ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

"TOULOUSE LAUTREC"

CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE RECOMPENSAS QUE AYUDE A DISMINUIR LA CONTAMINACIÓN POR RESIDUOS SÓLIDOS GENERADO POR LOS VISITANTES QUE ACUDEN A LA PLAYA AGUA DULCE DEL DISTRITO DE CHORRILLOS

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

AUTOR:

PAOLA GIANINA ROJAS GARCÍA

https://orcid.org/0009-0007-5225-3754

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

AUTOR:

CAMILA ALESSANDRA FARFÁN ROSADO

https://orcid.org/0009-0008-3415-5007

Asesor:

LENY AMELIA PERCCA TREJO

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

Lima – Perú

2025

FARF%C3%81N ROSADO CAMILA ALESSANDRA 2021158437 - ROJAS GARCIA PAOLA GIANINA 2021158203.docx.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:467498750

Submission Date
Jun 16, 2025, 11:20 AM GMT-5

Download Date
Jun 16, 2025, 11:35 AM GMT-5

File Name
FARFÁN ROSADO CAMILA ALESSANDRA 2021158437 - ROJAS GARCIA PAOLA GIANINA 2021158203....pdf

File Size
19.9 MB

60 Pages

8,720 Words

48,216 Characters

14% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

12% Internet sources
1% 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 presente trabajo de investigación tiene como objetivo disminuir la contaminación por residuos sólidos en la playa Agua Dulce, ubicada en el distrito de Chorrillos. A partir de la identificación del problema, las observaciones realizadas en el lugar y el análisis del comportamiento de los visitantes, se optó por crear un programa de recompensas que busca transformar la experiencia de visitar la playa Agua Dulce en una acción sostenible, motivando a los visitantes a recolectar residuos a cambio de recompensas generando así mayor conciencia ambiental.

La metodología que se utilizó fue el Toulouse Thinking que sirvió para estructurar en 4 fases el problema y darle una solución creativa en la que se investigó, ideó, desarrolló y transfirió la información, se definieron objetivos centrados en identificar los recursos necesarios, definir los canales de comunicación adecuados y analizar qué tipo de recompensas generan mayor motivación en los visitantes.

Los principales beneficiarios de este programa son los visitantes de la playa Agua Dulce entre los 20 y 40 años, quienes participaron activamente tanto en la validación virtual como presencial de la iniciativa.

Finalmente, se validó la propuesta en el campo donde se consiguieron resultados positivos como el buen funcionamiento de las alianzas estratégicas, la venta exitosa de los productos con propósito y un alcance digital significativo. Por ello, se espera que pueda seguir creciendo, motivando a más personas a sumarse al cambio y demostrando que pequeñas acciones pueden generar grandes transformaciones.

Palabras clave: contaminación, residuos, playa, recompensas, visitantes.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación

1. Contextualización del Problema 7
2. Justificación 10
   2.1 Justificación Social 11
   2.2 Justificación Práctica 11
   2.3 Justificación Metodológica 12
3. Reto de innovación 13
4. Sustento Teórico 15
   4.1. Estudios previos 15
      4.1.1 Antecedentes 15
   4.2. Marco teórico 20
      4.2.1 Conceptualización de un programa de recompensas 20
      4.2.2 Diseño de un programa de recompensas 21
      4.2.3 Finalidad de un programa de recompensas 21
      4.2.4 Tipos de programas de recompensas 22
         4.2.4.1 Programas de recompensa con incentivos económicos 22
         4.2.4.2 Programas de recompensa con incentivos tangibles 23
      4.2.5 Medios de difusión en un programa de recompensas 23
         4.2.5.1 Redes sociales 23
      4.2.6 Importancia de la creación de un programa de recompensas: 24
5. Beneficiarios 24
   5.1 Directos 24
   5.2 Indirectos 25
   5.3 Mapa de Actores 25
   5.4 Arquetipo del cliente 26
   5.5. Cantidad de Beneficiarios 27
6. Modelo de Negocio 28
   6.1. Propuesta de valor 28

6.2. Segmento de clientes 28
6.3. Canales 29
6.4. Relación con los clientes 29
6.5. Actividades clave 30
6.6. Recursos clave 30
6.7. Aliados clave 31
6.8. Fuentes de ingresos 32
6.9. Impacto 32
6.10. Presupuesto 33
7. Resultados 35
8. Conclusiones 37
9. Bibliografía 38
10. Figuras 43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Presupuesto Inicial del Proyecto* 33

Tabla 2 *Gasto Mensual* 34

Tabla 3 *Ingresos Mensuales* 35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. 43
Figura 2. 46
Figura 3. 47
Figura 4. 48
Figura 5. 49
Figura 6. 50
Figura 7. 50
Figura 8. 51
Figura 9. 51
Figura 10. 52
Figura 11. 52
Figura 12. 53
Figura 13. 54
Figura 14. 55
Figura 15. 58

1. Contextualización del Problema

Los océanos y mares son elementos cruciales para la vida en nuestro planeta. En términos numéricos, ocupan cerca del 75% de la Tierra y albergan el 97% del agua total que existe. Estos ecosistemas son esenciales no solo porque regulan el clima y proporcionan alimentos, sino también porque son el soporte de la vida humana y la de innumerables especies. Sin embargo, estas áreas se encuentran en riesgo debido al aumento de la contaminación por desechos sólidos, lo que pone en peligro tanto su biodiversidad como a las comunidades que de ellas dependen. (Naciones Unidas, 2021)

La contaminación del mar por residuos sólidos se ha convertido en un desafío global que pone en grave riesgo a la fauna marina y de manera indirecta, a la vida de los humanos. Según National Geographic (2021)**,** se ha descubierto que más de 1000 ríos en todo el mundo transportan desechos como plásticos, metales y sustancias químicas radiactivas, que terminan acumulándose en las profundidades del océano. De todos estos desechos, el plástico es el más perjudicial debido a su prolongado tiempo de descomposición. Un ejemplo impactante de esta situación se encuentra en el Océano Pacífico, donde hay una vasta acumulación de plásticos que se extiende por aproximadamente 1,6 millones de kilómetros cuadrados, evidenciando la gravedad del problema ambiental que representa.

En Perú, la situación empeora durante el verano, ya que se registra un gran número de visitantes en las diversas playas, con cifras que superan varios millones de personas. Según la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (SPDA, 2021), el 46% de los residuos son plásticos, un tipo de desecho que puede tardar millones de años en degradarse

En la Costa Verde hay más de 20 playas, muchas de ellas con gran afluencia de personas, y a pesar de ser turísticas presentan serios problemas de contaminación. Entre todas ellas la más notable es la playa Agua Dulce, la cual se encuentra ubicada en el distrito de Chorrillos.

Un estudio de la UPC (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2024), identificó 90 tipos de residuos sólidos en la playa Agua Dulce en la estación de otoño, sumando un total de 1041 unidades. Las colillas de cigarrillo fueron el tipo de residuo más común que se ha encontrado, seguido de las envolturas de golosinas. Se determinó que el 65.27% de estos residuos provienen de los propios visitantes de la playa, mientras que un 13.17% correspondía a la pesca artesanal y un 6.24% a los restaurantes cercanos. Durante otras temporadas como la primavera se encontró 69 tipos de residuos sólidos mientras que en la temporada de invierno se encontró 73 tipos de residuos sólidos en la playa, reafirmando que independientemente de la temporada del año, el principal origen de la contaminación son los visitantes con un promedio del 71.83%, en segundo lugar, la pesca artesanal con 10.49% y en tercer lugar los restaurantes con 5.29%. La situación se agrava durante festividades multitudinarias como Semana Santa o Año Nuevo, momentos donde la cantidad de basura se incrementa de manera exponencial.

A partir de lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de Arquitectura de Interiores, Publicidad y Marketing Digital, Dirección y Diseño Gráfico, Marketing Estratégico e Innovación, propone dar solución al problema con la creación de un programa de recompensas, una iniciativa que busca reducir la contaminación por residuos sólidos a través de un enfoque participativo, didáctico y sobre todo motivador para los visitantes.

La propuesta consiste en que, al llegar a la playa, el equipo encargado del programa de recompensas invitará a los visitantes a acercarse al stand con la promesa de ganar premios como bolsas de tela, pines y stickers. En este espacio, se les explicará que para participar deben recolectar una cantidad específica de residuos según la recompensa que deseen obtener. Aquellos que acepten el reto recibirán un kit de limpieza, que incluye guantes, una bolsa ecológica, una cartilla informativa con el sistema de puntos y una infografía educativa que expone el impacto de la contaminación marina.

Una vez finalizada la recolección de residuos, los participantes se dirigirán nuevamente al stand, donde encontrarán tres tachos diferenciados para clasificar los residuos que recolectaron. Durante este proceso, se les brindará una breve charla sobre la importancia de su acción y el impacto en la conservación del ecosistema marino. Finalmente, se validan los puntos obtenidos y se les entregará las recompensas correspondientes.

Todo el desarrollo del programa será documentado y difundido a través del Instagram del proyecto, buscando inspirar a más personas a participar y reforzar el mensaje del cuidado ambiental de forma constante. Para garantizar la sostenibilidad económica del proyecto, los residuos recolectados serán vendidos a empresas recicladoras interesadas en residuos reutilizables.

Paralelamente, a través de Instagram, se pondrá a la venta los productos con propósito, el cual consiste en productos brandeados que permitirá financiar nuevas ediciones del programa con el fin de continuar generando impacto positivo.

En conclusión, este proyecto no solo busca limpiar la playa, sino también motivar y transformar comportamientos poco responsables de las personas mediante una experiencia creativa y significativa. El programa de recompensas es una invitación a cambiar pequeñas acciones cotidianas, involucrando directamente al visitante como parte de la solución y no del problema.

2. Justificación

El objetivo de esta investigación es resaltar la importancia de fomentar comportamientos más responsables en los visitantes de la playa Agua Dulce, con el propósito de mantener limpio este espacio natural. Está respaldada por evidencia que demuestra que la cantidad de basura presente en la playa, y que posteriormente llega al mar, tiene como causa principal las acciones irresponsables de los propios visitantes, resultando en la degradación del ecosistema marino, la muerte de especies y daños colaterales al ser humano y su entorno.

2.1 Justificación Social

Los desechos que terminan en el mar surgen, en su mayoría, del desecho directo o indirecto a través del desagüe. Teniendo al plástico como el residuo que más abunda, representando un peligro para la fauna marina, ya que muchos animales quedan enredados en él o los consumen. (PUCP, 2020). Esta situación es resultado de la fabricación de productos de un solo uso y de los hábitos inadecuados de disposición por parte de los consumidores.

Las playas son lugares donde pueden realizarse diversas actividades culturales, recreativas y de descanso, además representan puntos claves para el turismo, el comercio y el sustento de muchas comunidades cercanas a la zona. Esto evidencia una estrecha conexión entre las personas y el entorno en el que interactúan.

Por esta razón, se optó por centrar la investigación en los visitantes de la playa Agua Dulce, situada en Chorrillos, debido a que se evidenció la presencia de residuos tirados o enterrados en la arena. Esto surge del comportamiento de los propios visitantes y sus malas prácticas de disposición de residuos, lo cual genera pérdidas en la fauna marina y afecta al atractivo turístico del lugar.

2.2 Justificación Práctica

La presente investigación se centró en analizar la problemática de la contaminación marina por residuos sólidos generada por los visitantes que acuden a la playa Agua Dulce, ubicada en el distrito de Chorrillos. La ausencia de comportamientos responsables por parte de los visitantes representa una amenaza directa para el ecosistema marino, así como para la

experiencia recreativa y turística del espacio.

Según un estudio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (2024), más del 70% de los residuos sólidos encontrados en Agua Dulce provienen de los propios visitantes, siendo las colillas de cigarro y las envolturas plásticas los residuos más comunes. Este tipo de desechos no solo afecta la experiencia del visitante en la playa, sino que también representa un alto riesgo para la fauna marina al poder confundirla con alimento o enredándose en ella, provocando su muerte.

Por estas razones, la propuesta planteada busca aliviar esta problemática, fomentando conductas más responsables en los visitantes para conservar la playa limpia, promoviendo un cambio con beneficios sostenibles en el tiempo. (UPC, 2024)

2.3 Justificación Metodológica

Para abordar la solución de la problemática, se utilizó la metodología Toulouse Thinking, la cual facilitó el proceso de organización de la información recopilada y permitió identificar los datos más importantes relacionados al problema. A medida que la investigación avanzaba se fue recolectando más información a su paso, la cual sirvió para crear un Brief de Diseño, lienzo donde se recopiló los hallazgos y datos más importantes permitiendo identificarlos de manera más rápida.

Igualmente, se elaboraron diferentes lienzos como el de los Arquetipos, el cual permitió organizar la información de los usuarios y ver cómo se relacionan con el contexto, sus dificultades, preocupaciones además de sus ideales y las mejoras que esperan. Por otro lado, se creó el Lienzo de Ideas Conectadas en el cual se analizó la divergencia y

convergencia de las soluciones creativas enfocadas en cambiar conductas negativas en buenos hábitos, tomando en cuenta las ganancias y dolores del arquetipo principal, los visitantes.

También se emplearon técnicas como el Customer Journey Map, lo cual hizo más fácil el análisis de los momentos claves de la experiencia del visitante, desde su entrada hasta su salida de la playa Agua Dulce. Esto permitió detectar los puntos de quiebre donde se generan malas prácticas en la disposición de basura. Una vez planteada la solución, también ayudó a observar el impacto del programa de recompensas dentro de la experiencia del visitante y a reconocer en qué momento y espacio sería más adecuada su implementación y la manera de transformar sus hábitos.

Finalmente, se realizó el Taller Co-Creativo con la participación de los visitantes, el arquetipo principal, el cual permitió validar hallazgos previos y descubrir nuevos desde otra perspectiva. Además, se generaron nuevas ideas de forma conjunta enriqueciendo el proceso creativo contribuyendo a una solución más empática y alineada con las necesidades reales del público objetivo.

3. Reto de innovación

Disminuir la contaminación por residuos sólidos generado por los visitantes que acuden a la Playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

Pregunta General:

¿De qué manera se podría disminuir la contaminación por residuos sólidos generado por los visitantes que acuden a la Playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos?

Preguntas Específicas:

P1: ¿Qué materiales se necesitan para crear un stand de recompensas que ayude a disminuir la contaminación por residuos sólidos generado por los visitantes que acuden a la Playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos?

P2: ¿Qué canales de comunicación serían más efectivos para difundir el programa de recompensas y que estos ayuden a disminuir la contaminación por residuos sólidos generado por los visitantes que acuden a la Playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos?

P3: ¿Qué tipo de recompensas ayudarían a disminuir la contaminación por residuos sólidos generado por los visitantes que acuden a la Playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos?

Objetivos

Objetivo General:

Crear un programa de recompensas que ayude a disminuir la contaminación por residuos sólidos generado por los visitantes que acuden a la Playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

Objetivos Específicos:

O1: Identificar qué materiales se necesitan para crear un stand de recompensas que ayude a disminuir la contaminación por residuos sólidos generado por los visitantes que acuden a la Playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

O2:Determinar los canales de comunicación más efectivos para promover el programa de recompensas que ayude a disminuir la contaminación por residuos sólidos generado por los visitantes que acuden a la Playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

O3: Analizar los tipos de recompensas que podrían motivar a disminuir la contaminación por residuos sólidos generado por los visitantes que acuden a la Playa Agua Dulce del distrito de Chorrillos.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

4.1.1 Antecedentes

Fernández, R. (2022). *Programa de Incentivos y Coaching Motivacional para fortalecer el Clima Organizacional en una empresa privada de servicios*. Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración y Dirección de Empresas, otorgado por la Universidad Privada Norbert Wiener.

El proyecto tuvo como objetivo diseñar e implementar un programa que combine incentivos y coaching motivacional con el objetivo de optimizar el ambiente laboral en una compañía privada de servicios en Lima. En la investigación se utilizó un enfoque mixto, incorporando metodologías cuantitativas y cualitativas, permitiendo evaluar variables clave como las condiciones de trabajo, el sistema de intensivos, la identidad de la empresa y la comunicación interna.

Los resultados cuantitativos evidenciaron mejoras en estas áreas tras la aplicación del programa, mientras que los cualitativos reflejaron un impacto positivo en los colaboradores respecto a los cambios realizados.

El estudio concluye que la aplicación del programa de incentivos complementado con sesiones de coaching motivacional, aportó de forma significativa a la optimización del ambiente laboral en la empresa de servicios estudiada en Lima.

Esta investigación respalda la propuesta metodológica del presente proyecto, al mostrar cómo los incentivos fortalecen la identidad colectiva y generan cambios positivos sostenidos en el comportamiento de los participantes.

Cherres, N. (2020). *Programa de incentivos laborales para la reducción de la intención de la rotación de los colaboradores de una empresa de recursos humanos de la ciudad de Chiclayo.* Tesis para obtener el grado académico de Maestría en Gestión de Talento Humano, como profesional Licenciada en Administración y Dirección de Empresas, otorgado por la Universidad Señor de Sipán,

El proyecto tuvo como finalidad desarrollar un programa de incentivos laborales con el propósito de disminuir la intención de rotación entre los colaboradores de una empresa de recursos humanos ubicada en Chiclayo.

Los resultados del estudio indicaron que existen dos factores clave que influyen significativamente en la intención de rotación de los colaboradores: las opciones laborales disponibles y el equilibrio entre la vida laboral y privada. Se concluye que estas variables son las principales causas del cambio de empleo.

Aplicado al contexto de la limpieza de playas, la ausencia de incentivos adecuados podría generar una situación similar, ya que podría generar desmotivación entre los participantes, provocando que ya no quieran formar parte de las actividades del programa.

Larrea, A. (2020). *Sistema de incentivos y rotación de personal en una empresa metalmecánica del distrito de Carmen de la Legua*. Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración, otorgado por la Universidad César Vallejo.

El objetivo de este estudio fue comprender cómo el sistema de incentivos se vincula con la rotación de personal en una empresa del sector metalmecánico ubicada en el distrito de Carmen de la Legua. Con ese fin, se definieron dos objetivos específicos, el primero fue identificar la influencia que ejercen los incentivos en la permanencia del personal por causas internas y el segundo se orienta a analizar la relación entre los incentivos y los cambios en la planilla de trabajadores debido a factores externos.

Los resultados obtenidos evidenciaron una relación inversa media entre ambas variables, demostrando que una adecuada implementación de incentivos tiene un impacto significativo en la permanencia del personal.

El estudio concluye que los sistemas de incentivos bien estructurados contribuyen a aumentar la estabilidad en el trabajo y reducen la rotación, al generar mayor satisfacción y compromiso en los trabajadores.

Por lo tanto, al implementar un sistema de incentivos bien diseñado en las jornadas de limpieza en Agua Dulce, se podría fomentar una mayor participación comunitaria, disminuir la deserción en estas actividades y fortalecer el sentido de compromiso y cuidado hacia el medio ambiente.

Atdjian, H., y Blady, M. (2021). *Diseño de un sistema de incentivos no remunerativos. Propuesta de un plan motivacional completo para Chexa S.A.* Tesis para obtener el título de Licenciada en Recursos Humanos, otorgado por la Universidad de la Defensa Nacional.

El objetivo del proyecto fue diseñar un sistema de incentivos no remunerativos que mejore la disposición y la lealtad de los colaboradores en Chexa S.A. La propuesta se basó en la elaboración de un plan motivacional integral que responda a las demandas y aspiraciones del personal, promoviendo así un entorno laboral positivo y eficiente.

En la investigación se aplicó una metodología cualitativa, utilizando técnicas como la observación y entrevistas para recopilar información sobre la cultura organizacional, las estrategias de gestión del personal y las opiniones de los empleados respecto a los incentivos existentes. Los datos obtenidos permitieron detectar áreas de mejora y diseñar un sistema de incentivos alineado con los principios de la organización.

Se concluye que la implementación de incentivos no remunerativos, como la valoración del esfuerzo y las posibilidades de desarrollo profesional pueden incrementar notablemente la motivación y retención de los trabajadores.

Esta investigación resulta clave para el presente proyecto, ya que demuestra que los incentivos no monetarios pueden ser efectivos para influir en el comportamiento y el compromiso de las personas.

Aplicando estos principios en ese contexto, se podrían diseñar estrategias que fomenten prácticas ambientales responsables entre los visitantes, contribuyendo así a disminuir la contaminación causada por desechos sólidos y al cuidado del entorno natural.

Cachay Urrutia, M., y Torres Reyes, M. (2021). *Sistema de Recompensas y Desempeño Laboral del Trabajador de una Empresa de Tercerización, Lima 2021.* Tesis con el fin de conseguir el título profesional de Licenciada en Administración y Dirección de Empresas, que es conferido por la Universidad Privada del Norte.

La investigación se llevó a cabo para analizar de qué manera el sistema de incentivos impacta en la eficiencia de los trabajadores de una compañía de servicios de tercerización ubicada en Lima. El objetivo fue establecer si había una conexión relevante entre el sistema de recompensas y el desempeño laboral.

Para abordar este planteamiento, se utilizó un método cuantitativo con diseño correlacional transversal, aplicando cuestionarios con escala tipo Likert a trabajadores de áreas administrativas y operativas. Las dimensiones evaluadas incluyeron recompensas tangibles, como gratificaciones o mejoras salariales, y beneficios intangibles, como la valoración, el avance profesional y el entorno laboral.

A su vez, se midieron indicadores del desempeño, como el cumplimiento de objetivos, la productividad, la asistencia puntual y el grado de compromiso organizacional.

Los resultados obtenidos revelaron una relación positiva entre la percepción del sistema de recompensas y el desempeño de los empleados. Destacó especialmente el impacto de los estímulos no monetarios en la motivación y el sentido de comunidad.

Esta conclusión es útil para el presente proyecto, ya que respalda la eficacia de los programas de recompensas como estrategia para promover conductas sostenibles, como la recolección de residuos en espacios públicos como la playa Agua Dulce.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Conceptualización de un programa de recompensas

Según Salgado (2022), un programa de recompensas es un sistema de incentivos diseñado para motivar a los trabajadores y reconocer sus logros, tanto individuales como grupales, dentro de una organización.

En el contexto de la investigación actual, este concepto resalta la importancia de reconocer el esfuerzo de las personas para mantener su motivación y compromiso. Cuando las recompensas están bien estructuradas y alineadas con los objetivos de la iniciativa, se genera un ambiente positivo que no solo incrementa la productividad, sino que también fortalece las relaciones dentro del equipo.

4.2.2 Diseño de un programa de recompensas

Según Falcon (2021), un programa de recompensas correctamente estructurado tiene el potencial de fortalecer la lealtad del cliente.

Esta afirmación es importante para la investigación actual, ya que permite comprender de qué manera los programas de fidelización, cuando están bien diseñados y adaptados al perfil del cliente, pueden convertirse en una herramienta clave para aumentar la retención y el compromiso. Además, proporciona una base teórica útil para analizar estrategias similares en otros contextos.

4.2.3 Finalidad de un programa de recompensas

Según Müller (2020), evaluar el desempeño de los colaboradores permite potenciar su motivación al ofrecer recompensas que refuercen el sentido de pertenencia y logros compartidos.

Reconocer y celebrar los logros no solo es fundamental para atraer y retener talento, sino también para impulsar el desarrollo continuo del equipo y asegurar resultados sostenibles en el tiempo. Este enfoque no solo contribuye al cumplimiento de los objetivos empresariales, sino que también fortalece los vínculos emocionales entre los colaboradores y la organización, mejorando así el clima laboral y fomentando un entorno de trabajo más positivo y comprometido.

En el contexto de la investigación actual, un programa de recompensas puede motivar a los visitantes y público en general a adoptar hábitos sostenibles, generando un sentido de comunión y promoviendo acciones colectivas a favor del cuidado del ecosistema marino.

4.2.4 Tipos de programas de recompensas

4.2.4.1 Programas de recompensa con incentivos económicos

Según Pérez y Sifuentes (2021), los estímulos, sean financieros o no financieros, son fundamentales para elevar la motivación y la satisfacción de los trabajadores, lo que incrementa su eficacia y fortalece su lealtad hacia la empresa.

Esta perspectiva es importante para la investigación actual, debido a que permite comprender cómo una adecuada gestión de incentivos puede influir en el rendimiento y la actitud del personal. Asimismo, ofrece un sustento teórico útil para analizar el impacto de las estrategias motivacionales.

4.2.4.2 Programas de recompensa con incentivos tangibles

Según Bobo (2024), los incentivos tangibles se definen como premios físicos, concretos y medibles que una persona puede ver, tocar y usar. Estos se diferencian de las recompensas simbólicas o intangibles como son las tarjetas de regalo, ropa, libros, accesorios, viajes o sistemas de puntos. El estudio también resalta que los consumidores de hoy prefieren elegir los incentivos tangibles, ya que generan una conexión más directa y visible con la marca, fomentando así la fidelización.

Este concepto es relevante para la presente investigación, ya que respalda la efectividad del enfoque utilizado en la primera jornada del programa de recompensas, donde se brindaron bolsas de tela, stickers y pines sin costo alguno como recompensa a los visitantes que participaron en el programa, no solo incentivando la acción inmediata, sino también reforzando el compromiso de los participantes con la causa ambiental.

4.2.5 Medios de difusión en un programa de recompensas

4.2.5.1 Redes sociales

Según Aybar y Saavedra (2024), las redes sociales fortalecen la relación con el usuario, permiten generar mayor participación y son eficaces para transmitir contenidos personalizados, lo que incrementa la fidelización y el compromiso.

Esto demuestra que las redes son fundamentales para promocionar un programa de recompensas, ya que permiten llegar de forma directa a los usuarios, mantenerlos informados y motivados a seguir participando. Además, facilitan una comunicación constante que refuerza el vínculo con la comunidad.

4.2.6 Importancia de la creación de un programa de recompensas:

El valor principal de esta propuesta radica en que, al implementar un programa de recompensas, no solo se incentiva la limpieza de la playa Agua Dulce mediante premios atractivos, sino que también se promueve la conciencia ambiental entre los visitantes, quienes son los principales beneficiarios. A través de la entrega de kits de limpieza, un sistema de puntos y la difusión en redes sociales, se motiva a las personas a actuar de forma responsable con su entorno, aprendiendo sobre las consecuencias que produce tirar basura afectando al ecosistema marino. Además, el proyecto busca ser autosostenible vendiendo los residuos recolectados a empresas recicladoras y vendiendo productos con propósito en Instagram y Marketplace, lo que permite que esta iniciativa continúe en el tiempo y llegue a más personas.

5. Beneficiarios

5.1 Directos

El programa de recompensas está diseñado para beneficiar a los visitantes de la playa Agua Dulce, entre los 20 y 40 años de edad, pertenecientes al nivel socioeconómico B. El objetivo es involucrar a personas que acuden a la playa con distintos fines, como nadar, tomar sol o simplemente disfrutar del paisaje, motivarlas a participar en actividades de recolección de residuos a cambio de recompensas como pines, stickers y bolsas de tela. Así, no solo reciben un incentivo, sino que también contribuyen a la conservación de la playa.

5.2 Indirectos

Los beneficiarios indirectos del programa de recompensas en la Playa Agua Dulce se verían favorecidos de diversas maneras. El Ministerio del Ambiente (MINAM) y el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR) apoyan sus políticas ambientales al reducir la contaminación por residuos sólidos. Los activistas ambientales ampliarían su alcance, promoviendo la conciencia y la acción ciudadana frente al problema. Finalmente, los promotores de marcas con responsabilidad ambiental tendrían la oportunidad de asociarse con el proyecto, patrocinando actividades o creando alianzas estratégicas que refuercen su compromiso social y ambiental.

5.3 Mapa de Actores

Los arquetipos se elaboraron usando la información recolectada de las diferentes herramientas como el diario de observaciones, entrevistas, encuestas y visita del lugar, además el Mapa de Actores se ha dividido de la siguiente manera:

Sección 1 - Centrales: Aquí situamos a los clientes meta, que comprenden a las personas entre 20 y 40 años con capacidad adquisitiva, también identificamos a los usuarios, niños y adolescentes entre 8 y 14 años atraídos por la dinámica de recompensas en la playa; ambos actores centrales cumplen un rol importante dentro del contexto ya que se interrelacionan directamente con el lugar y la situación, además de ser los beneficiarios directos de la propuesta.

Sección 2 - Directos: Aquí se ubican aquellos actores que forman parte del entorno donde se implementará la propuesta. Entre ellos se encuentra el personal de seguridad de la municipalidad, los pescadores, los vendedores ambulantes de alimentos y bebidas, los encargados de alquilar sombrillas y sillas, los lancheros y las empresas de reciclaje y gestión de residuos.

Sección 3 - Indirectos: En esta parte se ubican las entidades públicas y privadas que no tienen un vínculo tan directo con el público objetivo, pero que pueden influir de manera esporádica en el entorno de la propuesta. Se consideraron actores como el personal de fiscalización de la municipalidad, los activistas ambientales, promotores de marcas, Ministerio del Ambiente y SERFOR. Aunque su participación no fue determinante para el desarrollo de los arquetipos, se reconoce su relevancia en el contexto general del proyecto.

5.4 Arquetipo del cliente

Los beneficiarios son hombres y mujeres entre 20 y 40 años que visitan la playa Agua Dulce en Chorrillos. Se caracterizan por tener un nivel de conciencia ambiental, valoran los espacios naturales y disfrutan de una playa limpia para relajarse. Les incomoda encontrar residuos sólidos dejados por otros visitantes, ya que estos no solo afectan su experiencia recreativa, sino que también representan un riesgo físico y un daño para la fauna marina. Este público busca disfrutar de un entorno costero libre de contaminación, espera que los demás visitantes estén informados sobre las consecuencias de sus acciones y desea formar parte de una comunidad que promueva el cuidado del ambiente a través de buenas prácticas colectivas.

Vanessa, de 27 años, es una visitante frecuente de la playa Agua Dulce, a la cual asiste desde su infancia. Valora especialmente que el entorno sea seguro y limpio, ya que ha notado cómo la contaminación deteriora la belleza natural del lugar. Le incomoda ver que muchas personas no usan los tachos de basura, ya sea por falta de cercanía o por desinterés en las consecuencias de sus actos. Por ello, suele llevar sus propias bolsas para recoger los residuos de lo que consume, buscando no solo mantener el lugar limpio, sino también dar un buen ejemplo sobre el cuidado del medio ambiente.

5.5. Cantidad de Beneficiarios

El programa de recompensas está dirigido principalmente a los visitantes de la playa Agua Dulce, ubicada en el distrito de Chorrillos. Según datos estimados por la Municipalidad de Chorrillos y diversas fuentes locales, la playa recibe de entre 3,000 a 5,000 visitantes por fin de semana durante la temporada alta, y alrededor de 1,000 a 2,000 en temporada baja. Considerando estos promedios, se estima que al menos 150,000 personas al año podrían verse beneficiadas de manera directa con la implementación del programa. Esta iniciativa no solo busca incentivar la recolección de residuos mediante un sistema de recompensas, sino también generar conciencia ambiental y responsabilidad ciudadana entre los visitantes que acuden a la playa. Con este enfoque, el programa aspira a reducir significativamente la acumulación de residuos sólidos en la arena, promover buenas prácticas de manejo de desechos y contribuir a la conservación activa del ecosistema costero, mejorando así la visita de los visitantes y promoviendo un entorno más limpio y saludable para todos.

6. Modelo de Negocio

Reto

Para reducir la contaminación generada por los visitantes de Agua Dulce y mantenerla libre de residuos sólidos se incentiva a los visitantes de la playa a participar en la recolección de basura. A través de este programa, las personas reciben un kit de limpieza y pueden ganar recompensas (como pines, stickers o bolsas de tela) a cambio de la basura que recolectan. Paralelamente, el modelo se financia mediante la venta de productos con propósito ambiental y el apoyo de pequeños emprendimientos aliados, que aportan mensualmente a cambio de visibilidad en los empaques y en las redes sociales del proyecto.

6.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor del programa de recompensas consiste en transformar la visita a la playa en una experiencia sostenible, donde los visitantes recolectan residuos a cambio de recompensas, contribuyendo activamente al cuidado del entorno natural y generando hábitos responsables. Para mantener vigente esta iniciativa, se ofrecen productos con diseños con propósito, de modo que cada compra ayuda a seguir impulsando el cambio.

6.2. Segmento de clientes

El modelo de negocio incluye dos segmentos de clientes: por un lado, hombres y mujeres entre 20 y 40 años con capacidad adquisitiva, atraídos por productos con propósito y comprometidos con causas ambientales y por otro lado, visitantes de la playa de Agua Dulce, quienes al conocer el proyecto de forma directa mediante el stand y campañas presenciales, se sienten motivados a participar activamente y contribuir tanto con la limpieza como con la compra de productos que respaldan la causa. Esta combinación permite generar un círculo de

apoyo sostenible entre consumo responsable y acción ambiental.

6.3. Canales

Los canales utilizados para la difusión y comercialización del proyecto son Instagram y Marketplace. A través de Instagram se realiza la venta de productos brandeados con propósito, además de compartir contenido informativo y de concientización sobre la problemática que aborda la iniciativa. Este canal también se utiliza para promocionar a los emprendimientos aliados que apoyan el proyecto. Por otro lado, Marketplace se emplea únicamente para la venta directa de los productos, funcionando como una plataforma de apoyo para la comercialización. Finalmente, el stand en la playa Agua Dulce permite una conexión directa con los visitantes, facilitando la venta presencial de los productos con propósito.

6.4. Relación con los clientes

El programa de recompensas construye su relación con los clientes a través del contacto directo en la playa, ofreciendo una atención personalizada que permite resolver dudas, brindar información detallada sobre la iniciativa y entregar recompensas a quienes participan en las campañas de limpieza. Esta interacción presencial fortalece el compromiso ambiental de los usuarios y contribuye a generar una experiencia significativa. De manera complementaria, se emplea Instagram como principal canal digital, a través del cual se difunde contenido informativo, se promueve la venta directa de los productos y se otorga visibilidad a los emprendimientos aliados. Esta plataforma digital no solo permite mantener una comunicación constante, sino que también ayuda a consolidar una comunidad activa y consciente, comprometida con el cambio desde la acción colectiva y el cuidado del entorno.

6.5. Actividades clave

El programa de recompensas realiza actividades centradas en generar un impacto ambiental positivo en la playa Agua Dulce. Organiza campañas de limpieza con participación activa de los visitantes y promueve la venta de productos con propósito como principal motor económico del proyecto. Diseña y produce productos con mensajes ecológicos, instala módulos informativos en la playa y crea materiales gráficos para comunicar eficazmente la iniciativa. La difusión se concentra en redes sociales, principalmente Instagram, para aumentar la visibilidad, compartir avances y fortalecer la comunidad. En lo comercial, se gestionan ventas directas en la playa y a través de plataformas digitales como Instagram y Marketplace, además de vender polos y otros productos, comercializar residuos reciclables y asegurar patrocinios que apoyan la continuidad y expansión del movimiento.

6.6. Recursos clave

El programa de recompensas se apoya en diversos recursos esenciales para lograr su impacto y sostener su crecimiento. En cuanto a los recursos físicos, cuenta con polos, bolsas de tela, pines, stickers, kits de limpieza, el stand instalado en la playa y material gráfico impreso que facilita la comunicación directa con el público. En el ámbito digital, utiliza plataformas como Instagram y Facebook Marketplace, esenciales para la difusión de la campaña, la venta de productos y la interacción con la comunidad. como Instagram y Facebook Marketplace, esenciales para la difusión de la campaña, la venta de productos y la interacción con la comunidad.

El equipo humano e intelectual es otro recurso clave; incluye a la community manager, especialistas en marketing, diseñadora gráfica y arquitecta, quienes aportan su experiencia para desarrollar la propuesta y fortalecer la imagen del movimiento. Además, los emprendimientos aliados aportan valor estratégico y operativo. Finalmente, los recursos financieros provienen de préstamos, ingresos por patrocinios y las ventas realizadas a través de las redes sociales, lo que permite mantener la campaña activa y crecer sosteniblemente.

6.7. Aliados clave

Los aliados del programa son clave para el desarrollo y sostenibilidad de la iniciativa. Entre ellos se encuentran emprendimientos que se han sumado como socios estratégicos, aportando una cuota mensual de dinero a cambio de obtener publicidad en los empaques e Instagram del proyecto. Actualmente los aliados son DEALER, un negocio de comida rápida el cual apoya activamente la causa; ISAI THE CREATOR, emprendimiento dedicado a la pintura y venta de cuadros personalizados; ANANI, emprendimiento de manicura enfocado en el diseño de uñas y HOFATY DOLLS STORE, emprendimiento que ofrece muñecos personalizados. También se cuenta como aliado al taller reciclador, SINRE SEMBRANDO CONCIENCIA AMBIENTAL, el cual compra los residuos recolectados en el programa de recompensas y apoya activamente la iniciativa. Además, se cuenta con el apoyo de don Jorge, un taxista aliado que colabora con el servicio de delivery y transporte, encargándose de realizar el envío de los pedidos y el traslado de los materiales, a cambio de publicidad dentro del proyecto. Además, se cuenta con la colaboración de la imprenta JR PUBLICIDAD, que imprime el material gráfico a cambio de visibilidad y promoción dentro de las redes y empaque del producto.

6.8. Fuentes de ingresos

Para asegurar el sustento económico del proyecto, se tiene como respaldo tres fuentes de financiamiento. En primer lugar, se tiene la venta de los productos los cuales en sus diseños transmite la identidad del programa, seguida de la comercialización de residuos reciclables los cuales son comprados por una planta de acondicionamiento de residuos, y por último, los acuerdos de patrocinio mensual con aliados estratégicos que a cambio de espacios publicitarios aportan al financiamiento del programa y su fortalecimiento.

6.9. Impacto

El programa de recompensas genera un impacto positivo en tres dimensiones: ambiental, social y económica. En la dimensión ambiental, contribuye eficazmente a la disminución de residuos en la playa de Agua Dulce, promoviendo la conservación del ecosistema marino y fomentando hábitos responsables entre los visitantes. En el ámbito social, logra que más personas internalicen acerca de las consecuencias de la contaminación, logrando en ellas conciencia ecológica y una motivación genuina para actuar y ser parte del cambio. Finalmente, desde la dimensión económica, promueve la creación de nuevas vías de ingresos mediante la venta de productos con propósito, creando un modelo sostenible que une a la población en torno a un objetivo en común, conservar el mar mientras se apoya una causa valiosa.

6.10. Presupuesto

Tabla 1

Presupuesto inicial del proyecto

INVERSIÓN INICIAL						
RECURSOS	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**		**C/U**		**C.TOTAL**
Producción de Merch	Rollo de papel kraft decorativo	4	S/	27.00	S/	108.00
	Polo+estampado	337	S/	18.00	S/	6,066.00
	Totebags+ estampado	225	S/	10.00	S/	2,250.00
	Impresión de tarjetas	500	S/ 0		S/ 0	
	Cinta de embalaje	3	S/	5.00	S/	15.00
			Subtotal:		S/	8,439.00
Administrativo	Community Manager	1	S/	1,130.00	S/	1,130.00
	Diseño Grafico	1	S/	1,130.00	S/	1,130.00
	Marketing	1	S/	1,130.00	S/	1,130.00
	Arquitectura	1	S/	1,130.00	S/	1,130.00
			Subtotal:		S/	4,520.00
Protección de Marca	Registro de Marca	1	S/	534.99	S/	534.99
	Asesoría legal	1	S/	200.00	S/	200.00
			Subtotal:		S/	734.99
Difusión	Publicidad paga en IG	1	S/	40.00	S/	40.00
			Subtotal:		S/	40.00
Programa de Recompensas	Guantes	1	S/	12.00	S/	12.00
	Pines	1	S/	40.00	S/	40.00
	Tachos de cartón	3	S/	4.00	S/	12.00
	Bolsas ecologicas	3	S/	5.00	S/	15.00
	Totebags de premio	15	S/	8.00	S/	120.00
	Impresión de material grafico	100	S/ 0		S/ 0	
	Mesa	1	S/ 0		S/ 0	
	Toldo para módulo	1	S/	80.00	S/	80.00
			Subtotal:		S/	960.00
			Banco:		S/	3,000.00
			Total de inversión:		S/	14,693.99
			A cubrir:		**-S/**	**11,693.99**

Nota: La inversión inicial considera cuatro categorías: producción de productos, recursos logísticos, recursos para el programa de recompensas y recursos financieros, con precios unitarios y costos finales detallados.

Tabla 2

Gasto Mensual

GASTOS MENSUALES						
RECURSOS	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**		**C/U**		**C.TOTAL**
Producción de Merch	Polo+estampado	247	S/	18.00	S/	4,446.00
	Totebags+ estampado	247	S/	10.00	S/	2,470.00
	Kits (polo+totebags)	113	S/	28.00	S/	3,164.00
	Rollo de papel kraft decorativo	4	S/	27.00	S/	108.00
	Impresión de tarjetas	600	S/ 0		S/ 0	
	Cinta de embalaje	3	S/	5.00	S/	15.00
			Subtotal:		S/	10,203.00
Producción de programa de recompensas	Guantes	1	S/	12.00	S/	12.00
	Bolsas ecologicas	3	S/	5.00	S/	15.00
	Totebags de premios	15	S/	8.00	S/	120.00
	Impresión de material grafico	100	S/ 0		S/ 0	
			Subtotal:		S/	147.00
Difusión	Publicidad paga en IG	1	S/	40.00	S/	40.00
			Subtotal:		S/	40.00
Administrativo	Community Manager	1	S/	1,130.00	S/	1,130.00
	Diseño Grafico	1	S/	1,130.00	S/	1,130.00
	Marketing	1	S/	1,130.00	S/	1,130.00
	Arquitectura	1	S/	1,130.00	S/	1,130.00
			Subtotal:		S/	4,520.00
Financiero	Prestamo al banco	1	S/	318.14	S/	318.14
			Subtotal:		S/	318.14
			Total:		S/	15,228.14

Nota: Los gastos se clasifican en cuatro recursos: producción de productos, recursos para el programa de recompensas, financieros y administrativos, todos con precios unitarios y costos finales detallados.

Tabla 3

Ingresos Mensuales

INGRESOS MENSUALES								
CATEGORÍA	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**C/U**		**COSTO TOTAL MENSUAL**		**COSTO TOTAL TRIMESTRAL**	
Venta de Merch	Tote Bags	247	S/	30.00	S/	7,410.00	S/	22,230.00
	Polos	247	S/	35.00	S/	8,645.00	S/	25,935.00
	Kits (Polo + totebag)	113	S/	60.00	S/	6,780.00	S/	20,340.00
			Subtotal:		S/	22,835.00	S/	68,505.00
Publicidad paga para emprendedores	Suscripción mensual	4	S/	30.00	S/	120.00	S/	360.00
			Subtotal:		S/	120.00	S/	360.00
Venta de residuos reciclables	Latas, botellas de plastico por 10 Kg	2	S/	30.00	S/	60.00	S/	180.00
			Subtotal:		S/	60.00	S/	180.00
			Total:		S/	23,015.00	S/	69,045.00

Nota: Se ha considerado el ingreso generado por publicidad para emprendedores, venta de productos y venta de los residuos recolectados, desglosado por categoría. Cada rubro está detallado de forma mensual y trimestral, incluyendo la cantidad y el costo final correspondiente.

7. Resultados

El reto de innovación logró cumplirse de forma satisfactoria, ya que se logró reducir la problemática de la contaminación por residuos sólidos generada por los visitantes de la playa Agua Dulce, en el distrito de Chorrillos, mediante el programa de recompensas. Un programa de recompensas que convierte el solo hecho de ir a la playa en una experiencia sostenible, motivando a los visitantes a recoger la basura que se encuentra en la playa a cambio de recompensas promoviendo así la participación activa de las personas y que de esa

manera se impulsen más conductas responsables y conscientes durante su visita a la playa.

La elaboración del reto se logró ejecutar gracias a la validación del proyecto que se realizó con el público objetivo conformado por los visitantes de la playa Agua Dulce entre los 20 y 40 años de edad. Estas personas comentaron que la solución cumple con lo prometido en la propuesta de valor y tienen altas expectativas por participar del programa de forma constante ya que las recompensas les parecen atractivas, de igual manera, recomendaron que a corto plazo pueda haber más opciones de recompensas para así fomentar mayor interés por parte de más personas. De igual manera como sugerencia comentan que sería bueno que dentro del stand del programa se implemente un encargado o promotor que guíe a los participantes en toda la dinámica del programa y que se sustituya los manuales tradicionales por el uso de infografías creativas. Un punto muy importante es que la entrega de las bolsas de tela se debe realizar al finalizar la dinámica y que estas formen parte de las recompensas y no como un gancho para atraer gente ya que es un premio grande. Por último, también comentaron que sería bueno que se reduzca la cantidad de bolsas entregadas en los kits de limpieza a solo una, para la recolección de basura.

Para alcanzar dichos resultados, se realizó primero un taller generativo a través de Google Meet, el cual involucró al público objetivo mencionado anteriormente. En este taller se presentó un primer prototipo de la propuesta en el cual se detalle su funcionamiento, los tipos de recompensas, la problemática que se está abordando y el objetivo principal del programa. Este taller permitió reunir diversas opiniones las cuales sirvieron para mejorar la iniciativa antes de hacerla realidad. Con las mejoras incorporadas,

se realizó la validación del programa de recompensas en Agua Dulce, donde más de 20 visitantes se animaron a participar recogiendo basura a cambio de recompensas como bolsas de tela, pines y stickers logrando así que sea un espacio donde los visitantes se involucran de forma directa con la problemática y toman acción en combatirla.

8. Conclusiones

Se concluyó que crear un programa de recompensas permitió incentivar conductas responsables en los visitantes de la playa Agua Dulce, logrando una reducción significativa en los residuos sólidos y promoviendo el cuidado del entorno natural.

Como segunda conclusión, se determinó que identificar los materiales necesarios para la instalación del stand en la playa Agua Dulce fueron clave para facilitar la participación del público, llamar su atención y garantizar el funcionamiento óptimo del programa.

Como tercera conclusión, se evidenció que determinar los canales de comunicación adecuados, fue fundamental para difundir el programa, motivar la participación mediante contenido incentivador y generar conciencia ambiental en los visitantes para erradicar la problemática.

Como cuarta conclusión, se comprobó que analizar los diversos tipos de recompensas permitió establecer premios realmente atractivos para el público, siendo las bolsas de tela las más solicitadas, lo cual incentivó a un mayor número de visitantes a participar del programa.

Finalmente, se concluyó que el programa de recompensas, resultó ser una estrategia

efectiva para poder combatir la contaminación por residuos sólidos en la playa Agua Dulce gracias al enfoque innovador con el que trabaja, el cual está compuesto por la participación activa de los visitantes, la entrega de recompensas atractivas y la concientización a través de los canales tanto digitales como presenciales.

9. Bibliografía

Actualidad Ambiental. (2021, 18 de septiembre). *Perú: el 46 % de residuos sólidos hallados en playas son plásticos.* https://www.actualidadambiental.pe/peru-el-46-de-residuos-solidos-hallados-en-playas-son-plasticos/

Atdjian, H. N., & Blady, M. B. (2021). *Diseño de un sistema de incentivos no remunerativos: Propuesta de un plan motivacional completo para Chexa S.A* [Tesis de licenciatura, Universidad de la Defensa Nacional]. Repositorio Digital Centro Regional Universitario Córdoba IUA. https://rdu.iua.edu.ar/handle/123456789/2352

Aybar, C. N., & Saavedra, A. T. (2024). *Las redes sociales y la fidelización de los clientes de una tienda por conveniencia, en Lima Metropolitana, en el 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. https://hdl.handle.net/11537/37409

Bobo, S. (2024, 6 de septiembre). What is an incentive program and how does it work?. https://extu.com/blog/what-is-an-incentive-program/

Cachay Figueroa, M. J., & Torres Ayala, M. G. (2021). *Sistema de recompensas y desempeño laboral del trabajador de una empresa de tercerización, Lima 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional de la UTP. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5289/M.Cachay_M.Torres_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cherres Gamboa, N. G. (2020). *Programa de incentivos laborales para la reducción de la intención de rotación de los colaboradores de una empresa de recursos humanos de la ciudad de Chiclayo* [Tesis de maestría, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/9166

Falcon Talenas, L. Y. (2021). *Diseño de un sistema de recompensa para fidelización del cliente en la Empresa Master - Huánuco* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. Repositorio Institucional UNHEVAL. https://repositorio.unheval.edu.pe/item/519259ac-7c1c-482f-9b9e-1574cf62cf32

Fernández Delgado, R. (2022). *Programa de incentivos y coaching motivacional para fortalecer el clima organizacional en una empresa privada de servicios, Lima 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Norbert Wiener]. Repositorio Institucional Universidad Privada Norbert Wiener.

https://repositorio.uwiener.edu.pe/entities/publication/a1fd925c-fde3-48e4-b84d-4fe9aaf1423f

Larrea Chavarría, A. (2020). *Sistema de incentivos y rotación de personal en una empresa metalmecánica del distrito de Carmen de la Legua* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/61887

Müller, J. (2020, julio). *Análisis de la relación del modelo de recompensa total (salario, beneficios sociales y recompensas psicológicas) con la satisfacción, desempeño y el compromiso del trabajador* [Tesis de maestría, Universidad de Granada]. DIGIBUG. https://digibug.ugr.es/handle/10481/67219

OCEANA. (s.f.). ¿Un mar de plásticos?. https://peru.oceana.org/campanas/contaminacion-por-plasticos/pdf

Parker, L. (2021, 12 de mayo). *El plástico llega a los océanos a través de más de 1000 ríos. National Geographic.* https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/2021/05/el-plastico-llega-a-los-oceanos-a-traves-de-mas-de-1000-rios

Pérez Velásquez, D. N., & Sifuentes Roman, Y. (2021). *Evaluación de un programa de incentivos para mejorar la satisfacción laboral del personal de la empresa Sima S.A., Chimbote – 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/10444

Pontificia Universidad Católica del Perú. (2020, 26 de agosto). *Los plásticos en los océanos y las consecuencias en la fauna marina*. Clima de Cambios PUCP. https://www.pucp.edu.pe/climadecambios/noticias/los-plasticos-en-los-oceanos-y-las-consecuencias-en-la-fauna-marina/

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2021, 21 de octubre). *Informe de la ONU sobre contaminación por plásticos advierte sobre falsas soluciones y confirma la necesidad de una acción mundial urgente.* https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/informe-de-la-onu-sobre-contaminacion-por-plasticos

Rojas Arellano, C. N., & Ausejo Noriega, M. M. (2024). Propuesta de aplicación de la técnica de puntuación matricial con la finalidad de identificar el mayor generador de residuos sólidos municipales presentes en la playa Agua Dulce-Chorrillos, Lima [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/674998?locale-attribute=es

Salgado Castillo, J. A. (2022). *Efectos del sistema de recompensas sobre la motivación y el desempeño creativo de los equipos de trabajo* [Tesis doctoral, Universitat de València] RODERIC. https://roderic.uv.es/items/79febf69-e6c0-4d4b-9309-c66ca3cb719b

Tekman, M. B., Walther, B. A., Peter, C., Gutow, L., & Bergmann, M. (2022). *Impacts of plastic pollution in the oceans on marine species, biodiversity and ecosystems*, 1–221,

WWF Germany, Berlin. https://wwflac.awsassets.panda.org/downloads/impactos_de_la_contaminacion_por_plasticos_en_los_oceanos___wwf.

Villacís Abarca, B. A. (2025). *La satisfacción laboral y la productividad en el personal de la empresa "INDUVEST S.A." en la ciudad de Riobamba*" [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Chimborazo] Repositorio Digital UNACH. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14614

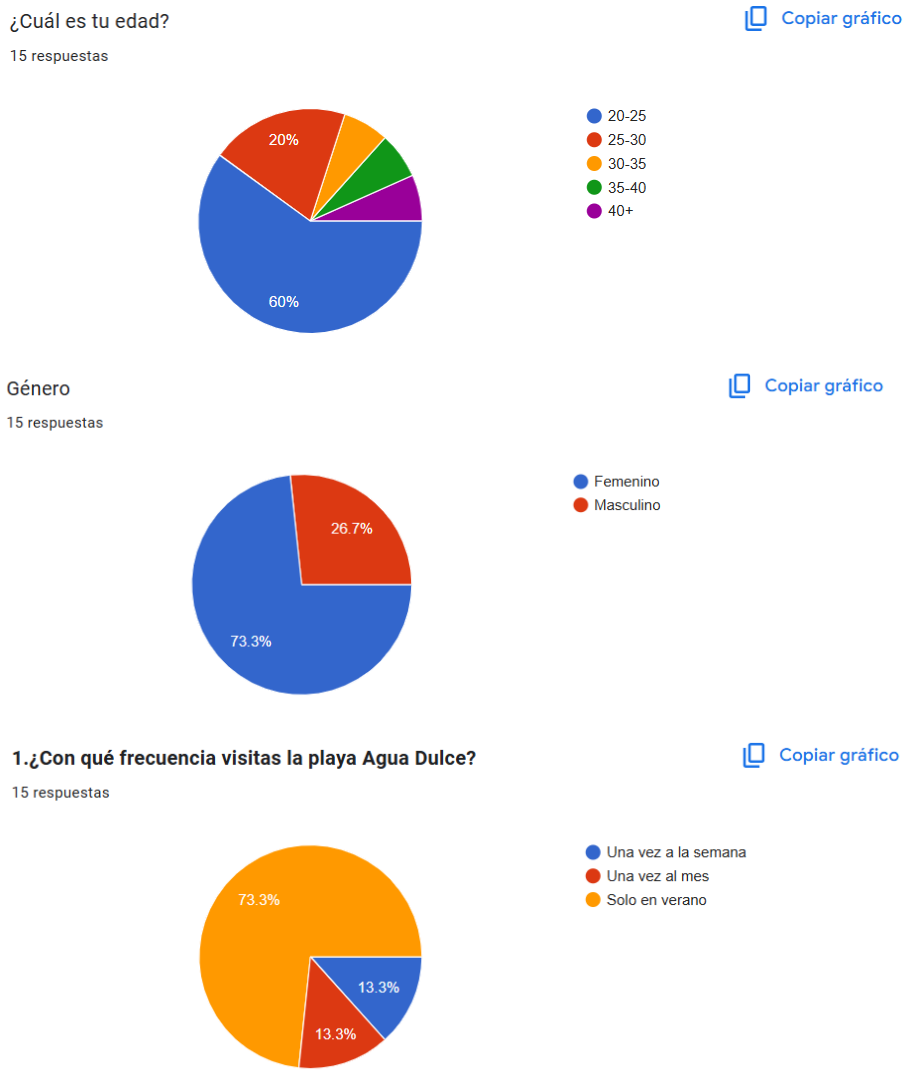
Villegas Castañeda, M. R., & Zapata Chinchayán, C. P. (2022). *Programa de incentivos laborales y su influencia en el desempeño de los trabajadores del área de ventas en la empresa Mundo Óptico Chiclayo E.I.R.L., 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán] Repositorio Institucional USS. https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/9166

10. Figuras

Figura 1.

Encuesta de Google Forms

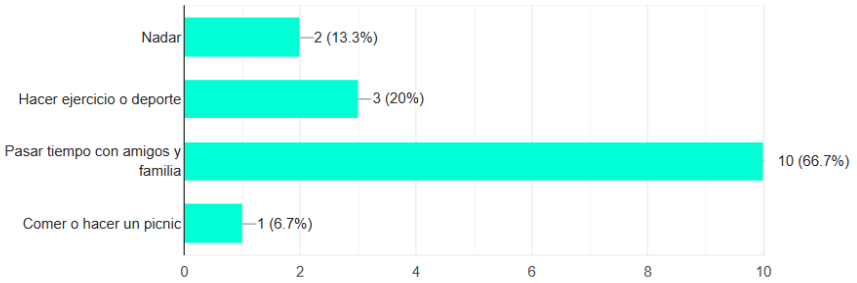
Se muestran las respuestas del formulario que se utilizó para recopilar información de los visitantes de la playa Agua Dulce y así poder conocer sus comportamientos y opiniones sobre la problemática.



2.¿Qué actividades sueles realizar en la playa? (Puedes marcar más de una)

Copiar gráfico

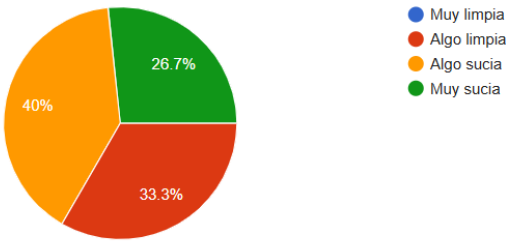
15 respuestas



3.En general, ¿cómo calificarías la limpieza de la playa Agua Dulce?

Copiar gráfico

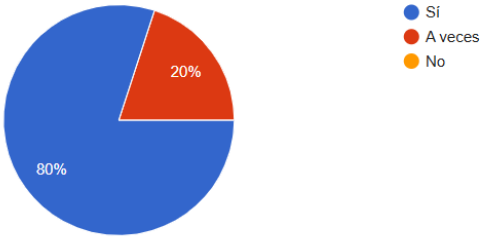
15 respuestas



4.¿Has notado basura en la playa Agua Dulce durante tu visita?

Copiar gráfico

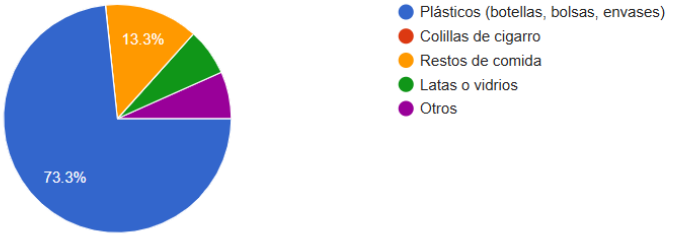
15 respuestas



5.¿Qué tipo de residuos has visto con más frecuencia en la playa?

Copiar gráfico

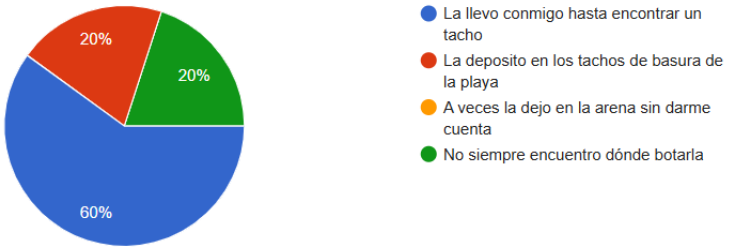
15 respuestas



6. ¿Qué haces con tu basura cuando visitas la playa?

Copiar gráfico

15 respuestas



7. ¿Apoyarías medidas como multas para quienes contaminen la playa?

Copiar gráfico

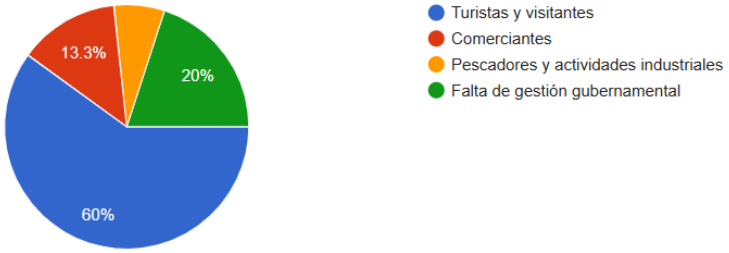
15 respuestas



8. ¿Quién crees que es el principal responsable de la contaminación en las playas?

Copiar gráfico

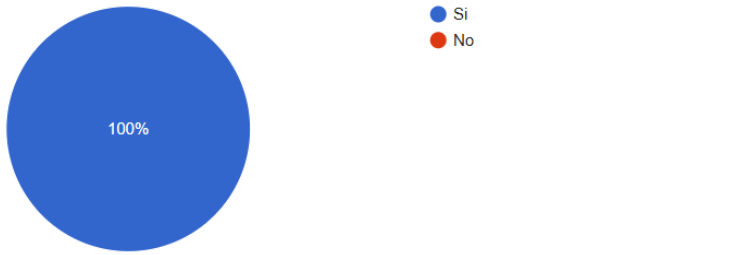
15 respuestas



10. ¿Crees que la contaminación en la playa agua dulce ha aumentado en los últimos años?

Copiar gráfico

15 respuestas



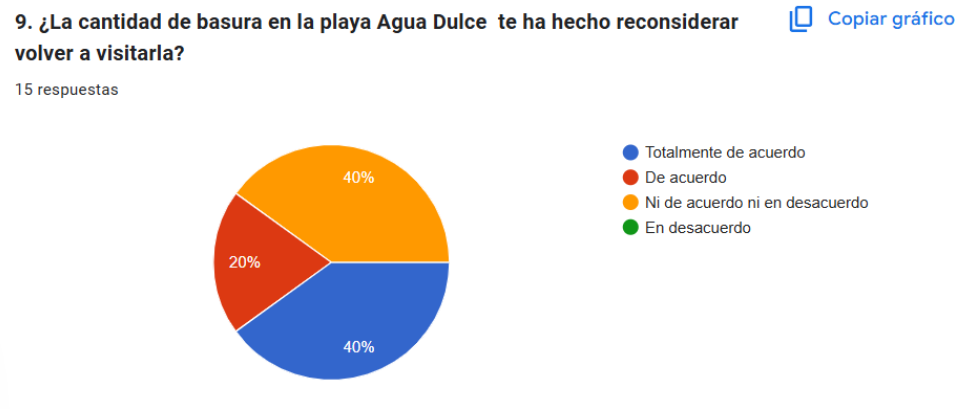


Figura 2.

Taller Generativo

Se muestran imágenes del taller generativo realizado el día 27 de Abril Vía Meet, el cual permitió presentar la propuesta del programa de recompensas y recoger retroalimentación de los participantes para su mejora.



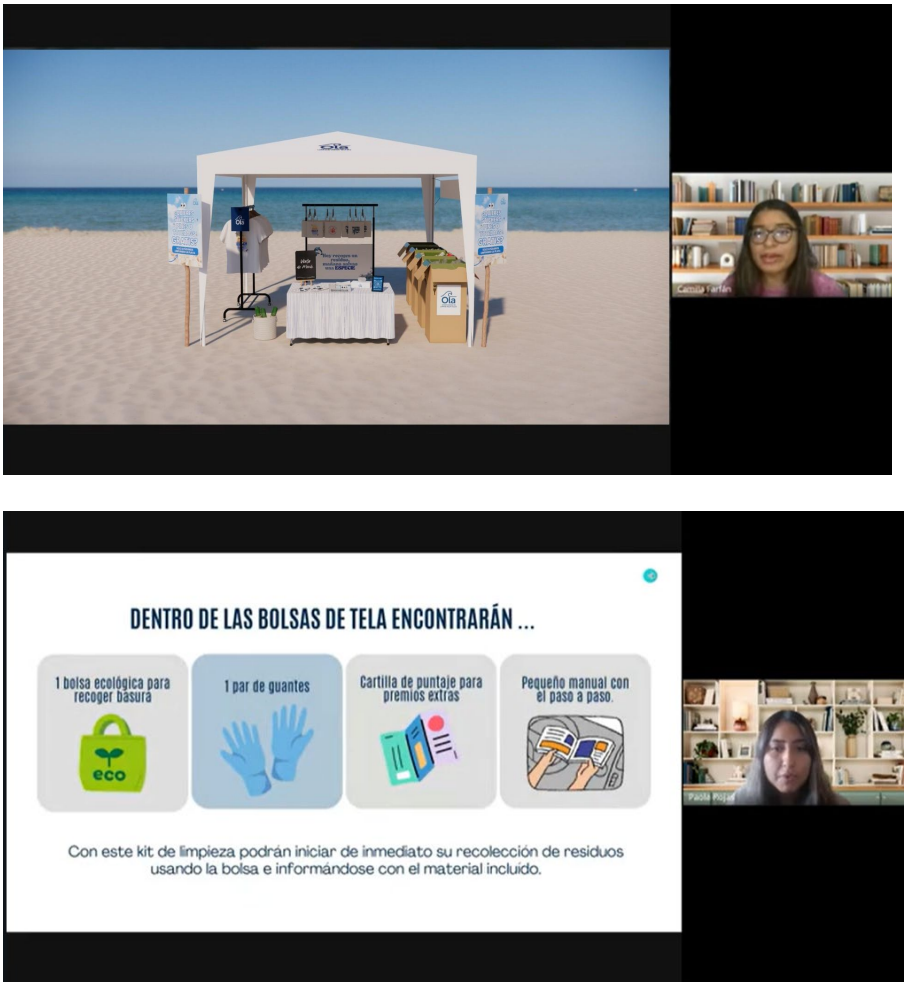


Figura 3.

Validación en la playa Agua Dulce

Aquí se muestran momentos de lo que fue la validación real del proyecto en la playa. Los visitantes participaron activamente recolectando residuos con entusiasmo por recibir las recompensas y por mantener limpio el espacio, validando con éxito la propuesta.



Figura 4.

Diseño de los productos con propósito

Se muestran imágenes de los diseños creados exclusivamente para utilizarse en los productos del programa de recompensas, con modelos inspirados en concientizar acerca de la problemática.





Figura 5.

Módulo del programa de recompensas

Se muestran imágenes del stand instalado en Agua Dulce para la validación del proyecto. Este fue el punto donde se entregaron los kits de limpieza, las recompensas, donde se clasificaron los residuos y se concientiza a los participantes con las pequeñas charlas e infografías.



Figura 6.

Participantes durante la validación

Se muestran imágenes de algunos visitantes que se animaron a participar del programa. Su respuesta positiva y entusiasta fue clave para validar que la idea funciona.



Figura 7.

Recolección de los residuos sólidos en la playa

Se muestran imágenes de los participantes del programa en acción, recolectando basura por diversas partes de la playa y clasificándolas en los tachos correspondientes del stand.



Figura 8.

Cuenta oficial de Instagram

Se muestra el perfil del programa, el cual se utiliza como un canal para difundir el proyecto, compartir contenido de concientización y vender los productos.

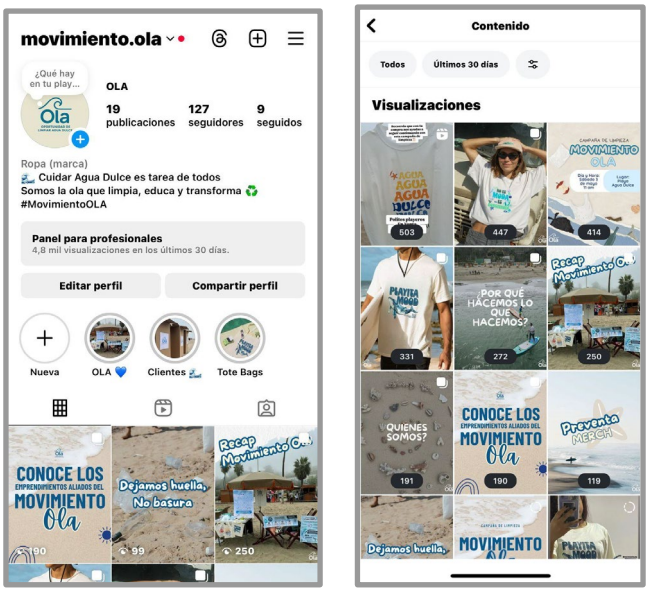


Figura 9.

Métricas en Instagram

Se muestran estadísticas de Instagram. las cuales muestran el alcance del contenido publicado como vistas, número de visualizaciones, impresiones y datos de la audiencia.

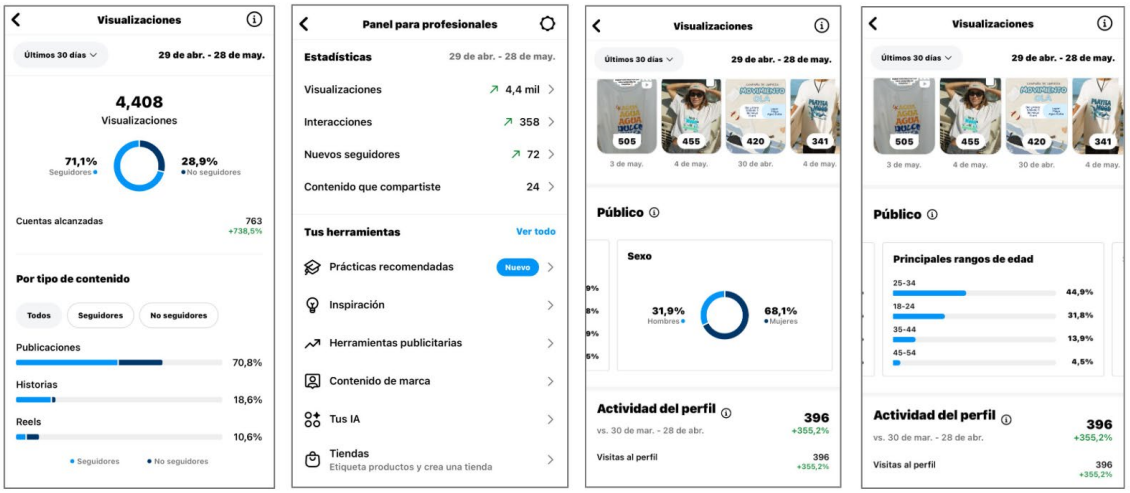


Figura 10.

Comentarios de interés en los productos

Se muestran comentarios de personas interesadas en comprar los productos, permitiendo medir el interés y demanda de cada uno de ellos.



Figura 11.

Clientes con sus productos

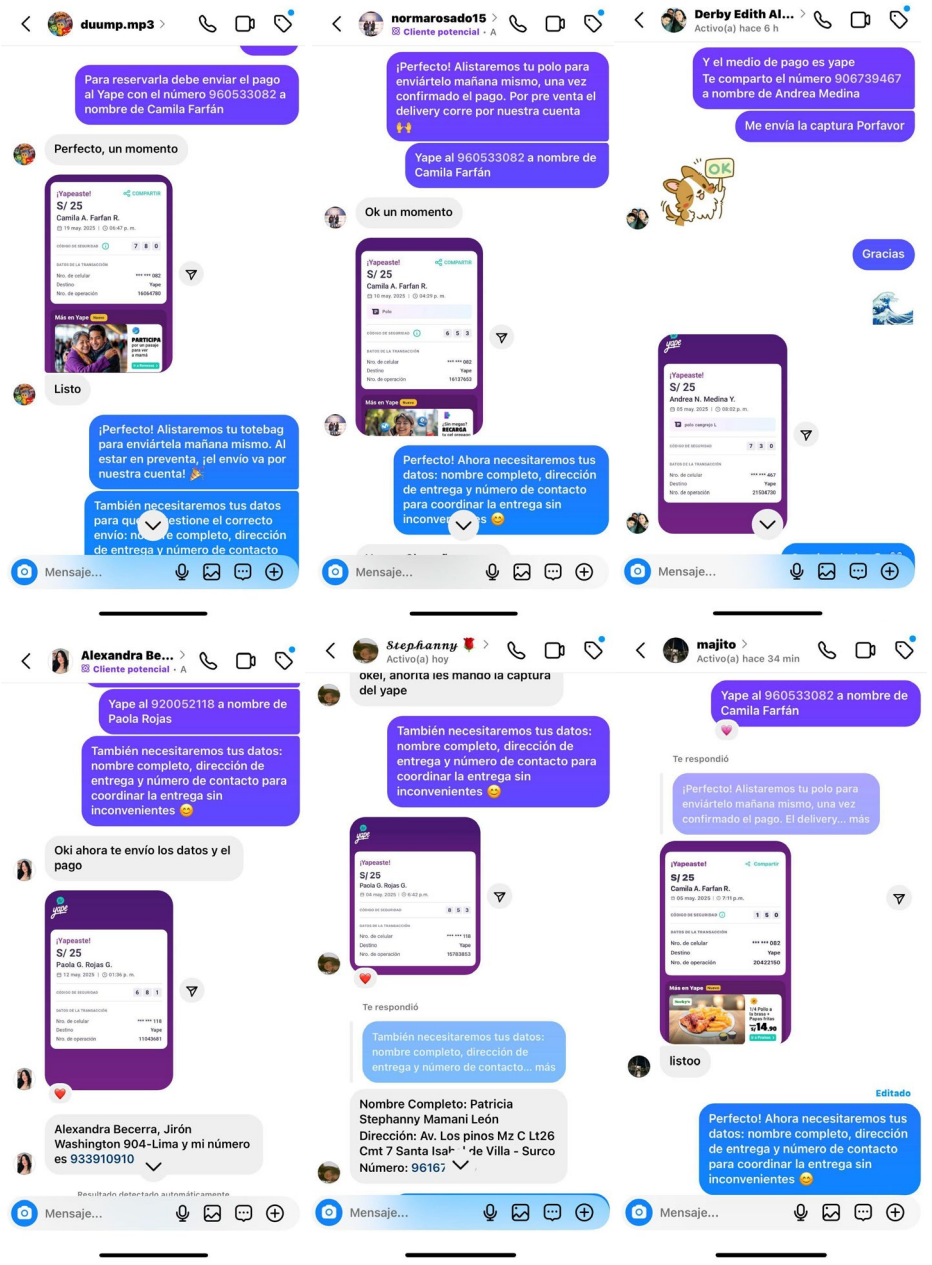
Se muestran stories de clientas satisfechas con sus productos, incentivando a seguir la cuenta del programa.



Figura 12.

Ventas de productos por Instagram

Se muestran las ventas que se concretaron mediante mensajes de Instagram, las cuales permitieron validar la efectividad de generar ingresos reales del programa.



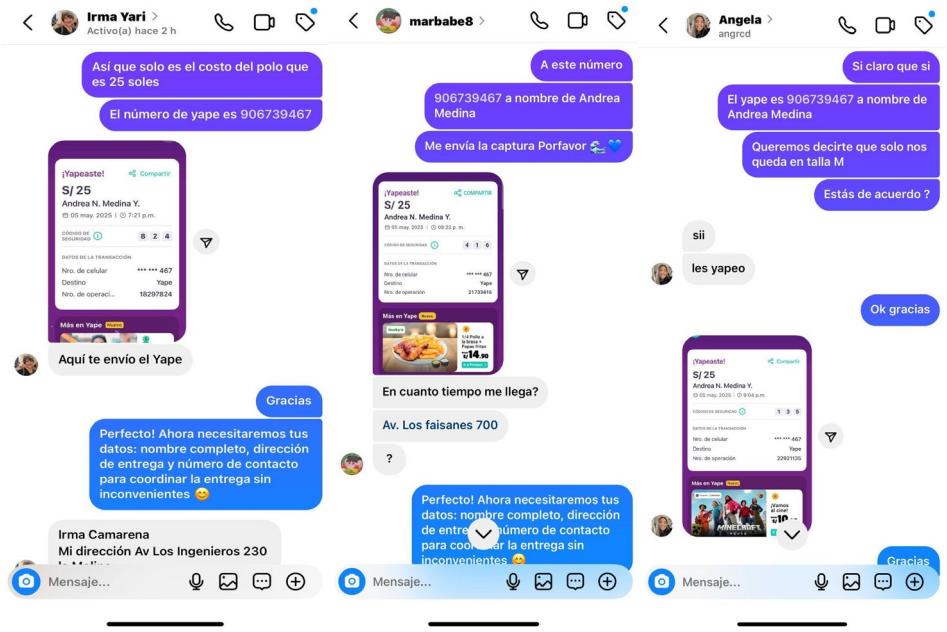


Figura 13.

Publicidad de aliados en empaque

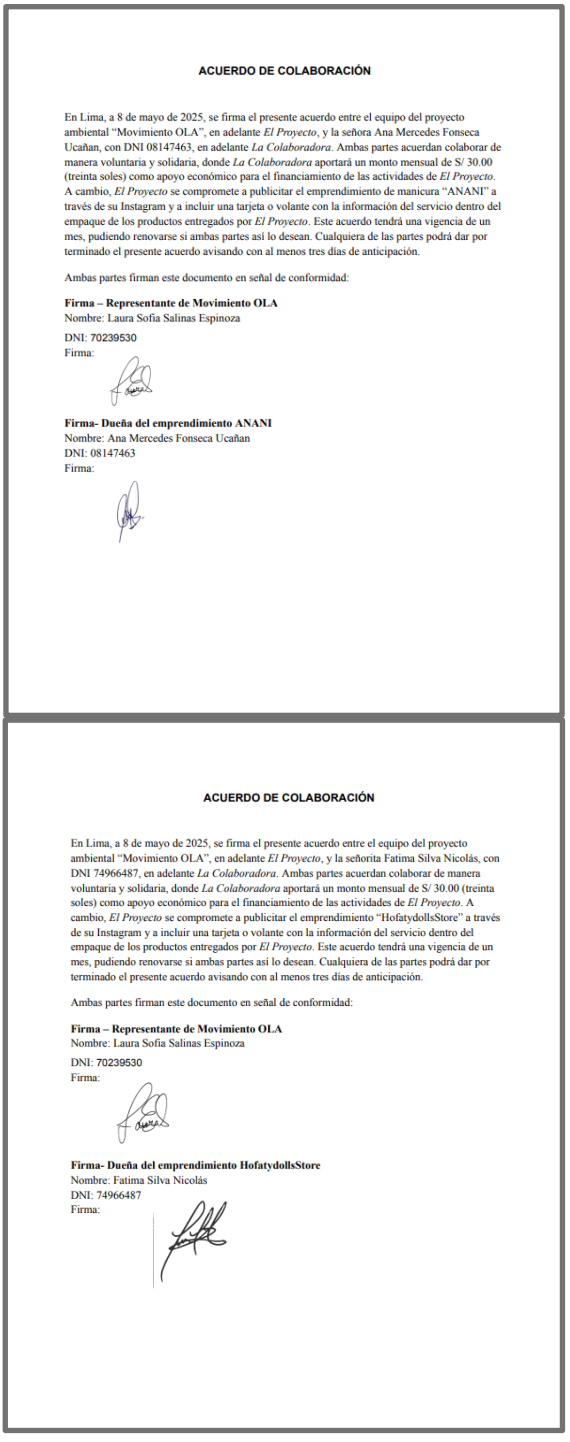
Se muestra el ejemplo de cómo la publicidad de los emprendimientos aliados aparece en el empaque de la mercadería vendida.



Figura 14.

Acuerdos con los aliados

Se muestran los acuerdos con los aliados que decidieron confiar y unirse al proyecto a cambio de un aporte económico mensual por publicidad tanto en redes como en los empaques de los productos.



ACUERDO DE COLABORACIÓN

En Lima, a 8 de mayo de 2025, se firma el presente acuerdo entre el equipo del proyecto ambiental "Movimiento OLA", en adelante *El Proyecto*, y la señora Ana Mercedes Fonseca Ucañan, con DNI 08147463, en adelante *La Colaboradora*. Ambas partes acuerdan colaborar de manera voluntaria y solidaria, donde *La Colaboradora* aportará un monto mensual de S/ 30.00 (treinta soles) como apoyo económico para el financiamiento de las actividades de *El Proyecto*. A cambio, *El Proyecto* se compromete a publicitar el emprendimiento de manicura "ANANI" a través de su Instagram y a incluir una tarjeta o volante con la información del servicio dentro del empaque de los productos entregados por *El Proyecto*. Este acuerdo tendrá una vigencia de un mes, pudiendo renovarse si ambas partes así lo desean. Cualquiera de las partes podrá dar por terminado el presente acuerdo avisando con al menos tres días de anticipación.

Ambas partes firman este documento en señal de conformidad:

Firma – Representante de Movimiento OLA
Nombre: Laura Sofia Salinas Espinoza
DNI: 70239530
Firma:

Firma- Dueña del emprendimiento ANANI
Nombre: Ana Mercedes Fonseca Ucañan
DNI: 08147463
Firma:

ACUERDO DE COLABORACIÓN

En Lima, a 8 de mayo de 2025, se firma el presente acuerdo entre el equipo del proyecto ambiental "Movimiento OLA", en adelante *El Proyecto*, y la señorita Fatima Silva Nicolás, con DNI 74966487, en adelante *La Colaboradora*. Ambas partes acuerdan colaborar de manera voluntaria y solidaria, donde *La Colaboradora* aportará un monto mensual de S/ 30.00 (treinta soles) como apoyo económico para el financiamiento de las actividades de *El Proyecto*. A cambio, *El Proyecto* se compromete a publicitar el emprendimiento "HofatydollsStore" a través de su Instagram y a incluir una tarjeta o volante con la información del servicio dentro del empaque de los productos entregados por *El Proyecto*. Este acuerdo tendrá una vigencia de un mes, pudiendo renovarse si ambas partes así lo desean. Cualquiera de las partes podrá dar por terminado el presente acuerdo avisando con al menos tres días de anticipación.

Ambas partes firman este documento en señal de conformidad:

Firma – Representante de Movimiento OLA
Nombre: Laura Sofia Salinas Espinoza
DNI: 70239530
Firma:

Firma- Dueña del emprendimiento HofatydollsStore
Nombre: Fatima Silva Nicolás
DNI: 74966487
Firma:

ACUERDO DE COLABORACIÓN

En Lima, a 8 de mayo de 2025, se firma el presente acuerdo entre el equipo del proyecto ambiental "Movimiento OLA", en adelante *El Proyecto*, y el joven Isai Acevedo Mansilla, con DNI 73053323, en adelante *El Colaborador*. Ambas partes acuerdan colaborar de manera voluntaria y solidaria, donde *El Colaborador* aportará un monto mensual de S/ 30.00 (treinta soles) como apoyo económico para el financiamiento de las actividades de *El Proyecto*. A cambio, *El Proyecto* se compromete a publicitar el emprendimiento artístico "Isai The Creator" a través de su Instagram y a incluir una tarjeta o volante con la información del servicio dentro del empaque de los productos entregados por *El Proyecto*. Este acuerdo tendrá una vigencia de un mes, pudiendo renovarse si ambas partes así lo desean. Cualquiera de las partes podrá dar por terminado el presente acuerdo avisando con al menos tres días de anticipación.

Ambas partes firman este documento en señal de conformidad:

Firma – Representante de Movimiento OLA
Nombre: Laura Sofia Salinas Espinoza
DNI: 70239530
Firma:



Firma- Dueño del emprendimiento Isai The Creator
Nombre: Isai Acevedo Mansilla
DNI: 73053323
Firma:



ACUERDO DE COLABORACIÓN

En Lima, a 09 de mayo de 2025, se firma el presente acuerdo entre el equipo del proyecto ambiental "Movimiento OLA", en adelante *El Proyecto*, y el negocio de comida rápida "Dealers", con RUC 10703338483, representado por la señora Jackeline Francesca Silvera Valdivia, con DNI 70333848, en adelante *La Colaboradora*. Ambas partes acuerdan colaborar de manera voluntaria y solidaria, donde *La Colaboradora* aportará un monto mensual de S/ 30.00 (treinta soles) como apoyo económico para el financiamiento de las actividades de *El Proyecto*. A cambio, *El Proyecto* se compromete a publicitar el negocio de comida rápida "Dealers" a través de su Instagram y a incluir una tarjeta o volante con la información del negocio dentro del empaque de los productos entregados por *El Proyecto*. Este acuerdo tendrá una vigencia de un mes, pudiendo renovarse si ambas partes así lo desean. Cualquiera de las partes podrá dar por terminado el presente acuerdo avisando con al menos tres días de anticipación.

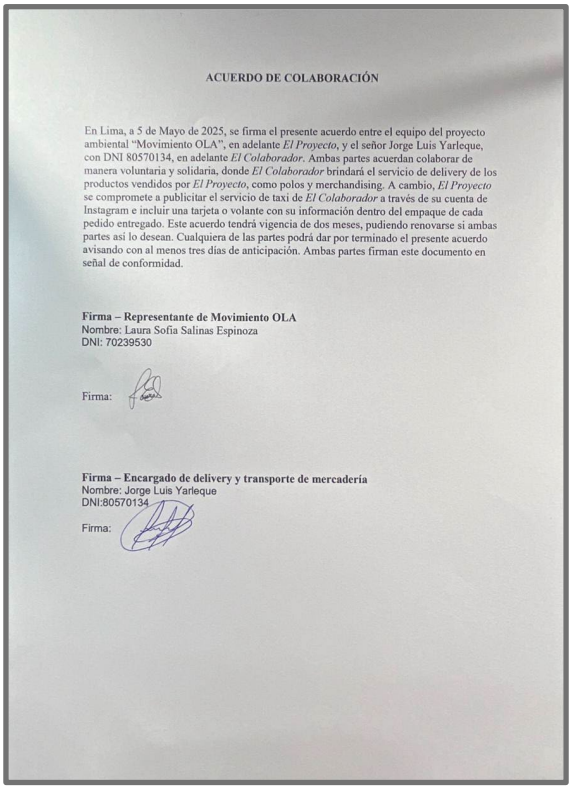
Ambas partes firman este documento en señal de conformidad:

Firma – Representante de Movimiento OLA
Nombre: Laura Sofia Salinas Espinoza
DNI: 70239530
Firma:



Firma- Representante del negocio de comida rápida "Dealers
Nombre: Jackeline Francesca Silvera Valdivia
DNI: 70333848
Firma:





ACUERDO DE COLABORACIÓN

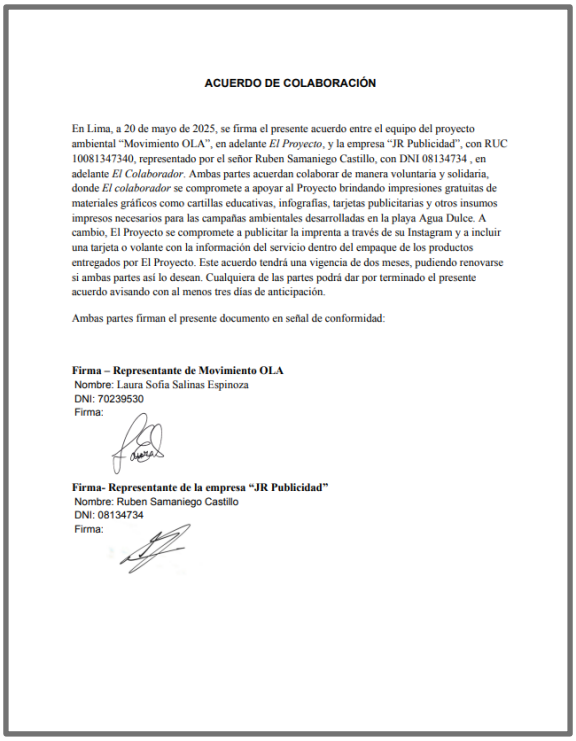
En Lima, a 5 de Mayo de 2025, se firma el presente acuerdo entre el equipo del proyecto ambiental "Movimiento OLA", en adelante *El Proyecto*, y el señor Jorge Luis Yarleque, con DNI 80570134, en adelante *El Colaborador*. Ambas partes acuerdan colaborar de manera voluntaria y solidaria, donde *El Colaborador* brindará el servicio de delivery de los productos vendidos por *El Proyecto*, como polos y merchandising. A cambio, *El Proyecto* se compromete a publicitar el servicio de taxi de *El Colaborador* a través de su cuenta de Instagram e incluir una tarjeta o volante con su información dentro del empaque de cada pedido entregado. Este acuerdo tendrá vigencia de dos meses, pudiendo renovarse si ambas partes así lo desean. Cualquiera de las partes podrá dar por terminado el presente acuerdo avisando con al menos tres días de anticipación. Ambas partes firman este documento en señal de conformidad.

Firma – Representante de Movimiento OLA
Nombre: Laura Sofia Salinas Espinoza
DNI: 70239530

Firma:

Firma – Encargado de delivery y transporte de mercadería
Nombre: Jorge Luis Yarleque
DNI:80570134

Firma:



ACUERDO DE COLABORACIÓN

En Lima, a 20 de mayo de 2025, se firma el presente acuerdo entre el equipo del proyecto ambiental "Movimiento OLA", en adelante *El Proyecto*, y la empresa "JR Publicidad", con RUC 10081347340, representado por el señor Ruben Samaniego Castillo, con DNI 08134734 , en adelante *El Colaborador*. Ambas partes acuerdan colaborar de manera voluntaria y solidaria, donde *El colaborador* se compromete a apoyar al Proyecto brindando impresiones gratuitas de materiales gráficos como cartillas educativas, infografías, tarjetas publicitarias y otros insumos impresos necesarios para las campañas ambientales desarrolladas en la playa Agua Dulce. A cambio, El Proyecto se compromete a publicitar la imprenta a través de su Instagram y a incluir una tarjeta o volante con la información del servicio dentro del empaque de los productos entregados por El Proyecto. Este acuerdo tendrá una vigencia de dos meses, pudiendo renovarse si ambas partes así lo desean. Cualquiera de las partes podrá dar por terminado el presente acuerdo avisando con al menos tres días de anticipación.

Ambas partes firman el presente documento en señal de conformidad:

Firma – Representante de Movimiento OLA
Nombre: Laura Sofia Salinas Espinoza
DNI: 70239530
Firma:

Firma- Representante de la empresa "JR Publicidad"
Nombre: Ruben Samaniego Castillo
DNI: 08134734
Firma:

Figura 15.

Ingresos por parte de los aliados

Registro de los aportes realizados por los aliados

