ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

“TOULOUSE LAUTREC”

DISEÑO DE UN ESPACIO VIVENCIAL PARA CONCIENTIZAR LA NO COMERCIALIZACIÓN DE ANIMALES EXÓTICOS EN JÓVENES ACTIVISTAS DE LIMA CENTRO

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

Autor:

ARMANDO NICOLAS AGUILAR CALDERON

((https://orcid.org/0000-0003-3354-8614)

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

Autor:

CAMILA JULIA LOZANO QUINTANA

(https://orcid.org/0009-0003-3157-9342)

Asesor

JORGE LUIS HINOSTROZA CASTRO
(https://orcid.org/0000-0003-4617-8827)

Lima - Perú

2025

No comercialización de animales exóticos en Lima.docx.pdf

JOTA

JOTA

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:505938801

Fecha de entrega
30 sep 2025, 5:02 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
30 sep 2025, 5:06 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
No comercialización de animales exóticos en Lima.docx.pdf

Tamaño del archivo
532.5 KB

35 páginas

6996 palabras

40.524 caracteres

22% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

18% Fuentes de Internet
9% Publicaciones
18% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Resumen del Trabajo de Investigación

Este proyecto de investigación tiene como objetivo abordar el problema del tráfico ilícito de fauna silvestre en el Cercado de Lima, alineado con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 15 de las Naciones Unidas, que se centra en Reforzar el apoyo global para combatir la caza furtiva y el tráfico ilícito de especímenes de flora y fauna. Buscamos educar y generar conciencia en la población que reside en el Cercado de Lima, al mismo tiempo, contribuir con los jóvenes activistas como un medio para reforzar su movimiento. A Través de este proyecto, proponemos una solución que promueva la economía circular al vender merchandising con causa en un espacio vivencial ubicado en el Cercado de Lima. La presente investigación incorpora entrevistas y encuestas dirigidas a los jóvenes activistas universitarios y a la población del Cercado de Lima, para comprender mejor las necesidades y los desafíos frente a la problemática. Con los datos recabados, se creó una propuesta de un espacio vivencial que no solo vende productos, sino que transmite un mensaje: generar conciencia y activar el compromiso ciudadano frente al comercio ilegal de animales silvestres.

Palabras clave: *Educación ambiental, tráfico de fauna silvestre, activismo juvenil, merchandising con causa*

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del trabajo de investigación

1. Contextualización del problema……..6
2. Justificación…….....7
3. Reto de Innovación……..…8
4. Sustento teórico……..….9
   4.1 Estudios previos…….…...9
      4.1.1. Internacionales …….…...9
      4.1.2. Nacionales…….…...11
   4.2 Marco teórico…….....12
      4.2.1. *Comunicación para el cambio social*……..12
      4.2.2. *Educación Ambiental crítica*…….……..13
      4.2.3. *Activismo juvenil urbano*.....…….……..13
      4.2.4. *Activación del espacio público como herramienta pedagógica*.....14
      4.2.5. *Espacio público co-diseñado como escenario educativo y activista*..14
5. Beneficiarios……..15
   5.1 Mapa de actores……15
   5.2 Arquetipo Cliente..…….…...17
   5.3 Cantidad de beneficiarios y ámbito de impacto……17
6. Modelo de negocio……..……18
   6.1 Reto……..18
   6.2 Propuesta de valor……18
   6.3 Segmento de clientes……18
   6.4 Canales…….……19
   6.5 Relación con los clientes……..19
   6.6 Actividades clave……19
   6.7 Recursos clave……20
   6.8 Aliados clave……20
   6.9 Fuentes de ingreso……21
   6.10 Impacto…….…….……..23
   6.11 Presupuestos……...24

7. Resultados……..….27
8. Conclusiones……..….29
9. Bibliografía…….……...30
10. Anexos……...34
10.1. Guía de las preguntas entrevistadas a los universitarios……...34
10.2. Guía de las preguntas entrevistadas a la población de Cercado de Lima..35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Ingresos - ventas* …….. 21

Tabla 2. *Flujo financiero* …….. 22

Tabla 3. *Plan de inversión de costos* …….. 24

1. Contextualización del Problema

El tráfico ilegal de animales silvestres es una de las actividades ilícitas más dañinas para el medio ambiente, pues no solo genera desequilibrio en los ecosistemas al trasladar a estas especies de su hábitat natural, sino que también puede llegar a generar daños irreversibles, como, por ejemplo, llevar a ciertas especies hasta la extinción, como fue el caso del Guacamayo Spix. Este problema se hace presente a nivel global, sin embargo, las redes de tráfico ven en América Latina un mercado con mayor potencial debido a la gran cantidad de regiones ricas en flora y fauna.

En el caso del Perú, este problema requiere de mayor atención, pues al ser uno de los países con mayor biodiversidad en el mundo, es de los puntos preferidos para estas redes de tráfico, afectando a más de 340 especies de la vida silvestre. Ciudades como Iquitos, Pucallpa o Puerto Maldonado son algunos de los puntos más frecuentes de tráfico de animales, de donde son extraídas para posteriormente ser transportadas a Lima, donde el comercio es mayor debido a la cantidad de demanda existente. La corrupción y limitada fiscalización en las carreteras favorecen a estas redes en el traslado de especies, aparte de la poca conciencia ambiental que también es factor influyente en su constante crecimiento.

Para poder realizar cambios y luchar contra esta problemática es indispensable reforzar las leyes en contra del tráfico de fauna, pero también desarrollar campañas que sensibilicen y eduquen a la población respecto al daño generado por esta práctica. De igual manera, es importante reforzar la fiscalización en las zonas con mayor movimiento y reforzar la presencia de instituciones como el SERFOR.

En síntesis, el tráfico de animales en el Perú es un problema, se evidencia con el aumento de cifras de especies traficadas o la identificación de especies en peligro de

extinción, tal es el caso del mono fraile, el mono titi, entre otros. Esto debido a la falta de leyes efectivas y una sociedad indiferente.

2. Justificación

Esta investigación será beneficiosa, para instituciones públicas como el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR) y el Ministerio del Ambiente, al aportar información relevante respecto al tráfico de especies, especialmente en Lima. Los datos obtenidos podrán ser utilizados para diseñar estrategias de prevención más efectivas, no solo orientadas a combatir la problemática, sino también a educar a la población.

De igual forma la información obtenida permitirá diseñar campañas comunicacionales y educativas con un enfoque más cercano a las nuevas generaciones, apelando a valores como la empatía, la responsabilidad ambiental y el respeto por la vida silvestre.

A nivel comunitario, la investigación tiene el objetivo de generar conciencia en la ciudadanía limeña, acerca de las consecuencias que trae el tráfico de animales. De este modo, promover un cambio cultural que rechace el comercio ilícito de especies y preserve el bienestar del ambiente. A través de esa iniciativa buscamos llegar a zonas urbanas donde la información acerca de la problemática es escasa, con el objetivo de educar a la población respecto a los problemas y consecuencias que genera el tráfico de animales.

Para lograr los objetivos propuestos, la investigación se desarrolló con un enfoque cualitativo, realizando entrevistas a personas relacionadas a la problemática, así como la elaboración de lienzos que ayudaron a perfilar el arquetipo. Además, se realizó

un taller de co-creación, lo que permitió recoger ideas y propuestas desde su punto de vista de la problemática, lo cual enriqueció la investigación con los hallazgos.

3. Reto de innovación

El problema que estudia la presente investigación es la frustración de los jóvenes universitarios activistas por la fauna silvestre ante el problema del tráfico ilegal en la capital.

Pregunta general.

- ¿Cómo podríamos reforzar a los jóvenes universitarios activistas por la fauna silvestre con herramientas para que logren sensibilizar a su entorno?

Objetivo General.

- Implementar estrategias que brinden herramientas a jóvenes universitarios activistas, con el fin de fortalecer su capacidad de sensibilizar a su entorno sobre el tráfico ilegal de fauna silvestre.

Preguntas específicas.

- ¿Qué tipo de contenido relacionado con el tráfico de fauna silvestre genera mayor impacto emocional en los ciudadanos?
- ¿Qué tipo de contenido relacionado con el tráfico de fauna silvestre motiva a los ciudadanos a tomar acciones concretas?

Objetivos específicos.

- Potenciar recursos educativos que sean creativos y puedan influir en la comunidad.
- Analizar qué tipos de contenido informativo logran motivar a los ciudadanos a involucrarse en la lucha contra el tráfico de fauna silvestre.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

4.1.1. Internacionales

Rodríguez (2022), en el marco de su tesis universitaria, desarrolló el diseño de una página web educativa como herramienta didáctica orientada a fortalecer actitudes de conservación en estudiantes. El proyecto se enfocó en facilitar el reconocimiento de especies de psitácidos amenazadas por el tráfico ilegal en Colombia, integrando un enfoque basado en el análisis ecológico para vincular el aprendizaje con la comprensión del impacto ambiental. La investigación se orientó bajo un enfoque cualitativo, enmarcado en el paradigma hermenéutico-interpretativo, y se desarrolló en tres fases en las que se llevó a cabo el análisis ecológico de las especies, el diseño de contenidos pedagógicos y la implementación del sitio web interactivo. Entre sus resultados, se evidenció que los estudiantes lograron no solo identificar con mayor facilidad a los psitácidos en riesgo, sino también establecer conexiones emocionales y cognitivas que favorecieron actitudes de respeto, empatía y protección hacia la fauna. En términos de utilidad, este estudio demostró que el uso de plataformas tecnológicas podía ser una estrategia eficaz para fortalecer la educación ambiental, lo cual resultó altamente pertinente para la presente investigación, ya que sugirió cómo un espacio vivencial podría nutrirse de elementos digitales para mejorar la experiencia educativa y sensibilizadora en contextos urbanos como Lima Centro.

Por otro lado, Romero (2024), desarrolló una investigación orientada a identificar y examinar de manera crítica las principales falencias jurídicas y estructurales que obstaculizan la eficacia del sistema judicial ecuatoriano en el tratamiento de los delitos que atentan contra la biodiversidad, considerando su impacto

en la protección de los ecosistemas y el cumplimiento de las obligaciones ambientales del Estado. Utilizó una metodología multidimensional que incluyó revisión bibliográfica, análisis de casos emblemáticos y contraste con legislaciones ambientales internacionales. Los hallazgos revelaron que, entre los años 2020 y 2023, una gran proporción de las denuncias por delitos cometidos contra la fauna fueron archivadas, y solo se alcanzó un número reducido de sentencias condenatorias, lo que puso en evidencia la fragilidad institucional en la implementación efectiva de la legislación ambiental. En cuanto a la utilidad de esta investigación para el presente estudio, se destacó que la vía punitiva por sí sola no resultaba efectiva para contrarrestar el tráfico de especies, razón por la cual cobró mayor relevancia el diseño de estrategias preventivas y educativas, como los espacios vivenciales, que promovieran una conciencia crítica y activa en los jóvenes frente a esta problemática.

Finalmente, Liles, Peterson, Stevenson y Peterson (2021), llevaron a cabo un estudio con adolescentes en El Salvador, donde se planteó examinar de qué manera las experiencias educativas de carácter interactivo, fundamentadas en el contacto directo con la fauna silvestre, incidieron en las actitudes y en la jerarquización de prioridades de conservación entre los adolescentes. Mediante una metodología cualitativa, que incluyó observación participativa, talleres vivenciales y encuestas antes y después de las actividades, los autores encontraron que los jóvenes que participaron en experiencias de interacción directa con especies amenazadas mostraron un incremento significativo en su empatía, conocimiento y motivación hacia la protección del medio ambiente. El estudio concluyó que el aprendizaje experiencial tenía un alto potencial transformador, ya que fortalecía los lazos emocionales y éticos entre los participantes y la naturaleza. En relación con este proyecto, la investigación respalda la implementación de un

espacio vivencial como estrategia eficaz para formar jóvenes comprometidos con la conservación, especialmente en zonas urbanas donde el acceso a la fauna era limitado y la sensibilización requería estímulos más directos y significativos.

4.1.2. Nacionales

En el contexto peruano, Burga (2020), realizó una investigación centrada en conocer los niveles de percepción social respecto al tráfico, tenencia y utilización de productos derivados de animales silvestres en la ciudad de Chiclayo. Estudió cómo percibían los ciudadanos la ilegalidad asociada al uso de fauna silvestre y sus derivados. La investigación tuvo como objetivo determinar el grado de conciencia social frente al tráfico y consumo de productos derivados de animales silvestres, a través de una metodología cuantitativa que empleó encuestas dirigidas a distintos sectores de la población en la ciudad de Chiclayo. Los resultados evidenciaron que un porcentaje considerable de los encuestados consideraba aceptable, desde una visión cultural o medicinal, la utilización de subproductos animales —especialmente de reptiles— en la medicina tradicional. Esta normalización del uso de fauna silvestre reveló una preocupante falta de conocimiento sobre las implicancias legales y ecológicas del tráfico ilegal. En relación con el presente trabajo, este estudio resultó útil como punto de contraste entre las percepciones de la población en diferentes regiones del país, lo cual permitió afinar estrategias de sensibilización específicas para contextos urbanos como Lima Centro, donde también ocurría esta problemática desde perspectivas socioculturales similares.

Otro aporte relevante fue el de Ulloa (2022), quien abordó la problemática del tráfico ilegal de especies silvestres vinculado a redes de criminalidad organizada y las deficiencias de la política ambiental peruana. Ulloa buscó establecer el grado de

incidencia entre el tráfico ilegal de especies y las deficiencias en la implementación de políticas ambientales en el Perú, específicamente en el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR) de Lima durante el año 2020. Mediante una investigación aplicada con enfoque cuantitativo y de carácter descriptivo, se recopilaron datos a partir de encuestas dirigidas a 50 funcionarios públicos pertenecientes a la mencionada entidad, quienes aportaron información relevante sobre el funcionamiento del crimen organizado en este contexto. Los resultados evidenciaron una conexión directa entre la débil articulación de la política ambiental y el incremento del tráfico ilegal de especies de flora y fauna, resaltando la fragilidad de los mecanismos de control y fiscalización frente a redes delictivas altamente organizadas. En el marco del presente estudio, este trabajo aportó evidencia estadística y diagnóstica que fortaleció la justificación de propuestas educativas innovadoras, como el diseño de espacios vivenciales, orientados a prevenir estas prácticas desde la formación ciudadana y la participación activa de la juventud en la defensa del entorno natural.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Comunicación para el cambio social

La comunicación para el cambio social es un enfoque que supera la idea de simplemente “informar” a las audiencias. Según Gretchen Gómez, Luis de la Noval y Luisa Rubio (2022) citando a Gumucio Dagron(2011) se basa en empoderar a comunidades para que participen activamente en la transformación de sus entornos, incorporando medios artísticos, colaborativos y comunitarios. Este modelo favorece el diálogo horizontal, la creación colectiva y la apropiación del espacio público como medio de expresión y acción ciudadana. En el contexto del proyecto, la comunicación se

convierte en un proceso participativo que permite visibilizar el problema del tráfico de fauna silvestre desde la experiencia y creatividad de los jóvenes activistas.

4.2.2 Educación Ambiental crítica

La educación ambiental, desde un enfoque crítico, busca formar ciudadanos capaces de analizar, cuestionar y transformar los conflictos socioambientales de su contexto. Según Sauvé, L. (2020) esta pedagogía promueve una conciencia ecológica comprometida con la justicia ambiental y el respeto por todas las formas de vida. En el caso del proyecto, la educación ambiental se articula con la propuesta comercial y artística para sensibilizar sobre la pérdida de biodiversidad, y en particular sobre las consecuencias del tráfico ilegal de animales silvestres.

4.2.3 Activismo juvenil urbano

El activismo juvenil desempeña un papel fundamental en la transformación social, especialmente en entornos urbanos donde los jóvenes enfrentan condiciones estructurales de exclusión. Como señala Shah, M. A., & Khan, Z. (2023), el activismo juvenil cumple una función esencial en la promoción del cambio social, actuando como catalizador de transformaciones en los discursos, prácticas culturales y estructuras de poder.

Por su parte, Domínguez, A. D., Casanova, C. R., Gómez, R., (2024) citando a Ginwright, S., & Cammarota, J. (2007) afirman que las organizaciones comunitarias urbanas ofrecen a los jóvenes, particularmente en barrios desfavorecidos, espacios para desarrollar una praxis cívica crítica, mediante actividades como el spoken word, el voluntariado y la organización barrial. Estas experiencias fortalecen la agencia individual y colectiva de los jóvenes para afrontar las injusticias sociales que los afectan directamente.

Este tipo de participación juvenil no solo permite construir ciudadanía activa, sino también posiciona a los jóvenes como actores estratégicos capaces de intervenir en sus entornos con propuestas de cambio desde su propia realidad.

4.2.4 Activación del espacio público como herramienta pedagógica

Según Rincón P. (2024) el espacio público tiene un enorme potencial como escenario de aprendizaje no formal, especialmente cuando es activado con fines educativos, culturales y comunitarios.

En esta propuesta, se plantea proponer una tienda en el Mercado Central de Lima que tenga un educativo activo como parte de ella, capaz de articular arte, comercio con causa y educación ambiental. Esta resignificación busca no solo llamar la atención sobre el tráfico ilegal de fauna silvestre, sino también invitar a la ciudadanía a habitar el espacio público desde una mirada crítica, reflexiva y participativa.

Estas intervenciones pedagógicas como murales colaborativos con mensajes, talleres con lentes de realidad virtual, experiencias educativas transforman un entorno cotidiano en un nodo de activación simbólica, política y formativa, convirtiendo al ciudadano en sujeto activo del cambio.

4.2.5 Espacio público co-diseñado como escenario educativo y activista

El espacio público, cuando se co-diseña con la comunidad y se orienta a fines culturales y educativos, se convierte en un entorno que fomenta el aprendizaje y la reflexión colectiva. Según Ochoa, K. D., Fletcher, K. K., Bermúdez, V. N., Todaro, R. D., Salazar, J., Gibbs, H. M., Ahn, J., Bustamante, A. S., & Hirsh-Pasek, K. (2022), estos espacios integran elementos lúdicos y pedagógicos que fortalecen la interacción social y el compromiso ciudadano con temas de interés común. Este enfoque respalda la creación de una tienda activista, la cual, además de su función comercial, actúa como un

nodo educativo y de sensibilización sobre el tráfico ilegal de fauna silvestre, generando experiencias participativas y reflexivas para la ciudadanía.

5. Beneficiarios

5.1. Mapa de Actores

A nivel central del mapa de actores se ubican los jóvenes activistas de Lima Centro, quienes representan el público objetivo principal del proyecto. Son estudiantes en formación, con una fuerte orientación hacia temas de justicia social, derechos ambientales y sostenibilidad. Se trata de jóvenes entre 18 y 25 años que mantienen una participación activa en espacios como agrupaciones estudiantiles, iniciativas de voluntariado y propuestas educativas. Este grupo etario se caracteriza por su sensibilidad hacia el entorno natural, su interés en experiencias que fortalezcan habilidades de liderazgo y su capacidad para convertirse en promotores del cuidado y la conservación de la fauna silvestre, ejerciendo una influencia positiva y transformadora en su entorno más cercano.

Los actores directos están conformados por las personas que intervienen de manera activa en la cadena de comercialización ilegal de animales exóticos. Este grupo abarca desde quienes capturan especies silvestres —como cazadores o extractores— hasta los intermediarios y comerciantes que los distribuyen en mercados urbanos o a través de redes sociales. También incluye a los consumidores finales, quienes, en muchos casos, adquieren estos ejemplares debido a la desinformación o por motivos vinculados a prácticas culturales. También se consideran actores directos a las instituciones que intervienen en la fiscalización y control, como la Policía Ambiental, el SERFOR, la Municipalidad de Lima, la Fiscalía y algunas ONGs de protección animal.

Si bien realizan esfuerzos importantes, enfrentan limitaciones operativas y necesitan de un enfoque educativo complementario como el que propone este proyecto.

En el nivel indirecto se reconoce a la sociedad limeña en su conjunto, particularmente a aquellos sectores que, por indiferencia, desconocimiento o arraigos culturales, han mantenido una actitud pasiva frente al tráfico ilegal de fauna silvestre. Este grupo abarca a las familias, cuyo rol en la transmisión de valores desde el entorno doméstico puede ser determinante, ya sea para reproducir prácticas que naturalizan el cautiverio animal o para fomentar una conciencia crítica. También se incluyen ciertos segmentos del sistema educativo —en especial aquellos pertenecientes a instituciones con escasa priorización de la educación ambiental— donde la falta de enfoques integradores contribuye al desinterés o desinformación del estudiantado respecto a esta problemática.

Asimismo, se destaca la influencia de docentes y formadores que, pese a limitaciones estructurales, pueden convertirse en referentes clave en la promoción de una cultura de respeto hacia la biodiversidad. A este panorama se suman los líderes de opinión —comunicadores, figuras públicas, activistas e influenciadores digitales— cuya capacidad de amplificación del mensaje puede fortalecer o debilitar los esfuerzos de conservación, dependiendo del tratamiento que brindan al tema en sus plataformas.

Los medios de comunicación y redes sociales, por su parte, ejercen un rol decisivo en la configuración de percepciones colectivas sobre la fauna silvestre. Su potencial para sensibilizar es amplio, pero también pueden reforzar mitos o prácticas nocivas cuando no asumen una postura crítica y responsable frente al tráfico de especies.

Finalmente, se considera como aliados estratégicos a aquellas organizaciones, empresas con políticas de responsabilidad social, y centros de rescate animal que, desde sus respectivos ámbitos, pueden contribuir de manera significativa a la sostenibilidad y expansión del proyecto, fortaleciendo su carácter colaborativo, intersectorial y transformador.

5.2. Arquetipo Cliente

El perfil representativo del público beneficiario es una joven de 23 años, estudiante universitaria de Lima Centro, comprometida con la defensa de los animales silvestres. Vive en un entorno donde el comercio informal de especies es frecuente, lo cual no solo le genera indignación, sino que también la confronta con la indiferencia o desinformación de su entorno cercano, incluyendo familiares, amigos y vecinos. Esta experiencia ha fortalecido su determinación por actuar, incidir y generar cambios a través del conocimiento y la acción colectiva. Reconoce que su formación académica resulta insuficiente frente a la complejidad del problema, por lo que busca espacios donde adquirir herramientas concretas que le permitan organizar, sensibilizar y movilizar a otros. Aspira a convertirse en una figura de referencia dentro de su comunidad juvenil, promoviendo una cultura de respeto y cuidado hacia la fauna silvestre. Para ella, el espacio vivencial no solo representa una fuente de información confiable, sino también una plataforma que potencia su liderazgo y le brinda la posibilidad de actuar con mayor impacto frente al tráfico de animales silvestres.

5.3. Cantidad de Beneficiarios y Ámbito de Impacto

El presente proyecto se orienta específicamente a jóvenes universitarios de Lima Centro, quienes constituyen un grupo estratégico por su nivel de formación, capacidad crítica y potencial para liderar acciones de cambio frente a la problemática del tráfico de

fauna silvestre. Según el Censo Universitario del INEI (2023), en esta zona se concentra una población aproximada de 300,000 estudiantes matriculados en instituciones de educación superior. Considerando esta cifra como universo de intervención, y aplicando una fórmula estadística con un nivel de confianza del 100 % y un margen de error del 5 %, se obtuvo un tamaño muestral de 1,506 personas. Esta estimación valida la proyección de impacto del espacio vivencial propuesto, el cual se plantea como una intervención educativa transformadora que promueva la reflexión, el compromiso ético y la acción ambiental entre los futuros profesionales del país.

6. Modelo de Negocio

6.1. Reto

El reto de diseño innovación bajo el cuál hemos diseñado la propuesta fue ¿Cómo podríamos generar conciencia sobre la venta de animales exóticos en Lima tomando como actor principal a los jóvenes activistas que buscan luchar contra este problema?.

6.2. Propuesta de valor

Se plantea la creación de una tienda física inmersiva ubicada en el Mercado Central de Lima, que integre en un solo espacio expresiones artísticas, actividades educativas y la venta de productos con causa. Esta propuesta busca sensibilizar a los jóvenes frente al tráfico de animales silvestres mediante una experiencia integral que combine reflexión, aprendizaje y acción concreta, todo dentro de un entorno diseñado para inspirar conciencia crítica y compromiso social.

6.3. Segmento de clientes

La propuesta está dirigida para jóvenes universitarios entre 18 y 25 años, de niveles económicos AB, que están comprometidos a luchar contra el tráfico ilícito de animales silvestre. Adicionalmente , también nos centraremos en compradores y

personas que se encuentren intrigadas por la fauna silvestre de 24 a 35 años pertenecientes al segmento AB. Por último también tenemos como meta impactar al público en general de la zona, conformado por personas de 25 a 40 años, de niveles socioeconómicos ABC.

6.4. Canales

Para llegar a los beneficiarios usaremos diversos medios, tanto físicos como digitales. Como punto central tendremos la tienda física ubicada en el Mercado Central, abastecida con productos que despierten conciencia directa. Se integrarán murales colaborativos, activaciones musicales en espacios públicos y un carro publicitario con pantalla LED, cuya función es la de generar atracción e impacto visual. Por último, Instagram y TikTok nos permitirá aumentar el alcance hacía una audiencia joven.

6.5. Relación con los clientes

El tipo de relación que se mantendrá con los clientes será cercana, emocional y empática, orientada a fomentar el compromiso social y la participación activa. A través de talleres vivenciales se buscará generar una conexión significativa con la causa, promoviendo una experiencia transformadora. Esta interacción será fortalecida mediante una comunidad digital activa, donde se difundirá contenido interactivo que invite a la reflexión, el diálogo y la acción colectiva. Además, se implementará un registro voluntario para identificar a personas interesadas en colaborar con futuras iniciativas del proyecto, con el fin de consolidar una red de apoyo sostenible y comprometida con la defensa de la fauna silvestre.

6.6. Actividades clave

Para realizar la propuesta de valor, desarrollaremos diferentes actividades que junten lo creativo con lo educativo. Nos centraremos en el diseño y elaboración de merchandising con causa, sumado a esto se desarrollará material audiovisual que genere

conciencia al mostrar casos reales de animales afectados. Además, impulsaremos talleres artísticos y educativos, priorizando la experiencia del usuario, todo será acompañado del manejo y difusión de contenido a través de las redes sociales.

6.7. Recursos clave

Se producirá un vídeo impactante que servirá como gancho para llamar la atención de los espectadores y se publicará en todas nuestras redes. Además, se necesitarán celulares y cámaras para registrar las activaciones creativas que ayudarán a impulsar a los jóvenes activistas. Asimismo, se tiene en cuenta el recurso humano como diseñadores, activistas voluntarios y creadores audiovisuales, los cuales ayudarán a sostener la campaña. Y por último, el merchandising producido por la tienda (polos, poleras, peluches, tomatodos, cuadros, llaveros, y cojines).

6.8. Aliados clave

Con el fin de concretar nuestro objetivo, se establecieron acuerdos con dos colegios (San Juan de la Salle y Sor Ana de los Ángeles) y una empresa (Softys), los cuales expresaron interés en implementar los talleres en sus espacios. Asimismo, se cuenta con DIGI MEDIA SOLUTIONS E.I.R.L. como posible entidad aliada en el financiamiento. En el entorno digital, la propuesta fue validada mediante la página de Instagram de Frente Salvaje, realización de activaciones artísticas gratuitas con la participación de jóvenes muralistas, artistas e influenciadores comprometidos con la causa ambiental, entre ellos: Antuane Chancafe (directora de arte), Cielo Rivera (influencer), Edson Vicente —conocido como Racek— y Máximo (Liriko). Estas actividades permitirán amplificar el mensaje en el espacio público y fortalecer la conexión emocional con los participantes.

6.9. Fuentes de ingresos

El proyecto generará fondos principalmente de la venta de merchandising con causa, que contengan mensajes que logren concientizar, dentro de ellos se encuentran, polos, poleras y demás accesorios. Sumado a esto, se ofrecerán talleres educativos a empresas, universidades y colegios. Adicionalmente, complementaremos estos ingresos con la búsqueda de apoyo financiero privado de empresas socialmente responsables.

Tabla 1

Ingresos - ventas

Productos a comercializar	**Cantidad mensual**	**Precio De venta**	**Ingresos totales**
Polos	100	28	2800
Poleras	100	40	4000
Peluches	100	18	1800
Tomatodos	50	20	1000
Cuadros	20	55	1100
Llaveros	100	8	800
Cojines	30	28	840
Talleres	8	240	1920
Activaciones públicas (100 cupos mínimo, precio s/10)	4	1000	4000
			18260

Tabla 2

Flujo financiero

Concepto	**Mes 0**	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**
Ingresos (A)	0	18,060.00	21,672.00	26,006.40	31,207.68
Ventas	0	18,060.00	21,672.00	26,006.40	31,207.68
Gastos – Egresos (B)	14650	17,230.00	17,230.00	17,230.00	17,230.00
Activo fijo	6560	450.00	450.00	450.00	1150.00
Infraestructura (red y electricidad)	450	-	-	-	-
Máquina y equipos	4150	450.00	450.00	450.00	1150.00
Muebles y enseres	1960	0	-	-	-
Gastos preoperativos	1250	0	0	0	0
Capital de trabajo	0	9940.00	9940.00	9940.00	9940.00
Costos indirectos	6840.00	6840.00	6840.00	6840.00	6840.00

Gastos administrativos	5640.00	5640.00	5640.00	5640.00	5640.00
Gastos de ventas	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00
Saldo antes de impuestos (A-B)	-14650	830.00	4442.00	8776.40	13277.68
Impuesto a la renta (3% mensual)	0	24.90	133.26	263.29	398.33
Saldo económico	-14650	805.10	4308.74	8513.108	12970.3496
Saldo acumulado (después de impuestos)	**-**	**-13844.90**	**-9536.16**	**-1023.05**	**11856.30**

6.10. Impacto

Esta propuesta busca fomentar la conciencia y amplificar la acción colectiva frente al tráfico ilegal de animales silvestres usando merchandising con causa. Queremos visibilizar el problema que existe y pasa desapercibido por la sociedad limeña, generando empatía por la fauna silvestre.

6.11. Presupuestos

La inversión inicial del proyecto abarca todas las fases. Comenzando con el activo fijo que estima la infraestructura y adquisición de equipos, así como mobiliario. En la fase preoperativo, se abarcó los gastos fundamentales para licencias y permisos. En el capital de trabajo se destinó fondos para los talleres, activaciones y murales. Y por último, en los costos indirectos, se precisa los gastos administrativos, como sueldos y servicios básicos, incluyendo las inversiones en publicidad para la promoción y ventas.

Tabla 3

Plan de inversión de costos

	Rubro	Valor unitario S/.	Unidades Requeridas	Costo total	
				Fijo S/.	Variable S/.
1	Activo fijo				
Infraestructura	Instalación electrica y red	450	1	450	-
	Alquiler de vehículo publicitario	450	1	450	-
Muebles y enseres	Paneles publicitarios para el vehiculo	700	1	700	-
	TV LED (2do uso)	1500	1	1500	-

	Computadora	1500	1	1500	-
	Mueble de computo	130	1	130	-
	Sillas	50	2	100	-
	Mostrador para la recepción (2do uso)	130	1	130	-
	Estanterías	200	8	1600	-
	Total activos fijos			**6560**	
	Gastos pre operativos				
2	Licencia de funcionamiento	500	1	500	
	Carné sanitario	150	1	150	
	Gastos de constitución de empresa	600	1	600	
	Total de gastos pre-operativos			**1250**	
	Capital de trabajo				
	Productos a comercializar	**Costo S/.**	**Unidad**		
3	Polos	15	100	1500	
	Poleras	20	100	2000	
	Peluches	8	100	800	
	Tomatodos	5	50	250	

	Cuadros	25	20		500
	Llaveros	1	100		100
	Cojines	8	30		240
	Talleres (12 alumnos)	150	8		1200
	Activaciones públicas	800	4		3200
	Murales	150	1		150
	Total capital de trabajo				**9940**
4	**Costos indirectos**				
	Sueldo de recepcionista	1200	1	1200	
	Sueldos de vigilancia	1200	1	1200	
	Sueldo de coodinador	0	1	0	
Gastos administrativos	Sueldo de gestor de redes sociales	0	1	0	
	Sueldo director creative y diseño	0	1	0	
	Sueldo de gestor de	0	1	0	

	aliados y voluntarios				
	Luz y agua	170	1	170	
	Teléfono	90	1	90	
	Alquiler de local	2500	1	2500	
	Sueldo de expositor	480	1	480	
Gastos de ventas	Publicidad (Material gráfico, volantes, flyers, tripticos, afiches)	1	1000	1000	
	Publicidad en redes sociales	200	1	200	
	Total de costos indirectos			**6840**	
Total				**14650**	**9940**

7. Resultados

Como parte de la validación del proyecto, se trabajó con 20 participantes: 10 jóvenes universitarios y 10 ciudadanos del Cercado de Lima. A ellos se les aplicó una herramienta cualitativa basada en preguntas abiertas, luego de visualizar un video sobre el tráfico ilegal de animales silvestres. Esta dinámica permitió recoger impresiones

sobre sus emociones, opiniones y disposición frente a la propuesta de la tienda “Frente Salvaje”. Además, se les entregó un formulario de confirmación de asistencia a los talleres educativos, el cual fue completado de forma afirmativa por el 100 % de los encuestados, evidenciando un interés real por formar parte de la iniciativa.

En el caso de los universitarios, el 100 % de los participantes manifestó emociones negativas, como impotencia, tristeza o frustración tras ver el video, reflejando un alto nivel de sensibilización. Respecto al tráfico ilegal, el 100 % expresó rechazo, calificándolo como una práctica cruel y deshumanizante. Frente a la propuesta de una tienda con productos de concientización, el 90 % consideró que es una idea positiva y creativa, capaz de generar impacto educativo en la sociedad. Asimismo, el 90 % señaló que sí adquiriría productos si estos ayudan a financiar acciones artísticas y educativas contra este tipo de comercio, y el 100 % indicó que le gustaría asistir a talleres gratuitos o de bajo costo sobre temas ambientales, siempre que su disponibilidad se lo permita.

En cuanto a los ciudadanos del Cercado de Lima, el 90 % expresó emociones como indignación e impotencia al observar el video. El 100 % indicó tener algún grado de conocimiento sobre este comercio ilegal y todos mostraron interés en conocer más sobre lo que ocurre detrás de este problema. Además, el 100 % valoró de forma positiva la existencia de una tienda con fines educativos y de sensibilización. Sobre su disposición a participar en actividades como talleres, murales o activaciones, el 90 % respondió de forma afirmativa. Por otro lado, el 80 % afirmó que sí compraría productos si estos ayudan a financiar campañas educativas, y el 90 % manifestó interés en asistir a talleres ambientales, destacando la importancia de que estos sean accesibles o virtuales, dependiendo de su disponibilidad de tiempo. Además, el 100 % estaría dispuesto a

participar en talleres, murales o actividades artísticas, y consideraron importante que los productos cuenten historias reales de animales.

Estos resultados muestran que ambas poblaciones presentan una alta sensibilidad frente al problema del tráfico ilegal de fauna silvestre, así como una clara disposición a participar activamente en propuestas que promuevan el cambio. En síntesis, se evidencia que el modelo de "Frente Salvaje" despierta interés, genera conciencia y motiva la acción, validando así el enfoque educativo y cultural propuesto.

8. Conclusiones

Con respecto al objetivo general, "Implementar estrategias que brinden herramientas a jóvenes universitarios activistas, con el fin de fortalecer su capacidad de sensibilizar a su entorno sobre el tráfico ilegal de fauna silvestre". Se define que las estrategias implementadas fortalecieron sus capacidades comunicativas y creativas, motivándolos a generar iniciativas propias y a compartir información para sensibilizar efectivamente a su entorno.

Con respecto al primer objetivo específico, "Potenciar recursos educativos que sean creativos y puedan influir en la comunidad".Se concluye que los recursos educativos creativos son clave para influir en la comunidad, ya que más del 90% de los jóvenes valoraron experiencias que combinan datos impactantes con enfoques artísticos y visuales atractivos, generando mensajes claros, emocionales y disruptivos.

Con respecto al segundo objetivo específico, "Analizar qué tipos de contenido informativo logran motivar a los ciudadanos a involucrarse en la lucha contra el tráfico de fauna silvestre" Se determina que los contenidos que muestran las consecuencias reales del tráfico ilegal en la vida de los animales y su relación con la sociedad generan mayor impacto emocional y motivación para la acción ciudadana.

Finalmente, esta investigación demuestra que con creatividad, educación y estrategias adecuadas es posible inspirar a más personas a actuar frente al tráfico ilegal de fauna silvestre y construir un futuro donde esta sea valorada y respetada.

9. Bibliografía

't Sas-Rolfes, M., Challender, D. W., Hinsley, A., Veríssimo, D. y Milner-Gulland, E. J. (2019). Comercio ilegal de fauna silvestre: escala, procesos y gobernanza. Revista Anual de Medio Ambiente y Recursos, 44(1), 201–228. https://doi.org/10.1146/annurev-environ-101718-033253

Burga Pasapera, J. F. D. J. (2020). Percepción de la población sobre la ilegalidad del tráfico, tenencia y uso de subproductos de los animales silvestres en Chiclayo, 2019 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio UNPRG. https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/8403

Challender, D., Hinsley, A., Veríssimo, D. y t'Sas-Rolfes, M. (2020, abril 8). Coronavirus: why a blanket ban on wildlife trade would not be the right response. The Conversation. https://theconversation.com/coronavirus-why-a-blanket-ban-on-wildlife-trade-would-not-be-the-right-response-134601

CITES. (2013, 15 de abril). La CoP16 de la CITES, Bangkok 2013: Un hito en la lucha contra los delitos contra la vida silvestre. CITES. https://cites.org/esp/news/sg/2013/20130415_cop16_watershed.php

Domínguez, A. D., Casanova, C. R. y Gómez, R. (2024). Un enfoque de praxis cívica crítica para empoderar a líderes juveniles urbanos en una organización comunitaria. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/363283346_A_Critical_Civic_Praxis_Approach_to_Empowering_Urban_Youth_Leaders_in_a_Community-Based_Organization

Domínguez, J. L. C., Martínez, M. T. V. y Jiménez, M. C. H. (2021). Posesión de animales exóticos y enfermedades zoonóticas: una aproximación desde el contexto mexicano. Sociedad y Ambiente, (24), 1–31. https://doi.org/10.31840/sya.vi24.2311

Domínguez, J. L. C., Orozco, C. M. V. y Sotelo, K. V. (2023). Redes de tráfico ilegal de vida silvestre en el noreste mexicano: un análisis desde la criminología verde. Revista Española de Investigación Criminológica: REIC, 21(2), 1. https://doi.org/10.46381/reic.v21i2.241

Fang, G. y Song, Q. (2021). Legislation advancement of One Health in China in the context of the COVID-19 pandemic: From the perspective of the wild animal conservation law. One Health, 12, 100195. https://doi.org/10.1016/j.onehlt.2020.100195

Freitas Córdova, J. D. (2019). El comercio internacional de fauna silvestre en Loreto-Perú [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana].

Ginwright, S. y Cammarota, J. (2007). Activismo juvenil en la comunidad urbana: aprendiendo una praxis cívica crítica dentro de organizaciones comunitarias. International Journal of Qualitative Studies in Education, 20(6), 693–710. https://www.researchgate.net/publication/248987054_Youth_Activism_in_the_Urban_Community_Learning_critical_civic_praxis_within_community_organizations

Gómez, G., de la Noval, L. y Rubio, L. (2022). Comunicación, desarrollo y cambio social: nombrando el campo. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/366369197_Comunicacion_desarrollo_y_cambio_social_nombrando_el_campo

Gore, M. L. y Agu, H. U. (2022). El papel de las mujeres en el tráfico de vida silvestre es mayoritariamente desconocido, pero no incognoscible. En Mujeres y tráfico de vida silvestre (pp. 1–10). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003121831

Gumucio Dagron, A. (2011). Haciendo olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social. Palabra Clave, 14(1), 11–29. https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). Estimaciones y proyecciones de población total por departamento, provincia y distrito 2023. INEI. https://www.inei.gob.pe/estadisticas/

Li, Z. y Wang, H. (2021). Consumer behavior and wild animal consumption in China. The Chinese Economy, 54(6), 389–401. https://doi.org/10.1080/10971475.2021.1890357

Liles, M. J., Peterson, M. N., Stevenson, K. T. y Peterson, M. J. (2021). Youth wildlife preferences and species-based conservation priorities in a low-income biodiversity hotspot region. Environmental Conservation, 48(2), 110–117. https://doi.org/10.1017/S0376892921000035

Ministerio de Educación del Perú. (2023). Estadísticas de matrícula escolar 2023. ESCALE – Unidad de Estadística Educativa. http://escale.minedu.gob.pe/

Pesch, A., Ochoa, K. D., Fletcher, K. K., Bermúdez, V. N., Todaro, R. D., Salazar, J., Gibbs, H. M., Ahn, J., Bustamante, A. S. y Hirsh-Pasek, K. (2022). Reinventando la plaza pública y los espacios educativos tempranos mediante un co-diseño comunitario culturalmente informado: Playful Learning Landscapes. Frontiers in Psychology, 13, 933320. https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.933320/full

Rincón, P. (2024). Espacio público y pedagogías críticas: una oportunidad para la transformación social. De Re Architettura, 11(19), 30–41. https://revistas.unc.edu.ar/index.php/drarchitettura/article/view/46047

Rodríguez, A. M. (2022). Diseño de un sitio web para el reconocimiento de psitácidos de Colombia sensibles al tráfico ilegal como propuesta para el desarrollo de actitudes de conservación a partir del análisis ecológico [Tesis de maestría, Universidad Cooperativa de Colombia]. http://hdl.handle.net/20.500.12209/18323

Romero Noboa, W. P., Layedra Chávez, D. S., Naranjo Enríquez, L. de las M. y Romero Tacle, V. C. (2024). Análisis sobre los desafíos de los delitos contra la biodiversidad en Ecuador. Revista Social Fronteriza, 4(3), e43309. https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(3)309

Sauvé, L. (2020). Perspectivas curriculares y pedagógicas de la educación ambiental. Revista de Estudios y Experiencias en Educación, 19(38), 53–68. https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/6/1.Sauve.pdf

Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre. (2023). Anuario forestal y de fauna silvestre 2022 [PDF]. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. https://repositorio.serfor.gob.pe/bitstream/SERFOR/948/1/SERFOR%202023%20Anuario%20FFS%202022.pdf

Shah, M. A. y Khan, Z. (2023). El papel del activismo juvenil en la facilitación del cambio social: un catalizador de transformación en la era contemporánea. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/371894141_El_papel_del_activismo_juvenil_en_la_facilitacion_del_cambio_social_un_catalizador_de_transformacion_en_la_era_contemporanea

TRAFFIC. (2021, marzo). Análisis de la situación del comercio ilegal de fauna y flora silvestres y los esfuerzos para reducir la demanda de los consumidores en Tailandia. TRAFFIC. https://www.traffic.org/publications/reports/illegal-wildlife-trade-and-consumer-demandreduction-efforts-in-thailand-a-situation-analysis/

Ulloa Silva, N. G. (2022). Criminalidad organizada en el tráfico ilegal de flora y fauna silvestre y la política ambiental peruana [Tesis de maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. http://hdl.handle.net/20.500.14067/6566

10. Anexos

10.1. Guía de las preguntas entrevistadas a los universitarios

1) ¿Qué sentimientos o emociones te trae al ver este video?

2) ¿Qué opinas sobre el tráfico ilegal de animales exóticos en Lima?

3) ¿Qué te transmite la idea de una tienda que vende productos con mensajes de concientización y educación sobre el contrabando ilegal de animales exóticos?

4) ¿Comprarías productos si sabes que ayudan a financiar acciones educativas y artísticas contra el tráfico de animales exóticos?

5) ¿Te gustaría asistir a talleres gratuitos o de bajo costo sobre temas ambientales?

10.2. Guía de las preguntas entrevistadas a la población de Cercado de Lima

1) ¿Qué sentimientos o emociones te trae al ver este video?

2) ¿Sabías que muchos de estos animales son capturados de forma ilegal? ¿Qué opinas sobre eso?

3) ¿Te gustaría que alguien te explique más sobre lo que pasa detrás de este comercio?

4) ¿Qué te transmite la idea de una tienda que vende productos con mensajes de concientización y educación sobre el contrabando ilegal de animales exóticos?

5) ¿Considerarías visitar una tienda así solo para comprar, o también para participar en actividades educativas o artísticas? ¿Por qué?

6) ¿Te parece importante que los productos que se venden en la tienda cuenten historias de animales reales?

7) ¿Comprarías productos si sabes que ayudan a financiar acciones educativas y artísticas contra el tráfico de animales exóticos?

8) ¿Participarías en murales colaborativos, talleres o activaciones musicales que promuevan la protección de animales silvestres? ¿Por qué sí o por qué no?

9) ¿Te gustaría asistir a talleres gratuitos o de bajo costo sobre temas ambientales?