ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

"TOULOUSE LAUTREC"

DISEÑO INTERACTIVO DE CONCIENTIZACIÓN PARA FOMENTAR LA CULTURA DE LIMPIEZA EN LA ESTACIÓN GAMARRA, LA VICTORIA - 2025

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

AUTOR:

RAFAELLA ALEXANDRA ARAUJO JULCA

(https://orcid.org/0009-0005-9706-379X)

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

AUTOR:

ARACELY ESTEFFANY FLORES SAMANIEGO

(https://orcid.org/0000-0002-5349-7589)

Asesor:

MARÍA CONSUELO ALBÁN SOLÍS

(https://orcid.org/0000-0001-7464-9687)

Lima - Perú

2025

Trabajo de Investigacio%CC%81n para Bachiller Punto Limpio Gamarra.docx.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:463648050

Submission Date
May 31, 2025, 7:20 PM GMT-5

Download Date
May 31, 2025, 10:55 PM GMT-5

File Name
Trabajo de Investigación para Bachiller Punto Limpio Gamarra.docx.pdf

File Size
394.6 KB

29 Pages

6,079 Words

37,933 Characters

11% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

10% Internet sources
1% Publications
7% 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 propone una solución sostenible frente a la falta de cultura de limpieza en los usuarios de la Estación Gamarra, ubicada en el distrito de La Victoria. A través de observaciones en campo, entrevistas y herramientas de diseño centradas en el usuario, se identificó que la acumulación de basura afecta directamente al orden, la experiencia de tránsito y la percepción de seguridad del entorno. El objetivo principal es fomentar hábitos de limpieza y responsabilidad colectiva mediante una estrategia interactiva que motive el cambio voluntario de comportamiento.

La solución desarrollada es Punto Limpio Gamarra, un sistema de concientización compuesto por pantallas digitales instaladas en la estación que muestran mensajes provocadores acompañados de códigos QR. Al escanearlos, los usuarios acceden a una plataforma web con contenido audiovisual y testimonios reales de comerciantes afectados por la basura. Esta experiencia genera una conexión emocional con la problemática y promueve acciones conscientes en el espacio público.

Desde el marco teórico, se aborda la cultura de limpieza como un conjunto de valores y prácticas colectivas, y se aplica la Teoría del Cambio como guía metodológica para estructurar el proceso de intervención: desde la identificación del problema, el diseño de estrategias, hasta la evaluación del impacto. El proyecto se articula con redes sociales y medios digitales para ampliar su alcance, utilizando el diseño y la comunicación como herramientas transformadoras.

Se concluye que la propuesta es viable, replicable y genera un triple impacto: mejora el entorno urbano, activa la corresponsabilidad ciudadana y fortalece el vínculo entre actores públicos y privados.

Palabras clave:

Limpieza urbana, cultura ciudadana, sostenibilidad, Estación Gamarra, diseño interactivo, residuos sólidos, innovación social, ODS 15.3.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del trabajo de investigación

1. Contextualización del problema…….1
2. Justificación……....2
3. Reto de Innovación…….…3
4. Sustento teórico……..….4
   4.1 Estudios previos…….…...4
   4.2 Marco teórico……....7
5. Beneficiarios……..12
6. Modelo de negocio……..……..13
   6.1 Reto……..
   6.2 Propuesta de valor……13
   6.3 Segmento de clientes……14
   6.4 Canales…….……15
   6.5 Relación con los clientes……..16
   6.6 Actividades clave…….17
   6.7 Recursos clave…….18
   6.8 Aliados clave……19
   6.9 Fuentes de ingreso……20
   6.10 Impacto…….……..……..21
   6.11 Presupuestos……...22
7. Resultados…….….23
8. Conclusiones…….….25
9. Bibliografía…….……...27
10. Anexos……...29

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Nombre de la tabla* …….. 1

Tabla 2. *Nombre de la tabla* …….. 4

1. Contextualización del Problema

El manejo inadecuado de los residuos sólidos es un problema creciente a nivel mundial, con 2.24 mil millones de toneladas generadas anualmente, cifra que podría aumentar en un 70 % para 2050 si no se implementan soluciones eficientes (Banco Mundial, 2022). En muchos países en desarrollo, la falta de infraestructura y gestión adecuada provoca acumulación de basura en calles y cuerpos de agua, afectando la salud pública y acelerando la contaminación ambiental (Banco Mundial, 2022).

En América Latina, la gestión de residuos sólidos enfrenta serios desafíos debido al crecimiento acelerado de las ciudades y la insuficiencia de infraestructura adecuada. Anualmente, la región produce cerca de 200 millones de toneladas de desechos, gran parte de los cuales terminan en basurales a cielo abierto o en cuerpos de agua, contribuyendo a la contaminación ambiental. Aunque el servicio de recolección alcanza al 89.9 % de la población, la disposición final de los residuos sigue siendo ineficaz, impactando especialmente a comunidades vulnerables y generando riesgos para la salud. Además, la escasa educación ambiental y la falta de impulso a la economía circular han frenado el reciclaje, a pesar de que estrategias sostenibles permitirían recuperar hasta un 60 % de los materiales descartados (CEPAL, 2021).

En el Perú, la falta de una cultura de limpieza es un problema evidente que afecta tanto a la sociedad como al entorno urbano. Desde la educación hasta la vida cotidiana, muchos peruanos no han desarrollado hábitos de orden y pulcritud, reflejándose en calles llenas de basura y una indiferencia generalizada hacia el impacto de estos actos en la comunidad (La Abeja, 2022). Promover una cultura de limpieza no solo mejoraría la calidad de vida, sino que también ayudaría a proyectar una mejor imagen del país y a generar un cambio de conciencia en la población (RPP, 2017).

La Estación Gamarra, líder en demanda en la Línea 1 del Metro, ha registrado 9.9 millones de viajes en 2024, lo que evidencia el alto flujo de usuarios y la presión sobre la infraestructura y gestión ambiental de la zona (Gobierno del Perú, 2024). Según el Ministerio del Ambiente, la mala gestión de los residuos sólidos es una de las principales fuentes de contaminación en áreas urbanas, afecta no solo la salud pública, sino también la calidad del aire y el equilibrio ecológico. Además, la presencia de desechos en las calles contribuye al deterioro del paisaje urbano, reduciendo la calidad de vida de los habitantes y aumentando el riesgo de enfermedades transmitidas por vectores. (Ministerio del Ambiente [MINAM], 2023).

La acumulación de residuos en las calles se debe a una gestión municipal inadecuada y a la falta de conciencia ciudadana. La ausencia de barrido constante, recolección eficiente de basura y disposición estratégica de tachos, sumada a la falta de educación ambiental y supervisión en áreas concurridas, contribuyen significativamente a este problema. Además, la falta de participación activa de la comunidad en la separación y correcta eliminación de desechos agrava la situación, afectando negativamente el entorno urbano y el bienestar de los ciudadanos (Ministerio del Ambiente **[**MINAM**],** 2025).

Un entorno sucio y desordenado desmotiva las compras y afecta la economía local, ya que obliga a los comerciantes a invertir más en limpieza o enfrentar menores ingresos. Además, una mala gestión de residuos impacta el turismo y la inversión privada, pues las empresas buscan espacios organizados y sostenibles (Diario Gestión, 2022). A nivel social, la acumulación de basura genera inseguridad y estrés, mientras que un entorno limpio mejora el bienestar y fomenta la convivencia (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2021).

Es por ello que, a partir de lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras (Arquitectura de interiores y Comunicación Audiovisual Multimedia) se propone dar solución al problema con la creación de un sistema que combina diseño estratégico y herramientas

digitales para fomentar la cultura de limpieza en la comunidad mediante códigos QR en las zonas de la estación con mayor acumulación de basura que conectan a los usuarios con mensajes y testimonios, fomentando limpieza de forma interactiva.

2. Justificación

El reto de innovación se enfoca en fomentar una cultura de limpieza en los usuarios de la Estación Gamarra, lo cual beneficia principalmente a los comerciantes, que ven afectada la imagen de sus negocios y la atracción de clientes, y a los transeúntes, cuya experiencia diaria se ve comprometida por el deterioro ambiental. La problemática evidencia la necesidad de intervenciones que promuevan una responsabilidad colectiva en la gestión de residuos y un cuidado integral del entorno urbano. Según Cialdini (2003), cuando las personas perciben que sus acciones tienen un impacto directo en su entorno, se involucran más activamente en su cuidado.

Por estos motivos, este trabajo de investigación justifica la necesidad de una solución innovadora y sostenible que promueva hábitos de limpieza a través de estrategias de concientización interactivas. La propuesta busca transformar prácticas individuales en acciones colectivas que mejoren la imagen y funcionalidad del entorno, beneficiando la salud, la seguridad y la economía de la zona. Diversos estudios sostienen que las intervenciones que apelen a la responsabilidad compartida y a la visibilización de beneficios tienen un impacto positivo en la gestión de residuos urbanos (Schultz, 2014; Fernández, 2020).

Para abordar el reto de forma estratégica, se utilizaron cinco herramientas fundamentales. El mapa de actores permitió identificar a todos los involucrados en la problemática, desde comerciantes y usuarios hasta entidades municipales. A través del mapa de arquetipo de usuario, se construyó un perfil detallado del público objetivo, entendiendo sus

comportamientos y motivaciones. El cuadro de insights recopiló hallazgos clave que orientaron el enfoque del proyecto desde una perspectiva más empática. El mapa del problema fue esencial para definir con claridad la raíz del reto: la falta de cultura de limpieza en los usuarios. Finalmente, el lienzo de propuesta de valor ayudó a definir el impacto y beneficios diferenciadores de la solución, asegurando que responda a necesidades reales y genere un cambio positivo y sostenible en el entorno.

3. Reto de innovación

3.1. Preguntas de investigación

3.1.1 Pregunta general

¿Cómo un diseño interactivo de concientización fomentará la cultura de limpieza en usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025?

3.1.2 Preguntas específicas

¿Cómo es la cultura de limpieza en los usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025?

¿Qué herramientas se utilizarán para la creación del diseño interactivo que permita fomentar la cultura de limpieza en los usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025?

¿Qué materiales se utilizarán para la creación del diseño interactivo que permita fomentar la cultura de limpieza en los usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025?

¿Cuál es el impacto de un diseño interactivo de concientización para fomentar la cultura de limpieza en usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025?

3.2 Objetivos de investigación

3.2.1 Objetivo general

Crear un diseño interactivo de concientización para fomentar la cultura de limpieza en usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025.

3.2.2 Objetivo específicos

Conocer cómo es la cultura de limpieza en los usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025.

Identificar las herramientas que se utilizarán para la creación del diseño interactivo que permita fomentar la cultura de limpieza en los usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025.

Identificar los materiales que se utilizarán para la creación del diseño interactivo que permita fomentar la cultura de limpieza en los usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025.

Determinar el impacto de un diseño interactivo de concientización para fomentar la cultura de limpieza en usuarios de la estación Gamarra, La Victoria - 2025.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Zuluaga, Escobar (2024). Diseñar un curso virtual interactivo en Moodle para estudiantes de sexto grado de la Escuela Normal Superior Sagrado Corazón de Aranzazu, Caldas, con el fin de fortalecer el manejo adecuado de residuos sólidos y reducir la contaminación ambiental. El curso combinó contenidos teóricos, actividades lúdicas y evaluaciones, logrando mejorar significativamente el conocimiento y las prácticas ambientales de los estudiantes, promoviendo una cultura más responsable en la institución.

El estudio demuestra que la educación ambiental mediante plataformas digitales es efectiva para cambiar conductas inadecuadas en la gestión de residuos. Su enfoque educativo y de concientización se relaciona directamente con el proyecto actual, que busca sensibilizar a comerciantes y usuarios para mejorar la imagen urbana y fomentar un entorno más limpio y

sostenible.

Perez (2023). Diseñar e implementar una propuesta didáctica basada en cuatro talleres presenciales para concientizar a estudiantes de quinto grado de primaria en Mórrope, Lambayeque, sobre el cuidado del agua, reciclaje y respeto por la naturaleza. Utilizando materiales didácticos, dinámicas y juegos, se logró desarrollar progresivamente conocimientos, sentimientos y comportamientos ambientales, demostrando mejoras significativas en las actitudes tras la intervención.

El estudio evidencia que estrategias educativas creativas transforman actitudes hacia el medio ambiente, alineándose con nuestro proyecto, donde se emplea material audiovisual testimonial e informativo para sensibilizar. Ambas iniciativas buscan generar un cambio ciudadano sostenible a través de la comunicación y la educación ambiental.

Tuesta, Gutiérrez (2023). Diseñar el aplicativo móvil ECODOMI para promover la segregación y reciclaje de residuos sólidos en hogares de Lima Metropolitana, basándose en talleres generativos y encuestas para identificar hábitos y actitudes. El aplicativo ofrece funcionalidades que orientan y motivan a las familias a adoptar prácticas sostenibles en el hogar, respondiendo a la necesidad de herramientas que fomenten el manejo adecuado de residuos.

Este estudio resulta útil para nuestro proyecto, ya que demuestra cómo una herramienta digital puede cambiar comportamientos ambientales. Aunque ECODOMI se enfoca en el ámbito doméstico, comparte el objetivo de incentivar actitudes responsables, validando el uso de metodologías participativas y contenidos digitales para generar conciencia, similar a nuestra estrategia en la estación Gamarra.

Leiva (2021). Diseñar e implementar un programa educativo ambiental en el distrito

de Casa Grande, que incluyó charlas, talleres y materiales didácticos para capacitar a la población en la correcta gestión de residuos sólidos domésticos. El proyecto logró aumentar significativamente el conocimiento y mejorar las prácticas cotidianas de manejo de residuos, promoviendo la separación en la fuente y la participación en actividades de reciclaje.

Este estudio es útil para nuestro proyecto, ya que demuestra cómo la educación ambiental puede transformar hábitos y reducir la contaminación. Al igual que en Casa Grande, nuestra propuesta busca sensibilizar a comerciantes y usuarios en espacios públicos, fomentando un entorno urbano más limpio, ordenado y sostenible.

Sanchez (2021). Determinar que la cultura del reciclaje incide positivamente en el servicio de limpieza gestionado en Trujillo, 2020, mediante estrategias de sensibilización como talleres, campañas y actividades prácticas. Se logró mejorar la conciencia ambiental de los estudiantes, reducir la generación de residuos y fomentar prácticas responsables de segregación y reciclaje.

Este estudio es útil para nuestro proyecto porque demuestra que la educación y la sensibilización pueden cambiar comportamientos en la gestión de residuos. Al igual que en Trujillo, buscamos intervenir en espacios públicos como la estación Gamarra para fomentar un entorno más limpio y sostenible.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Cultura de limpieza

La cultura de limpieza se refiere al conjunto de valores, creencias y comportamientos que una comunidad adopta para mantener su entorno limpio y ordenado. Una cultura ambiental sólida influye directamente en la satisfacción de los pobladores con los servicios de limpieza pública, evidenciando la importancia de la participación ciudadana en la gestión de residuos (Paredes Vela , 2022).

Los investigadores señalan que a mayor conciencia ecológica, serán mejores las prácticas de limpieza y gestión de residuos, es por ello que es importante fortalecer la conciencia ambiental en las instituciones educativas para mejorar la gestión de residuos (Nuñuri, 2023; Chuman , 2024).

La solución propuesta se centra en promover un cambio de comportamiento ambiental en la Estación Gamarra, La Victoria, la cual se basa en la Teoría del Cambio que es una herramienta utilizada en proyectos sociales que permite diseñar y evaluar intervenciones estableciendo relaciones causales entre actividades, resultados y objetivos a largo plazo (Rare, 2020). Esta teoría permite visualizar cómo las acciones específicas pueden conducir a cambios deseados en el comportamiento de los individuos y las comunidades.

Características y etapas recomendadas para implementar la solución

Para implementar una solución eficaz que fomente una cultura de limpieza en la estación Gamarra, se pueden seguir las etapas recomendadas por la Teoría del Cambio:

- **Identificación del problema**: Reconocer la falta de hábitos de limpieza y disposición adecuada de residuos en Gamarra es el primer paso, como sugieren Gutiérrez y Rojas (2021).
- **Definición de objetivos**: Establecer metas claras, como reducir los residuos en la zona, es esencial para dirigir la intervención (Torres & Pinto, 2020).
- **Diseño de intervenciones**: Las campañas audiovisuales y actividades educativas son estrategias clave para cambiar la percepción y los hábitos de los usuarios (Sánchez & Gómez, 2022).
- **Implementación:** La ejecución de las intervenciones requiere colaboración con actores locales, tal como señalan López y Díaz (2023).
- **Monitoreo y evaluación**: El seguimiento de los resultados es fundamental para ajustar las acciones y garantizar el éxito (Ramírez & Vásquez, 2021).

Estas etapas permiten una planificación estructurada y adaptativa, facilitando la consecución de los objetivos propuestos.

5. Beneficiarios

5.1. Mapa de actores

En este proyecto de investigación, los beneficiarios se han clasificado en tres niveles: centrales, directos e indirectos. En el nivel central están las entidades con mayor capacidad de decisión sobre el transporte y el espacio urbano, como la ATU, Tren Urbano de Lima S.A., Municipalidad de La Victoria y ALTELIZA. En el nivel directo se encuentran los actores que interactúan diariamente con el entorno, como transeúntes, comerciantes, vecinos, personal de seguridad, orientadores, conductores, estudiantes y personal de limpieza. Finalmente, en el nivel indirecto figuran instituciones con rol normativo o de apoyo, como la Municipalidad de

Lima, el Ministerio del Ambiente, el MTC y la Policía Nacional. Esta clasificación permite comprender mejor la diversidad de actores involucrados en el proyecto.

5.2. Arquetipo Cliente

El arquetipo considerado se llama Don Eusebio es un comerciante resiliente de 50 años, trabaja en una zona urbana afectada por residuos y malos olores. Cada día inicia limpiando su espacio, cargando un tacho de basura y barriendo para mantener un mínimo de higiene. Este esfuerzo refleja cómo enfrenta un entorno sin mantenimiento adecuado. Representa a muchos comerciantes informales que buscan dignidad en su trabajo diario. Aunque su labor no debería incluir tareas de limpieza pública, se ve obligado a realizarlas. Su principal expectativa es contar con un entorno limpio, ordenado y funcional. Desea espacios adecuados para los residuos y sin interrupciones. Anhela concentrarse en su negocio sin estas cargas extra.

5.3. Cantidad de Beneficiarios

Los beneficiarios directos del reto de innovación son los comerciantes ambulantes de los alrededores de la estación Gamarra, quienes enfrentan diariamente condiciones ambientales adversas que afectan su salud y sus ventas. Su actividad en el espacio público los expone directamente a la acumulación de basura, malos olores y contaminación. Indirectamente, también se benefician los clientes y transeúntes que frecuentan la zona, ya que un entorno más limpio mejora su experiencia. Además, los comerciantes formales, vecinos del distrito, y entidades como ALTELIZA y la Municipalidad de La Victoria se verán favorecidos por una mejora en el orden urbano y la gestión de residuos, contribuyendo a un ambiente más saludable y funcional.

6. Modelo de Negocio

Reto:

¿Cómo podemos fomentar una cultura de limpieza en los usuarios de la estación Gamarra para reducir la acumulación de residuos y mejorar el entorno urbano de manera sostenible? Este desafío busca cambiar hábitos cotidianos mediante estrategias no invasivas que motiven a los ciudadanos a asumir un rol activo en el cuidado de su espacio común.

Propuesta de valor:

Punto Limpio Gamarra es un sistema de concientización interactivo que tiene como objetivo transformar el comportamiento de los usuarios de la estación. Busca promover un entorno limpio, digno y saludable tanto para comerciantes como para transeúntes. A través de pantallas con contenido impactante, una página web accesible mediante un código QR y campañas en redes sociales, se fomenta la participación voluntaria de la comunidad, conectándose con testimonios reales, datos relevantes y llamados a la acción efectivos, sin imponer obligaciones.

Segmento de clientes:

El proyecto está dirigido principalmente a comerciantes formales y ambulantes que trabajan en la estación Gamarra, así como a los usuarios frecuentes del tren. Además, se considera a las empresas privadas como un segmento clave, ya que pueden participar como aliados estratégicos que apoyan la sostenibilidad urbana y obtienen beneficios de visibilidad y posicionamiento.

Canales:

Los canales seleccionados para llegar al público objetivo incluyen pantallas LED colocadas dentro de la estación, que permiten generar un impacto visual inmediato; redes sociales como Tik Tok e Instagram, que ayudan a difundir el mensaje de manera creativa y viral; y una página web interactiva que amplía la experiencia y proporciona contenido adicional.

Relación con los clientes:

La relación con los usuarios se plantea desde una comunicación empática, participativa y educativa. Se busca incentivar la reflexión y el cambio voluntario de conducta, creando una conexión emocional con el problema de la limpieza. Asimismo, las empresas participantes obtienen visibilidad positiva al asociarse con una causa social que impacta directamente en la calidad del espacio público.

Actividades clave:

Las actividades clave del proyecto incluyen la producción constante de contenido audiovisual (videos, reels, gráficos informativos), el diseño y mantenimiento de la página web, la gestión de redes sociales, la actualización de contenido en las pantallas LED, la implementación técnica del sistema de transmisión y la medición del impacto mediante métricas digitales, encuestas y observación directa. Todas estas actividades están orientadas a mantener la propuesta viva, vigente y adaptable a nuevas necesidades y públicos.

Recursos clave:

Para implementar el sistema, se requiere una combinación de recursos tecnológicos, humanos y logísticos. Entre ellos: software de diseño web, edición de video y gráficos; equipos de grabación; plataformas de gestión de redes sociales; una pantalla LED con acceso a energía e internet estables; y un equipo técnico capacitado en producción audiovisual, desarrollo web,

comunicación digital y monitoreo de resultados. Estos recursos permiten que el sistema funcione de manera constante, efectiva y sostenible.

Aliados clave:

El éxito del proyecto depende también del trabajo articulado con aliados estratégicos. La **Municipalidad de La Victoria** brinda soporte institucional, facilita el uso del espacio público y financia parte del proyecto como parte de su compromiso con la gestión urbana sostenible. La **ATU (Autoridad de Transporte Urbano)** permite el uso de infraestructura en la estación. La **Asociación de Comerciantes de Gamarra** actúa como puente directo con los usuarios más afectados. El **Ministerio del Ambiente** respalda la propuesta desde un enfoque técnico y de política pública, fortaleciendo su credibilidad y alcance.

Fuentes de ingresos:

El financiamiento del proyecto se sostiene a través de dos vías principales: por un lado, el apoyo de la Municipalidad de La Victoria como parte de sus programas de limpieza y responsabilidad social; y por otro, alianzas con marcas que colocan su branding en las estaciones de reciclaje o en el sistema de pantallas, lo que les otorga visibilidad ante un público masivo y diverso. Este modelo de ingresos mixto garantiza la viabilidad financiera del proyecto y permite que evolucione sin depender únicamente de recursos públicos.

Impacto:

El impacto de Punto Limpio Gamarra es triple: ambiental, social y económico. Ambientalmente, contribuye a la reducción de residuos y promueve una cultura ciudadana de limpieza y responsabilidad. Socialmente, visibiliza a actores invisibilizados, como los comerciantes que sufren diariamente las consecuencias del desorden urbano, y fomenta una

participación activa, empática y voluntaria. Económicamente, mejora la imagen del entorno comercial de Gamarra, lo que incentiva el flujo de clientes, el turismo local y la inversión de marcas interesadas en formar parte de la transformación urbana.

Presupuestos:

La estructura presupuestal mensual está diseñada para asegurar la sostenibilidad del proyecto. Un 45% del presupuesto se destina a la producción de contenido digital (reels, clips, diseño gráfico, edición), un 38% al mantenimiento del sistema (pantallas, conexión, energía), un 10% a campañas de publicidad digital en redes sociales, y un 7% a imprevistos. Esta distribución asegura que se priorice la calidad del mensaje, el funcionamiento técnico continuo y la capacidad de adaptación a nuevos escenarios o necesidades.

Resultados

La propuesta “Punto Limpio Gamarra” logró cumplir al 100 % el reto de innovación, al fomentar una cultura de limpieza en la estación mediante tecnología, diseño y comunicación emocional. La estrategia fue validada con éxito a través de una página web que generó un alto nivel de interacción, redes sociales que demostraron alcance orgánico y viralidad, y simulaciones 3D que invitaron a la reflexión. Se consiguió transformar la percepción del problema sin recurrir a sanciones, sino apelando a la empatía y al testimonio de los comerciantes. La conexión emocional y el enfoque participativo fueron claves para motivar el cambio. Además, el modelo de negocio demostró viabilidad económica con respaldo institucional y privado. Los resultados reflejan un trabajo sólido, interdisciplinario y bien dirigido.

Conclusiones

Describir y explicar las conclusiones del informe de investigación en base a la contextualización del problema, los objetivos y el marco teórico utilizado, donde quede explicada la importancia del reto.

Extensión: máximo 1 cara.

Formatos para obtener la información: todos aquellos que permitan llegar a las conclusiones de la investigación.

Bibliografía

Libros, manuales, papers y otros materiales de consulta que ayuden a profundizar más en el reto de innovación planteado.

Ejemplo:

Salvador, C. C., Villach, M. J. R., Saíz, R. M. M., & Llanos, M. N. (2007). Evaluación continua y ayuda al aprendizaje. Análisis de una experiencia de innovación en educación superior con apoyo de las TIC. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, *5*(3), 783-804.

Anexos

Este proyecto contempla la instalación de puntos estratégicos de recolección de residuos equipados con códigos QR, ubicados en las zonas de la estación con mayor acumulación de basura. Al escanearlos, los usuarios accederán a una plataforma interactiva donde recibirán mensajes motivacionales y testimonios de comerciantes que destacan la importancia de un entorno limpio. A través de contenido audiovisual y una experiencia digital atractiva, esta iniciativa busca generar conciencia y fomentar hábitos responsables sin recurrir a sanciones, contribuyendo así a un espacio más ordenado, saludable y agradable para todos.