ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

"TOULOUSE LAUTREC"

DISEÑO DE CAMPAÑA VISUAL CON TALLERES EDUCATIVOS Y PARTICIPATIVOS PARA TRANSFORMAR LA PLAYA MALECÓN PARDO EN UN LUGAR LIMPIO Y CON EDUCACIÓN AMBIENTAL

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

Autor:

SAMIR MIRREY ESCALANTE CHANG

(https://orcid.org/0009-0002-5356-5534)

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

Autor:

MELANIE LESLEYANN MOLINA APEÑA

(https://orcid.org/0009-0009-7782-5581)

Asesor

GIOVANNA GUZMAN DE LAMA

(https://orcid.org/0000-0002-5641-8938)

Lima - Perú

2025

Trabajo de investigación_Escalante Chang Samir Mirrey 2019144634 – Molina Apeña Melanie Lesley Ann 2015206677.do...

ENTREGABLES DEL 2021 AL 2024

ENTREGABLES DEL 2021 AL 2024

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:495730392

Fecha de entrega
10 sep 2025, 9:42 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
10 sep 2025, 9:46 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Trabajo de investigación_Escalante Chang Samir Mirrey 2019144634 – Molina Apeña Melanie Le....docx

Tamaño del archivo
4.8 MB

50 páginas

7004 palabras

44.351 caracteres

15% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

12% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
10% 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 de trabajo de investigación

El desarrollo de este trabajo de investigación aborda la problemática de la contaminación marina por residuos plásticos en el Malecón Pardo, La Punta- Callao, la cual impacta negativamente la fauna marina y la experiencia de los visitantes. El objetivo principal es implementar una campaña visual interactiva que incluye talleres participativos y educativos, con el fin de transformar la playa en un modelo de limpieza y educación ambiental. Esta iniciativa no solamente tiene como meta sensibilizar a la comunidad local, sino también promover la reducción del uso de plástico y el manejo adecuado de residuos. Para llevar a cabo esta investigación, se aplicó la metodología Toulouse Thinking que favorece una indagación más sólida a partir de observaciones, la herramienta DPESTA para recolección de datos demográficos, políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y ambientales para contextualizar la problemática. Los hallazgos encontrados evidencian que la falta de educación y conciencia ambiental es un factor central del problema de la contaminación por plástico. En este contexto, la propuesta de realizar una campaña visual interactiva con talleres participativos y educativos llamada “Guardianes del Mar” surge como una solución viable a influir en el comportamiento de la comunidad y mejorar la calidad del espacio público. Esta propuesta aspira a transformar la mentalidad de visitantes y residentes, orientándose hacia hábitos más responsables con el medio ambiente. Esta iniciativa se alinea con el objetivo de desarrollo sostenible (ODS) 14 Vida submarina, y con la meta 14.1 que busca prevenir y reducir significativamente la contaminación marina.

Palabras clave: educación ambiental, contaminación por plásticos, talleres participativos, Toulouse Thinking, Malecón Pardo.

Tabla de contenido

Resumen 2

Lista de Tablas 3

1. Contextualización del Problema 8

2. Justificación 10

2.1. Justificación social 10

2.2. Justificación práctica 11

2.3. Justificación metodológica 12

3. Reto de innovación 13

4. Sustento Teórico 14

4.1. Estudios previos 14

4.2. Marco teórico 16

5. Beneficiarios 20

6. Modelo de Negocio 22

6.1. Reto 22

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 23

6.8. Aliados clave 23

6.9. Fuentes de ingresos 24

6.10. Impacto **24**

6.11. Presupuestos **25**

7. Resultados **27**

8. Conclusiones **28**

9. Bibliografía **29**

10. Anexos **33**

Lista de Tablas

Tabla 1. *Inversión Inicial*.....23

Tabla 2. *Gastos mensuales*.....24

Tabla 3. *Proyección ingresos mensuales*.....24

Tabla 4. *Viabilidad del proyecto I*.....25

Tabla 5. *Viabilidad del proyecto II*.....25

Lista de Figuras

Figura 1. *Gráfico de resultados pregunta 1* 33

Figura 2. *Gráfico de resultados pregunta 2* 34

Figura 3. *Gráfico de resultados pregunta 3*.....34

Figura 4. *Gráfico de resultados pregunta 4*.....35

Figura 5. *Gráfico de resultados pregunta 5*.....35

Figura 6. *Gráfico de resultados pregunta 6*.....36

Figura 7. *Gráfico de resultados pregunta 7*.....36

Figura 8. *Gráfico de resultados pregunta 8*.....37

Figura 9. *Gráfico de resultados pregunta 9*.....37

Figura 10. *Gráfico de resultados pregunta 10*.....38

Figura 11. *Gráfico de resultados pregunta 11*.....38

Figura 12. *Gráfico de resultados pregunta 12*.....39

Figura 13. G*ráfico de resultados pregunta 13*.....39

Figura 14. *Gráfico de resultados pregunta 14*.....40

Figura 15. *Gráfico de resultados pregunta 15*.....40

Figura 16. *Gráfico de resultados pregunta 16*.....41

Figura 17. *Gráfico de resultados pregunta 17*.....41

Figura 18. *Gráfico de resultados pregunta 1*.....42

Figura 19. *Gráfico de resultados pregunta 2*.....42

Figura 20. *Gráfico de resultados pregunta 3*.....43

Figura 21. *Gráfico de resultados pregunta 4*.....43

Figura 22. *Gráfico de resultados pregunta 5*.....44

Figura 23. *Gráfico de resultados pregunta 6*.....44

Figura 24. *Logo final de marca*.....45

Figura 25. *Diseño de stand para talleres vista 3D*.....49

1. Contextualización del Problema

La contaminación marina por residuos sólidos, particularmente plásticos, se ha convertido en un problema ambiental de gran magnitud, que afecta al ecosistema marino a nivel mundial y, en consecuencia, pone en riesgo la salud humana, la biodiversidad y las actividades económicas vinculadas a los recursos del mar.

Según Chávez y Vílchez (2024) encontraron que existía una correlación negativa significativa entre las estrategias de concientización ciudadana y los niveles de contaminación plástica en las playas de Lima Metropolitana.la Organización Mundial de la Salud advierte que la contaminación por residuos plásticos en las playas representa una amenaza significativa para la salud pública y el medio ambiente, afectando el ecosistema marino y la salud humana. Además, los autores indican, con base en estudios citados, que en Perú se estima que entre 19 y 23 millones de toneladas de residuos plásticos son vertidos anualmente en océanos, ríos y lagos, de los cuales solo se recicla el 10% de manera eficiente. Por otra parte, las consecuencias sanitarias para los bañistas pueden resultar en enfermedades dermatológicas, problemas oculares y gastrointestinales.

Cabarcas Vitola y Acuña Rodríguez (2023) analizaron el impacto ecológico asociado a la contaminación de las playas de Spratt Bight, Paradise Beach y Tom Hooker, de la isla de de San Andrés en Colombia. Al ser destinos turísticos costeros de alta afluencia, por lo tanto, se ven expuestos a la contaminación por residuos sólidos, siendo el plástico el elemento más contaminante. Se concluyó que la escasa educación ambiental por parte de los residentes y turistas de las playas es un factor importante que agrava esta problemática, empeorado por la falta de políticas públicas efectivas de las autoridades. En el futuro, esta situación no solo generará una degradación del ecosistema costero, sino que también provocará una disminución de la demanda turística, en consecuencia afectará en la economía de los residentes debido a que se sustentan principalmente en el turismo. Sin embargo, se indica que

el cambio más viable podría empezar por la comunidad fomentando la educación ambiental en turistas y habitantes locales.

El Malecón Pardo es un destino turístico por excelencia de La Punta, Callao, siendo su playa homónima uno de los puntos más concurridos por los turistas nacionales y extranjeros. No obstante, al igual que muchas playas de Lima enfrenta problemas de contaminación marina por residuos sólidos. Según un informe publicado por el Ministerio de Salud (Minsa) en el año 2025 la clasificó como no apta para el público, el reporte fue elaborado por el portal Verano Saludable de la Dirección General de Salud Ambiental (Digesa), considerando factores como la cantidad acumulada de residuos sólidos o la presencia de microorganismos dañinos para la salud pública (Llanos Fajardo, 2025).

La Defensoría del Pueblo en el Callao (2023) señaló la ausencia de banderines informativos sobre el estado sanitario de la playa Malecón Pardo. Además, advirtió la falta de tachos reciclables suficientes en los alrededores, situación que se evidencia por la presencia de residuos sólidos esparcidos en el lugar. Por consiguiente, solicitó a las municipalidades del Callao y la Punta tomar acciones efectivas que aseguren la seguridad y salud de los bañistas.

Ante esta situación, se propone la implementación de una campaña educativa que no solo informe y concientice sobre la problemática ambiental, sino que también promueva e incentive prácticas responsables en beneficio del ecosistema marino. El objetivo es contribuir al fortalecimiento de la educación ambiental en la comunidad y en los visitantes.

En conclusión, la contaminación marina por residuos sólidos plásticos no solo es consecuencia de la falta de políticas públicas efectivas, sino que también se ve agravada por la ausencia de una educación ambiental adecuada, como lo advierten Cabarcas Vitola y Acuña Rodríguez (2023). Esta situación contribuye a la permanencia y agravamiento del problema, generando efectos negativos como el deterioro del ecosistema marino, el riesgo para la salud humana y la disminución de la actividad turística.

2. Justificación

La presente investigación se enfoca en abordar la alarmante problemática de la contaminación marina por residuos plásticos en la playa Malecón Pardo. Este es un problema que afecta directamente a la fauna marina y a la salud de los visitantes y la comunidad local, tal como advierte la Organización Mundial de la Salud (OMS) y se evidencia en la visible acumulación de basura y los riesgos sanitarios asociados.

Para ello, se busca desarrollar una campaña educativa denominada "Guardianes del Mar". A través de esta iniciativa, se implementarán múltiples talleres enfocados en la educación y el conocimiento que la comunidad debe tener sobre los plásticos. Esta iniciativa surge debido a un desconocimiento generalizado sobre la importancia del impacto de la contaminación por plásticos y las graves consecuencias de desechar estos materiales en el mar o en otros entornos. Nuestro objetivo principal es instruir a las personas mediante talleres educativos que brinden orientación clara sobre cómo desechar correctamente botellas, bolsas y otros artículos plásticos, así como fomentar su reutilización.

2.1. Justificación social

La contaminación marina por residuos plásticos en la playa del Malecón Pardo, en la Punta, Callao, no solo expone una amenaza para el ecosistema costero, sino que también empeora significativamente la experiencia de las personas que visitan este espacio público. Esta situación está directamente vinculada a la falta de educación ambiental tanto en los visitantes como en los residentes, lo que genera comportamientos poco sostenibles y una mínima conciencia de sobre como los residuos afectan el entorno marino. Frente a esta realidad, es fundamental implementar iniciativas que no solo den información, si no que motiven activamente a la comunidad con el cuidado de su ambiente.

Una campaña visual educativa y participativa, complementada con talleres interactivos, puede causar un cambio de actitud y comportamiento en la comunidad

promoviendo la corresponsabilidad en la preservación del litoral. Esta propuesta busca empoderar a los ciudadanos como agentes de cambio, impulsando el desarrollo de una cultura ambiental que impacte enormemente en la calidad de vida de la población, la salud del ecosistema marino y el atractivo del Malecón Pardo como un lugar recreativo y turístico.

2.2. Justificación práctica

La propuesta se evidencia en el plano práctico por su aplicación inmediata en un entorno real y tangible: La playa del Malecón Pardo, en La Punta - Callao. Este lugar, frecuentado por residentes,turistas y visitantes, se encuentra afectado por altos niveles de contaminación marina por la acumulación de residuos plásticos.

Frente a esta posición, el desarrollo de una campaña visual educativa acompañada de talleres participativos representa una solución viable y concisa. La propuesta busca influenciar de manera directa en la mejora del espacio público por medio de intervenciones visuales y educativas, que permitan transformar el comportamiento de las personas en su relación con el ambiente. De igual forma, los talleres ofrecen una vía para fortalecer a la comunidad, permitiéndoles participar activamente en procesos de aprendizaje, limpieza y mejora del entorno. El carácter práctico también se ve reflejado en el uso de materiales reciclables, estrategias de comunicación visual y actividades replicables, lo cual facilita su ejecución, sostenibilidad y escalabilidad en otros espacios costeros con problemáticas similares.

2.3. Justificación metodológica

La solución propuesta se origina de una investigación exhaustiva previa, iniciada con el diario de observación donde se visitó periódicamente el contexto físico, la Playa Malecón Pardo, en La Punta, Callao. Se identificó los puntos críticos que son indispensables a resolver, además, se reconoció y clasificó a los agentes o usuarios que frecuentan la playa.

Por otro lado, para complementar la información obtenida de manera presencial se utilizó la herramienta DPESTA, la cual permite investigar y recopilar datos relacionados a los factores demográficos, políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y ambientales. Esta herramienta facilita la evaluación de datos e identificar las oportunidades y amenazas que tiene incidencia en la contaminación de la Playa Malecon Pardo.

También se realizaron entrevistas a los usuarios de la playa, previamente identificados en el diario de campo, como los visitantes, residentes y pescadores, con el objetivo de obtener información valiosa que no se puede acceder con investigación de escritorio. Además, se organizó un mapa de actores para identificar claramente los diferentes tipos de usuarios de la playa y la relación entre ellos. Se definieron los actores centrales y el grado de influencia que ejercen distintos organismos o personas en el entorno. El resultado de las herramientas previamente mencionadas fue esencial para la creación de los arquetipos de usuarios, donde se sintetiza coherentemente información de los usuarios ficticios implicados en la problemática, así como sus dolores y beneficios relacionados a la misma.

Por último, mediante el lienzo de propuesta de valor se identifican los principales dolores y ganancias potenciales del usuario, permitiendo definir con claridad el aspecto diferencial de la propuesta. El análisis en general de las herramientas desarrolladas conduce a concluir que unos de los problemas más relevantes es la falta de educación ambiental. Por consiguiente se plantea una campaña visual educativa y participativa, cuyo valor agregado es la comunicación bidireccional, a diferencia de las campañas tradicionales de comunicación unidireccional, esta propuesta busca la participación activa del usuario.

3. Reto de innovación

3.1 Problema

La falta de educación ambiental afecta la experiencia de los visitantes debido a la contaminación marina por residuos plásticos en la playa de Malecón Pardo, de La Punta, Callao.

3.1.1 Problemas generales

¿De qué manera una campaña visual combinada con talleres educativos puede transformar la Playa Malecón Pardo en un espacio limpio y con conciencia ambiental?

3.1.2 Problemas específicos

¿Cuál es el nivel actual de contaminación por plásticos y residuos sólidos en la Playa Malecón Pardo?

¿Qué elementos visuales (afiches, murales, intervenciones artísticas) y talleres (moda sostenible, reciclaje creativo) serán más efectivos para generar conciencia?

¿Cómo asegurar la participación activa de la comunidad y visitantes en las jornadas de limpieza y talleres educativos?

¿Cuál será el impacto ambiental (reducción de residuos) y social (cambio de hábitos) al transformar los desechos recolectados en productos funcionales?

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivos generales

Implementar una campaña visual interactiva con talleres educativos para convertir la Playa Malecón Pardo en un modelo de limpieza y educación ambiental.

3.2.2 Objetivos específicos

Diagnosticar el estado de contaminación de la playa, identificando los tipos de residuos predominantes.

Diseñar materiales visuales impactantes y talleres prácticos que vinculen la recolección de residuos con su reutilización creativa.

Desarrollar estrategias participativas que incentiven la colaboración continua (ej. certificaciones, exhibiciones comunitarias con los productos reciclados).

Evaluar la reducción de basura en la playa y el grado de adopción de prácticas sostenibles mediante mediciones antes/después.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Agcal, Yin, Miller y Ray (2025), en su investigación titulada *Bricolaje: Alineándose con la Acción Climática a través del Diseño Participativo Lúdico en Escenarios Especulativos.* Presentaron un método llamado Bricolaje, que se basa en la acción climática a través del diseño lúdico participativo esto consiste en ejercicios de juegos de roles colaborativos como medio de educación ambiental. El objetivo de la investigación consistió en incentivar la responsabilidad hacia comportamientos proambientales mediante talleres donde los asistentes adoptan roles ficticios como ingenieros, arquitectos, recolectores y exploradores, generando experiencias conjuntas a través de la elaboración de diseños colaborativos.

La investigación muestra que los talleres creativos y participativos son efectivos para reforzar el conocimiento, fomentar el pensamiento crítico y alentar acciones responsables.

Navarrete y Valencia (2025) afirman que su investigación *Estrategías Innovadoras para la Educación Ambiental en Instituciones Educativas* como las creaciones de campañas ecológicas pueden fortalecer significativamente la formación ambiental para los estudiantes. Ya que, en el estudio que realizaron en la Unidad Educativa Ana Páez en Ecuador se implementó una campaña con el objetivo de motivar la participación de la comunidad educativa mediante el uso de tecnologías tácticas participativas y actividades artísticas.

Jamaludin et al. (2023), en el artículo *Repensando el reciclaje comprender la percepción de la audiencia para diseñar campañas efectivas*, analizaron la forma en que los elementos visuales, informativos y creativos afectan la manera en que el público recibe las campañas de reciclaje. El objetivo del estudio fue determinar las variables necesarias que definen la efectividad del mensaje y su recepción entre el público al que va dirigido. Los resultados revelaron que una visión de múltiples plataformas, que incluye redes sociales, aplicaciones para dispositivos móviles y juegos interactivos, es más eficaz para divulgar el mensaje medioambiental. Además, se destacó que para establecer una conexión emocional duradera es crucial que el discurso sea claro y coherente con los valores y creencias de la audiencia.

El estudio sostiene que comprender al público objetivo y utilizar los canales de comunicación adecuados es imprescindible para que una campaña sea exitosa. Este antecedente es importante para el reto de la innovación, ya que enfatiza la importancia de seleccionar una comunicación con medios y un tono adecuados para garantizar una mejor acogida y fomentar la participación activa.

Alif, Hanief y Astuty (2024), en el artículo *Campaña ambiental en la cuenta de Instagram zero waste para educar a la comunidad*, realizaron un análisis cualitativo e interpretativo sobre las publicaciones en esa red social. El objetivo fue evaluar la capacidad de la campaña para influir sobre las acciones medioambientales de quienes la siguen.

Los contenidos que se publicaron fueron beneficiosos para concientizar al público persuasivo educativo y creativo. Las publicaciones que realizaron mencionan que fueron capaces de promover el interés y conductas entre los seguidores, lo cual demostró el efecto que pueden ejercer las redes sociales en la formación de actitudes positivas hacia el medio ambiente.

En resumen los autores sostienen que las comunicaciones medioambientales consistentes en plataformas digitales pueden estimular acciones activas contra la contaminación. Por ello, esto deja en claro el beneficio que se obtiene, ya que se busca identificar qué tipo de publicaciones podemos colocar en las redes sociales que son más eficaces para influir en la conducta de los usuarios.

Buñon Sangay, Romero Castro y Orbegoso Ayala (2022), en su artículo *El taller educativo como estrategia para promover la conciencia ambiental en estudiantes de secundaria*. Menciona que la función que tienen los talleres como herramienta pedagógica puede promover la conciencia medioambiental. Ya que, el propósito del trabajo fue examinar los fundamentos teóricos que apoyan la utilización de talleres durante la formación académica de los alumnos en relación con los problemas ambientales.

Los hallazgos mostraron que las actividades prácticas realizadas en los talleres tienen una conexión con el fortalecimiento de conciencia medioambiental, ya que fomenta un cambio positivo de actitudes en los participantes. Esto evidencia que las actividades interactivas son efectivas para producir una transformación en el comportamiento de los participantes.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Educación Ambiental

La educación ambiental se entiende como un proceso que busca la formación de usuarios responsables y comprometidos sobre la protección natural. Sin embargo, el propósito central es generar conocimientos, actitudes y habilidades que permitan a los usuarios a participar de manera activa en la solución de los problemas actuales. En relación a eso, el Papa Francisco (2015), propone que desde el hogar se debe incentivar a los niños y niñas a respetar la naturaleza, ya que la responsabilidad de cuidar la creación está en las manos de todos, para que de esa manera se pueda vivir en armonía.

La UNESCO en el año (2020), señaló que *"Desarrollar actitudes y valores fundamentales para la sostenibilidad, cultivar la empatía y la compasión por otras personas y el planeta, y motivar a liderar el cambio necesario."* (p.17). En el contexto peruano, el Ministerio del Ambiente (MINAM, 2020) plantea que la educación ambiental debe incorporarse a políticas públicas, instituciones educativas y entornos comunitarios, con el objetivo de promover una conciencia comunitaria orientada a la sostenibilidad.

En el Malecón Pardo, la falta de estrategias educativas claras contribuye a la acumulación de residuos plásticos y a la degradación del ecosistema costero (Defensoría del Pueblo, 2023). Por lo tanto, aplicar intervenciones educativas que se complementan con herramientas visuales y prácticas se vuelve primordial para mejorar hábitos de disposición y consumo.

4.2.2 Talleres Educativos y participativos

Los talleres educativos forman espacios de aprendizaje dinámico en los que se toma como prioridad la interacción y la construcción comunitaria del conocimiento.

Según Rossi (2020), la modalidad taller es esencial para que los involucrados puedan tener un rol activo, haciéndose partícipes, intercambiando experiencias e ideas relacionadas en el contexto de contenidos ambientales. Desde esta perspectiva, los talleres participativos permiten que los usuarios no solo reciban información, sino que también se involucren en la solución de problemáticas socioambientales (García, 2018).

En estudios recientes, ha quedado demostrado que los talleres prácticos enfocados en la gestión de residuos y la reutilización creativa desarrollan cambios de comportamiento más sostenibles, en comparación únicamente con campañas informativas (Buñon Sangay, Romero Castro & Orbegoso Ayala, 2022). Empleado al proyecto *Guardianes del Mar*, los talleres planteados buscan acoplar la práctica como jornadas de limpieza, con la creación artística

utilizando piezas recicladas, lo que contribuye tanto en el aprendizaje como la implicación emocional del entorno.

4.2.3 Campañas Visuales y Comunicación Ambiental

La comunicación ambiental y las campañas visuales son medios eficaces para transmitir información compleja de manera comprensible.

Capriotti (2013) plantea que la efectividad de las campañas depende de su capacidad para compartir mensajes claros y visualmente atractivos que producen impacto en la opinión pública. Por ejemplo en el contexto peruano, la campaña “Menos plástico, más vida” promovida por MINAM (2017), emplea mensajes directos, gráficos para influir a la población en reducir el consumo de plásticos y así promover hábitos sostenibles.

Diferentes estudios resaltan que la combinación de elementos visuales con mensajes emocionales aumenta la memoria y el interés al cambio conductual (Jamaludin, Amelie, & Hasli, 2023). En el proyecto propuesto, Guardianes del Mar, la señalética y los afiches educativos en puntos estratégicos del Malecón Pardo cumplen esta acción, complementado con actividades interactivas que fortalecen no solo la experiencia, sino también el aprendizaje obtenido.

4.2.4 Redes sociales y educación ambiental

En la actualidad las redes sociales representan un canal poderoso para la educación ambiental, ya que se han consolidado como herramientas estratégicas para la difusión masiva y la participación ciudadana con temas ambientales. Debido a ello, la capacidad de viralizar mensajes y movilizar comunidades la convierten en aliados esenciales de campañas educativas.

Castell (2009) define a las redes sociales como un espacio en el que la interacción digital actúa como catalizador de poder y cambio social. Plataformas como Instagram, han

potenciado la formación de comunidades que incentiven prácticas sostenibles, a causa de crear contenido visual llamativo y viralizable.

En Perú, el Ministerio de Ambiente (MINAM) ha utilizado las redes sociales para implementar la semana de educación ambiental, un evento virtual que cada día se plantea un reto ambiental promovido a través de sus canales oficiales. Experiencias exitosas, como las de la organización *Conservamos por Naturaleza* en Perú, demuestran que las redes sociales no solo tienen el poder de informar, sino que generan tal impacto que movilizan voluntarios, fomentando así la participación ciudadana.

En el proyecto, Guardianes del Mar, la estrategia digital es por medio de instagram y tiene como objetivo principal aumentar las vistas de la campaña por medio de likes, comentarios y repost, generando que los usuarios interactúen, compartan e incentiven la participación de los talleres.

4.2.5 Conciente y Cambio de Comportamiento

El cambio de comportamiento ambiental se fundamenta en un modelo psicológico que explica cómo las actitudes, presión social y la percepción de control pueden influir en la intención de actuar. Según la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) por Ajzen (1991), menciona que la autopercepción de capacidad para actuar junto con las actitudes favorables y normas sociales percibidas incrementa la probabilidad de que las personas realicen acciones concretas. En el entorno ambiental esto significa que no es suficiente informar a las personas, sino que es necesario influir en sus creencias e ideologías.

Estudios recientes mencionan que las actividades que combinan educación, participación e incentivos simbólicos resultan más efectivas para asegurar cambios conductuales (Yekimov et al, 2021).

Aplicando al proyecto, la integración de talleres participativos, señalética y estrategias para interacciones dinámicas busca fortalecer la percepción y motivación, acogiendo comportamientos responsables en la gestión de residuos.

5. Beneficiarios

Para esta investigación se realizaron entrevistas y encuestas para poder identificar a los beneficiarios de este proyecto, y como actores centrales a los visitantes del Malecón Pardo, quienes hacen uso regular del espacio para caminar, bañarse, descansar, comer o realizar actividades recreativas. Se encuentra relacionada con personas que, si bien no siempre participan en iniciativas ecológicas, reconocen la importancia del entorno natural y manifiestan preocupación por la contaminación visible en la orilla y el mar. Su experiencia en el Malecón Pardo, se ve afectada desfavorablemente por la presencia de residuos, lo que genera inquietud, malestar, inseguridad y frustración.

Esta propuesta responde a esas percepciones mediante estrategias visuales de sensibilización y talleres participativos, permitiendo que los visitantes comprendan su rol como agentes de cambio en la solución del problema ambiental. De esta manera no solo se impulsa una experiencia más positiva en el lugar, sino también el desarrollo de una población más responsable.

Beneficiarios directos.

De acuerdo con el mapa de actores, se obtuvieron beneficiarios directos; estos son aquellos que interactúan continuamente con el malecón o dependen para sus actividades. Dentro de este grupo se encuentran las familias del distrito o áreas contiguas que hacen uso del malecón para la recreación y la convivencia; Los estudiantes, quienes se pueden beneficiarse al formar parte en los talleres educativos ambientales; los residentes del distrito de La Punta, cuya condición de vida se ve influenciada por el estado del entorno; los pescadores, vendedores, emprendedores y trabajadores de los restaurantes, cuya economía se

relaciona con el estado, la limpieza, la imagen y el atractivo del Malecón; así como los turistas y bañistas que cuya experiencia depende altamente en la conservación y la salubridad del ambiente.

Beneficiarios indirectos.

De la misma manera el proyecto contempla un conjunto de beneficiarios indirectos, estos se verán favorecidos por los impactos positivos de la intervención. Entre ellos se encuentran las instituciones públicas como el municipio, la Subgerencia de Gestión Ambiental, el Gobierno Regional, el Ministerio del Ambiente (MINAM) y el Gobierno Nacional, cuyos esfuerzos por mejorar la gestión ambiental pueden verse beneficiados gracias al compromiso del ciudadano y la educación ambiental impulsada por el proyecto. Dentro de este grupo también se consideran beneficiarios indirectos las ONG recolectoras, los medios de comunicación, las empresas de transporte de residuos y otras organizaciones relacionadas con el medio ambiente, ya que podrán apoyar o expandir el alcance replicando la propuesta en contextos similares.

En este contexto se desarrolló un usuario arquetipo, Gezel Vasquez, Docente que representa al visitante/turista, cuyo pasatiempo es acudir regularmente al malecón para caminar y recargar energías, pero ha desarrollado una preocupación creciente por la contaminación ambiental. Este proyecto responde directamente a los dolores que enfrenta Gezel. A su vez, crece su predisposición positiva y su interés por participar en iniciativas ambientales.

6. Modelo de Negocio

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

6.1. Reto

Se busca promover la educación ambiental a través de actividades interactivas para los visitantes y residentes de la playa Malecón Pardo. Ya que, el objetivo final es reducir la contaminación marina causada por plásticos.

6.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor consiste en transformar el Malecón Pardo en un lugar limpio, educativo y consciente ofreciendo una experiencia interactiva que motive el cuidado y la educación sobre la contaminación de residuos.

6.3. Segmento de clientes

Está conformado por visitantes y residentes que utilizan el espacio principalmente con fines recreativos. En ese contexto, cada visita se emplea para promover los hábitos responsables y fortalecer la conciencia respecto a la contaminación por plásticos.

6.4. Canales

Se desarrollarán actividades interactivas y talleres educativos. Asimismo, se colocarán carteles, afiches, señalizaciones e infografías en lugares clave del parque para guiar a los visitantes sobre la contaminación por plásticos y el uso apropiado de tachos. Por otra parte, el contenido será difundido en redes sociales como TikTok e Instagram a través de stories, reels y videos introductorios que fomenten la disminución de desechos. Además, se elaborará una página web que incluya información sobre el reciclaje, detalles de los talleres interactivos, reclutamiento de voluntarios para la limpieza de las playas y merchandising. Además, para aumentar el alcance, formaremos asociaciones con la municipalidad del Callao, colegios y ONGs.

6.5. Relación con los clientes

En lo que respecta a los clientes, la relación estará dirigida a crear un lazo colaborativo y educativo en el Malecón Pardo. Esta conexión se basará en la aplicación de talleres, actividades interactivas y materiales informativos que fomenten el entendimiento sobre el cuidado medioambiental. El contenido educativo se compartirá en las redes sociales, lo que permitirá mantener a los usuarios interesados y sensibilizados en el ambiente digital.

6.6. Actividades clave

Las actividades clave que se realizarán serían la creación de contenido visual y educativo, tanto físico en el Malecón Pardo como digital en redes sociales. Se realizará la colocación de carteles informativos colocados estratégicamente en el parque como infografías y señaléticas. En segundo lugar, los talleres educativos serán colocados en un espacio dinámico en el parque, donde las familias y los jóvenes podrán aprender de forma práctica cómo reducir el impacto de los residuos plásticos.

6.7. Recursos clave

Para el proyecto un recurso clave es el permiso de la Subgerencia de Gestión Ambiental del Malecón Pardo, ya que permitirá acceder a un espacio en el parque para desarrollar talleres educativos y participativos. Además, se implementarán carteles informativos, señaléticas, infografías que refuercen el mensaje. Por otro lado, también será fundamental contar con un equipo de apoyo conformado por voluntarios, staff para organización de los talleres educativos y participativos, así como los diseñadores gráficos que aporten en la parte visual y un community manager que gestione la comunicación digital.

6.8. Aliados clave

Los aliados clave del proyecto serán la Subgerencia de Gestión Ambiental, cuyo apoyo será fundamental para gestionar los permisos, brindar personal de apoyo y contar con un especialista que oriente sobre la problemática de la contaminación plástico.

Adicionalmente, se sumarán instituciones educacionales, mediante la implementación de talleres participativos con el fin de involucrar a los alumnos inculcando una mayor conciencia ambiental. Finalmente, se contará con el respaldo de organizaciones ambientales que compartan la misma visión del cambio tales como ONGs, empresas, canales como medio de comunicación y redes sociales.

6.9. Fuentes de ingresos

Se realizará la venta directa de Merchandising funcional, el cual incluye tote bag, polos y gorras. Estos productos serán comercializados principalmente a través de redes sociales y en talleres presenciales en el Malecón Pardo con el fin de generar valor, construyendo la base financiera que validará la sostenibilidad del proyecto. Asimismo, la venta de merchandising no sólo cumpliría la función económica del proyecto, sino que se convertiría en un medio de difusión de los mensajes ambientales que se busca transmitir.

De manera complementaria se lanzarán kits del Guardián del Mar de edición limitada, que será destinado principalmente a voluntarios y participantes. Los cuales estarán disponibles en las actividades y eventos como en los talleres participativos en el Malecón Pardo. Estos kits no representan una fuente de ingreso constante, sino que funcionan como una herramienta de fidelización y reconocimiento.

6.10. Impacto

El propósito de la investigación es generar un cambio ambiental, esto significa que no solo se limita a la limpieza de un espacio, sino que se busca lograr un verdadero cambio ambiental sostenible. El impacto deseado consiste en convertir el Malecón Pardo en un lugar en donde los visitantes y residentes no solo disfruten un lugar limpio sino que también desarrollen conciencia sobre la importancia de reducir la contaminación por plástico en el entorno marino y el cuidado de nuestras zonas. Por ello, se promueve que a través de

experiencias de talleres educativos elaboradas en el Malecón Pardo se logre fortalecer el aprendizaje y motiven los buenos hábitos, generando una conciencia más renovada.

6.11. Presupuestos

Para el desarrollo del proyecto se necesita de una inversión inicial de S/.1759 nuevos soles para poder cubrir los gastos base. Además, se proyecta que el gasto mensual sería un estimado de S/1015 nuevos soles, y que los ingresos que generaría este proyecto sumará en total de S/.2155 nuevos soles. Dejándonos con una utilidad de S/.1,140 nuevos soles, lo cual nos indica que este proyecto sería rentable.

Tabla 1.

Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL					
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**TOTAL (S/.)**
Recursos de producción	Costo total de merchandising			s/.945.00	s/.945.00
Recursos administrativos	Registro de marca en INDECOPI		UNID	S/534.00	S/.534.00
	Recursos de incentivo para voluntarios			S/.60.00	S/.60.00
Recursos Logísticos	Vehículos de transporte general		UNID	S/50.00	S/50.00
	Vehículos de transporte merchandising		UNID	S/20.00	S/20.00
Recursos Financieros	Publicidad en redes sociales (Meta Ads)			S/.150.00	S/.150.00
TOTAL					**S/.1759**

Tabla 2.

Gastos Mensuales

GASTOS MENSUALES

RECURSO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UN. (S/.)	TOTAL (S/.)
Recursos de producción	Merchandising: Polo, Gorro, Totebag, kit guardian: Kit Guardianes que incluye Tote bag, polo de algodón, guantes de latex truper		UNID	S/945.00	S/945.00
Recursos lógicos	Vehículos de transporte		UNID	S/50.00	S/50.00
	Delivery de merchandising		UNID	S/20.00	S/20.00
Recursos financieros					
Recursos de difusión					
TOTAL					**S/.1,015**

Tabla 3.

Proyección ingresos mensuales

PROYECCIÓN INGRESO MENSUAL						
RECURSO	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UN. (S/.)**	**INGRESO ESTIMADO MENSUAL**	**INGRESO ESTIMADO TRIMESTRAL**
Ventas	Polo	25	UNID	S/40.00	S/800.00	s/.2400
	Gorro	30	UNID	S/30.00	S/750.00	S/.2250
	tote bag			S/15.00	S/225.00	s/.675.00
	Kit Guardianes: Tote bag polo algodón, guantes	20	UNID	S/22.00	S/380.00	s/.1140
TOTAL						**S/.6465**

Tabla 4

Viabilidad del proyecto I

VIABILIDAD DEL PROYECTO

TOTAL INGRESO ESTIMADO	TOTAL DE GASTOS MENSUALES	UTILIDAD MENSUAL
s/.2,155	s/.1,015	s/. 1,140

Tabla 5

Viabilidad del proyecto 2

VIABILIDAD DEL PROYECTO	
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL	MESES PARA RECUPERARLA
s/. 1759	4

7. Resultados

El proyecto Guardianes del mar permitió determinar la hipótesis principal: *una campaña visual educativa y participativa puede incentivar cambios de comportamiento en los visitantes del Malecón Pardo, contribuyendo a la reducción de residuos plásticos.* Los hallazgos se especifican a continuación.

En primer lugar, se obtuvo un nivel de participación significativo, durante la realización de los talleres piloto, logrando la intervención activa de 20 personas, entre visitantes y residentes. Asimismo, se efectuará el taller escolar involucrando a dos instituciones educativas locales, para así generar una amplia interacción en redes sociales, medio en el cual se realizará la dinámica del concurso visual de piezas elaboradas por los alumnos.

En segundo lugar, se contempló un impacto positivo en la apreciación y el conocimiento ambiental. Conforme a las encuestas realizadas al finalizar los talleres, el 80 % de los participantes manifestó haber adquirido nuevos conocimientos sobre la contaminación

marina y la correcta gestión de residuos plásticos. A su vez, el 65% afirmó sentirse incentivado a adoptar prácticas sostenibles en próximas visitas al Malecón Pardo.
En relación al alcance digital, la cuenta oficial de Instagram, Guardianes del Mar, la campaña generó más de 300 interacciones orgánicas (incluyendo “me gusta”, comentarios y compartidos), lo que certifica el enorme potencial de las redes sociales como medio de difusión.

Por otro lado, durante el taller de limpieza se recolectó un aproximado de 35 kg de residuos sólidos, predominando los plásticos de un solo uso. Asimismo se evidenció un crecimiento en el uso correcto de los tachos de reciclaje en el lugar intervenido, lo que evidencia la mejora en los hábitos de disposición de residuos por parte de los visitantes.

En definitiva, los resultados del reto de innovación muestran avances significativos en sensibilización, participación activa y alcance digital. Sin embargo, se verá la necesidad de dar continuidad al proyecto para lograr un impacto constante en la reducción de la contaminación por plásticos.

8. Conclusiones

Actualmente la contaminación de residuos en Perú ha causado un impacto significativo en el ecosistema marino y en la experiencia recreativa de los visitantes. Este escenario, reflejado en el caso del Malecón Pardo de La Punta, Callao, ratifica la necesidad urgente de implementar estrategias sostenibles que involucren educación ambiental y participación comunitaria.

Los resultados de la investigación afirman que la hipótesis presentada se valida en gran medida. La unión de una campaña visual con talleres educativos y participativos ayuda de manera efectiva a la sensibilización ambiental, generando una mejora en el conocimiento y las actitudes de los visitantes. Involucrar activamente a los visitantes en actividades de

limpieza y creación artística con materiales reciclados, demuestra ser un factor importante para fortalecer la conciencia ambiental.

Por otro lado, la comunicación visual se consolidó como una herramienta de estrategia para captar la atención del público y poder trasmitir mensajes claros y concisos, mientras que en las redes sociales se promovieron la interacción con diferentes usuarios. Este claro hallazgo coincide con los estudios previos, que destacan la validez de los medios digitales para fortalecer los mensajes educativos en el contexto ambiental.

No obstante, la investigación también revela que los resultados adquiridos son de carácter parcial y se requiere continuidad para reafirmar mejoras en la gestión de residuos plásticos. Para asegurar la escalabilidad y sostenibilidad del proyecto en el tiempo, se sugiere el acoplamiento con organizaciones ambientales.

En conclusión, la iniciativa Guardianes del Mar no solo responde a la problemática ambiental registrada, si no que también contribuye un modelo replicable para otros entornos costeros del país, incentivando una cultura de corresponsabilidad y un aporte al cuidado del ecosistema marino y al bienestar social.

9. Bibliografía

Agcal, B., Yin, I. Z., Miller, M., & Ray, R. L. (2025). Bricolage: aligning with climate action through playful participatory design in speculative scenarios. *International Journal of Play*, *14*(1), 1–17. https://doi.org/10.1080/21594937.2025.2464324

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2),179-211. https://www.academia.edu/10330058/The_Theory_of_Planned_Behavior

Alif, M., Hanief, L., & Astuty, S. (2024). *Environmental campaign on the ZeroWaste.id Instagram account to educate the community*. **Jurnal Riset Komunikasi, 7**(2), 278–292.

https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i2.1058

Asrul, A., Alfandy, M. I., & Aufa Fauziah, S. (2022). *Utilization Instagram as a communication marketing media*. *International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH)*, *2*(2), 1–5. https://doi.org/10.34010/injuratech.v2i2.6936

Benavente, Talavera, V. R. (2021). *Determinación de la presencia de microplásticos en la playa Camaná, Arequipa Perú y programa de sencibilización*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/2080194

Borrespi Morales, C. M. (2025). *La responsalibidad social municipal y la contaminación visual en Lima Metropolitana, 2022.* https://hdl.handle.net/20.500.11818/9036

Buñon Sangay, P. R., Romero Castro, K. A., & Orbegoso Ayala, V. H. (2022). *El taller educativo como estrategia para promover la conciencia ambiental en estudiantes de secundaria*. **Sciendo. Revista de Ciencias de la Educación, 25**(4). https://doi.org/10.17268/sciendo.2022.054

Cabarcas Vitola, S. P., & Acuña Rodríguez, M. (2023). *Contaminación en tres playas de San Andrés: La isla sin política de aprovechamiento de residuos. La Casa del Maestro, 1*(5), 135–148. https://revistascientificas.cuc.edu.co/RVCDM/article/view/5518

Castell, M. (2009). Communication power. Oxford University Press. https://books.google.com.pe/books?id=3Q8oAAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Cama Huaripoma, X.L., Suyon Huamacto, Y.S. (2024). *Evaluación de la presencia de microplásticos en el agua de niebla de Lima, Perú.* https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/16769

Capriotti, P.(2013). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ariel.

https://books.google.com.pe/books?id=RhfV4RZUJHcC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Chávez Somoza, A. R., & Vílchez Salés, E. (2024). *Concientización ciudadana y contaminación por plásticos en playas de Lima metropolitana, Perú* [Citizen -- awareness and plastic pollution on beaches in metropolitan Lima, Peru]. *Biotempo, 21*(2), 129–136. https://doi.org/10.31381/biotempo.v21i2.6529

Conservamos la Naturaleza. (2023). Campañas de voluntariado ambiental en Perú. https://www.conservamospornaturaleza.org/

Cuyubamba Zeballos, D. J. (2019). *Implementación de un programa de sensibilización ambiental participativa en los asentamientos humanos del distrito de Yanacancha, Pasco para optimizar el recojo de residuos sólidos.* https://hdl.handle.net/20.500.13084/3637

Defensoría del Pueblo. (2023, 29 de diciembre). *Defensoría del Pueblo: urge informar sobre situación de playas del Callao y La Punta*. Nota de prensa n.º 696/OCII/DP/2023. https://www.defensoria.gob.pe/defensoria-del-pueblo-urge-informar-sobre-situacion-de-playas-del-callao-y-la-punta/

Fernandez Frías, F. (2023). *Talleres educativos para potencializar la concientización ambiental en los niños de educación primaria, Chiclayo.* http://hdl.handle.net/20.500.12423/5832

Flores Aricari, J. N. (2022). *Taller de sensibilización de reciclaje de residuos sólidos para desarrollar una cultura ambiental en los habitantes del distrito de Chota.* https://hdl.handle.net/20.500.12692/48853

Hidalgo López, T. E. (2023). Contaminación visual y su afectación al derecho a vivir en un ambiente equilibrado y sano, Perú. https://hdl.handle.net/20.500.12692/136149

Jamaludin, N. N., Ramlie, N., & Hasli, H. (2023). *Rethinking recycling: Understanding audience perception*. Universiti Teknologi MARA. https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/86751/1/86751.pdf

Kameyu Inafuku, Tucuya Mena A.L del C. (2022) *Campaña gráfica publicitaria para la reducción de contaminación marina por microplásticos en las playas limeñas.* https://repositorio.tls.edu.pe/handle/20.500.12826/227

Lahura Abújar, N E., Borja, B. E., Iannacone, J (2021). *Percepción sobre la contaminación ambiental producida por publicidad objetiva en el Perú.* https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/9409

Llanos Fajardo, K. (2025, 15 de enero). *Más del 70 % de las playas de Lima y Callao no cumplen con estándares de calidad*. Perú21. https://peru21.pe/lima/mas-del-70-de-las-playas-de-lima-y-callao-no-cumplen-con-estandares-de-calidad/

Loayza Parian, A (2024). Contaminación visual publicitaria y su afectación de paisaje urbano en el Cercado de Ica, Ica. https://hdl.handle.net/20.500.13028/5773

Maria Fernanda, Rossi Batiz. (2020). Sistematización de talleres de educación ambiental en el marco de un proyecto o de extensión universitaria. https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/106899/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio del Ambiente (MINAM). (2017). Pon de tu parte: Campaña nacional de sensibilización ambiental #MenosPlásticoMásVida https://www.minam.gob.pe/menos-plastico-mas-vida/campana-menosplasticomasvida/

Navarrete, A., & Valencia, T. (2025). *Innovative strategies for environmental education in educational institutions*. *SCT Proceedings in Interdisciplinary Insights and Innovations, 3*, 432. https://doi.org/10.56294/piii2025432

Papa Francisco. (2015). Carta Encíclica *Laudato Si'* del Santo Padre Francisco sobre el cuidado de la casa común. Tipografía Vaticana, 191. https://www.aciprensa.com/documento/552

Sari, M. (2024). *Instagram as a Platform for Change in Environmental Campaigns*. Cultural Narratives, *2*(1), 49–63. https://doi.org/10.59066/cn.v2i1.987

Yekimov, S., Nianko, V., Kulagin, D., Lunkina, T., & Haponenko, S. (2021). *The importance of environmental education for effective environmental management*. In M. Tsoy (Ed.), *Proceedings of the 1st International Conference on Environmental Sustainability Management and Green Technologies (ESMGT 2021)* (E3S Web of Conferences, Vol. 296, Article 08002, pp. [195-195? or full pages]). https://doi.org/10.1051/e3sconf/202129608002

10. Anexos

Gráficos resultados de la primera encuesta

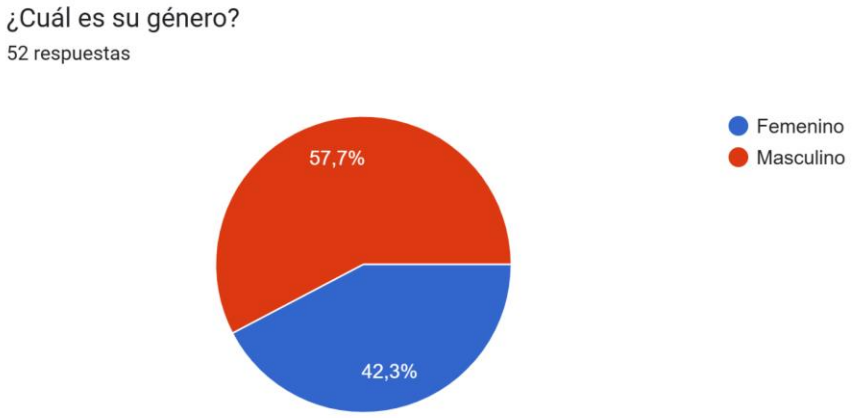

Figura 1. Gráfico de resultados pregunta 1

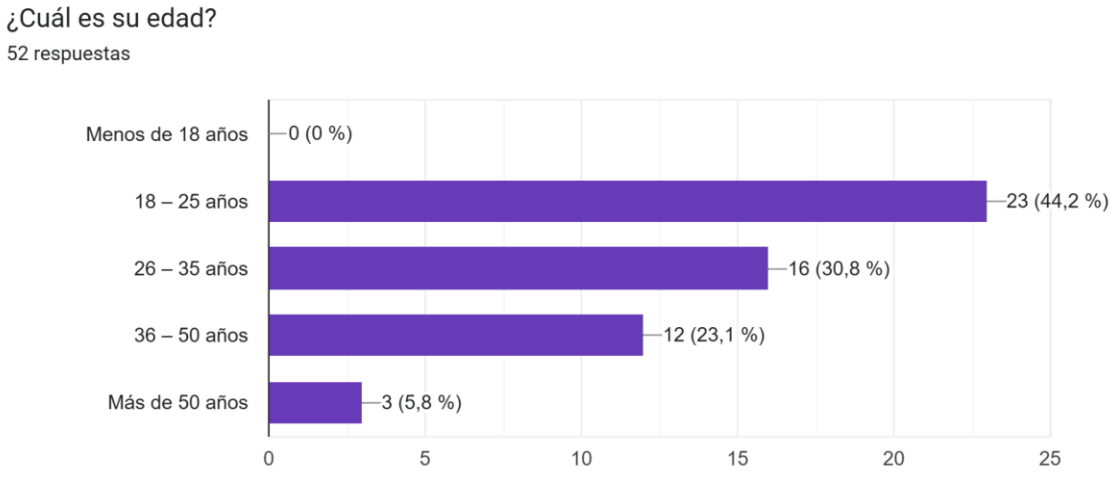

Figura 2. Gráfico de resultados pregunta 2

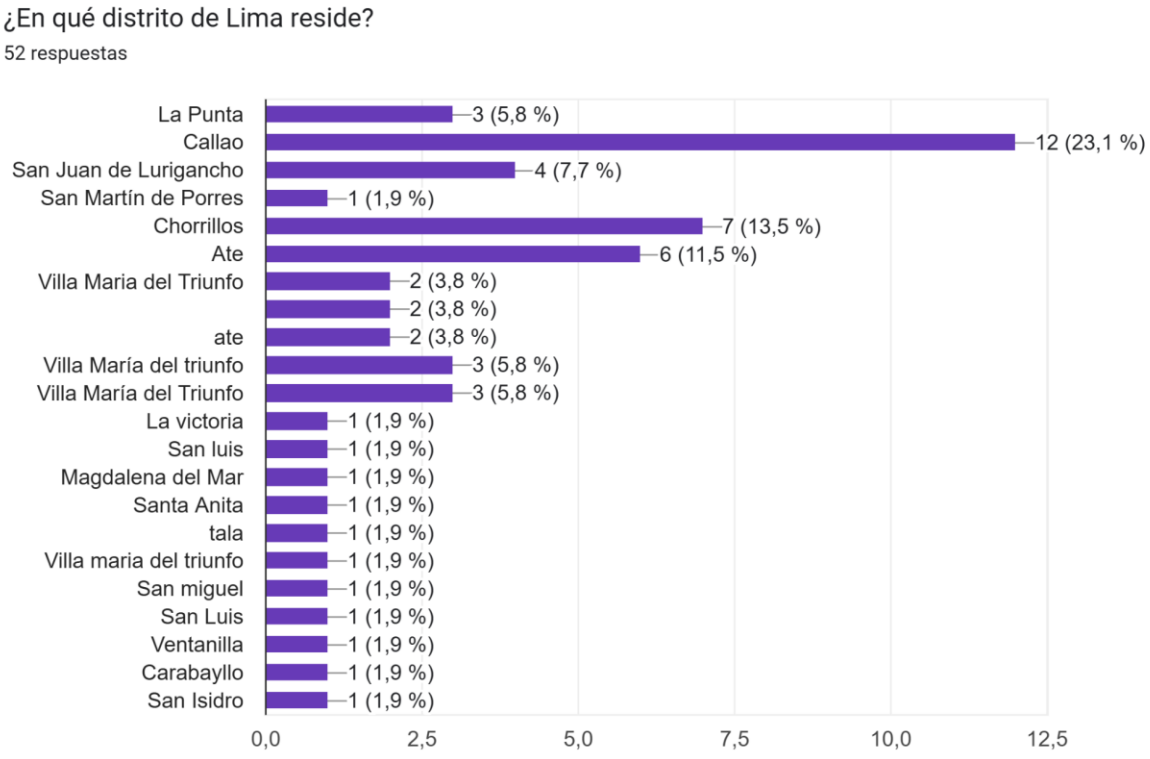

Figura 3. Gráfico de resultados pregunta 3

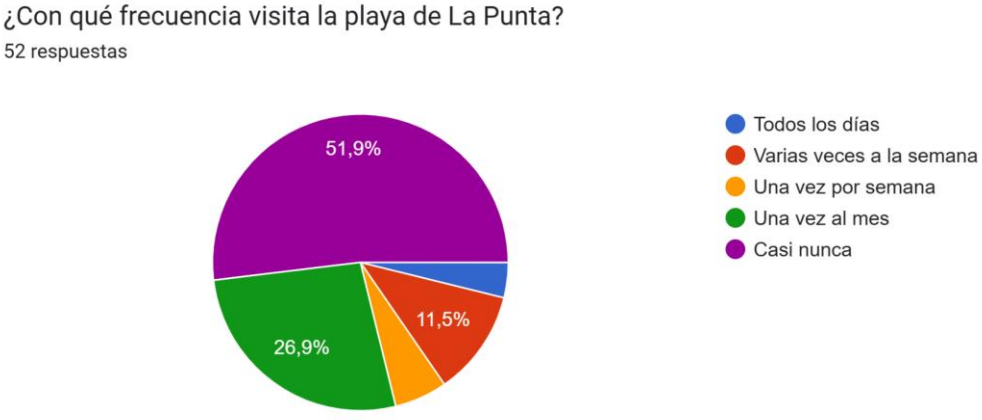

Figura 4. Gráfico de resultados pregunta 4

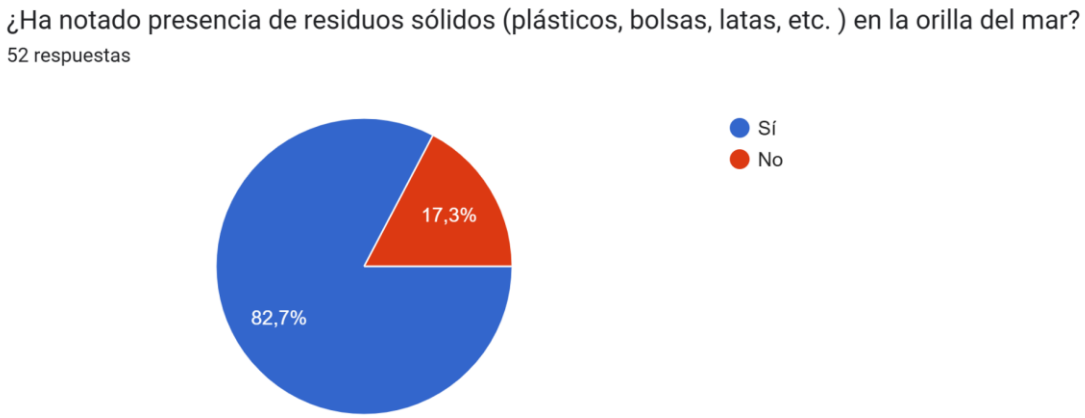

Figura 5. Gráfico de resultados pregunta 5

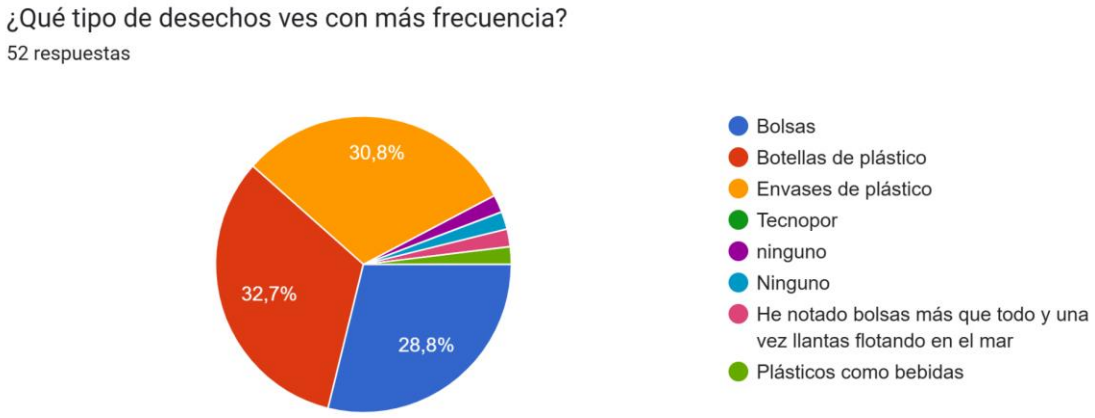

Figura 6. Gráfico de resultados pregunta 6

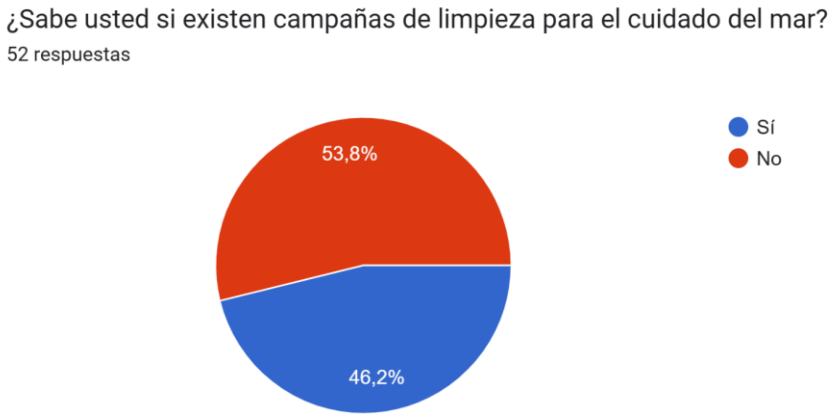

Figura 7. Gráfico de resultados pregunta 7



Figura 8. Gráfico de resultados pregunta 8

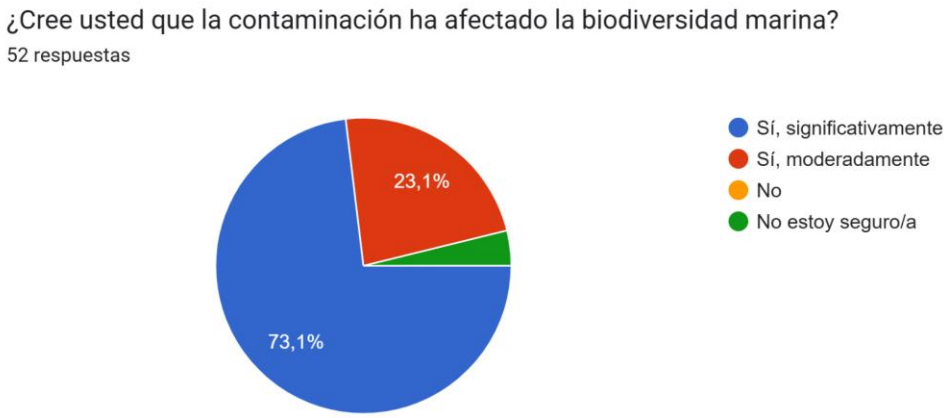

Figura 9. Gráfico de resultados pregunta 9

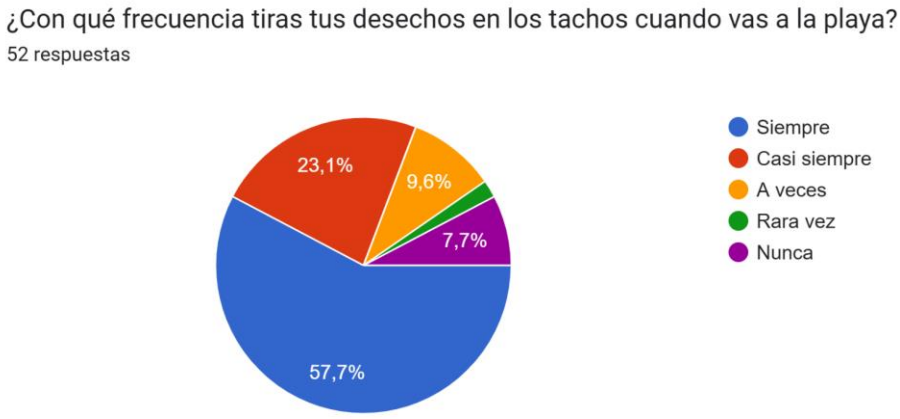

Figura 10. Gráfico de resultados pregunta 10



Figura 11. Gráfico de resultados pregunta 11



Figura 12. Gráfico de resultados pregunta 12



Figura 13. Gráfico de resultados pregunta 13



Figura 14. Gráfico de resultados pregunta 14



Figura 15. Gráfico de resultados pregunta 15



Figura 16. Gráfico de resultados pregunta 16



Figura 17 Gráfico de resultados pregunta 17

Gráficos resultados de segunda encuesta

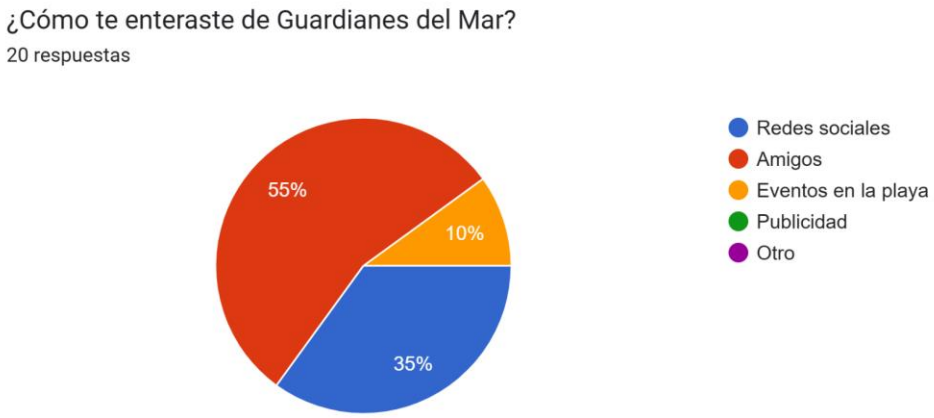

Figura 1. Gráfico de resultados pregunta 1

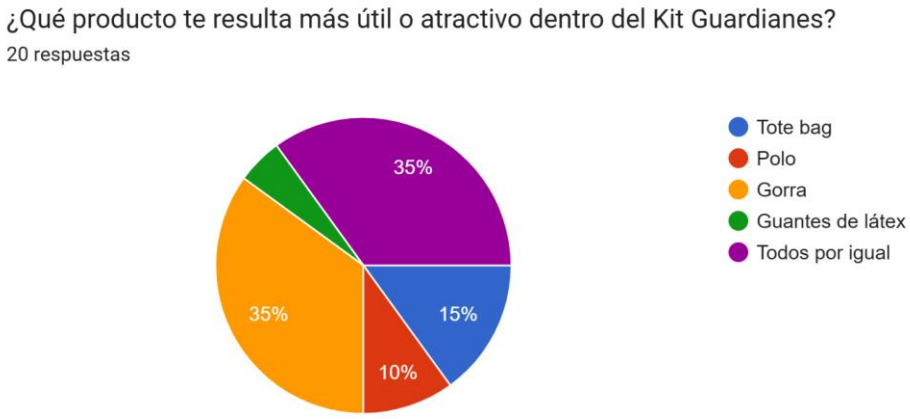

Figura 2. Gráfico de resultados pregunta 2

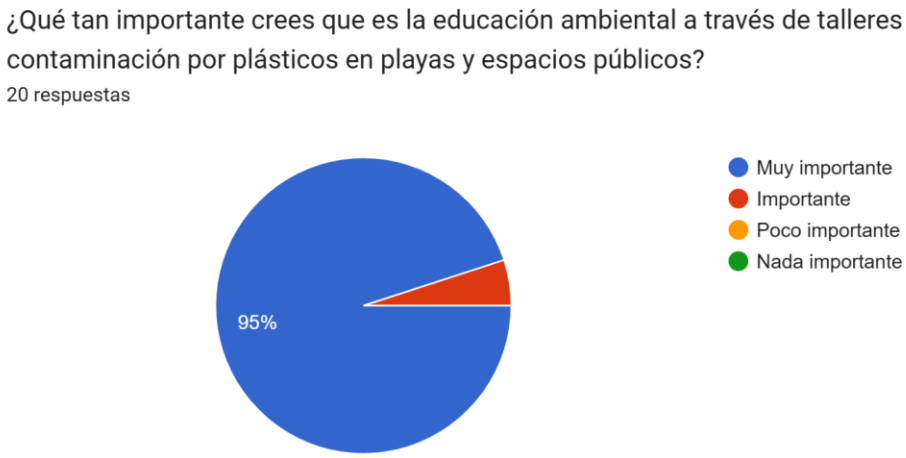

Figura 3. Gráfico de resultados pregunta 3

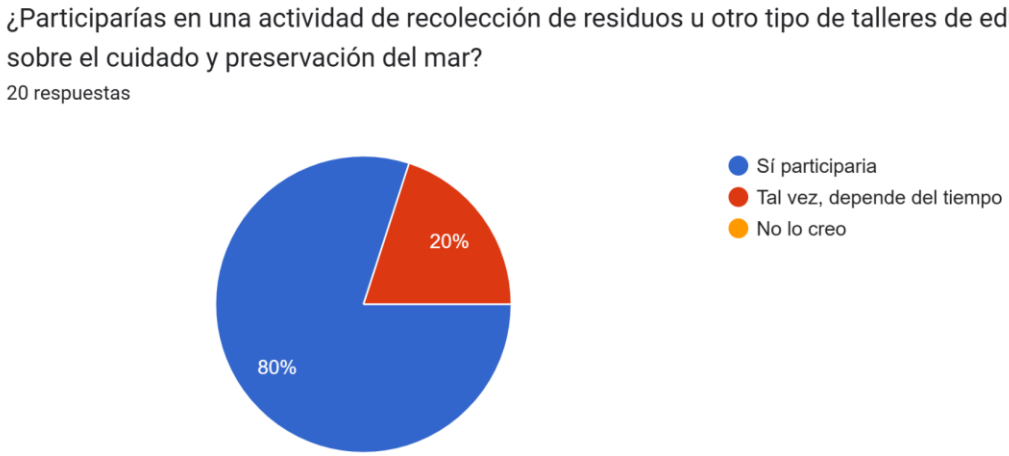

Figura 4. Gráfico de resultados pregunta 4

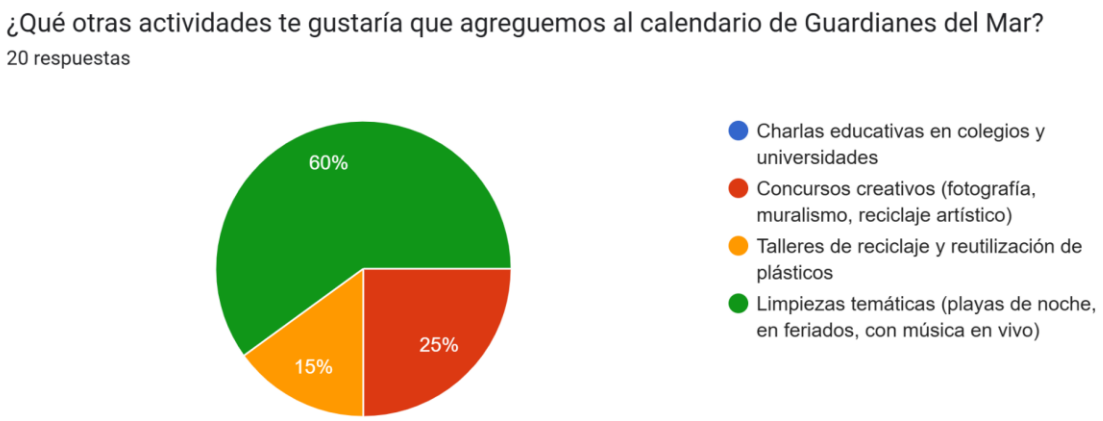

Figura 5. Gráfico de resultados pregunta 5

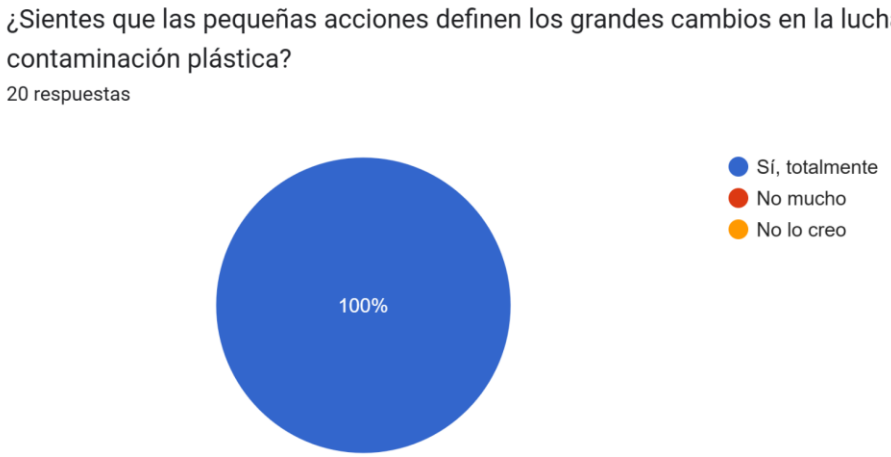

Figura 6. Gráfico de resultados pregunta 6

Logo final de marca




KIT
GUARDIANES
GUARDIANES DEL MAR
GUARDIÁN DEL MAR
GUARDIANES DEL MAR


GUARDIANES
DEL
MAR



Diseño de Stand para talleres.

