

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE LAUTREC



**CREACIÓN DEL TALLER “SOSTYLAB” QUE AYUDE A PROMOVER
HÁBITOS EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS SOSTENIBLES EN
JÓVENES ADULTOS DE 26 A 32 AÑOS EN LIMA NORTE**

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

AUTOR:

ANTHONY DEYVIS VALENTÍN ROMERO

(Código ORCID: 0009-0004-5502-7750)

Asesor:

LENY AMELIA PERCCA TREJO

(0000-0002-8363-8354)

Lima-Perú

2023

NOMBRE DEL TRABAJO

VALENTIN ROMERO ANTHONY.docx

RECUENTO DE PALABRAS

8373 Words

RECUENTO DE CARACTERES

48847 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

42 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.0MB

FECHA DE ENTREGA

Feb 9, 2024 2:57 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Feb 9, 2024 2:59 PM GMT-5

● 9% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado

Resumen del Trabajo de Investigación

Este trabajo tiene como objetivo primordial promover prácticas sostenibles entre jóvenes adultos de 26 a 32 años en Lima Norte. Se enfrentó el desafío de fomentar hábitos sostenibles y aumentar la conciencia sobre su importancia en esta población específica.

Para lograrlo, se utilizará la metodología Toulouse Thinking, la cual es el proceso de investigar, idear, desarrollar y transferir. Ayudará a poder desarrollar óptimamente el proyecto, descubriendo la problemática, de modo que gracias a la investigación general que se realizó, se recolectó información de los usuarios a través de las encuestas, entrevistas y talleres generativos, para saber que piensan, sienten y hacen. Y a través del desarrollo de las validaciones hacia los jóvenes adultos, se realizará mejoras, se mostrará los prototipos para validar la propuesta y así llegar a la solución en relación a las prácticas sostenibles en Lima Norte.

A partir de los resultados, se desarrollará una estrategia integral que impulse la adopción de prácticas sostenibles entre los jóvenes adultos. Se considerarán sus necesidades, así como también los obstáculos que puedan surgir en la implementación de dichas prácticas. Se identificará sectores que brinden oportunidades para la incorporación de hábitos sostenibles, y se propondrá medidas de accesibilidad que faciliten su adopción.

Además, se tendrá un enfoque en generar conciencia a la sociedad acerca de la importancia de la sostenibilidad. Se lanzarán campañas de difusión a través de diversos canales de comunicación, como medios de comunicación tradicionales y plataformas de redes sociales, para poder educar e involucrar a la comunidad en la adopción de prácticas sostenibles.

Finalmente se aspira a lograr un cambio positivo en la forma en que los jóvenes adultos de Lima Norte se relacionan con la sostenibilidad, promoviendo prácticas responsables que contribuyan al cuidado del medio ambiente y al bienestar de la comunidad en su conjunto.

Palabras clave: *Sostenibilidad, concientización, reciclaje, taller sostenible, consumo responsable.*

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de investigación	
1. Contextualización del problema	11
2. Justificación	13
2.1 Justificación Social.....	14
2.2 Justificación Práctica.....	15
2.3 Justificación Metodológica.....	16
3. Reto de Innovación	17
4. Sustento teórico	18
4.1 Estudios previos.....	18
4.2 Marco teórico.....	22
4.2.1. Creación de un taller sostenible.....	22
4.2.1.1 Conceptualización del taller sostenible.....	22
4.2.1.2 Características del taller sostenible.....	23
A. Modelo de producción y consumo.....	23
B. Recolección de materiales.....	23
C. Técnicas de aprendizaje.....	24
D. Proceso y funcionalidad.....	24
E. Reclutamiento y selección.....	25
4.2.1.3 Tipos de sostenibilidad de acuerdo a su enfoque.....	25
4.2.1.3.1 La sostenibilidad social.....	25
4.2.1.3.2 La sostenibilidad económica.....	25
4.2.1.3.3 La sostenibilidad ecológica.....	25
4.2.1.3.4 La sostenibilidad especial.....	26
4.2.1.3.5 La sostenibilidad cultural.....	26
4.2.1.3.6 La sostenibilidad política.....	26
4.2.1.4 Tipos de actividades sostenibilidad.....	26
4.2.1.4.1 Actividades bajas en carbono.....	26
4.2.1.4.2 Actividades de transición.....	26
4.2.1.4.3 Actividades facilitadores.....	26

4.2.1.4.4. Medios de difusión.....	26
4.2.1.5 Tipos de medios de difusión.....	27
4.2.1.5.1 Facebook.....	27
4.2.1.5.2 Instagram.....	27
4.2.1.5.3 Tik tok.....	27
4.2.1.5.4 WhatsApp Business.....	28
4.2.1.5.5 Spotify.....	28
4.2.1.6 Importancia de servicios sostenibles.....	28
5. Beneficiarios	29
6. Propuesta de valor	31
6.1 Propuesta de valor.....	31
6.2 Segmento de clientes.....	31
6.3 Canales.....	32
6.4 Relación con los clientes.....	33
6.5 Actividades clave.....	33
6.6 Recursos clave.....	35
6.7 Aliados clave.....	35
6.8 Fuentes de ingreso.....	36
6.9 Presupuesto.....	37
7. Resultados	40
8. Conclusiones	41
9. Bibliografía	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Gastos Iniciales</i>	37
Tabla 2. <i>Gasto Mensual</i>	38
Tabla 3. <i>Gastos en redes sociales</i>	38
Tabla 4. <i>Precios para venta de productos</i>	39
Tabla 5. <i>Ingreso Mensual</i>	39
Tabla 6. <i>Inversión en redes sociales</i>	40
Tabla 7. <i>Membresía de YouTube</i>	40
Tabla 8. <i>Donaciones de Tik Tok</i>	40

1. Contextualización del problema

En la actualidad, el consumo sostenible es un tema relevante en Perú debido a la necesidad de adoptar prácticas más responsables en nuestro estilo de vida. Según el análisis que hicieron en la Universidad Continental, calcularon aproximadamente un 50% de desperdicios sólidos que son generados en el país y no tienen una correcta gestión, dejando a ver que vivimos a diario una lucha por nuestra salud (Universidad Continental, 2019). Sin embargo, existe una falta de conciencia entre muchos ciudadanos acerca de la importancia del consumo sostenible, esta inconsciencia y explotación de recursos hace que poco a poco no solo la tierra se deteriore, sino que los seres que lo habitan también como consecuencia de los actos desmedidos que se vienen desarrollando desde mucho tiempo atrás (Cañizares et al, 2021). Esta falta de conciencia se refleja en el hecho de que muchos peruanos siguen optando por productos y servicios que no son sostenibles ni respetan los derechos humanos. Para revertir esta situación, es necesario fomentar la educación y sensibilización en la sociedad, así como el desarrollo de productos y servicios sostenibles, que sean accesibles y funcionales para todos los ciudadanos.

La falta de conciencia sobre hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles es un problema que no se desarrolla mucho en el país, la explotación de productos contaminados. La falta de información en Lima Norte es tan escasa que no hay ningún tipo de interés ni acción ante los problemas del medio ambiente y no hay un orden total de parte de las mismas municipalidades de las zonas, los rellenos sanitarios ilegales y el mal estado de la basura cuando se guarda en los contenedores y nadie los recoge, viendo así que hay varios desperdicios y desechos en las calles, pistas e incluso en los jardines o parques. Debido a que muchos peruanos siguen utilizando productos que no ayudan a la sociedad en poder garantizar un futuro saludable y sostenible para la siguiente generación.

La falta de conciencia por el consumo sostenible en jóvenes adultos de 26 a 32 años en Lima Norte tiene consecuencias negativas en los aspectos social, económico y ambiental. En el aspecto social, la escasez de educación y conciencia ciudadana respecto al consumo sostenible afecta a la calidad de vida. Estudios realizados del INEI nos dice que en Lima se estima que se genera aproximadamente 7 mil 400 kilos de desecho sólidos al día, lo cual alerta en cuanto a la sanidad y el bienestar de las personas (INEI, 2018). En el aspecto económico, la deficiencia de adopción de prácticas sostenibles afecta la competitividad de las empresas y la economía del país. Por último, a nivel ambiental, la falta de consumo sostenible en Lima Norte puede tener consecuencias graves. La tierra nos da muestras de lo que sufre a consecuencia de la inconsciencia ambiental y el cambio climático los cuales son las lluvias intensas, las sequías y el exceso de calor (CIUP, 2022). La falta de conciencia en el consumo sostenible contribuye a la perpetuación de estos problemas, lo cual puede generar un resultado negativo en un futuro al medio ambiente y la salud de todos.

Al pasar el tiempo la sociedad se ha vuelto egoístas e insensibles con tal de salir beneficioso y conformista al obtener lo que desean sin ponerse a pensar en las consecuencias que podría traer para los demás y el bienestar del planeta, el adoptar hábitos sostenibles puede verse como algo imposible de creer o lograr; sin embargo, es algo que abriría la visión a nuevas y mejores cosas por crear, re direccionar e implementar.

A partir de todo lo redactado y partiendo de las carreras Dirección y Diseño Gráfico y mediante la comunicación audiovisual multimedia se pretende crear un taller sostenible “SostyLab” el cual tiene como referencia la base de un FabLab con la diferencia que se crearan objetos a partir de material reciclable y las personas podrán visitar el interior del taller con fines informativos, al ser un taller de producción/venta y educativo las personas podrán aprender sobre

estrategias sostenibles e implementarlo en su vida cotidiana o en proyectos personales. Se realizarán y venderán productos hechos de material reciclado para el hogar, teniendo así un valor agregado y se pueda ofrecer al público, demostrando que lo sostenible también es elegante y multifuncional. SostyLab también ofrece charlas para que la información llegue a todas las personas y manuales de como elaborar ciertos objetos con lo que se tiene en casa, de esa forma no solo se encarga de difundir la información y estrategias, sino que también motiva y muestra el verdadero valor de los objetos reciclados. Esta iniciativa será complementada con gran difusión en redes, campañas de concientización (BTL) y educación sobre consumo sostenible y las consecuencias que traen los desechos en el medio ambiente.

Finalmente, se concluye que se puede fomentar hábitos sostenibles entre la población joven adulta, además de tener una información completa sobre temas que la mayoría desconoce sobre cómo implementar dichos hábitos en el día a día y sobre todo concientizar sobre la importancia de cuidar el medio ambiente para las futuras mediante la creación de un círculo virtuoso donde los jóvenes adultos son incentivados a adoptar comportamientos sostenibles.

2. Justificación:

La presente investigación se proyecta en resolver una problemática que sucede hoy en día en los jóvenes adultos de no tomar consciencia de los buenos hábitos lo cual puede afectar a un futuro cercano. Por ende, se busca desarrollar un servicio que promueva, incentive e informe sobre hábitos y estrategias sostenibles, a la vez pueda mejorar el consumo responsable y beneficie a todos.

2.1 Justificación social:

Se sabe que el constante cambio climático y la crisis ambiental son dos de los principales retos que enfrentamos hoy en día. La poca acción que hay en la lucha contra el cambio climático puede conseguir consecuencias irreversibles para las futuras generaciones (ONU, 2020). Para mitigar estos problemas, es necesario que la sociedad, en especial los jóvenes adultos, se sientan incentivados en adoptar prácticas más sostenibles en su vida diaria e implemente estrategias que lo potencien, a su vez tener a la mano la información y orientación respecto a temas sostenibles, contribuyendo a la protección del medio ambiente y viviendo en armonía con ella.

Sin embargo, en la zona norte de Lima, se ha observado una falta de iniciativas y programas que promuevan hábitos sostenibles en la población, lo que genera una falta de conciencia ambiental y una mayor huella ecológica. Cabe destacar que, en los últimos tiempos, el interés sobre los programas ambientales por parte de los jóvenes en Lima norte ha tenido un incremento en estos últimos años (Lima Cómo Vamos, 2019). Esto demuestra que es necesario implementar estrategias innovadoras que promuevan la colaboración y el compromiso en la protección del medio ambiente. Hemos visto cómo las calles carecen de tachos o si los hay, son ignorados e incluso malogrados, muchas de las personas desconocen de estrategias sostenibles por la falta de información y si la hay es difícil de encontrar o suele ser escasa lo que genera decepción al querer averiguar sobre el tema de sustentabilidad.

Es por eso que el proyecto Sosty Lab se acredita, ya que tiene como objetivo el crear un servicio sostenible en el cual se tenga un espacio que permite realizar la creación de objetos a través de la reutilizaciones y reducción de materiales (papel, plástico, cartón, vidrio y telas) y a su vez se pueda difundir estas estrategias sostenibles con talleres interactivos bajo el concepto de “Aprender haciendo”. Esto con el fin de que informe, incentive, oriente y promueva hábitos y

estrategias sostenibles, este servicio sostenible al cual llamamos “SostyLab”, funciona como taller tanto de producción como experiencial y vivencial, ya que se pueden producir objetos para el uso de las personas, además de informar e incentivar el uso de estrategias sostenibles y cómo implementarlo en un negocio o en su día a día, gracias a estos talleres sostenibles por temporada. Este servicio es completo y dinámico ya que brinda información sobre temas actualizados de la sostenibilidad, estrategias a desarrollar a través talleres y asesoramiento a las personas que lo requieran, promoviendo así hábitos sostenibles de forma dinámica e interactiva para tener un consumo responsable y mejorar tanto en la calidad de vida como en el ecosistema en general.

2.2 Justificación práctica:

El presente proyecto de investigación cuenta sobre la creación de un taller sostenible para la creación de productos a partir de materiales reciclados y reutilizados, además promover y difundir estrategias y hábitos de consumo sostenibles, dando información y orientación sobre dichos temas a jóvenes adultos.

En la actualidad se tiene la necesidad de promover prácticas sostenibles en la población joven de Lima Norte, con el objetivo de apoyar el cuidado del medio ambiente y reducir la huella ecológica. Hoy en día, la región enfrenta muchos problemas ambientales, como la contaminación del aire y del agua, el cambio climático, la deforestación y la pérdida de biodiversidad. (CEPAL, 2020). Estos problemas tienen un impacto significativo en la calidad de vida de la economía y la población de la región.

Para abordar estos desafíos, es necesario que la sociedad adopte prácticas más sostenibles en su vida diaria, y los jóvenes adultos son un grupo clave en este proceso. Es por eso que los jóvenes, son los que tienen una misión importante que desempeñar en relación a las (ODS) siendo considerados como actores principales para la mejora ambiental (ONU, 2021). Sin

embargo, en Lima Norte, se ha observado una falta de iniciativas y programas que promuevan hábitos sostenibles en la población joven, lo que se traduce en una mayor huella ecológica y una amenaza para la sostenibilidad ambiental de la región.

2.3 Justificación metodológica:

Para el desarrollo de este proyecto, en primer lugar, se realizó un estudio exploratorio mediante encuestas a una muestra representativa de jóvenes de diferentes distritos de la ciudad, con el fin de identificar los hábitos y prácticas actuales relacionados con el desarrollo sostenible, así como sus conocimientos y actitudes al respecto.

También se utilizaron las entrevistas con jóvenes y jóvenes adultos, con el objetivo de profundizar en las opciones y percepciones de los participantes sobre la promoción de hábitos sostenibles, así mismo, nos permitirá realizar el Mapa de Actores, lo cual nos ayudará a identificar las personas que se consideran importantes para la implementación, diseño y planeación de este proyecto.

Además, se ha empleado la metodología Toulouse Thinking, que promueve la creación de soluciones de valor para diferentes problemas de manera creativa a través de su proceso de investigar, idear, desarrollar y transferir. Finalmente, se analizarán los resultados obtenidos mediante técnicas estadísticas y de estudio de contenido, con el fin de identificar las estrategias más efectivas y las posibles barreras para su implementación. Esta combinación de herramientas permitirá obtener una visión detallada y completa del problema, así como validar los resultados obtenidos y minimizar la posible influencia de sesgos metodológicos.

3. Reto de innovación:

Promover hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles en jóvenes adultos de 26 a 32 años de Lima Norte.

3.1 Preguntas de Investigación

3.1.1 Pregunta general:

¿De qué manera se podría ayudar a promover hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles en jóvenes adultos de 26 a 32 años en Lima Norte?

3.1.2. Preguntas específicas:

P1. ¿Qué actividades se podrían realizar en el taller “SostyLab” para ayudar a promover hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles en jóvenes adultos de 26 a 32 años de Lima Norte?

P2. ¿Qué recursos se necesitan para que los talleres vivenciales ayuden a promover hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles en jóvenes adultos de 26 a 32 años de Lima Norte?

P3. ¿Qué tan efectivo sería crear objetos a partir de materiales reciclados que ayuden a promover hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles en jóvenes adultos de 26 a 32 años de Lima Norte?

3.2. Objetivo de investigación

3.2.1. Objetivos generales

Crear un Taller “SostyLab” que ayude a promover hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles en jóvenes adultos de 26 a 32 años de Lima Norte.

3.2.2. Objetivos específicos:

O1. Determinar cuáles serán las actividades que se realizarán en el taller “SostyLab” para ayudar a promover hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles y jóvenes adultos de 26 a 32 años en Lima Norte

O2. Definir cuáles serán los recursos que se necesitan para que los talleres vivenciales ayuden a promover hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles en jóvenes adultos de 26 a 32 años de Lima Norte

O3. Analizar qué tan efectivo sería crear objetos a partir de materiales reciclados que ayude a promover hábitos en el desarrollo de estrategias sostenibles en jóvenes adultos de 26 a 32 años de Lima Norte

4. Sustento Teórico

4.1 Estudios previos

4.1.1. Antecedentes

Rendón,D. (2020) desarrolló la tesis “*Fase II del proyecto de compras sostenibles en la Universidad Tecnológica de Pereira en el marco de la política ambiental UTP*” (Universidad Tecnológica de Pereira), para optar el título de administradora ambiental.

Tuvo como objetivo el avalar el desarrollo de compras sostenibles en el marco de la Política Ambiental de la UTP de Pereira.

Llegando a la conclusión de que las compras sostenibles son una estrategia que da beneficios sociales, ambientales y económicos en cualquier proyecto que opte por esta gran iniciativa, ya que disminuyen los impactos negativos que genera la adquisición de servicios y bienes.

Se escogió este proyecto ya que busca implementar algunas actividades que promuevan la sostenibilidad, comparte al igual que el presente proyecto SostyLab, el deseo por promover y motivar a que la sostenibilidad llegue a todos y sume a futuro, no solo en lo social sino también en lo económico y por supuesto en lo ambiental.

Soldi, F. y Barycki, H. (2022) desarrollaron la tesis *Negocio de reciclaje de botellas plásticas mediante el uso de Reverse Vending Machine (RVM)*, para optar el Título de Maestro en Administración y Dirección de Negocios, en la Universidad de Lima.

Tuvo como objetivo establecer si las empresas están interesadas en ser parte de esta acción de reciclaje, dando beneficios para los usuarios, financiando la iniciativa, o instalando las RVM en sus locales. Así mismo, determinar cómo mantener satisfecho al consumidor con incentivos.

Llegando a la conclusión que si hay interés de parte de las empresas privadas en participar y relacionar su marca con esta iniciativa. Además, las personas responden frente a los incentivos siendo una herramienta eficiente para generar hábitos, en este caso de reciclaje de botellas PET.

Se escogió este estudio porque se asemeja al presente proyecto, ya que la creación del SostyLab también pretende generar alianzas con empresas locales que brinden incentivos y/o beneficios a los jóvenes consumidores, a la par que se fomentan los buenos hábitos de consumo sostenible.

Ponce et al., (2017) desarrolló su tesis en conjunto con varios autores *Proyecto empresarial Eco Desig* para poder obtener el grado de Bachiller en la carrera de Administración de empresas, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

El proyecto consiste en establecer ECO DESIGN SAC, una compañía que se enfoca en la fabricación de muebles utilizando materiales reciclados para proteger el medio ambiente. La empresa utilizará neumáticos reciclados para crear mobiliario y otros productos innovadores y funcionales con diseños personalizables para complementar la decoración interior o exterior. Aunque el mercado de fabricación de muebles está en una fase madura, el mercado peruano de mobiliario fabricado con materiales reciclados está en una etapa de introducción con poca competencia directa. Por lo tanto, la estrategia competitiva de la compañía se centrará en la diferenciación, utilizando la subcontratación en el proceso de fabricación y comprando materiales de alta calidad de proveedores calificados.

Llegaron a la deducción de que el proyecto ECO DESIGN es financieramente viable debido a los indicadores que respaldan esta afirmación. Además, consideran que este proyecto puede hacer una contribución al cuidado del medio ambiente y mejorar nuestra calidad de vida.

Se escogió este estudio porque permitirá respaldar la viabilidad de nuestro proyecto y demostrar que podemos utilizar una variedad de materiales y crear nuevos productos utilizando artículos que están en desuso o dañados.

Amador, A. (2022) desarrolló la tesis *Creación de una Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización de Muebles Ecológicos en el Municipio de Lorica, Córdoba*, para poder obtener el título de Bachiller en Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, en la Universidad de Córdoba.

Tuvo como objetivo evaluar qué tan viable es establecer una compañía enfocada en la fabricación y venta de mobiliario ecológico en la localidad de Lórica.

Llegando a la conclusión que una significativa cantidad de hogares encabezados tanto por hombres como por mujeres, estarían interesados en adquirir muebles hechos con cartón reciclado, ya que se obtuvo una tasa de aceptación del 89%.

Este estudio permitirá examinar el proceso de producción de una empresa ecológica, las características clave de un producto adecuado y el análisis del mercado en relación con los competidores.

Terukina, A. (2022) desarrolló la tesis *Centro de Segregación de Residuos Reciclables*, para poder obtener el título profesional en Arquitectura, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

La finalidad de esta tesis es reducir el problema de la acumulación de basura en las áreas públicas, al mismo tiempo que se busca generar ingresos económicos para las familias que realizan el reciclaje de forma informal, a través de la adopción de un equipo apropiado que permita desarrollar esta actividad de manera segura y eficiente.

Llegaron a la conclusión que se reconoce la relevancia de difundir la práctica del reciclaje con el propósito de sensibilizar a la población y fomentar una mayor participación en el programa de gestión de residuos que se desarrolla en su área local. Por esta razón, contar con un centro de difusión dentro de la instalación es una ventaja significativa.

Este estudio permite conocer la relevancia de que exista un espacio delimitado para el reciclaje dentro de una localidad y al mismo tiempo concientizar a la población abriendo la puerta de estos talleres para que los usuarios también sean partícipes del cambio.

4.2 Marco teórico

4.2.1 Creación de un Taller sostenible.

Un taller sostenible busca ser un espacio de aprendizaje para que las personas tengan un conocimiento sobre cómo desarrollar estrategias y sean implementadas en la vida diaria. Para ello se tocan temas de reciclaje, la reducción de consumo y la reutilización de objetos. Un espacio en el cual las personas puedan informarse, formar parte de un espacio donde sume al estilo de vida de cada uno y tengan un lugar para poder aprender a crear cosas con lo que se tiene a la mano, siendo innovador y a la vez que sirva en el día a día, para lograr un cambio significativo es necesario desarrollar proyectos sostenibles y responsables, reforzar las cadenas de valor, mejorar el funcionamiento del sector y potenciar el impacto en cooperativo con los proveedores.(Ciancaglini, 2020).

4.2.1.1 Conceptualización del taller sostenible

En una zona limpia se reciben residuos domésticos o de pequeños recicladores para su tratamiento y gestión, mediante las 3R con el propósito de reducir el impacto que originan los desechos ambientales, (Agencia de Residuos de Cataluña, 2020).

En este sentido, la conceptualización del servicio SostyLab es el proceso de recolectar y transformar los residuos sólidos en nuevos productos para concientizar a los jóvenes adultos de 26 a 36 años de Lima Metropolitana sobre consumo y hábito sostenible. Esto incluye, a su vez, la realización de talleres interactivos donde el usuario puede también aprender a crear nuevos objetos reciclados.

También implica la colaboración de la comunidad local que se encargará de llevar al taller los elementos a reciclar para ser transformados y finalmente comercializados con la finalidad de obtener una retribución monetaria.

4.2.1.2 Características del taller sostenible

A. Modelo de producción y consumo:

La explotación de recursos tiene relación con el modelo actual de consumo y producción por lo que tiene como consecuencias grandes riesgos ambientales, la pérdida de la belleza natural y peligro para los que conformamos el ecosistema. Para poder visualizar cambios y mejoras se tiene que re estructurar y planificar, incluyendo nuevas tecnologías y promoviendo la energía sostenible. (Krieger, 2019)

El consumo y producción para un taller sostenible consiste en hacer más con menos, hacer uso responsable de los recursos naturales y así poder implementarlo en la vida cotidiana. La explotación de recursos y el consumo desmedido podría generar grandes deterioros del ecosistema de forma progresiva lo cual como consecuencia causaría el daño de los seres humanos.

B. Recolección de materiales:

Al recoger materiales (materia prima) se está transformando y generando un nuevo objeto sin la necesidad de gastar energía o incrementar los desechos, esta acción ayuda a poder desarrollar piezas innovadoras y funcionales, aun así, el estado no colabore o no preste atención a las llamadas de atención de los residuos. (Nava et al., 2020)

La recolección de materiales de un taller sostenible es una de las acciones a favor del ecosistema ya que se trata de recolectar los residuos que se generan y luego ser procesados para

obtener un nuevo producto. De esta forma se aprovechan los recursos y se reduce el incremento de residuos, esta buena gestión previene enfermedades y brinda oportunidades para realizar infinidad de cosas con los materiales recolectados y procesados.

C. Técnicas de aprendizaje:

Existen técnicas como las exposiciones, mapas de desarrollo, diálogo, focus group, observaciones e interacciones, se encargan de desarrollar herramientas educativas mejorando de esa forma el rendimiento, la comprensión y lograr motivar para promover y ayudar a los demás. Dichas técnicas ayudan en el trabajo cooperativo y en el desarrollo personal, (Meza, 2021).

Las técnicas de aprendizaje de un taller sostenible son esenciales a la hora de difundir y comunicar sobre la sostenibilidad, muchas de las personas no saben cómo incluirlas en su vida cotidiana, sin saber por dónde empezar, inclusive no les llama la atención el conocer más sobre el tema, es por eso que informarse a través de técnicas que faciliten el aprendizaje optimiza e incentiva el conocer más sobre el tema de la sostenibilidad. Técnicas como conceptuales, expositivas e interactivas son las que promueven el desarrollo y entendimiento de las personas de una forma dinámica. Es esencial abarcar distintas técnicas para que la comunicación y entendimiento pueda llegar a todos y se motive a realizar lo que se quiere.

D. Proceso y funcionalidad:

El proceso y funcionalidad de un taller sostenible es importante al momento de realizar un proyecto ya que en base al manejo interno y externo del servicio y/producto que se ofrezca a las personas se verá la proyección que se está obteniendo, por ende, es importante evaluar y establecer cuáles serán los procesos que la empresa maneje, qué valores tendrán esas actividades que se realicen y si se está cumpliendo según lo que se espera obtener. Para desarrollar estos procesos se requiere cierto monitoreo y evaluación, contar con herramientas que

ayuden al recojo de información, se realicen evaluaciones y pasado de eso un análisis para poder generar balance, (Baéz, et al. 2019).

E. Reclutamiento y selección:

Al reclutar el capital humano y tener capacidad de organizarse, el proceso dependerá de las necesidades de las empresas, siendo una de las etapas más importantes para la selección del personal, (Amo 2019).

Identificar las necesidades de la organización ayuda a informar mejor a los postulantes sobre los requisitos y funciones del cargo. A su vez, ayuda a ser más selectivos con los candidatos al puesto, debido a que estos requisitos servirán como filtro para agilizar la selección de personal.

4.2.1.3 Tipos de Sostenibilidad de acuerdo a su enfoque

Se encuentran distintos tipos de sostenibilidad tal y como se ven en la actualidad, teniendo como principales factores a 3 de ellos. (Ampuero, 2020)

4.2.1.3.1 La sostenibilidad social: que implica construir una sociedad más equitativa en la distribución de ingresos y bienes, con el objetivo de reducir la brecha entre ricos y pobres.

4.2.1.3.2 La sostenibilidad económica: Que se logra mediante una gestión más eficiente de los recursos y una inversión constante de capital público y privado, evaluando la actividad económica en conclusiones macro-sociales y no solo por la rentabilidad empresarial a nivel microeconómico.

4.2.1.3.3 La sostenibilidad ecológica: Que se alcanza mediante el buen uso de los recursos naturales, el buen equilibrio de los ecosistemas, la conservación de recursos no renovables y la biodiversidad.

4.2.1.3.4 La sostenibilidad espacial: Que se consigue a través de una distribución más equilibrada entre zonas urbanas y rurales, y una mejor distribución territorial de los asentamientos humanos y las actividades económicas

4.2.1.3.5 La sostenibilidad cultural: Que implica encontrar las raíces de los procesos de modernización.

4.2.1.3.6 La sostenibilidad política: Que se logra a través de la participación de grupos y comunidades locales en la definición de prioridades y metas a alcanzar.

4.2.1.4 Tipos de actividades sostenibles:

Existen tres grupos respecto a las actividades para disminuir el cambio climático, (Banco de España 2021).

4.2.1.4.1 Actividades bajas en carbono: Son aquellas que no producen emisiones o las mantienen en niveles bajos, o utilizan tecnologías de carbono. La expansión del uso de estas actividades es necesaria, y los criterios técnicos para estos objetivos son generalmente estables a largo plazo.

4.2.1.4.2 Actividades de transición: Son aquellas que no cuentan con alternativa tecnológica o económica viable de bajas emisiones de carbono, apoyando la transición hacia una economía neutral mediante la emisión de gases de efecto invernadero. Estas acciones también tienen umbrales de emisión concretos que se espera que disminuyan con el tiempo.

4.2.1.4.3 Actividades facilitadoras: Las cuales hacen posible que otras acciones realicen una contribución a uno o varios de los motivos medioambientales sin dañarlos ellos mismos.

4.2.1.4.4 Medios de difusión:

Los medios de difusión son parte esencial para que el proyecto se dé a conocer y resulte atractivo para el público objetivo, es por eso que se dividen en 2 modos: tradicionales y digitales,

en los cuales hay variedad de canales por los cuales se puede difundir, siendo de forma digital: televisión, radio y periódicos, y de la manera tradicional: canales que pertenecen a medios digitales como las redes sociales, blogs y sitios web. Por lo que ha hecho una gran diferencia a la sociedad. (Yuan Cao, 2020).

4.2.1.5 Tipos de medios de difusión

En cuanto a las redes sociales más usadas en la actualidad son Facebook, Instagram y Tiktok. A través de estas redes se busca tener un gran alcance de forma rápida por su gran popularidad en el rango de edad de nuestro público objetivo y el desarrollo que ha tenido en estos años, por lo que será de gran importancia entregar contenido informativo y de concientización para generar recordación en los usuarios. Entre las redes sociales que se utilizarán tenemos, (Mulero, 2019).

4.2.1.5.1 Facebook: Está pensada para conectar personas, intercambiando información y generando temas en común, lo cual hace que se creen comunidades y de esa forma se pueda difundir lo que se quiera. Es una red social en la que el rango de edad de quienes la usan es muy amplio, en especial los jóvenes, que se volvió tendencia, (Paco, 2017).

4.2.1.5.2 Instagram: Red social en la que se comparten fotos con otros usuarios, las cuales pueden recibir comentarios y “Me gusta”. Cuenta con la opción de añadir etiquetas o hashtags para facilitar las búsquedas, y está conectada con Facebook y Twitter, por lo que tiene un buen crecimiento con los jóvenes, (Morocho, 2019).

4.2.1.5.3 Tiktok: Los usuarios pueden crear, compartir y ver videos cortos, los cuales servirán como entretenimiento y su vez como información, (Shareablee, 2022). Más aún cuando se trata de hacerse viral y generar recuerdos en las personas, esta plataforma es ideal ya que

abarca casi el cuarenta y seis por ciento de las personas que agradecen a Tik Tok por hacer conocidos sus marcas, (Mercado negro, 2022).

4.2.1.5.4 WhatsApp Business: Es una plataforma hecha para negocios y fines comerciales en la cual se puede interactuar a través de mensajes, compartir catálogos e imágenes. Las personas que hacen uso de WhatsApp para compras (Miguenz, 2021).

4.2.1.5.5 Spotify: Es una plataforma que te brinda acceso a millones de canciones, podcasts y vídeos digitales. El 20 y tres por ciento aproximadamente de peruanos suele escuchar podcast, sin embargo, cada vez son menos las que opta por la radio tradicional mediante el streaming. Siendo la encuesta por medio digital y sin contar a los desconectados y con mucha capacidad de desarrollo y que ha avanzado mucho en los últimos años, más aún con las ventas por suscripción, (García, 2020).

4.2.1.6 Importancia de servicios sostenibles

El servicio del taller sostenible “SostyLab” es importante porque se enfoca en el desarrollo de estrategias y hábitos sostenibles que tienen como objetivo informar de manera completa y personalizada a las personas a través de talleres experienciales y vivenciales para así motivar sobre cómo hacer un buen uso de recursos y vivir en armonía con la naturaleza. Al promover un estilo de vida sostenible y brindar conocimientos sobre las estrategias sostenibles, el taller sostenible “SostyLab” ayuda a generar conciencia sobre el mal uso de recursos y se asegura de que todas las personas puedan tener conocimiento sobre cómo implementando las estrategias sostenibles en su día a día pueden crear grandes cosas, dando así una perspectiva diferente sobre todo lo que sea sostenible. Además, ayuda tanto a emprendedores como personas

o entidades comprometidas con la sostenibilidad a que sean más visibles y se sumen cada vez más a esta forma de vivir en armonía.

5. Beneficiarios

5.1. Beneficiarios directos:

El taller “SostyLab” está enfocado en jóvenes adultos de 26 a 32 años en Lima Norte interesados en implementar hábitos sostenibles en su rutina y que quieran conocer los beneficios que estos conllevan.

5.2. Beneficiarios indirectos:

5.2.1. La comunidad local: Al reducir la cantidad de residuos que se envían a los vertederos, SostyLab ayuda a reducir la contaminación y los efectos negativos en el medio ambiente local.

5.2.2. Las empresas y organizaciones: SostyLab puede asociarse con empresas y organizaciones para proporcionar soluciones de reciclaje y reducción de residuos. De esta manera, las empresas pueden cumplir con sus objetivos de sostenibilidad y reducir su impacto ambiental.

5.2.3. La economía local: A través de su trabajo en reciclaje, SostyLab podría ayudar a crear empleos y oportunidades de negocio en la comunidad local.

5.3 Arquetipo del cliente:

El desarrollo del arquetipo se basa en personas de 26 a 32 años que residan en Lima Norte. Son aquellas personas que se mantienen informadas en temas de su interés, creen en el cambio y en el impacto positivo que puede causar mantener a la gente informada.

Héctor Bello, tiene 30 años, es ingeniero zootecnista y vive en Comas. Es responsable y siente preocupación por lo que sucede a su alrededor, se encuentra bien informado de los

problemas ambientales por los que estamos pasando como sociedad. Declara que una buena educación puede lograr que las personas adopten mejores hábitos. Le fastidia la insensibilidad y falta de acción. Además de eso, que mucha información que resulta ser relevante y que aporta mucho a una mejora generacional no llegue a todos. Ansia que más personas sientan interés por temas relacionados con la sostenibilidad, que el alcance de esta información sea mayor y actúen.

El progreso de los arquetipos se hizo uso de la información obtenida a través de entrevistas, encuestas y mapa de actores. Este último fue dividido en tres sectores, siendo los siguientes:

5.3.1 Centrales: Este sector es principal ya que cuenta con el público objetivo, el cual consta de personas de 26 a 32 años ubicadas en Lima Norte.

5.3.2 Directos: Encontramos emprendimientos y negocios interesados en temas relacionados al cuidado del medio ambiente, adultos mayores que no le dan mucha importancia a la sostenibilidad, consumidores y recolectores.

5.3.3 Indirectos: Donde se ubica a las comunidades locales, medios de comunicación para la difusión de información, ONGs relacionadas al tema, gobiernos interesados. Finalmente, cuenta con las instituciones educativas y generaciones futuras.

5.4 Cantidad de beneficiarios:

El presente proyecto va enfocado a jóvenes adultos de 26 a 32 años de Lima Norte (aproximadamente 500 jóvenes adultos). Fueron escogidos según la delimitación social y la investigación realizada el cual tiene como fin brindar el servicio de taller sostenible, experiencial y vivencial promoviendo y difundiendo las estrategias sostenibles, el desarrollo de hábitos de consumo, entre otros.

6. Propuesta de Valor

6.1 Propuesta de valor

SostyLab ofrece un Taller sostenible que concientice sobre hábitos de consumo y las estrategias que se requieran emplear experiencias vivenciales. Para lograr esto, el taller iniciará con ventas de productos de material reciclado para la decoración del hogar durante 4 meses como el sustento inicial y también que el público nos conozca, ganar credibilidad, confianza y finalmente se informe sobre estrategias sostenibles del taller. SostyLab no sólo se enfoca en la producción de objetos para el hogar con materiales reciclables, sino que también busca enseñar de forma experiencial y vivencial cómo implementar estas prácticas y estrategias en la vida diaria o en proyectos.

La idea detrás de la propuesta es que, al enseñar de forma práctica a los jóvenes adultos de 26 a 32 años de Lima Norte cómo incorporar prácticas sostenibles en su vida diaria y de esa forma se promueve hábitos de consumo que puedan obtener un buen impacto en el medio ambiente. Además, al fomentar la producción de objetos con materiales reciclables contribuye a disminuir la cantidad de residuos que se envían a los basureros

6.2. Segmento de clientes

SostyLab es un taller que se enfoca en concientizar sobre hábitos de consumo y estrategias sostenibles en Lima Norte. Para lograr su misión, se ha identificado a dos segmentos de clientes a quienes va dirigido su servicio.

El primer segmento son jóvenes adultos entre 26 y 32 años en Lima Norte. SostyLab cree que esta población es especialmente importante porque son una audiencia clave para la

promoción de prácticas sostenibles y hábitos de consumo responsable en la sociedad. Al trabajar con jóvenes adultos en el taller de reciclaje, se espera no sólo enseñarles cómo implementar prácticas sostenibles en su propia vida diaria, sino también inspirarlos a compartir esta información con sus comunidades.

El segundo segmento de clientes de SostyLab son personas y entidades interesadas en promover e incluir la sostenibilidad en su vida. Esto podría incluir organizaciones sin fines de lucro, empresas, gobiernos locales y ciudadanos preocupados por el medio ambiente. Al ofrecer un servicio sostenible y educativo, SostyLab espera atraer a aquellos que buscan aprender más sobre prácticas sostenibles y cómo incorporarlas en su vida diaria.

6.3. Canales

SostyLab ha identificado varios canales de difusión para promocionar su taller sostenible en Lima Norte. La empresa utilizará las redes sociales más populares como Instagram, YouTube, Facebook y TikTok para difundir información relevante sobre su taller de reciclaje. A través de estas plataformas, SostyLab planea publicar contenido visual atractivo que muestre los beneficios de adoptar prácticas sostenibles y cómo participar en su taller.

Además, SostyLab utilizará WhatsApp Business y Discord para interactuar directamente con los clientes y responder a sus preguntas e inquietudes. Esta plataforma de mensajería instantánea se considera una herramienta importante para brindar un servicio al cliente personalizado y eficiente.

Otro canal de difusión importante será la plataforma web, donde SostyLab tendrá una página o blog dedicado a compartir información relevante sobre el taller de reciclaje y cómo participar. En este sitio web, los clientes pueden encontrar información sobre los beneficios de adoptar prácticas sostenibles, testimonios de clientes satisfechos y detalles sobre cómo inscribirse en el taller.

6.4. Relación con los clientes

SostyLab mantendrá una relación con los clientes basada en la educación, la conciencia y la motivación para implementar prácticas sostenibles en su vida diaria. Se ofrecerá un servicio en el cual se crearán productos para el hogar a base de materiales reciclados y los clientes aprenderán haciendo, con cursos experienciales y vivenciales.

La experiencia en el taller no solo se enfoca en la producción de productos reciclados, sino también en educar a los clientes sobre cómo pueden adoptar prácticas sostenibles en su vida diaria. SostyLab busca establecer una relación con los clientes basada en el aprendizaje, para que puedan entender cómo su comportamiento puede afectar el medio ambiente y cómo pueden reducir su impacto negativo. A su vez se busca motivar a que con este taller puedan realizar actividades sociales y les sirva para algún proyecto personal o la municipalidad.

Además, SostyLab busca generar una motivación y conciencia en los clientes. Es por eso que busca empatizar, brindarle información completa e incentivos para motivar a las personas.

6.5. Actividades claves

SostyLab ha identificado ciertas actividades claves que son necesarias para su funcionamiento. En primer lugar, se realizará la venta de productos para el hogar hechos a base

de material reciclado, además de talleres vivenciales donde las personas no solo aprendiendo a elaborar sus propios objetos, también podrán conocer sobre estrategias, tener asesoramiento y adentrarse a un estilo de vida sostenible. Para ello, utilizará diferentes canales de comunicación y difusión, incluyendo una cuenta en redes sociales y la creación de un número de WhatsApp de negocios y grupo de discord para que se cree una comunidad que apoya y opta por la sostenibilidad.

Además, SostyLab recopila datos de sus clientes potenciales a través de encuestas para obtener una base de datos que permita hacer llegar a ellos de manera personalizada. La empresa también se encargará de la recolección de materiales reciclables, como plástico, cartón, vidrio, papel y tela, entre otros, para su posterior procesamiento y creación de productos sostenibles.

SostyLab ofrecerá talleres sobre actividades y estrategias sostenibles, lo que permitirá a los clientes aprender a implementar prácticas sostenibles en su vida diaria. Además, la empresa organizará visitas guiadas al taller para que los clientes puedan ver el proceso de creación de productos con material reciclado.

Finalmente, SostyLab estará presente en diferentes ferias para promocionar su servicio y llegar a un público más amplio, y así poder realizar campañas BTL donde se enseñe y de forma didáctica se tome conciencia. Todas estas actividades clave son esenciales para que SostyLab pueda llevar a cabo su misión de concientizar sobre hábitos de consumo y estrategias sostenibles, y ofrecer un servicio sostenible que genere un impacto positivo en el medio ambiente y en la vida de las personas.

6.6. Recursos clave

SostyLab requiere de ciertos recursos claves para poder llevar a cabo su proyecto de taller sostenible. En primer lugar, se necesitan dispositivos electrónicos, como computadoras, tablets y smartphones, para poder gestionar la presencia en RRSS y en la plataforma web, y para el envío de mensajes a través de WhatsApp Business.

Además, requiere una conexión a internet estable para poder realizar las actividades de su servicio, como la promoción en redes sociales, el envío de mensajes personalizados y el registro de la base de datos de los clientes.

Por otro lado, SostyLab cuenta con un taller de producción y enseñanza, donde se lleva a cabo la recolección de materiales reciclables, su procesamiento y la creación de productos sostenibles. Es en este taller donde se imparten los talleres experienciales y vivenciales para generar conciencia sobre la sostenibilidad.

Finalmente, SostyLab utiliza máquinas especializadas para la reproducción de materiales reciclados, como el papel y otros materiales, para poder crear productos de alta calidad y reducir al mínimo los residuos generados en el proceso de producción. Todos estos recursos son esenciales para que SostyLab pueda ofrecer un servicio de alta calidad y llevar a cabo su misión de promover la sostenibilidad.

6.7. Aliados clave

SostyLab busca tener una serie de aliados clave que son fundamentales para el desarrollo de su proyecto de taller sostenible. En primer lugar, buscará el apoyo de instituciones y

universidades que comparten su interés por la promoción de la sostenibilidad y pueden colaborar en las actividades conjuntas y la organización de eventos.

Asimismo, SostyLab busca vincularse con Perú Sostenible, una red de empresas que promueve el desarrollo sostenible en el país, lo que puede ofrecer nuevas oportunidades de colaboración y difusión del proyecto.

Además, la Municipalidad y el Ministerio del Ambiente también son aliados importantes para SostyLab, ya que pueden dar apoyo en la administración de permisos y la obtención de recursos para la realización de actividades y proyectos sostenibles para darles oportunidades a las demás personas, ya sea de intercambio o por trabajo.

6.8. Fuentes de ingresos:

SostyLab obtendrá sus ingresos iniciales a través de la venta de productos reciclables para la decoración en el hogar, realizando también tutoriales en la red YouTube con previa Suscripción. Luego de un rango de 4 meses, se obtendrá del Taller sostenible para el aprendizaje hacia las personas.

6.9. Presupuestos

TABLA 1 Gasto inicial

Gasto Inicial	Definición	Unidad	Monto		
Recursos de producción	Luz	AL MES (x8hr= S/.4.80, x6 días= S/.28.8, Mensual= S/.115.20 X 3 personas)		345.6	
	Internet	AL MES (x8hr= S/.0.29, x6 días= S/.1.74, Mensual= S/.52.20 X 3 personas)		156.6	
Recursos administrativos	5 pinturas		8.20	41.00	
	1 Pack de pinceles básicos		1 Pack	10.50	
	3 Tijeras		3.50	10.50	
	10M cable eléctrico		Por M	14.15	
	2 Uhu		3.90	7.80	
	2 Cintas grandes		6.90	12.50	
	Barras de silicona (docena)		Docena	9.40	
	1 Regla metálica de 60cm			22.40	
	1 máquina de silicona			9.90	
	Papel decorativo 1m			40.00	
	Caladora de metal y madera			122.00	
	Mino Torno (Pulidor)			60.00	
	2 Lapiz		1.50	3.00	
	3 Lijas para madera		2.40	7.20	
Piezas para unir (tuerca, etc) PACK		172 piezas	21.00		
Recursos logísticos	Bicicleta			0.00	
	Host + Dominio + Protección + Correo personaliza		x 1 año	221.15	
Recursos de medios / Difusión	Facebook		2 veces por mes	261.10	
	Instagram		3 veces por mes	261.10	
	Tik Tok		Duracion de 10 días	51.40	
Recursos financieros	Inversión propia: 12%	S/. 350 individual (x3)		1,050.00	5550
	Préstamo 88%	c/u: 1500		4,500.00	
	Total			1,688.30	
	Queda			3,862	caja chica

NOTA: Lo que quede de la inversión se usará como caja chica (**RESPALDO**)

TABLA 2 *Gasto mensual*

Gasto MENSUAL	Definición	Monto
Recursos de producción	Luz	345.6
	Internet	156.6
Recursos administrativos	5 pinturas	41.00
	10M cable eléctrico	14.15
	2 Uhu	7.80
	2 Cintas grandes	12.50
	Barras de silicuna (docena)	9.40
	Papel decorativo 1m (x4)	160.00
	Lapices x12und	30.00
	Piezas para unir	21.00
	4 Lijas para madera	9.60
Recursos logísticos	Bicicleta	0.00
Recursos de medios / Difusión	Facebook (Fijo)	261.10
	Instagram (Fijo)	261.10
	Tik Tok (Fijo)	14.60
	Total	1344.45

NOTA: Estos gastos sólo serán por 6 meses de los TUTORIALES POR YOUTUBE Y VENTA DE PRODUCTOS ya que pasado los 6 meses se incluirán talleres.

TABLA 3 *Gastos en redes sociales*

		Inversion en FB E IG			
Personas alcanzadas	Tiempo	Cantidad invertida	Total invertido por semana	X Mes	En 6 meses
827 - 2,4mil	7 días	18.65 (xDía)	s/130.55 xSemana	s/261.1 (x2 veces al Mes)	1,566.00
				1era y tercera semana se publicitaria	
		Inversion en TIKTOK			
Objetivos	Tiempo	Cantidad invertida	x Semana	x Mes	En 6 meses
CPC (Coste por Click)	2 días	1 dolar = 3.68 (x Día)	s/7.3	14.60	308.40
			TOTAL	14.6	

TABLA 4 Precios para venta de productos

PRODUCTOS QUE SE VENDERÁN (Al Mes)	
Productos	Costo
Macetas(botellas, sogas, pintura)	
PEQUEÑA	4.00
MEDIANA	6.00
GRANDE	8.00
Sillones (1, 2 o 3)	324.00
Sillas	75.00
Mesa para centro	240.00
Lamparas	150.00
Decoracion para jardin (Previa cotizacion)	30.00
Cuadros	9.00
Casa para mascotas	210.00
Marcos para espejo	150.00
Organizador para maquillaje	18.00
Comoda para cuarto	300.00
Decoracion para el hogar (Previa cotizacion y coordinacion)	315.00
Recipientes	17.00
Jarrones	12.00
Estantes	30.00
Tachos	15.00
Librerias	157.00
Zapateria	32.00
Jardines colgantes	25.00
Centro de entretenimiento para niños	100.00
Accesorios para mascotas	20.00
TOTAL X21 PERSONAS	2,247.00

TABLA 5 Ingreso mensual

Este ingreso es solo por la venta de producto y contenido en redes (durará) x6 meses		Mensual	Trimestral	x6meses
Ingreso mensual	Definición	Monto	Monto	Monto
Membresia en YTB	Contenido especial para personas premium	160	480	960.00
Donaciones / EN VIVO tiktok y YTB	Donaciones en VIVO TIKTOK	25.60	76.80	153.6
	Agradecimientos en YTB s/2x10personas	20.00	60.00	360.00
Venta de productos	X21 PERSONAS	2,247.00	6,741.00	20,223.00
Ingreso por TikTok	Vistas	3.44	10.32	30.96
Vistas en YTB	Vistas	14.72	44.16	132.48
	Total	2,470.76	7,412.28	21,860.04

NOTA: Caja chica= Lo que quede de lo invertido y de ingresos

TABLA 6 Inversión en redes sociales

Pago por YTB						
Teniendo	Pago de YTB	Cantidad de videos x semana	Visualizaciones en la semana	Vistas X Mes	Ingreso Xmes	Ingreso x6 meses
x1000 visualizaciones	4.34Dolares (4dolares) = 14.72	3 videos por semana=12 videosX4	500 vistas (x Semana)	500*4=2000 vistas	29.44	1.501.44
x1000 000 vistas	500-1000 dolares	3 videos por semana=12 videosX4	2500 vistas (x Semana)	2500*4=10000 vistas	s/3680	22.080.00
x1000 visualizaciones	4.34Dolares	3 videos por semana=12 videosX4	500 vistas (x Semana)	500*4=2000 vistas	3930	23.581.44

Pago por TIKTOK						
Teniendo	Pago por TIKTOK	Cantidad de vistas x semana	Visualizaciones x semana	Vistas x Mes	Ingreso x Mes	Ingreso x 6 meses
100 vistas	s/0.012	Cada día 100 vistas x 7 dias	700 vistas	700* 4 semanas= 2800 vistas	0.336	2.02
1.000 vistas	s/0.12	Cada día 1000 vistas x 7 dias	7000 vistas	7000* 4 semanas=28000 vistas	3.44	20.64
10.000 vistas	s/1.24	Cada día 10000 vistas x 7 dias	70000 vistas	70000* 4 semanas=280000 vistas	34.72	208.32
					36.496	230.96
				x3 más	115.488	

TABLA 7 Membresía de youtube

Membresía de YOUTUBE				
Lo que se ofrecera	Membresía x Mes	Numero de personas	Ingreso x Mes	Ingreso x 6 meses
stickers personalizados	s/8	100	s/800	s/4800
Contenido especial (temas hards)				
Detras de camaras				
Asesorias para emprendimientos	s/8	20	s/160	s/960
Insignias e lealtad				

NOTA: Caja chica= Lo que quede de lo invertido y de ingresos

TABLA 8 Donaciones de tik tok

DONACIONES DE TIK TOK				
Lo que se ofrecera	En 1 mes	Monedas x En Vivo	Espectadores que donan	ingreso mensual
EN VIVOS	cada cuanto se dará	5 x Persona (5 monedas= 2.5soles)	20 x En vivo =50	x4 semanas = 120
Charlas en grupo	1 vez a la semana	1 x persona (1 moneda = 1.28 soles)	5 x En vivo= 5 soles	x4 semanas = 20
Actividades sostenibles			20x En vivo =25.6	x4 semanas = 102
Realizar un objeto con pocas cosas(Juegos)			5x En vivo = 6.4	x4 semanas = 25.6
sorteos			7 x en vivo =8.96	x4 semanas = 35.84

NOTA: Caja chica= Lo que quede de lo invertido y de ingresos

7. Resultados

Se consiguió cumplir de forma exitosa el reto de innovación, debido a que se pudo despertar interés en personas de nuestro público objetivo por los hábitos sostenibles y los cambios positivos que estos aportan en su rutina. Los resultados obtenidos se dieron por medio de “SostyLab”, inculcando y enseñando a los usuarios a realizar trabajos con materiales reutilizables.

Se alcanzó a validar el proyecto con personas que se encuentran dentro del público objetivo, siendo personas de 26 a 32 años que se encuentren en Lima Norte, a través de

entrevistas y encuestas donde pudieron dar sus comentarios y recomendaciones sobre “SostyLab”. Dentro de los comentarios se encontraron comentarios positivos y se pudo ver interés por parte de las personas por conocer más sobre hábitos sostenibles y los diversos usos que le puede dar a materiales que consideraban “basura”.

Los resultados se pudieron efectuar debido al taller generativo que se realizó en la vía pública con el fin de conocer qué tanta conciencia había por parte de los transeúntes. Esto se pudo conocer realizando un experimento social en el cual se botaban desechos para ver la reacción de las personas presentes, dentro de los cuales un gran número de personas tuvo la intención de ayudar e indicar dónde se encontraban los tachos de basura.

8. Conclusiones

Con el presente proyecto de investigación que se realizó, se logró conocer más sobre las inquietudes del público objetivo para poder promover hábitos de desarrollo de estrategias sostenibles en personas de 26 a 32 años en Lima Norte a través del taller “SostyLab”. Esto también sirvió para llegar a hallazgos e insights que facilitan la implementación de nuevas formas de llegar a las personas y captar la atención de las mismas con la intención de despertar interés hacia la sostenibilidad y sus beneficios.

Gracias a la información recopilada a través de encuestas y entrevistas se desarrolló el taller “SostyLab” con el fin de promover nuevos hábitos y, a su vez, informar mejor a las personas sobre las múltiples opciones que existen para reutilizar distintos materiales reciclados. Todo esto mencionado se realiza por medio de talleres interactivos, dinámicos y entretenidos para lograr que nuestro público se sienta parte del cambio y ayude a sumar más personas a este proyecto.

Finalmente, vemos que el taller sostenible SostyLab, cumple con la necesidad de la gente en concientizar, fomentar buenos hábitos sostenible que ayude a disminuir desperdicios e informar de manera completa en Lima Norte. Poniendo en práctica su desempeño en mejorar sus actitudes y actividades en su día a día. Asimismo, se brindó productos sostenibles funcionales para el hogar que no solo sirve para su uso, sino también que visualmente se apruebe la decoración.

9. Bibliografía

Amo, A. (2019), Editorial ELEARNING S.L, Reclutamiento y Selección Personal.

<https://books.google.com.co/books?id=63fIDwAAQBAJ&lpg=PA1&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>

Ampuero,S (2020), La sostenibilidad empresarial desde el punto de vista de las relaciones pública (Trabajo de investigación para obtener el grado de bachiller en ciencias de la comunicación).

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7656/AMPUERO_ZS.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Báez, P. (2019). Modelo conceptual del compromiso organizacional en empresas cubanas.

Ingeniería Industrial, XL (1), 14-23

<https://www.redalyc.org/journal/944/94465715006/94465715006.pdf>

Banco de España. (2021). Una taxonomía de actividades sostenibles para Europa.

<https://repositorio.bde.es/bitstream/123456789/14651/1/do2101e.pdf>

Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. (2022). Cambio climático y justicia ambiental: propuestas y experiencias para una transformación integral.

<https://ciup.up.edu.pe/analisis/cambio-climatico-y-justicia-ambiental-propuestas-experiencias-para-una-transformacion-integral/>

CEPAL, (2020). “La emergencia del cambio climático en América Latina y el Caribe: ¿seguimos esperando la catástrofe o pasamos a la acción?”.

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45677-la-emergencia-cambio-climatico-america-latina-caribe-seguimos-esperando-la>

Fernando, T. (2018). Consumo responsable y sostenibilidad ambiental en estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica (Tesis para optar el grado académico de doctor en ciencias ambientales)

https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5453/T010_20063065_D.pdf?sequence=1

García, A. (2020). Spotify (Revista de Contabilidad y Dirección).

https://accid.org/wp-content/uploads/2021/08/RCD30_Startups_cast-Spotify.pdf

Generalitat de Catalunya, (2023). (s.f.). *Deixalleries. Agència de Residus de Catalunya.*

https://residus.gencat.cat/es/ambits_dactuacio/valoritzacio_reciclatge/instal_lacions_de_gestio/deixalleries/

<anp/archivos/imagenes/vida/INFOAGRO%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE.pdf>

Gutiérrez, D (2020). *Fase II del proyecto de compras sostenibles en la universidad tecnológica de Pereira en el marco de la política ambiental UTP.*

<https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/1af4be3a-bcb2-4032-8885-b6445a03a316/content>

Gestión (2021) *El 77% de peruanos ya usa WhatsApp para compras, cómo aprovecharlo en los negocios, Diario Gestión*

<https://gestion.pe/tu-dinero/whatsapp-business-el-77-de-peruanos-ya-usa-whatsapp-para-compras-como-aprovecharlo-en-los-negocios-noticia/>

INEI. (2018). *Informe Técnico: “UN ANÁLISIS DE LA EFICIENCIA*

DE LA GESTIÓN MUNICIPAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EN EL PERÚ Y SUS

DETERMINANTES. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/investigaciones/residuos-solidos.pdf>

Krieger, L. (2019). *ODS 12: Producción y consumo responsables. NACIONES UNIDAS.*

<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45174>

Meza, L. (2021). “Estrategias de Aprendizaje y Manejo de Herramientas Virtuales en Tiempos de Covid-19 en Estudiantes de la facultad de Enfermería.” (Tesis de Licenciatura en Enfermería, UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCABELICA).

<https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/40d87616-4a70-4555-8b16-dacc8818d409/content>

Miguenz, L (2021). *Whatsapp Business (Guía completa 2021)*.

https://www.junin.gob.ar/sites/default/files/guia_completa_2021_whatsapp_business.pdf

Morocho, S (2019). “INSTAGRAM: USO Y MOTIVACIONES DE LOS JÓVENES” (Tesis, para obtener el grado en periodismo).

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/57495/1/INTAGRAM%20USO%20Y%20MOTIVACIONES%20DE%20LOS%20JO%CC%81VENES%20.pdf>

Nava, C. (2020). *Mejora en las condiciones de trabajo de los recolectores de residuos ante el COVID-19 (Tesis, Universidad Autónoma Metropolitana)*.

https://monitores.azc.uam.mx/informes/Recolectores_y_COVID_Informe_final.pdf

ONU, (2020). *El 2020, otro año de ventaja para el cambio climático*.

<https://news.un.org/es/story/2020/12/1484942>

Pontificia universidad católica del Perú (2023) “Modelo ProLab: Adict@s a las Ruedas, Modelo de Negocio Sostenible de un Taller Mecánico Atendido por Mujeres y Enfocado Principalmente en Mujeres” (Tesis para obtener el grado de magíster en administración estratégica de empresas).

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/24821/Adict%40s%20a%20las%20Ruedas%2c%20Modelo%20de%20Negocio%20Sostenible%20-%20CERVANTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rendón, D. (2020). Tesis Fase II del proyecto de compras sostenibles en la universidad tecnológica de Pereira en el marco de la política ambiental (UTP)

<https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/1af4be3a-bcb2-4032-8885-b6445a03a316/content>

Soto, J. (18 de agosto de 2020). ¿Qué es Instagram y para qué sirve? Geeknetic.

<https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>

Universidad Continental (2019). EPG Universidad Continental ¿Cómo se manejan los residuos sólidos en el Perú? [https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/como-manejan-residuos-solidos-](https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/como-manejan-residuos-solidos-peru#:~:text=El%2050%25%20de%20estos%20desechos,de%20valorizaci%C3%B3n%20de%20los%20desechos.)

[peru#:~:text=El%2050%25%20de%20estos%20desechos,de%20valorizaci%C3%B3n%20de%20los%20desechos.](https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/como-manejan-residuos-solidos-peru#:~:text=El%2050%25%20de%20estos%20desechos,de%20valorizaci%C3%B3n%20de%20los%20desechos.)

Yuan, C (2020), "Las redes sociales como generadoras de información periodística" (Memoria para optar al grado de Doctor).

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/64217/1/T42114.pdf>