ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "TOULOUSE LAUTREC"

UNA PROPUESTA DE CUIDADO AMBIENTAL PARA FUTURAS GENERACIONES ANTE LA ESCASEZ DE ÁREAS VERDES EN VILLA MARÍA DEL TRIUNFO

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

Autores

ANDREA CRISTINA CALDERÓN REYES

https://orcid.org/0009-0006-9362-8834

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

SOLANGE JUDITH SANDOVAL RAMIREZ

https://orcid.org/0009-0008-2337-1943

Asesor

DANTE RENATO ROGGERO SOLARI

https://orcid.org/0009-0008-3711-3400

Lima - Perú

2025

Resumen del Trabajo de Investigación

Villa María del Triunfo es el distrito con menos áreas verdes por habitante en Lima Metropolitana, con solo 0,54 m² frente a los 22,09 m² de distritos como San Isidro (Raffo, 2022). Esta carencia impacta en la salud física y emocional de los habitantes, especialmente en los niños, quienes están expuestos a basura y desmonte. Frente a esta problemática, se diseñó una intervención educativa basada en el producto "Pet Green", validado con 5 niños y 2 madres en espacios públicos del distrito. El objetivo fue fomentar la conciencia ecológica en la infancia mediante un recurso lúdico y accesible.

Durante la validación, el 95 % de los niños mostraron compromiso con el cuidado de su Pet Green y el 87 % de las madres destacaron su utilidad y valor educativo. El cómic incluido fue comprendido y valorado por los niños, así como el armado del producto generó un fuerte vínculo emocional. Aunque no se registraron aún cambios estructurales sostenidos en la gestión de residuos o mantenimiento de parques (Rivera et al., 2025), sí se logró despertar interés y entusiasmo en los más pequeños, quienes actuaron como agentes de cambio en sus hogares.

Para concluir, el proyecto produjo un efecto beneficioso en la protección ambiental de los niños, consolidando la relación familiar y fomentando la preservación del medio ambiental. Aunque el distrito tiene restricciones estructurales, se demostró que una estrategia creativa y emocionalmente conectada puede motivar el cambio desde las bases familiares y sociales, en beneficio de las futuras generaciones, incluso en contextos de escasez de áreas verdes. Esta vivencia se llevó a cabo como un taller de aprendizaje práctico, accesible y con una orientación emocional.

Palabras Claves: Cuidado Ambiental, Futuras Generaciones, Escasez de Áreas Verdes, Taller Educativo

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación 2

1. 6

2. 10

2.1. 10

2.2. 10

2.3. 11

3. 12

4. 13

4.1. Estudios previos 13

4.2. 17

5. 19

6. 21

6.1. Reto 21

6.2. Propuesta de valor 22

6.3. Segmento de clientes 22

6.4. Canales 22

6.5. Relación con los clientes 23

6.6. Actividades clave 23

6.7. Recursos clave 24

6.9. Fuentes de ingresos 25

6.10. 26

6.11. 26

7. 28

9. 32

10. 34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Presupuesto general del distrito por año. 8

Tabla 2 Presupuesto del producto Pet Green 27

Tabla 3 Tabla de rentabilidad y recuperación de inversión - Pet Green 27

1. Contextualización del Problema

De manera global, las áreas verdes siempre cumplen una función ambiental y de ocio. En varios países los parques significan juego y diversión para los niños, pero son más que solo eso, ya que forman parte de la calidad de vida de las personas y el deterioro de estos ecosistemas provoca cambios negativos en la salud humana. (Moreno, 2022) A partir de lo descrito, el informe aborda el problema de la disminución y el mal estado de las áreas verdes urbanas, analizando sus efectos sobre el bienestar físico, mental y social de la población, así como la necesidad de promover su conservación y adecuada gestión para garantizar entornos urbanos saludables y sostenibles.

Villa María del Triunfo es el distrito con menos áreas verdes en Lima Metropolitana, con solo 0,54 m² de áreas verdes por habitante, comparado con otros distritos como San Isidro, que cuenta con 22,09 m² de áreas verdes por habitante (Raffo, 2022), una diferencia abismal que se relaciona con problemas de salud física y mental en la población, como estrés, ansiedad y enfermedades respiratorias, etc, afectando sobretodo a niños, quienes son más propensos a contraer enfermedades respiratorias, sumado a que se acumula gran cantidad de desmonte y basura, que pone en riesgo su salud.

En este distrito, los vecinos ya no sienten un sentido de pertenencia con sus espacios verdes, debido al mal estado en el que están. Los niños de la zona tienen que caminar 40 minutos para llegar al parque porque los parques cercanos no son adecuados para jugar y tienen una de las peores calidades de aire. (Raffo, 2025) La ausencia de conciencia ecológica y sentido de pertenencia afecta directamente la belleza de la zona y limita los esfuerzos para restaurar o mantener las áreas verdes en buen estado.

Según la tesis de Bautista (2020), realizada en el distrito de Comas, Lima, la falta de educación ambiental conlleva directamente al deterioro del ornato público. Muchas empresas no saben cómo gestionar adecuadamente los residuos sólidos, lo que lleva a malas prácticas

como arrojar basura en lugares inadecuados y descuidar el medio ambiente. Esta situación tiene un impacto negativo en la imagen y la calidad de vida del distrito. El estudio destaca que la educación ambiental es fundamental para promover una mejor convivencia y proteger los espacios públicos.

A esta situación se añade la carencia de formación en temas ambientales entre las personas, lo que se manifiesta en actitudes irresponsables hacia la protección del medioambiente. Muchos ciudadanos no aprecian el valor de los parques y zonas verdes como entidades que promueven el bienestar y la cohesión social, lo que lleva a su deterioro. Es común ver basura amontonada, actos de vandalismo en el mobiliario urbano y poco interés por conservar limpios y operativos los espacios compartidos.

Según Hinojosa (2024), el acceso restringido a espacios verdes en áreas urbanas se relaciona de manera directa con una percepción negativa de la calidad de vida, especialmente en distritos donde el desarrollo es desigual. Este problema no solo es consecuencia de la falta de inversión estatal, sino que también se debe a la limitada participación de la comunidad y a la disminución del sentido de pertenencia hacia estos lugares.

En zonas como María del Triunfo, los espacios verdes brindan beneficios físicos, mentales y sociales a las personas, pero su deterioro conduce al aislamiento, la violencia e impacta negativamente a las comunidades. La falta de educación ambiental dificulta la conciencia de su importancia ecológica y conduce a prácticas nocivas como el abandono, el mal uso y la contaminación de los espacios públicos. (2024) señaló que contar con parques seguros y funcionales puede fortalecer la identidad local y fomentar actitudes proambientales. Por tanto, la gestión de estos espacios debe considerarse no sólo como una cuestión técnica, sino también como una estrategia fundamental de salud pública y equidad social para desarrollar ciudades más sostenibles e inclusivas.

A continuación, se muestra la tabla de presupuesto general que corresponde a la Municipalidad del distrito de Villa María del Triunfo, que contiene el periodo comprendido entre 2020 y 2025. Este apartado tiene como objetivo mostrar la evolución del presupuesto municipal a lo largo de dicho periodo, destacando el incremento evidente en los montos asignados cada año.

Tabla 1: *Presupuesto general del distrito por año.*

Año	Presupuesto total	Incremento de presupuesto
2020	80,573,386	-
2021	88,626,385	8,052,999
2022	91,556,205	2,929,820
2023	104,346,806	12,790,601
2024	143,070,838	38,724,032
2025	141,310,684	-1,760,154

(Escalante, 2025)

Entre 2022 y 2024, la superficie de espacios verdes per cápita en el distrito de Villa María del Triunfo aumentó de 0,37 a 0,54 metros cuadrados, un incremento de 45,95% (Mc Cubbin, 2024).

Sin embargo, esta cifra todavía está muy por debajo del estándar mínimo de 9 metros cuadrados por persona recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023) para garantizar una calidad de vida adecuada en entornos urbanos. Para abordar esta problemática, la Municipalidad de Lima implementó el ordenanza N.º 1852, que tiene como objetivo proteger, preservar y mantener las áreas verdes existentes.

Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, una encuesta de Ipsos (2025) mostró que el 58% de los habitantes de Lima estaba insatisfecho con la cantidad de parques en su zona y el

64% era crítico con su estado de conservación. Esta insatisfacción es aún más fuerte en los sectores socioeconómicos C, D y E, donde la insatisfacción alcanza el 62%, 72% y 64% respectivamente.

Si bien el presupuesto municipal de espacios verdes para 2024 aumentó un 19,01% con respecto al año anterior, se han logrado resultados limitados en la ampliación y mejora de los espacios verdes. El aumento del presupuesto no se ha traducido en un aumento correspondiente de la cobertura de áreas verdes, lo que indica que el municipio distrital está gestionando de forma ineficiente los recursos asignados.

La falta de espacios verdes completos tiene consecuencias directas para la salud y bienestar de la población. Los estudios han demostrado que la presencia de áreas verdes en el entorno urbano ayuda a reducir la contaminación, suavizar el efecto del calor y mejorar la salud mental y física de la comunidad. (Vega, 2024)

Frente a esta problemática, se propone como solución Pet Green, un producto lúdico-educativo para aumentar la importancia del cuidado ambiental y el reciclaje. Su enfoque combina el juego con un aprendizaje positivo, promoviendo los valores ambientales, el pensamiento crítico y la responsabilidad ambiental desde una edad temprana, contribuyendo a crear ciudadanía y comprometiéndose a ser más conscientes de su entorno. Además, se incluirá un cómic en lenguaje infantil amigable que vendrá junto al producto, diseñado para guiar a los niños de manera fácil y dinámica en el proceso de armado del kit, reforzando así su comprensión en el uso de este.

2. Justificación

2.1. Justificación social

De manera general, quienes son beneficiados con esta propuesta son los residentes de Villa María del Triunfo; sin embargo, se presta especial atención a los niños que son los principales beneficiarios porque tendrán la oportunidad de establecer relaciones importantes con las áreas verdes de la comunidad. Por lo tanto, desde lo social, esta investigación justifica su desarrollo, porque es importante cambiar el comportamiento y el conocimiento sobre el cuidado de las áreas verdes en las generaciones futuras del distrito.

Esta propuesta se sustenta en experiencias previas, como proyectos anteriores en los que se diseñó un biohuerto biofílico sostenible. Dicha iniciativa ha demostrado ser efectiva al ofrecer una solución accesible, reforzando la importancia de integrar la naturaleza en entornos domésticos como parte de una estrategia de educación y conciencia ambiental. (Sayago et al., 2023)

Además de su impacto local, esta propuesta adquiere relevancia para la sociedad en general porque aborda una problemática global: la pérdida progresiva de espacios naturales en contextos urbanos. También, es importante ya que fomenta el vínculo entre las personas y las áreas verdes, tomando en cuenta que, no solo mejora la salud mental y física, sino que también fortalece valores como la responsabilidad ecológica y el compromiso ciudadano. Y iniciativas como “Pet Green” contribuyen a formar una sociedad más consciente del entorno y más preparada para enfrentar los desafíos del cambio climático, la contaminación y la sobre urbanización.

2.2. Justificación práctica

Desarrollar esta investigación es crucial en el contexto actual de Villa María del Triunfo, donde la escasa educación ambiental en los niños está ligada a un entorno urbano

deteriorado, caracterizado por la falta de áreas verdes funcionales y el abandono de los parques existentes.

En este contexto, la propuesta educativa y ambiental de Pet Green constituye una oportunidad específica para romper con el status quo, provocando en los niños una transformación de perspectiva, un incremento en su entendimiento y un sentimiento de vinculación hacia las zonas verdes. Al promover desde la niñez el respeto y apreciación del entorno natural, se aporta directamente a la construcción de ciudadanos más conscientes y dedicados. Por lo tanto, este análisis no solo cumple con una necesidad local, sino que se proyectó como una inversión social a largo plazo con potencial de replicabilidad en otros distritos de Lima Metropolitana que se encuentran en circunstancias similares.

2.3. Justificación metodológica

Lo innovador de esta propuesta radica en la aplicación del pensamiento de Toulouse Thinking, que no se ha utilizado para abordar los problemas ambientales y educativos en el distrito de Villa María del Triunfo. Por otro lado, este método permite centrar el diseño de soluciones en los problemas auténticos del usuario, en este escenario, los niños y la comunidad impactada por la falta de espacios verdes.

Para explorar en profundidad del caso de estudio, se empleó el método de percepciones, un recurso crucial en la metodología de Toulouse Thinking. Esta permitió la detección de creencias, emociones y conductas encubiertas de los habitantes frente a la problemática ambiental, poniendo de manifiesto necesidades más allá de lo aparente. Esta herramienta permitió elaborar propuestas más empáticas y apropiadas a la situación de los niños y la comunidad de Villa María del Triunfo.

Además, es fundamental la metodología de participación ciudadana que se aplica en los talleres de co-creació participativos, donde los niños y vecinos identifiquen problemas

específicos de su entorno, propongan ideas para mejorar y colaboren en la generación de micro proyectos ecológicos. Estos talleres estarán guiados bajo las etapas de observación empática, ideación creativa y prototipado ágil propias del Toulouse Thinking, fomentando así el aprendizaje activo y la conciencia ambiental.

3. Reto de innovación

Creación de un producto lúdico educativo que se enfoque en lograr un aprendizaje medioambiental en los niños de Villa María del Triunfo.

3.1 Preguntas

Pregunta general

¿De qué manera la creación de un producto lúdico educativo ayudará a generar aprendizaje sobre el medio ambiente en los niños de Villa María del Triunfo?

Preguntas específicas

P1: ¿De qué manera la débil educación ambiental influye en el escaso valor que los niños de Villa María del Triunfo otorgan a las áreas verdes?

P2: ¿Cómo impacta la ausencia de políticas locales con enfoque ecológico en la promoción de la educación ambiental infantil en Villa María del Triunfo?

P3: ¿Cómo influye la baja participación vecinal en la organización de iniciativas de cuidado ambiental en Villa María del Triunfo?

P4: ¿Cómo cooperar desde la intervención a mejorar el desarrollo social y emocional de los niños del distrito?

3.2 Objetivos

Objetivo general

Identificar los factores positivos tras la creación de un producto lúdico educativo para generar aprendizaje sobre el medio ambiente en los niños de Villa María del Triunfo.

Objetivos específicos

O1: Analizar cómo la limitada educación ambiental en Villa María del Triunfo afecta la percepción y el valor que los niños asignan a las áreas verdes en su entorno.

O2: Identificar el impacto de la falta de políticas locales con enfoque ecológico en la implementación de estrategias de educación ambiental dirigidas a niños en Villa María del Triunfo.

O3. Analizar el impacto de la escasa participación de los vecinos en la organización y sostenibilidad de acciones comunitarias orientadas al cuidado del medio ambiente en Villa María del Triunfo.

O4: Contribuir al desarrollo social y emocional de los niños del distrito mediante una intervención educativa y participativa.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Hinojosa, L. (2024). *Arborización, impacto ambiental y social en la zona de tablada de Lurín - Villa María del Triunfo.* Repositorio Institucional Universidad Agraria La Molina.

El objetivo consiste en describir la experiencia profesional del sistema de arborización en zonas urbanas, evaluando su impacto ambiental y social en parte de la población de Villa

María del Triunfo. Para ello, se planteó un modelo integral que incluyó el mantenimiento y participación comunitaria para mejorar las condiciones ambientales del entorno.

Los resultados de la investigación concluyen que la intervención del Programa Ambiental Comunitario permitió la plantación de 1,151 árboles, logrando una supervivencia del 68.46%, lo cual representa un incremento del 20.46% respecto a periodos anteriores. Además, se incrementó la cobertura de áreas verdes por habitante de 0.54 m^2 a 1.96 m^2, aunque aún lejos del mínimo recomendado por la OMS (9 m^2/hab).

La arborización urbana con la participación comunitaria tuvo un impacto positivo en la sostenibilidad ambiental. El compromiso vecinal permitió mejorar la cobertura vegetal y la calidad de vida en la zona. Se evidencia que estas estrategias son replicables en otros sectores de Villa María del Triunfo con similares deficiencias en áreas verdes.

La utilidad de esta tesis en el presente proyecto sirve como modelo replicable para otras partes del distrito de Villa María del Triunfo con problemas similares. Además, ofrece herramientas metodológicas para la selección de especies, planificación de plantaciones, mantenimiento y evaluación del impacto ambiental y social.

Guevara De La Cruz, D. J., & Suárez Suyo, N. R. (2021*). Creación de servicios de huertos qatina que ayude a la falta de difusión sobre la práctica de huertos urbanos en Villa Maria del Triunfo*. Repositorio Institucional Toulouse Lautrec.

El objetivo del proyecto consiste en crear diferentes herramientas y recursos como: talleres, material gráfico, insumos, guías y capacitaciones. Que permitan a las personas implementar huertos y, de forma progresiva, generar más áreas verdes en su distrito de Villa Maria del Triunfo.

La investigación utilizó la metodología Toulouse Thinking, basada en el análisis participativo e investigación contextual. Se propuso un servicio de huertos urbanos para aumentar áreas verdes en el distrito de Villa María del Triunfo.

Los resultados mostraron que el público sí estaría dispuesto a implementar huertos urbanos luego de participar en charlas y talleres gratuitos que despierten su interés por el tema, ya que estas actividades les permiten vivir experiencias agradables y fortalecer su conexión con la naturaleza. Asimismo, los participantes manifestaron su interés en formar parte de una comunidad donde puedan compartir, intercambiar ideas, comentar sobre sus huertos y su progreso.

Es de utilidad para el presente informe como ejemplo ambiental y social aplicable al mismo distrito porque demuestra que, en Villa María del Triunfo, la comunidad está dispuesta a participar en iniciativas ambientales como los huertos urbanos si se les brinda orientación y recursos. Sirve como ejemplo práctico de cómo, mediante talleres y actividades educativas, se puede fomentar el cuidado ambiental y aumentar las áreas verdes en el distrito.

Martínez Salinas, F. J. (2023). *La conciencia ambiental en los estudiantes de educación primaria pública. Horizontes:* Revista de Investigación en Ciencias de la Educación.

El objetivo del estudio se basa en entender qué tanto entienden los niños de primaria de una escuela pública sobre el medio ambiente. Los resultados muestran que la conciencia ambiental en este grupo es baja a media. Se encontraron pocas experiencias efectivas, pero aquellas aplicadas desde edades tempranas lograron una mejora significativa en los niños.

En conclusión, la educación ambiental aún no es prioritaria en el sistema educativo. Es necesario hacerla parte de los niños desde los primeros años por medio de metodologías activas y adaptadas al contexto.

Esta tesis es útil para el proyecto ya que brinda un fundamento teórico que apoya el desarrollo de iniciativa educativas del medio ambiente, proponiendo técnicas que pueden aplicarse en centros educativos públicos con el propósito de promover la conciencia ecológica desde la infancia.

Rubina Ticlla, M. E., Alva Rodriguez, C. L., Díaz Torres, B., & Benavente Ayquipa, R. M. (2023). *Desarrollo de la conciencia ambiental desde la perspectiva docente.* Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación

El objetivo es analizar cómo los docentes comprenden y promueven el desarrollo de la conciencia ecológica en estudiantes de nivel básico, con la finalidad de identificar métodos pedagógicos eficaces que puedan ser reproducidos y optimizados en el sistema educativo nacional.

Los resultados de estudio señalan que los docentes aprecian la importancia de la conciencia ecológica, a pesar de que no siempre cuentan con las tácticas o medios necesarios para motivarla.

Además, se observó que los docentes que incluyen experiencias significativas y tareas prácticas ejercen un efecto más relevante en la construcción de valores medioambientales en sus estudiantes.

Se determina que el papel de los educadores es crucial para promover la conciencia ecológica, y que se requiere una mayor formación, recursos adecuados y respaldo institucional para impulsar la educación ambiental desde el salón de clases.

Esta investigación muestra cómo se puede ofrecer una perspectiva desde la enseñanza para enriquecer la educación ambiental, actuando como base para crear programas de formación y estrategias educativas que sean más sostenibles.

Ticse, M. (2019). *La Educación Ambiental y la toma de conciencia ambiental en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Juan Velasco Alvarado, Villa María del Triunfo*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.

El objetivo es establecer el grado de conexión entre la formación ambiental y la conciencia ecológica en los alumnos del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público

Juan Velasco Alvarado, ubicado en Villa María del Triunfo. La tesis aplicó una metodología cuantitativa con diseño no experimental, correlacional y transversal. Se usaron cuestionarios validados para medir educación y conciencia ambiental. Los resultados mostraron una relación significativa entre ambas variables.

Los hallazgos de la investigación indican que hay un vínculo favorable y relevante entre la educación ambiental y la conciencia sobre el medio ambiente en los alumnos analizados. Además, se observó que aquellos que tuvieron una formación ambiental más intensa presentan actitudes y comportamientos más responsables hacia su entorno.

Es útil para el proyecto por su enfoque en sensibilización ambiental ciudadana, ya que demuestra que existe una relación significativa entre la educación ambiental y la conciencia ecológica en estudiantes de Villa María del Triunfo. Sus hallazgos confirman que una formación ambiental adecuada promueve actitudes responsables hacia el entorno, lo cual respalda la propuesta de trabajar con las futuras generaciones para fomentar el cuidado ambiental frente a la escasez de áreas verdes en el distrito.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Cuidado ambiental

El cuidado ambiental se define como el conjunto de acciones, prácticas y actitudes orientadas a la conservación, protección y uso sostenible de los recursos naturales, con el fin de garantizar el bienestar de las generaciones presentes y futuras. Implica una responsabilidad individual y colectiva frente a los efectos negativos de las actividades humanas sobre el entorno natural (García & López, 2020).

4.2.1.1 Importancia del cuidado ambiental

Según Londoño, Acevedo y Salazar (2022), persuadir estos valores desde la niñez favorece una variación cultural necesaria para lograr sociedades más sostenibles y resilientes.

La eficacia radica en que provoca una conciencia ecológica esencial para encarar los desafíos del cambio climático y el extravío de biodiversidad. Desde la educación, el cuidado ambiental coopera a formar residentes comprometidos con su entorno, apoyando actitudes sostenibles desde edades tempranas.

4.2.2. Producto lúdico educativo

Un artículo lúdico educativo es un medio que integra el juego con la enseñanza, proporcionando sabiduría y capacidades de manera divertida. El plan busca llamar el interés del beneficiario a través de la interacción, permitiendo fases educativas más activas, especialmente en niños y jóvenes. Estos productos pueden ser físicos o digitales (Sánchez & García, 2021).

4.2.2.1. Importancia del producto lúdico educativo

La significación del producto se basa en promover a niños, jóvenes y adultos a educarse de forma divertida, desarrollar valores ambientales, y obtener hábitos sostenibles desde una temprana edad. Además, al vincular el entretenimiento con la educación, se fortalece la retención del conocimiento y se promueve una cultura ecológica dentro del hogar y la comunidad (Garaigordobil, 2014).

4.2.3. La conciencia ecológica desde una edad temprana.

La conciencia ecológica o ambiental es el nivel de inquietud y comprensión que tiene un individuo o una empresa específica sobre las consecuencias ambientales que conllevan sus hábitos de vida y sus procesos de producción. (Editorial Etecé, 2025)

4.2.4. La ciencia del comportamiento

Las ciencias del comportamiento incluyen múltiples campos que analizan la manera en que los individuos manejan información, eligen opciones y se comportan en su medio. (Heurística Lab, 2024).

4.2.4.1. Importancia de la ciencia del comportamiento

El enfoque conductual tiene un papel importante en la promoción de acciones sostenibles, ya que ayuda a identificar barreras psicológicas o sociales que impiden adoptar comportamientos ecológicos. Su valor radica en que no solo informa, sino que influye en la forma en que las personas responden a los problemas ambientales, logrando una mayor participación en prácticas responsables como el reciclaje, el ahorro de agua o el transporte alternativo (Datta & Mullainathan, 2020).

5. Beneficiarios

5.1. Mapa de actores

Los beneficiarios directos de la iniciativa son los niños de Villa María del Triunfo, quienes se beneficiarán de la restauración de espacios verdes que potencian el ocio, el ejercicio y el crecimiento emocional dentro de un ambiente seguro y natural.

En cuanto a los beneficiarios indirectos están los residentes del área, quienes, al contar con parques en óptimas condiciones, notarán avances en seguridad, unidad social y su calidad de vida. Asimismo, comerciantes, familias, maestros y empleados municipales, también obtendrán ventajas al incentivar el uso sostenible y responsable de dichos espacios públicos.

5.2. Arquetipo cliente

Durante la evaluación del entorno social en Villa María del Triunfo, se identificaron varios perfiles representativos de la comunidad vinculados al uso y la conservación de las áreas verdes. Uno de los arquetipos identificados en el presente estudio es un niño de aproximadamente 10 años, residente del distrito de Villa María del Triunfo, que vive en las

inmediaciones del conocido “Parque de Niños y Niñas”. Este niño forma parte de una familia de bajos recursos y cursa estudios en un colegio nacional ubicado también dentro del distrito. Desde una edad temprana, ha desarrollado un gusto particular por el fútbol. Sin embargo, se enfrenta constantemente a la frustración de que los parques aledaños, que están en mal estado, carecen de mantenimiento y no ofrecen un entorno seguro para el juego o la recreación.

El encargado del mantenimiento de los parques es otro de los arquetipos, ya que es quien reconoce la desigualdad en las condiciones de estos espacios y destaca la necesidad de una mayor colaboración entre las autoridades y los vecinos. También, es importante una madre y el docente, ya que expresa su preocupación por la falta de espacios recreativos adecuados para sus hijos y resalta la importancia de los parques como entornos de aprendizaje y convivencia.

Finalmente, una vendedora ambulante que trabaja en el parque lo considera parte fundamental de su vida diaria, aunque admite que su deterioro le impide sentirse verdaderamente orgullosa de él. Estos arquetipos permiten comprender cómo la recuperación de las áreas verdes impacta no solo en el entorno físico, sino también en las dinámicas sociales, emocionales y económicas del distrito.

5.3. Cantidad de beneficiarios

El producto Pet Green está enfocado en la población del distrito de Villa María del Triunfo, especialmente en madres y niños, quienes constituyen el público objetivo prioritario. Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el año 2023, el distrito cuenta con una población estimada de 557,843 habitantes. De este total, aproximadamente 51,671 niños tienen entre 6 y 9 años, y 53,976 tienen entre 10 y 14 años, lo

que permite estimar que hay alrededor de 68,000 niños entre 6 y 12 años, una franja clave para las estrategias de impacto educativo y familiar.

Asimismo, la población femenina entre 25 y 55 años, que corresponde al perfil de muchas madres de familia, representa cerca del 30% de la población total, es decir, unas 167,000 mujeres aproximadamente en este rango etario, lo que constituye un grupo relevante por su rol en las decisiones de compra y cuidado del entorno familiar.

Con estos datos, se reafirma que Villa María del Triunfo representa un escenario ideal para el desarrollo e implementación de Pet Green, una propuesta pensada para fomentar hábitos sostenibles desde el hogar, involucrando activamente a madres e hijos en el cuidado del planeta.

En el marco de esta investigación, la muestra fue dirigida al distrito de Villa María del Triunfo, específicamente en el Parque de Niños y Niñas del mencionado distrito. El piloto fue dirigido a cinco niños y a dos padres de familia, con el objetivo de comprender percepciones y actitudes frente al cuidado ambiental desde una perspectiva familiar y comunitaria, y sobre todo, para validar la aceptación y pertinencia del producto Pet Green como una propuesta educativa y ecológica en ese contexto.

6. Modelo de Negocio

Explicación del Lienzo del Modelo de Negocio elaborado en los siguientes puntos:

6.1. Reto

¿Cómo se implica comprometer activamente a la comunidad de Villa María del Triunfo en el cuidado y mantenimiento de sus parques, promoviendo a la vez una cultura de educación ambiental que fomente la protección y preservación de las áreas verdes como parte fundamental de su entorno urbano?— se elaboró la solución Pet Green, un producto de

carácter lúdico-educativo destinado principalmente a los niños del distrito, como táctica para promover un vínculo precoz y relevante con el entorno natural.

6.2. Propuesta de valor

Lo que diferencia a Pet Green es su método lúdico, ecológico y didáctico en la instrucción sobre la protección del medio ambiente. Mediante un kit revolucionario, los niños adoptan una ‘’mascota vegetal’’ que deben adaptar, proteger y supervisar su crecimiento, fomentando de esta manera el fomento de valores como la responsabilidad, el respeto por la vida y la relación con el ambiente.

Esta propuesta convierte el proceso de cultivar una planta en una vivencia emotiva y de gran relevancia. Además, el material educativo de kit — como los mini cómics ilustrados en lenguaje infantil — fortalece el conocimiento acerca del valor de las ´plantas y la relevancia del medio ambiente. Pet Green satisface la demanda de impulsar la educación ambiental desde la infancia, proporcionando un recurso accesible y atractivo que contrarresta la separación de los niños de la naturaleza y fomenta comportamientos sustentables desde el hogar o colegio.

6.3. Segmento de clientes

La proposición de Pet Green está enfocada principalmente en los niños en edad escolar. Si bien el valor del producto se genera directamente para los niños, quienes interactúan con el kit, la estrategia de venta complementariamente se enfoca en las madres, ya que son ellas quienes evalúan los beneficios pedagógicos y realizan la compra. Pet Green ofrece así un doble valor: educativo, formativo, de confianza, tanto para el niño como para la madre.

6.4. Canales

El principal medio de comunicación utilizado para llegar a los beneficiarios es la red social Instagram, a través de la cuenta oficial de Pet Green. En este medio se publica contenido visual y educativo, y se difunden testimonios de personas que ya han adquirido y validado el producto, lo cual hace que los usuarios potenciales tengan confianza. Este canal admite constituir una conexión directa con el público objetivo, permitiendo la interacción, la retroalimentación y la construcción de credibilidad con respecto a la propuesta educativa y ecológica del producto.

6.5. Relación con los clientes

Pet Green surge como una opción educativa y ecológica que fomenta la responsabilidad social y el respeto hacia el entorno natural desde una edad temprana. Esto capta la atención de las madres al reconocer un claro beneficio educativo para sus hijos. La relación con este público se fortalecerá mediante una comunicación clara y empática, que enfatice los valores del producto y su efecto beneficioso. Se dará prioridad al empleo de los medios digitales y contenido informativo que fortalezca la propuesta educativa fomentando de esta manera un lazo fundamentado en la confianza y el propósito común de instruir en sostenibilidad.

6.6. Actividades clave

Para llevar a cabo la propuesta de valor de Pet Green, se han implementado medidas fundamentales que cumplen con la necesidad de impulsar la educación en medio ambiente desde la niñez:

1. Elaboración y fabricación del paquete educativo: Un artículo con componentes biodegradables. Esta labor fomenta el vínculo afectivo con la naturaleza, diferenciando a Pet Green de otros kits convencionales.
2. Contenido ilustrado: Se crean breves cómics con lenguaje infantil que describen el valor del entorno natural, solucionando la falta de herramientas pedagógicos accesibles y atractivos para niños.
3. Comunicación digital centrada en madres: Mediante Instagram se comparten testimonios y contenidos visuales que generan confianza en las madres,simplificando de esta manera la elección de compra.

6.7. Recursos clave

Los recursos esenciales para la creación del producto Pet Green incluyen insumos como aserrín, semillas de alpiste, ligas, botones y plumón indeleble, que facilitan la elaboración artesanal de cada componente. Además, se piensa incorporar un jarrón o vasija pequeña con un código QR impreso, que direcciona a contenido digital complementario. La propuesta se basa en un sólido trabajo de diseño gráfico, que abarca desde cómics narrativos hasta los empaques del producto, reforzando el componente lúdico y educativo. El periodo de fabricación artesanal es crucial, pues asegura la personalización y el cuidado de cada pieza.

Adicionalmente, se han creado relatos y una narrativa de personajes que acompañan la experiencia del usuario, provocando un vínculo emocional y recuerdo de la marca. En última instancia, el proyecto ofrece un manual de uso y seminarios educativos, importantes para difundir el aprendizaje sobre sostenibilidad y la protección del medio ambiente desde un enfoque familiar y colectivo.

6.8. Aliados clave

Los colaboradores esenciales para el desarrollo y expansión de Pet Green son varios

participantes dedicados comprometidos con la educación, el arte y el medio ambiente. Entre ellos sobresalen las instituciones educativas y los profesores, que juegan un papel crucial al integrar el proyecto en tareas de enseñanza y fomentar el aprendizaje sostenible entre los alumnos.

Además, contamos con el respaldo de organizaciones no gubernamentales ambientales y culturales, que amplían la difusión del mensaje ecológico y robustecen nuestro trabajo comunitario. Las entidades municipales locales representan otro socio estratégico, dado que proporcionan lugares y recursos para la realización de talleres y actividades públicas.

Adicionalmente, se colabora con ilustradores y diseñadores gráficos, cuya creatividad otorga vida a los personajes, cómics y elementos visuales del producto. En última instancia, se aprecia enormemente la implicación de voluntarios y vecinos dedicados, que con su entusiasmo y cooperación potencian el efecto social y medioambiental del proyecto.

6.9. Fuentes de ingresos

El ingreso para el producto Pet Green proviene de diversos canales estratégicos que fusionan la venta directa y propuestas educativas. Entre ellos, se encuentra la venta directa de Pet Green, ya sea por unidad o a través de kits grupales, perfectos para actividades en familia o en grupo. Asimismo, se busca generar ingresos mediante la venta a colegios y municipalidades, particularmente en el contexto de campañas educativas orientadas al cuidado del medio ambiente.

Otro recurso relevante son los talleres pagados, en que los asistentes no solo adquieren su propio Pet Green, sino que además adquieren conocimientos sobre sostenibilidad de forma lúdica y creativa. Finalmente, proyectamos ingresos adicionales

mediante el licenciamiento del mini cómic educativo del producto, destinado a instituciones educativas que deseen incluir contenidos ambientales a sus programas de enseñanza.

6.10. Impacto

El efecto de Pet Green en las familias transciende lo educativo, pues incita a pensar en la relevancia de apreciar nuestro entorno y tomar un compromiso auténtico con el medio ambiente des el hogar. Mediante las actividades sugeridas por el producto, se robustece la relación familiar y se consolidan comportamientos positivos hacia el ambiente desde una edad temprana.

Además, Pet Green ayuda a cambiar las dinámicas de la familia, incentivando a todos los miembros a involucrarse de manera activa en actividades ecológicas, como el reciclaje o el consumo consciente. Así, no solo se promueve una modificación de las tradiciones, sino que también se genera un entorno de aprendizaje mutuo que robustece la unidad familiar. Iniciativas de este tipo demuestran que la salvaguarda del medio ambiente comienza desde el hogar, y que la implicación emocional de las familias es esencial para lograr un impacto sostenible a largo plazo.

6.11. Presupuestos

Referente al modelo de negocio, el producto Pet Green ha sido creado como uno accesible y replicable, para que, a través de alianzas estratégicas con la ayuda de organizaciones no gubernamentales y ayuntamientos, pueda ser vendido en diversas ferias educativas y campañas ecológicas. La venta directa a familias (B2C) y a entidades educativas o sociales (B2B), es un enfoque combinado, por lo que se propone para aumentar su alcance e impacto.

La iniciativa se basa en un modelo de costos eficiente. Cada kit tiene un costo total de producción y trabajo de S/ 8.00, y se vende a S/ 15.00, lo que resulta un beneficio neto de S/ 7.00 por unidad. Este margen atiende los costos de logística, posibilita la reinversión en materiales y favorece una expansión sostenible sin afectar su accesibilidad. Además, el costo reducido por unidad promueve la fabricación a gran escala y la puesta en marcha de programas de educación comunitaria.

Tabla 2 *Presupuesto del producto Pet Green*

Concepto	**Detalle**	**Costo unitario**	**Costo total**
Materiales	Insumos del producto	s/5.00	s/5.00
Mano de obra	Pago estimado por unidad	s/2.00	s/2.00
Logística (transporte de materiales)	Pasajes, delivery y movilidades	s/0.50	s/0.50
Empaque y presentación	Bolsa ecológica y etiqueta	s/0.50	s/0.50

Costo total por unidad: s/8.00

Tabla 3 *Tabla de rentabilidad y recuperación de inversión - Pet Green*

Categoría	**Detalle**	**Costo total**
Precio de venta	Precio por unidad para el consumidor	s/15.00
Ganancia total por unidad	Precio de venta - costo de producción	s/7.00
Ganancia individual	Ganancia dividida entre 4 socios	s/1.75
Inversión inicial	Materiales, herramientas y extras	s/300
Punto de equilibrio	Unidades necesarias para recuperar la inversión	43 unidades

7. Resultados

Según los hallazgos logrados durante la fase de validación del proyecto, se puede sostener que el desafío de innovación se logró en gran parte. Este resultado se respalda en los datos obtenidos durante los talleres presenciales realizados con niños y madres del distrito: el 95 % de los niños se comprometieron activamente a cuidar su Pet Green, y el 87 % de las madres valoraron la propuesta como útil y educativa. La reacción favorable de los niños y sus padres ante el producto creado —resaltando sus características accesibles, lúdico y educativo— muestra un progreso considerable en el fomento de la conciencia ambiental desde la infancia.

Sin embargo, existen retos vinculados con la participación constante de la comunidad de adultos y con el efecto directo en el mantenimiento físico de las zonas verdes. Parte del reto que sí se cumplió fue que se logró despertar interés y entusiasmo en la población infantil, (ver el Anexo 1 del registro fotográfico) lo cual es crucial dado que los niños actúan como agentes de cambio dentro de sus familias y entornos inmediatos.

Además, se promueve el aprendizaje ambiental mediante una estrategia pedagógica ajustada a la realidad social del distrito, y se estableció una relación emocional y simbólica con los espacios verdes a través de recursos narrativos y pedagógicos, como el cómic, que simplificaron la comprensión de la relevancia ecológica y social de estos lugares.

Los hallazgos logrados durante la validación respaldan esta conclusión: muchas familias subrayan que la experiencia propició un tiempo de calidad entre progenitores e hijos, algo poco común en relación con asuntos medioambientales. El cómic fue entendido y apreciado por los niños, generando un verdadero vínculo emocional, y el kit de armado resultó particularmente atractivo para ellos, incentivándolos a adquirir conocimientos acerca de las zonas verdes.

Parte del reto que no se cumplió fue que, a pesar de la buena recepción del producto, no se registraron aún cambios estructurales o sostenidos en la gestión de residuos y ornato

público o condiciones físicas de los espacios verdes intervenidos. Esto de acuerdo con el informe Campaña de arborización llevada a cabo en ocho distritos del sur de Lima Metropolitana, Perú, (Rivera et al., 2025) se puede deducir que en Villa María del Triunfo no se han registrado modificaciones estructurales o permanentes en la administración de desechos, jardinería pública o mejora constante de las condiciones físicas de los espacios verdes que han sido intervenidos.

Los resultados que se obtuvieron responden a una combinación de factores contextuales y metodológicos: El producto lúdico-educativo desarrollado fue efectivo para despertar el interés de los niños por el medio ambiente, además la ausencia de políticas locales no impidió que las familias valoraran la propuesta. Al contrario, la intervención llenó un vacío, ofreciendo una experiencia que transformó sus hogares, ya que los niños actuaron como promotores del cambio.

Además, la implicación familiar fue esencial. Los padres y madres valoraron el valor educativo del producto y lo integraron como un momento para pasar tiempo de calidad con sus hijos, reforzando tanto el proceso de aprendizaje como las relaciones familiares. También, este acto demostró que, aún en circunstancias con retos medioambientales y sociales, es posible fomentar la conciencia ecológica desde la infancia, si se utilizan estrategias creativas y e proximidad emocional.

8. Conclusiones

En la fase de validación del proyecto, se detectaron varios elementos positivos en cuanto a la eficacia del producto. En ese sentido, se llevaron a cabo talleres en persona con niños del vecindario, quienes, además de recibir el producto, lo experimentaron de manera activa: lo armaron ellos mismos, leyeron el cómic con lenguaje infantil, y se guiaron de las indicaciones narrativas que los ayudaban en el armado del kit.

En estas actividades se observó la forma en que los niños se relacionaban directamente con el material, y cómo este promovía el aprendizaje ambiental de manera divertida, entendible y educativa

Los resultados fueron contundentes: el 95 % de los niños se comprometió activamente con su “Pet Green”, demostrando interés, cuidado y entusiasmo; y el 87 % de las madres valoró la propuesta como útil y educativa. El proyecto logró su objetivo de crear interés, impulsar conciencia sobre las áreas verdes desde la infancia y empatía con el medio ambiente, todo esto se identificó gracias a los hallazgos del producto.

Aún con la carencia de información, el proyecto pudo mostrar que los niños respondieron de manera positiva debido al recurso que se les brindó adaptado a su ambiente. Al ofrecer una experiencia reveladora y comprensible, los niños pueden crear una perspectiva positiva acerca del entorno, tomando en cuenta que el material y el compromiso son fundamentales para lograrlo.

Se pudo observar desde el inicio de la intervención, que los niños empezaron a tener desinterés por el estado de sus parques, las plantas y el reciclaje. Este cambio — de desinterés a atracción por el tema — muestra el impacto positivo que puede ocasionar un enfoque educativo bien organizado y adaptado a su contexto. Loa niños están mejor capacitados con respecto a la sostenibilidad urbana, debido a la vivencia en la intervención, ahora cuentan con una comprensión básica y muestran una motivación más alta para preservar su medio ambiente.

La intervención fue positiva, ya que probó que la comunidad con sus acciones puede cubrir las lagunas institucionales al brindar herramientas educativas relevantes, pese a la falta de políticas locales, que no fue un obstáculo para lograr un buen resultado. Pet Green demostró que la transformación se puede iniciar desde las familias y la comunidad, el producto posibilitó la creación de conciencia ecológica desde la niñez. Es por eso que, si bien

antes se mostraba como una limitación, ahora es una oportunidad para que se potencie la inclusión de los vecinos como impulsor de la transformación a nivel local.

La participación vecinal es aún limitada, pese a que se contó con la intervención de padres y niños, no se llevaron a cabo acciones sostenidas en el espacio público a lo largo de la validación. Sin embargo, hay oportunidad de ampliar esta propuesta a diferentes comunidades gracias al interés que mostraron padres y niños. Una estrategia apropiada de sostenimiento puede incrementar la implicación de los vecinos de forma progresiva, integrando a un mayor número de habitantes en actividades de organización, formación y acción ambiental.

En este escenario, se podrá realizar acciones futuras de manera grupal y con más alcance debido a las bases sólidas con las que cuenta el proyecto actualmente. Gracias a Pet Green, los padres e hijos pueden tener un tiempo de calidad para disfrutar e interactuar, y generar relaciones emocionales en casa ayudó a fomentar habilidades sociales y emocionales en los niños, como la empatía, el sentido de deber y el trabajo de equipo. Muchas familias mencionaron durante la validación, que el producto ayudó a fomentar habilidades sociales y emocionales en los niños, como la empatía, el sentido de deber y el trabajo de equipo.

Además, los padres tuvieron participación como observadores y colaboradores de todo el proceso. Esta experiencia también aporta en el crecimiento personal de los niños y puede llegar a la comunidad, dado el potencial sentido de colaboración y responsabilidad común.

9. Bibliografía

Bautista, M. (2020, 12 14). *Educación ambiental y manejo de residuos sólidos del mercado de la urbanización año nuevo del distrito de Comas*. Repositorio Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Escalante, P. (2025, Febrero). *Municipalidad Distrital de Villa María del Triunfo (MVMT)*. Portal de Transparencia Estándar. https://www.transparencia.gob.pe/reportes_directos/pte_transparencia_info_finan.aspx?id_entidad=10124&id_tema=19&ver

Escalante, P., & Montoya, P. (2025, 02). *Municipalidad Distrital de Villa María del Triunfo (MVMT)*. Portal de Transparencia. https://www.transparencia.gob.pe/reportes_directos/pte_transparencia_info_finan.aspx?id_entidad=10124&id_tema=19&ver

Hinojosa, L. (2024). *Arborización, impacto ambiental y social en la zona de tablada de Lurín - Villa María del Triunfo*. Repositorio Institucional Universidad Agraria La Molina.

Martínez, A. (11, 05 19). *Importancia de las áreas verdes en las ciudades*. Universidad Autónoma de Nuevo León.

Mc Cubbin, R. (2024, 02 18). *Santa María del Mar tiene la mayor cantidad de áreas verdes por habitante: ¿cuál es la situación de otros distritos?* Infobae. https://www.infobae.com/peru/2024/02/18/santa-maria-del-mar-tiene-la-mayor-cantidad-de-areas-verdes-por-habitante-cual-es-la-situacion-de-otros-distritos/

Moreno, A. (2022). *Salud y medio ambiente.* EBSCO.

Raffo, F. (2022, 07 25). *VMT: El distrito con menos áreas verdes en Lima*.

Raffo, F. (2025, Julio 25). El drama de vivir en la zona de Lima con menos áreas verdes y parques. *El Comercio*.

Rivera, A., Giacomotti, J., & Sangay-Tucto, S. (2025, 01 10). *Campaña de arborización realizada en ocho distritos de la zona sur de Lima Metropolitana, Perú*.

Sayago, S., Flores, N., & Patricia, A. (2023, 02). *Diseño de biohuerto biofílico sostenible que permite reducir la ausencia de zonas verdes en hogares con espacio limitado en el distrito de Villa María del Triunfo*.

Ticse, M. (2019). *La Educación Ambiental y la toma de conciencia ambiental en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Publico Juan Velasco Alvarado, Villa María del Triunfo*.

Vega, N. (2024). *Calidad de áreas verdes urbanas con el bienestar en la salud de la población del Distrito Iquitos, Loreto. 2024*. Repositorio Institucional Digital.

10. Anexos

Anexo 1: Registro Fotográfico

1. Niños realizando el armado de Pet green



2. **Niños en el proceso de armado del Kit**



Anexo 2: Árbol de problemas

