:48 PM GMT-5

File Name
HUACHILLO MASCARO CAMILA 2019141767 – ARAUCO ALCANTARA RENZO 2019247651.docx

File Size
72.4 KB

33 Pages

6,990 Words

43,997 Characters

18% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

16% Internet sources
3% Publications
9% 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

El proyecto de innovación EcoAmar busca abordar la contaminación de los ecosistemas marinos y costeros mediante la organización estructurada de jornadas de limpieza en la Playa Agua Dulce, en Lima Metropolitana. La iniciativa está dirigida a ciudadanos y visitantes interesados en la conservación ambiental, promoviendo su participación en actividades periódicas que fomentan la concienciación ecológica. Para el desarrollo del proyecto, se aplicaron metodologías de Design Thinking y Lean Startup, utilizando herramientas como el Mapa de Actores, para identificar a los participantes clave; el Canvas de Propuesta de Valor, para consolidar el modelo de impacto; y el Modelo de Negocio, que evalúa la sostenibilidad del proyecto. Estas metodologías permitieron diseñar una solución centrada en la acción comunitaria sin depender de una plataforma digital interactiva. La propuesta consiste en la organización de jornadas de limpieza cada dos semanas, donde los voluntarios se inscriben a través de redes sociales y realizan un aporte de S/ 40 por persona. Como incentivo, reciben un certificado digital de participación, con la opción de solicitar una versión impresa por un costo adicional de S/ 5. Además, EcoAmar establece alianzas con marcas y organizaciones que patrocinan las jornadas, brindándoles visibilidad en contenido digital y redes sociales. Se concluye que la solución propuesta es efectiva y atractiva para el público objetivo, ya que fomenta la educación ambiental, promueve la participación ciudadana y fortalece la cultura de responsabilidad ecológica. Se recomienda evaluar periódicamente la iniciativa y explorar nuevas estrategias para ampliar su impacto y replicabilidad en otras playas del país.

Palabras clave: limpieza costera, conservación ambiental, participación comunitaria, educación ecológica, Lima Metropolitana.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del trabajo de investigación..... 2

1. Contextualización de problema..... 6

2. Justificación 7

2.1. Justificación social 7

2.2. Justificación práctica..... 8

2.3. Justificación metodológica..... 8

3. Reto de Innovación 8

3.1. Preguntas de Investigación 9

3.1.1. Pregunta general 9

3.1.2. Preguntas específicas..... 9

3.2. Objetivos de investigación..... 9

3.2.1. Objetivo General..... 9

3.2.2. Objetivos específicos..... 9

4. Sustento teórico..... 10

4.1. Estudios previos 10

4.2. Marco teórico 13

4.2.1. Conceptualización de la participación comunitaria..... 13

4.2.2. Características de la participación comunitaria 13

4.2.2.1. Organización estructurada. 13

4.2.2.2. Incentivos y certificación. 14

4.2.2.3. Alianzas estratégicas con marcas. 14

4.2.3. Estrategias de difusión y educación ambiental 15

4.2.3.1. Redes sociales como herramienta de concienciación. 15

4.2.3.2. Creación de contenido educativo y visual. 15

4.2.4. Importancia de la acción directa en la conservación ambiental 15

5. Beneficiarios 16

5.1. Directos 16

5.2. Indirectos 16

5.3. Arquetipo de cliente 17

6. Propuesta de valor 20

6.1. Propuesta de valor 20

6.2. Segmento de clientes 21

6.3. Canales 21

6.4. Relación con los clientes 22

6.5. Actividades clave 22

6.6. Recursos clave 23

6.7. Aliados clave 23

6.8. Fuentes de ingreso 23

6.9. Presupuesto 24

7. Resultados 26

8. Conclusiones 27

9. Bibliografía 29

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inversión Inicial 24

Tabla 2. Gastos Mensuales..... 24

Tabla 3. Ingresos 25

Tabla 4. Balance financiero 25

1. Contextualización de problema

La contaminación ambiental es un problema global que afecta gravemente los ecosistemas marinos y costeros. Según el Instituto de Ciencias del Mar (ICM, 2023), la degradación de los océanos impacta directamente en la biodiversidad marina y en las poblaciones costeras que dependen de estos ecosistemas. Esta contaminación tiene consecuencias devastadoras para especies como tortugas, peces y aves que ingieren o quedan atrapadas en desechos plásticos (Fernández et al., 2023).

En el contexto peruano, el informe de la Autoridad Nacional del Agua (ANA, 2023) destaca que la acumulación de residuos sólidos en las playas de Lima es una problemática creciente, especialmente en zonas de alto tráfico turístico como Playa Agua Dulce. A pesar de los esfuerzos municipales para su mantenimiento, la contaminación persiste debido a la falta de conciencia ambiental y la infraestructura inadecuada para la recolección y reciclaje de desechos (ANA, 2023).

La relación entre el marketing digital y la conservación ambiental ha cobrado relevancia en los últimos años. Estudios recientes demuestran que el uso de campañas digitales puede influir positivamente en el comportamiento ambiental de la población. De acuerdo con Gonzáles y Martínez (2020), las estrategias de marketing digital, como las redes sociales y la publicidad interactiva, pueden generar conciencia y movilizar a las comunidades hacia la acción sostenible. En este sentido, la implementación de un programa de limpieza participativa en Playa Agua Dulce, apoyado por estrategias de marketing digital, puede ser una solución efectiva para reducir la contaminación en esta área costera.

En base a lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de Dirección y Diseño Gráfico, Comunicación Audiovisual y Multimedia y Publicidad y Marketing Digital, se busca abordar esta problemática a través de la creación de EcoAmar, un programa de limpieza participativa diseñado para involucrar activamente a la comunidad en la

conservación del ecosistema marino y costero de Playa Agua Dulce. Este programa integrará estrategias digitales innovadoras, incluyendo campañas de concienciación en redes sociales, gamificación mediante incentivos digitales y colaboraciones con *influencers* ambientales para aumentar la participación ciudadana.

EcoAmar permitirá a los participantes inscribirse en jornadas de limpieza organizadas cada dos semanas, a través de redes sociales. Para participar, realizan un aporte de S/ 40 por persona, lo que les permite recibir un certificado digital de participación. Además, tienen la opción de solicitar una versión impresa por un costo adicional de S/ 5. EcoAmar establece alianzas estratégicas con marcas comprometidas con el medio ambiente, las cuales patrocinan las jornadas de limpieza y obtienen visibilidad mediante nuestra presencia digital.

De esta manera, se fomenta la colaboración con empresas *ecofriendly* y se refuerza la sostenibilidad del programa. Finalmente, se espera que EcoAmar se convierta en un modelo replicable para otras playas de Lima y del país, consolidándose como una iniciativa clave en la lucha contra la contaminación costera.

2. Justificación

La presente investigación tiene como objetivo abordar la problemática de la contaminación en los ecosistemas marinos y costeros, especialmente en la Playa Agua Dulce, mediante la implementación del programa EcoAmar. Esta iniciativa busca generar conciencia ambiental y fomentar la participación ciudadana a través de estrategias de marketing digital y educación ecológica.

2.1. Justificación social

La contaminación de las playas afecta tanto a la biodiversidad marina como a la calidad de vida de las comunidades cercanas y visitantes. Según la ANA (2023), la

acumulación de residuos en las playas peruanas ha incrementado en los últimos años, afectando la flora y fauna local. La implementación de EcoAmar busca mitigar esta problemática al fomentar una cultura de responsabilidad ambiental a través de actividades participativas y educativas dirigidas a la población local y turistas.

2.2. Justificación práctica

El proyecto EcoAmar no solo busca reducir la cantidad de desechos en Playa Agua Dulce, sino también incentivar la educación ambiental mediante herramientas digitales. Estudios han demostrado que las iniciativas interactivas aumentan el compromiso de las personas con las causas ambientales (Gutiérrez y Sánchez, 2022). A través de plataformas digitales, programas de incentivos, se espera que los participantes adopten prácticas sostenibles a largo plazo.

2.3. Justificación metodológica

Para el desarrollo de esta iniciativa, se empleó una metodología basada en el Design Thinking, permitiendo un enfoque flexible y centrado en el usuario. Se utilizaron herramientas como el Mapa del Problema y el Mapa de Actores para identificar los principales desafíos y oportunidades dentro del ecosistema de Playa Agua Dulce. Además, se aplicó el modelo de Gamificación, que, mediante incentivos digitales y participación en redes sociales, promoverá el involucramiento de la comunidad en la limpieza y conservación de la playa.

3. Reto de Innovación

La problemática de la contaminación en las playas de Lima Metropolitana requiere soluciones innovadoras que fomenten la participación activa de la comunidad en la

conservación del medio ambiente. EcoAmar se presenta como una iniciativa que integra herramientas digitales y estrategias participativas para generar conciencia ecológica y reducir los desechos en las playas.

3.1. Preguntas de Investigación

3.1.1. Pregunta general

¿De qué manera se podría fomentar la participación ciudadana en la limpieza y conservación de las playas de Lima Metropolitana?

3.1.2. Preguntas específicas

PE1 ¿Qué estrategias digitales pueden incentivar a los ciudadanos a participar en jornadas de limpieza en Playa Agua Dulce?

PE2 ¿Qué tipo de incentivos podrían motivar a los voluntarios a formar parte de iniciativas de conservación ambiental?

PE3 ¿Cuál sería el impacto de la gamificación en la efectividad de un programa de limpieza participativa?

3.2. Objetivos de investigación

3.2.1. Objetivo General

Diseñar e implementar un programa de limpieza participativa para la conservación de los ecosistemas costeros en Lima Metropolitana.

3.2.2. Objetivos específicos

OE1 Determinar qué estrategias pueden incentivar la participación ciudadana en programas de limpieza costera.

OE2 Evaluar qué incentivos pueden generar mayor compromiso y constancia en los voluntarios.

OE3 Analizar la efectividad de la gamificación en programas de conservación ambiental para mejorar la sostenibilidad del proyecto.

4. Sustento teórico

4.1. Estudios previos

López & Cely (2023), en su estudio el objetivo consistió en evaluar la efectividad de jornadas de limpieza organizadas en el área marina protegida del Parque Nacional Natural Corales del Rosario y de San Bernardo, determinando su impacto en la reducción de residuos y la participación comunitaria. Este estudio empleó una metodología cuantitativa, realizando un análisis de la recolección de residuos en playas arenosas y litorales rocosos, así como encuestas a los participantes para medir el impacto en su conciencia ecológica. Las jornadas de limpieza se programaron estratégicamente para evaluar su efectividad en distintos horarios y condiciones ambientales. Los resultados de la investigación concluyen que las limpiezas programadas contribuyeron a la reducción significativa de residuos en las playas intervenidas, además de fortalecer la sensibilización y el compromiso de la comunidad con la conservación del entorno marino. Las conclusiones del autor son que la planificación y ejecución estructurada de jornadas de limpieza en áreas protegidas son clave para el mantenimiento de los ecosistemas costeros y fomentan la participación activa de la población en iniciativas ambientales. La utilidad de la tesis es demostrar que la implementación periódica de limpiezas comunitarias, combinada con estrategias educativas, es un factor determinante para la sostenibilidad de los programas de conservación marina.

Paredes (2023), en su estudio el objetivo consistió en analizar los indicadores de gestión ambiental de residuos sólidos y formular un modelo de gestión ambiental para la

ciudad de Juliaca. Este estudio adoptó un enfoque cuantitativo, evaluando la generación y composición de residuos sólidos urbanos mediante encuestas en viviendas y análisis de la gestión operativa del servicio de limpieza pública. Se recopilaron datos sobre la producción de residuos y su disposición final para identificar deficiencias y oportunidades de mejora en la gestión ambiental. Los resultados de la investigación concluyen que la generación per cápita de residuos sólidos municipales en Juliaca es de 0,69 kg/hab./día, con una composición donde el 42,94% son residuos orgánicos valorizables y el 18,86% inorgánicos aprovechables. Se identificó que la inadecuada gestión de residuos impacta negativamente en la calidad del aire, el agua y los suelos. Las conclusiones del autor son que la implementación de un modelo estructurado de gestión de residuos sólidos urbanos es esencial para minimizar el impacto ambiental y mejorar la eficiencia del servicio de limpieza pública. La utilidad de la tesis es demostrar que una planificación estructurada y la participación comunitaria en la gestión de residuos sólidos pueden garantizar su manejo adecuado y reducir los impactos negativos en el medio ambiente.

Artigas et al. (2021), en su estudio el objetivo consistió en analizar cómo la participación activa de las comunidades locales en la conservación del medio ambiente puede ser un factor clave para el desarrollo local sostenible. Este estudio adoptó un enfoque cualitativo, realizando entrevistas en profundidad con líderes comunitarios y miembros de organizaciones locales involucradas en proyectos de conservación. Se analizaron casos de estudio de iniciativas comunitarias exitosas para identificar factores que contribuyen al desarrollo sostenible a nivel local. Los resultados de la investigación concluyen que las comunidades que participan activamente en la conservación del medio ambiente no solo logran preservar sus recursos naturales, sino que también mejoran su calidad de vida y fortalecen su cohesión social. Las conclusiones de los autores son que la participación comunitaria es esencial para el éxito de las iniciativas de conservación y que estas, a su vez,

pueden ser un motor para el desarrollo sostenible de las comunidades locales. La utilidad del artículo es demostrar que la implicación de las comunidades locales en la conservación del medio ambiente es fundamental para lograr un desarrollo sostenible, y que las políticas públicas deben fomentar y apoyar estas iniciativas para maximizar su impacto positivo.

Gómez & Fernández (2021), en su estudio el objetivo consistió en analizar el impacto de las certificaciones digitales en la motivación y continuidad del voluntariado ambiental. Los autores utilizaron una metodología mixta, combinando encuestas a voluntarios ambientales con grupos focales para profundizar en las percepciones sobre las certificaciones digitales. Además, se realizó un seguimiento longitudinal de la participación de los voluntarios para medir la recurrencia en las actividades. Los resultados de la investigación concluyen que el 78% de los voluntarios que recibieron certificaciones participaron en más de una jornada, mientras que solo el 45% de aquellos sin certificación regresaron a futuras actividades. Las conclusiones del autor son que la entrega de certificados digitales refuerza el sentido de compromiso y promueve la participación recurrente de los voluntarios. La utilidad de la tesis es evidenciar que los incentivos simbólicos, como certificaciones, fortalecen la retención de voluntarios en proyectos de impacto ambiental.

Gómez & Ramírez (2021), en su estudio el objetivo consistió en analizar cómo la implementación de modelos de gestión empresarial puede contribuir a la sostenibilidad y viabilidad de las organizaciones en el largo plazo. Este estudio adoptó un enfoque cualitativo, realizando entrevistas en profundidad con expertos en sostenibilidad y líderes empresariales. Se analizaron casos de éxito de empresas que han aplicado modelos de gestión sostenible para identificar estrategias clave en la optimización de recursos y la estabilidad financiera. Los resultados de la investigación concluyen que el 70% de las empresas que integraron modelos de gestión sostenible lograron mejorar su eficiencia operativa y fortalecer su compromiso con prácticas responsables. Las conclusiones del autor son que la adopción de

estrategias de gestión enfocadas en sostenibilidad proporciona estabilidad a las empresas y les permite aumentar su impacto positivo en el entorno social y ambiental. La utilidad de la tesis es demostrar que la integración de modelos de gestión sostenible es clave para el éxito y permanencia de las organizaciones en un contexto de responsabilidad social y ambiental.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Conceptualización de la participación comunitaria

Según Martínez y Pérez (2022), la participación comunitaria en proyectos ambientales se define como la integración de voluntarios en actividades organizadas para la preservación del ecosistema. Estas iniciativas fomentan la conciencia ecológica y promueven el compromiso ciudadano a través de acciones directas y estructuradas. Además, la participación comunitaria permite generar un impacto tangible en el medio ambiente, al mismo tiempo que refuerza la educación ambiental en la sociedad. Involucrar a la comunidad en acciones de conservación fortalece la responsabilidad colectiva y promueve cambios de comportamiento sostenibles a largo plazo.

4.2.2. Características de la participación comunitaria

4.2.2.1. Organización estructurada.

Según Rodríguez y Gómez (2021), la planificación periódica de actividades ambientales mejora su efectividad, ya que evita que los esfuerzos sean eventuales y poco impactantes. La programación de jornadas de limpieza cada dos semanas permite mantener la continuidad y garantizar un impacto sostenible. Un modelo de organización estructurada también permite distribuir responsabilidades entre los participantes, asegurando que cada voluntario tenga un rol definido y pueda contribuir de manera efectiva al cumplimiento de los

objetivos ambientales. Además, establecer cronogramas fijos fomenta la disciplina y el compromiso a largo plazo dentro de la comunidad.

4.2.2.2. Incentivos y certificación.

Según Hernández y Torres (2020), los voluntarios tienden a participar más en actividades si reciben incentivos simbólicos, como certificados de reconocimiento. Este tipo de estrategias refuerza el sentido de pertenencia y compromiso en la comunidad, ya que los voluntarios perciben que su esfuerzo es valorado. Los certificados no solo representan un reconocimiento formal, sino que también pueden ser útiles para fines académicos y laborales, incentivando a más personas a sumarse a la iniciativa. Adicionalmente, ofrecer certificaciones físicas y digitales permite a los participantes compartir su experiencia en redes sociales, lo que amplifica el alcance del programa y motiva a nuevos voluntarios a unirse.

4.2.2.3. Alianzas estratégicas con marcas.

De acuerdo con López y Fernández (2021), las empresas que patrocinan proyectos ecológicos logran mejorar su reputación y establecer una conexión más sólida con los consumidores. Estas alianzas proporcionan sostenibilidad financiera y garantizan la continuidad de iniciativas ambientales. Contar con el respaldo de marcas comprometidas con el medio ambiente permite diversificar las fuentes de financiamiento y reducir la dependencia de fondos públicos o donaciones. Además, de acuerdo con Navarro y Pérez (2021) las empresas pueden contribuir no solo con recursos económicos, sino también con materiales, equipamiento y logística para mejorar la eficiencia de las jornadas de limpieza. A través de la colaboración con marcas *ecofriendly*, se puede ampliar el impacto de la iniciativa y atraer a más sectores interesados en apoyar la causa ambiental.

4.2.3. Estrategias de difusión y educación ambiental

4.2.3.1. Redes sociales como herramienta de concienciación.

Según Silva y Ramírez (2023), el uso de contenido educativo y visual en redes sociales incrementa el alcance de iniciativas ambientales en un 60%. La combinación de imágenes de impacto y mensajes informativos mejora la participación y el compromiso ciudadano. Las plataformas digitales permiten llegar a un público más amplio, especialmente a los jóvenes, quienes suelen estar más conectados a estas herramientas. Además, el uso de redes sociales facilita la difusión de logros y resultados obtenidos, generando transparencia y credibilidad en la iniciativa. Campañas de concienciación bien diseñadas pueden generar interacciones significativas, aumentando la posibilidad de captar nuevos voluntarios y aliados estratégicos.

4.2.3.2. Creación de contenido educativo y visual.

Según Fuentes y Delgado (2020), la generación de material educativo en formato digital facilita la difusión de información ambiental y motiva a la comunidad a participar en acciones concretas. La educación ambiental a través de medios digitales permite transmitir mensajes de manera más accesible y atractiva, asegurando que la información llegue a diferentes segmentos de la población. Incluir infografías, videos y testimonios en las campañas educativas aumenta la comprensión del problema ambiental y la necesidad de actuar. Asimismo, el contenido educativo visual puede ser reutilizado y compartido en diversas plataformas, amplificando su impacto y reforzando la misión de la iniciativa.

4.2.4. Importancia de la acción directa en la conservación ambiental

Según Navarro y Pérez (2020), los modelos de conservación ambiental basados en la participación real de la comunidad son más efectivos y sostenibles a largo plazo que aquellos

dependientes exclusivamente de plataformas digitales. La ejecución de jornadas de limpieza presenciales fomenta un sentido de responsabilidad y compromiso en los voluntarios, asegurando la replicabilidad del modelo en otras localidades. La acción directa permite evidenciar de manera tangible los resultados del esfuerzo colectivo, aumentando la motivación de los participantes. Además, trabajar en equipo en un espacio natural refuerza el sentido de comunidad y la conexión con el medio ambiente, promoviendo actitudes más responsables hacia su conservación. Iniciativas que priorizan la acción directa suelen generar un mayor impacto emocional en los participantes, lo que se traduce en un compromiso sostenido en el tiempo.

5. Beneficiarios

5.1. Directos

Los beneficiarios directos de EcoAmar son los ciudadanos y visitantes que frecuentan la Playa Agua Dulce, quienes buscan participar en actividades de conservación ambiental y contribuir activamente a la limpieza del ecosistema costero. Estas personas, motivadas por la responsabilidad ecológica o el interés en acciones comunitarias, encuentran en EcoAmar una oportunidad estructurada para colaborar en la preservación del medio ambiente. Además, los voluntarios que se inscriben en las jornadas de limpieza reciben un certificado de participación, lo que agrega valor a su experiencia y fomenta su compromiso continuo con la causa ambiental**.**

5.2. Indirectos

Los beneficiarios indirectos de EcoAmar incluyen a las organizaciones, instituciones y empresas aliadas que promueven prácticas sostenibles y apoyan iniciativas ambientales. Las marcas *ecofriendly* que patrocinan las jornadas de limpieza obtienen visibilidad y

fortalecen su reputación como empresas socialmente responsables. Asimismo, la comunidad local y los comerciantes de la zona también se benefician de una playa más limpia, lo que mejora la experiencia turística y fomenta el desarrollo económico sostenible.

5.3. Arquetipo de cliente

Los participantes de EcoAmar son personas conscientes de la importancia del cuidado del medio ambiente y motivadas a contribuir con acciones concretas. Aunque la mayoría son jóvenes y adultos residentes en Lima Metropolitana, también se incluyen turistas nacionales e internacionales interesados en actividades ecológicas. Ejemplo de arquetipo:

Carlos es un joven de 22 años que estudia en una universidad de Lima y tiene un fuerte interés en la conservación ambiental. Le preocupa la contaminación en las playas y busca espacios donde pueda involucrarse en iniciativas ecológicas. Descubre EcoAmar a través de redes sociales y decide inscribirse en una jornada de limpieza. Durante la actividad, interactúa con otros voluntarios, aprende sobre el impacto de los residuos en el ecosistema marino y recibe un certificado que valida su participación. Su experiencia lo motiva a seguir asistiendo a futuras jornadas y a compartir la iniciativa con su círculo social.

Los arquetipos fueron desarrollados en base a la información obtenida a través de encuestas, entrevistas y el análisis del público objetivo, dividiéndolos en tres niveles:

Sección 1 - Centrales: Aquí se encuentran los voluntarios y ciudadanos comprometidos con la limpieza de la Playa Agua Dulce. Son personas activamente involucradas en la conservación ambiental y en la ejecución de las jornadas organizadas por EcoAmar.

Sección 2 - Directos: Incluye a familiares y amigos de los voluntarios, quienes pueden ser influenciados para sumarse a la iniciativa. También comprende a las organizaciones que colaboran con la difusión de las jornadas y contribuyen con recursos logísticos.

Sección 3 - Indirectos: Comprende a entidades gubernamentales y municipales encargadas de la gestión ambiental, así como a empresas y medios de comunicación que promueven la concienciación ecológica a través de la difusión de las actividades de EcoAmar.

A partir de la jornada piloto y la validación realizada, estimamos que EcoAmar impacta aproximadamente a 25 a 30 beneficiarios indirectos, distribuidos en las siguientes categorías:

Entidades gubernamentales y municipales

- Municipalidad de Chorrillos – Responsable de la gestión ambiental en Playa Agua Dulce.
- Ministerio del Ambiente (MINAM) – Potencial aliado para la difusión y apoyo logístico.
- Autoridad Nacional del Agua (ANA) – Relacionada con la conservación de los ecosistemas acuáticos (ANA, 2023).
- Serpar Lima – Encargado de la administración de áreas naturales y recreativas en la ciudad.

ONGs y organizaciones ambientales

- Oceana Perú – Enfocada en la protección de ecosistemas marinos.
- Vida - Instituto para la Protección del Medio Ambiente – Especializada en educación ambiental y conservación.
- L.O.O.P. (*Life Out Of Plastic*) – Movimiento para reducir el plástico en los océanos.
- Ciudad Saludable – Trabaja en proyectos de manejo de residuos y reciclaje.

Estudios han demostrado que las alianzas con ONGs fortalecen la sostenibilidad de proyectos ambientales. Según Rodríguez y Pérez (2022), las colaboraciones entre ONGs y

comunidades han incrementado en un 70% la efectividad de proyectos de conservación costera, asegurando su continuidad a largo plazo.

Empresas eco-friendly y marcas con responsabilidad social

- AJE Group (Bio Amayu, Cielo, Big Cola) – Empresas con programas de sostenibilidad.
- Nestlé Perú – Ha impulsado iniciativas de reciclaje y reducción de desechos.
- PepsiCo Perú – Programas de reducción de plásticos en sus empaques.
- Supermercados Wong y Plaza Vea – Promueven campañas de reciclaje.
- Pacífico Seguros – Ha financiado proyectos de impacto ambiental.
- Ransa – Compañía con estrategias de logística sostenible.

El respaldo de empresas eco-friendly no solo fortalece la viabilidad económica de los proyectos, sino que también mejora la percepción de los consumidores hacia las marcas. Según Hernández y Torres (2023), el 65% de los consumidores prefieren comprar productos de marcas que participan activamente en campañas ambientales, lo que refuerza la importancia de establecer alianzas con empresas comprometidas con la sostenibilidad.

Canales de difusión y medios de comunicación

- Televisión y radio:
    - TV Perú – Programas ambientales como "Reportaje al Perú".
    - Latina TV – Noticias sobre sostenibilidad en “Latina Noticias”.
    - RPP Noticias – Programa "Espacio Vital" con contenido ecológico.
    - Radio Oxígeno – Ha apoyado campañas ambientales.
- Medios digitales y portales de noticias:
    - El Comercio – Sección “Somos” y “Gestión Sostenible”.
    - La República – Reportajes sobre sostenibilidad y activismo ambiental.

  - Andina – Agencia de Noticias del Estado con información ambiental.
  - Perú21 – Noticias sobre responsabilidad social y sostenibilidad.
  - Gestión – Cobertura de economía verde y responsabilidad empresarial.
- *Influencers* y redes sociales:
  - @madretierraperu (Instagram – Conciencia ambiental).
  - @plasticoceansperu (Movimiento contra el plástico en el océano).
  - @ecoamigosperu (Educación ecológica).
  - @inforeciclajeperu (Información sobre reciclaje).

El uso de redes sociales en campañas ambientales genera un incremento significativo en la participación comunitaria, reforzando la efectividad de estrategias digitales como la utilizada en EcoAmar. Según López y Fernández (2024), la implementación de contenido interactivo en redes sociales ha aumentado en un 60% la participación en programas de concienciación ambiental, lo que demuestra su potencial como herramienta de difusión.

6. Propuesta de valor

6.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor de EcoAmar consiste en fomentar la acción directa en la conservación del ecosistema marino a través de jornadas de limpieza organizadas en la Playa Agua Dulce. A diferencia de otras iniciativas, EcoAmar se enfoca en la participación real de la comunidad, combinando voluntariado ambiental con generación de contenido educativo y visual que promueve la concienciación ecológica.

Los voluntarios pueden inscribirse en las jornadas de limpieza a través de redes sociales y recibir un certificado de participación al finalizar la actividad. Además, la iniciativa busca establecer alianzas estratégicas con empresas *eco-friendly*, instituciones educativas y ONGs que compartan el mismo compromiso con el medio ambiente. Estas

colaboraciones no solo fortalecen la sostenibilidad del proyecto, sino que también amplían su impacto, permitiendo la implementación de campañas de educación ambiental y programas de reciclaje en la comunidad local.

Según Gutiérrez y Sánchez (2022), las iniciativas que combinan acción presencial con herramientas digitales logran un mayor impacto en la concienciación ambiental, ya que fomentan la participación continua de los voluntarios. Asimismo, López y Ramírez (2021) destacan que los programas de limpieza costera son más efectivos cuando se complementan con estrategias de gamificación e incentivos simbólicos, como certificaciones o reconocimientos en redes sociales, lo que incrementa el compromiso a largo plazo.

6.2. Segmento de clientes

El proyecto está dirigido a ciudadanos y visitantes de Lima Metropolitana que desean involucrarse activamente en la conservación del medio ambiente. Este grupo incluye estudiantes, jóvenes activistas, profesionales con un fuerte compromiso con la sostenibilidad y turistas interesados en la protección de los ecosistemas costeros. Asimismo, se busca la participación de instituciones educativas, organizaciones comunitarias y empresas con responsabilidad social, con el objetivo de generar un impacto más amplio y fortalecer una cultura de preservación ambiental. Según Ramírez y Gutiérrez (2021), la integración de diferentes sectores de la sociedad en programas ambientales no solo incrementa la efectividad de las iniciativas, sino que también fomenta la continuidad de las acciones sostenibles a largo plazo.

6.3. Canales

Para garantizar una mayor difusión y convocatoria, EcoAmar utilizará como principales canales de comunicación las redes sociales, incluyendo Instagram, Facebook y

TikTok. En estas plataformas, se compartirá contenido visual atractivo, testimonios de voluntarios y material educativo para incentivar la participación. Además, se implementarán estrategias de marketing digital, como anuncios segmentados y colaboraciones con *influencers* ambientales. Paralelamente, se establecerán alianzas con comunidades locales y medios digitales para fortalecer la visibilidad del proyecto y ampliar su impacto. Según López y Fernández (2022), las campañas de concienciación ambiental en redes sociales aumentan en un 70% la interacción y el compromiso de la audiencia cuando combinan material audiovisual con llamados a la acción efectivos.

6.4. Relación con los clientes

EcoAmar busca fortalecer su vínculo con los voluntarios y la comunidad a través de estrategias de interacción constante. Para ello, se difundirán historias y testimonios de participantes, resaltando su experiencia y contribución al medio ambiente. Además, se compartirán avances sobre la reducción de residuos en Playa Agua Dulce, generando transparencia y confianza en la iniciativa. Como incentivo, los voluntarios recibirán certificados digitales de participación, con la opción de obtener una versión impresa, lo que refuerza su sentido de pertenencia y motiva su involucramiento en futuras actividades. De acuerdo con Ramírez y Torres (2023), el reconocimiento simbólico, como certificaciones y menciones en redes sociales, incrementa la participación recurrente en proyectos ambientales, al generar un sentido de logro y contribución positiva en los voluntarios.

6.5. Actividades clave

Las acciones fundamentales de EcoAmar se centran en la planificación y ejecución de jornadas de limpieza cada dos semanas, asegurando una participación recurrente y sostenida. Para ello, se gestionarán inscripciones a través de redes sociales y se empleará contenido

educativo para fomentar la concienciación ambiental. Asimismo, se trabajará en la articulación con organizaciones gubernamentales y privadas que puedan contribuir con recursos, financiamiento o logística, garantizando la sostenibilidad y expansión del proyecto. Según Martínez y Gómez (2021), la colaboración con entidades externas y la estructuración periódica de actividades fortalecen la efectividad de iniciativas ambientales, asegurando su impacto a largo plazo.

6.6. Recursos clave

Los recursos clave para el desarrollo y sostenibilidad de EcoAmar incluyen voluntarios comprometidos, materiales para la limpieza (bolsas biodegradables, guantes, contenedores de reciclaje), redes sociales para la difusión de la iniciativa y el respaldo de entidades que puedan aportar a la organización de las jornadas.

6.7. Aliados clave

Los aliados clave de EcoAmar son municipalidades locales que faciliten permisos y apoyo logístico, instituciones educativas interesadas en fomentar la participación de sus alumnos y organizaciones comunitarias que ayuden en la difusión del proyecto.

6.8. Fuentes de ingreso

El financiamiento de EcoAmar proviene de la inscripción de voluntarios (S/ 40 por persona), quienes al participar reciben un certificado digital y pueden optar por una versión impresa por un costo adicional de S/ 5. Además, se buscan colaboraciones con entidades que puedan aportar recursos logísticos para garantizar la sostenibilidad del proyecto.

6.9. Presupuesto

Tabla 1

Inversión Inicial

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	*Kits* ecológicos para voluntarios	50	UND	S/ 50.00	S/ 2,500.00
2	Material para señalización (carteles, *banners*)	10	UND	S/ 50.00	S/ 500.00
3	*Software* de edición y diseño (Adobe, Canva, CapCut)	3	UND	S/ 50.00	S/ 150.00
4	*Community Manager* (Gestión de Instagram y TikTok)	1	MES	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
5	Registro legal de la empresa (SUNARP y otros trámites)	1	PAQ	S/ 1,255.00	S/ 1,255.00
6	SUNARP adicional	1	PAQ	S/ 31.00	S/ 31.00
7	*Software* administrativo (Google Workspace, Metricool)	2	LIC	S/ 75.00	S/ 150.00
8	Diseño gráfico y branding (logo, plantillas, manual)	1	SERV	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
9	Equipos de limpieza (palas, recogedores, mallas)	20	UND	S/ 60.00	S/ 1,200.00
10	Almacenamiento digital (Google Drive, Dropbox)	2	LIC	S/ 50.00	S/ 100.00
11	Publicidad digital (Meta Ads, TikTok Ads)	1	-	S/ 800.00	S/ 800.00
12	Transporte (movilidad para eventos)	6	-	S/ 50.00	S/ 300.00
13	Capital de trabajo inicial (contingencias, imprevistos)	1	PAQ	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
14	Cuenta bancaria y gastos operativos	1	SERV	100	S/ 100
TOTAL					**S/ 11,286**

Tabla 2

Gastos Mensuales

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	*Kits* ecológicos para voluntarios	50	UND	S/ 50.00	S/ 2,500.00
2	Material para señalización (carteles, banners)	5	UND	S/ 50.00	S/ 250.00

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
3	*Software* de edición y diseño (Adobe, Canva, CapCut)	3	LIC	S/ 50.00	S/ 150.00
4	*Community Manager* (Gestión de Instagram y TikTok)	1	-	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
5	Software administrativo (Google Workspace, Metricool)	2	LIC	S/ 75.00	S/ 150.00
6	Transporte (movilidad y eventos)	6	VIAJE	S/ 50.00	S/ 300.00
7	Publicidad digital (Meta Ads, TikTok Ads)	1	-	S/ 250.00	S/ 250.00
8	Almacenamiento digital (Google Drive)	1	LIC	S/ 80.00	S/ 80.00
TOTAL					**S/ 4,880.00**

Tabla 3

Ingresos

Ítem	Descripción de recursos	Costo unitario	Estimado total de unidades vendidas por mes	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado trimestral
1	Inscripción de voluntarios	S/ 40.00	50	S/ 2,000.00	S/ 6,000.00
2	Jornadas patrocinadas por marcas	S/ 1,500.00	2	S/ 3,000.00	S/ 9,000.00
3	Cobertura en medios y RRSS	S/ 1,500.00	1	S/ 1,500.00	S/ 4,500.00
TOTAL				**S/ 6,500.00**	**S/ 19,500.00**

Tabla 4. *Balance financiero*

Descripción	Monto
Total de ingresos estimados al mes	S/ 6,500.00
Total de gastos mensuales	S/ 4,880.00
Utilidad mensual	S/ 1,620.00
Inversión inicial	S/ 11,286.00
Tiempo estimado para recuperar inversión	7 meses

7. Resultados

Se logró cumplir satisfactoriamente con el objetivo de conservación ambiental mediante EcoAmar, una iniciativa enfocada en la acción directa a través de jornadas de limpieza organizadas en la Playa Agua Dulce. A diferencia de soluciones digitales, este modelo permitió involucrar activamente a voluntarios en la recolección de residuos y en la generación de conciencia ambiental a través de experiencias prácticas y contenido educativo visual. De este modo, se promovió un mayor sentido de responsabilidad ecológica y una participación comunitaria sostenible.

Se validó el proyecto EcoAmar con el público objetivo conformado por ciudadanos, jóvenes y visitantes interesados en la conservación del medio ambiente. Para ello, se llevó a cabo una jornada piloto en Playa Agua Dulce, donde se evaluó la iniciativa en un entorno real.

A través de redes sociales, se gestionaron inscripciones para la jornada de limpieza, permitiendo un registro organizado de los participantes. En la actividad participaron 7 voluntarios, quienes realizaron labores de recolección de residuos y recibieron material educativo sobre el impacto de los desechos en los ecosistemas marinos.

Como parte del experimento, se implementó un código QR en la playa para analizar la interacción de los visitantes con la iniciativa. Este código dirigía a los usuarios a una página con información sobre EcoAmar, recomendaciones para la correcta disposición de residuos y la ubicación de los contenedores en la playa.

Para medir la percepción del público, se aplicaron encuestas posteriores a la actividad, cuyos resultados fueron altamente positivos. Se evidenció que:

Los voluntarios percibieron un impacto significativo en la limpieza de la playa y en su concienciación ambiental.

Se logró captar la atención de los visitantes, quienes escanearon el código QR y demostraron interés en la iniciativa.

- La combinación de acciones presenciales y estrategias digitales amplió el alcance del proyecto, permitiendo que no solo los participantes directos, sino también los visitantes cotidianos de la playa, se involucraran con la propuesta.

Además, se midió el interés del público mediante la recopilación de datos de contacto de voluntarios recurrentes, lo que permitió establecer una comunidad comprometida con la sostenibilidad del proyecto. La interacción en redes sociales también reflejó un crecimiento constante en la difusión y reconocimiento de EcoAmar, consolidándose como un modelo replicable para otras playas del país.

La inversión inicial de S/ 11,286.00 cubrió los costos de producción, administración y logística, asegurando el inicio de operaciones del proyecto. Mensualmente, los gastos operativos ascienden a S/ 4,880.00, incluyendo la reposición de insumos, costos administrativos y estrategias de promoción en redes sociales. Sin embargo, los ingresos estimados mensuales alcanzan S/ 6,500.00, lo que genera una utilidad neta de S/ 1,620.00 por mes. Con este balance financiero, se estima que la inversión inicial se recuperará en 7 meses, consolidando a EcoAmar como un proyecto viable y autosostenible en el tiempo.

8. Conclusiones

Como primera conclusión, se desarrolló e implementó con éxito EcoAmar, un programa de limpieza participativa que contribuye a la conservación de los ecosistemas costeros en Playa Agua Dulce. Esta iniciativa permitió involucrar activamente a voluntarios en la recolección de residuos y en la promoción de conciencia ambiental, consolidándose como una alternativa efectiva para mitigar la contaminación en las playas.

Como segunda conclusión, en base a la investigación sobre las estrategias de difusión y captación de voluntarios, se determinó que la combinación de redes sociales y herramientas digitales es fundamental para maximizar la convocatoria y el impacto del proyecto. La implementación de un código QR en la playa permitió mejorar la interacción de los visitantes con la iniciativa, proporcionando información relevante sobre EcoAmar y promoviendo una mayor participación.

Como tercera conclusión, se identificó que el uso de incentivos simbólicos, como la entrega de certificados digitales de participación, resulta una estrategia clave para fomentar la continuidad del voluntariado. Este tipo de reconocimientos refuerza el sentido de pertenencia de los participantes y motiva su involucramiento en futuras jornadas de limpieza.

Como cuarta conclusión, se llevó a cabo un análisis sobre la efectividad de las estrategias de medición del impacto del proyecto, evidenciando que la recopilación de datos de contacto de los voluntarios recurrentes permitió consolidar una comunidad comprometida con la sostenibilidad de la iniciativa. Además, el crecimiento en la interacción en redes sociales demostró la capacidad de EcoAmar para expandirse y replicarse en otras playas y espacios naturales.

Finalmente, se concluye que la implementación de EcoAmar posee un gran potencial de escalabilidad, ya que combina acción comunitaria, educación ambiental e incentivos digitales, además de ser bastante rentable al recuperar la inversión inicial en 7 meses. Su éxito en Playa Agua Dulce sugiere que este modelo puede adaptarse a otros entornos, contribuyendo significativamente a la reducción de residuos costeros y al fortalecimiento de una cultura de responsabilidad ecológica.

9. Bibliografía

Alcázar-Espinoza, J. A. (2024). Impacto de la contaminación plástica en los ecosistemas marinos y su panorama actual. *Multidisciplinary Collaborative Journal, 2*(4), 16-28. https://mcjournal.editorialdoso.com/index.php/home/article/view/2

Algar, J. (2021). *La importancia de las alianzas estratégicas entre empresas*. https://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/emprendedores/la-importancia-de-las-alianzas-estrategicas-entre-empresas/

Artigas, E., Ramos, A. E., & Vargas, H. (2021). La participación comunitaria en la conservación del medioambiente: Clave para el desarrollo local sostenible. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible,* (21). https://www.eumed.net/rev/delos/21/conservacion.html

Autoridad Nacional del Agua [ANA]. (2023). *Estado actual de la contaminación en las playas peruanas*. https://www.ana.gob.pe

Barbosa-Quintero, G. M., & Estupiñán-Ortiz, B. L. (2023). La metodología activa Design Thinking para mejorar y transformar los procesos de enseñanza y aprendizaje. *Ibero-American Journal of Education & Society Research, 3*(1), 74-82. https://edsociety.iberojournals.com/index.php/IBEROEDS/article/view/600

Calvo, S., Ferreras, J., & Rodrigo-Cano, D. (2020). La educación ambiental en las redes sociales: #EA26. *Revista de Educación Ambiental y Sostenibilidad, 2*(1), e5335. https://revistas.uca.es/index.php/REAyS/article/view/5335

Fernández, L., Pérez, R., & Torres, M. (2023). Impacto de los residuos plásticos en la fauna marina del Pacífico Sur. *Revista de Ciencias Ambientales, 45*(2), 112-130. https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/73_2/PDF/Ciencia_73-2.pdf

Fiestas, G. D. L. M. (2024). Diseño de un modelo de educación ambiental para estudiantes de secundaria. *Universidad, Ciencia y Tecnología, 28*(ESPECIAL), 174-183. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316482120240005001 74

Folksbrands. (2022). *Alianzas estratégicas: La clave para prosperar en un mercado feroz*. https://folksbrands.com/alianzas-estrategicas-la-clave-para-prosperar-en-un-mercado-feroz/

Fundación Fepropaz. (2023). *La educación ambiental digital: una nueva herramienta para la sensibilización*. https://fepropaz.com/educacion-ambiental-digital/

García, L., & Pérez, M. (2021). La educación ambiental en las redes sociales: #EA26. *Revista de Educación Ambiental y Sostenibilidad, 3*(1), 1-15. https://revistas.uca.es/index.php/REAyS/article/view/5335

Gómez, A., & Ramírez, S. (2021). *Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresaria*l. Universidad de Antioquia. https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/196/TRABAJO%20INVESTIGATIVO%20SOBRE%20EL%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE%20EN%20LAS%20EMPRESAS%20DEL%20SECTOR%20FINANCIERO.PDF?isAllowed=y&sequence=1

Gómez, L., & Fernández, P. (2021). *Estrategias de certificación para la fidelización del voluntariado ambiental*. Universidad de Buenos Aires. https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/e43ad745-6b7d-48e4-a016-b753fdd3b659/content

Guzmán, B. J., & López, E. L. (2023). Redes sociales y su utilidad en la educación ambiental promoción y divulgación informal. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación, 3*(12), 249-266. https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v3i12.85

López, G., & Cely, C. (2023). *Sistematización de experiencias de jornadas de limpieza en playas del área marina protegida Parque Nacional Natural Corales del Rosario y de San Bernardo* [Tesis de maestría, Universidad Jorge Tadeo Lozano]. Revista Mutis. https://revistas.utadeo.edu.co/index.php/mutis/article/download/Sistematizacion-experiencias-jornadas-limpieza-playas-area-marina-protegida/1963/5938

Luna, M. A. (2024). *Estrategias para captar audiencias para el veganismo. Comparación de las interacciones en redes sociales de dos organizaciones activistas veganas Voicot y Animal Libre Argentina* [Tesis doctoral, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales]. Dspace. https://dspace.uces.edu.ar/bitstream/123456789/6809/1/Estrategia_Pagani.pdf

MarketingNews. (2020). *El 57% de los consumidores prefieren marcas responsables con el medio ambiente*. https://www.marketingnews.es/profesionales/noticia-comercial/1175615031505/57-de-consumidores-prefieren-marcas-responsables-medio-ambiente.1.html

Marlés-Betancourt, C., Peña-Torres, P., & Pardo-Rozo, Y. Y. (2024). Gamificación como estrategia para incluir la educación ambiental en el contexto universitario: Caso REHI. *Revista científica,* (49), 13-27. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124225320240001000013&script=sci_arttext

McKinsey & Company. (2020). *Los consumidores se preocupan por la sostenibilidad y lo respaldan con sus billeteras*. https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/los-consumidores-se-preocupan-por-la-sostenibilidad-y-lo-respaldan-con-sus-billeteras/es

Medrano, J. (2021). Las redes sociales y el medio ambiente. *LinkedIn*. https://es.linkedin.com/pulse/las-redes-sociales-y-el-medio-ambiente-jos%C3%A9-medrano

Morales, N. R., & Giraldo, D. A. (2024). *Modelo estratégico de gestión, una iniciativa para mejorar la sostenibilidad ambiental en las acciones de la Dirección de Artes del Ministerio de Cultura*. https://repository.universidadean.edu.co/bitstreams/89000926-1155-4e70-8a79-14c32be553a5/download

Ortega, J. G. (2023). *Diseño de una estrategia comunicativa para la implementación del Proyecto Ambiental Escolar (PRAE) en la Institución Educativa Bertha Gedeón de Baladí en Cartagena de Indias* [Tesis doctoral, Universidad de Cartagena]. Repositorio UniCartagena. https://repositorio.unicartagena.edu.co/server/api/core/bitstreams/5a50d861-3452-4b93-b228-bc7b4e8924f5/content

Paredes, E. D. (2023). Modelo de gestión ambiental de residuos sólidos urbanos. *Revista de Investigaciones: Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, 12*(1), https://revistas.unap.edu.pe/epg/index.php/investigaciones/article/view/3984

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2022). *Reconocimiento a iniciativas pioneras en la restauración del mundo natural*. https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/un-recognizes-10-pioneering-initiatives-are-restoring-natural-world

Psico-Smart. (2023). *¿Qué papel juegan las recompensas y reconocimientos en la efectividad de las herramientas de gamificación en la capacitación?* https://psico-smart.com/articulos/articulo-que-papel-juegan-las-recompensas-y-reconocimientos-en-la-efectividad-de-las-herramientas-de-gamificacion-en-la-capacitacion-6305

Riaño, A., Melo, I. G., & Quezada, I. D. (2024). *Potenciando la creatividad y la competitividad empresarial de los empleados de la organización Colsubsidio frente a la cultura de innovación* [Tesis de maestría, Universidad Ean]. Biblioteca Digital Minerva. https://repository.universidadean.edu.co/bitstreams/2007110e-b14c-4076-9a80-7eb496eeaec3/download

Robles, J. A., & Díaz, M. A. (2022). *Evaluación del impacto ambiental ocasionado por los residuos sólidos en la playa Santa Bárbara, Cañete* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Callao]. Repositorio UNAC. https://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/7861/TESIS%20-%20ROBLES%20-%20D%C3%8DAZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Solano, J. V. (2025). *Estrategias de concienciación para la difusión sobre la reutilización de botellas PET en apoyo al proyecto de la conversión de combustible del Instituto Superior Tecnológico Tungurahua* [Tesis de pregrado, Instituto Superior Tecnológico Tungurahua]. Repositorio Uta https://repositorio.uta.edu.ec/items/eb1778df-a7bd-44b0-a504-f07cbc382f2d

Tume, H. (2023). *Impacto del vertimiento de los residuos sólidos generados a bordo de las embarcaciones pesqueras artesanales sobre el mar de la Bahía El Ferrol de Chimbote, en el 2022* [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Santa]. Repositorio UNS. https://repositorio.uns.edu.pe/handle/20.500.14278/4619

Wolff, E., French, M., Ilhamsyah, N., Sawailau, M. J., & Ramirez-Lovering, D. (2021). *Collaborating with communities: Citizen Science Flood Monitoring in Urban Informal Settlements*. https://arxiv.org/abs/2112.07128