



Diseño de programa de acercamiento de los ciudadanos de la ciudad de Bogotá a parques rurales

John Alejandro Ríos Penagos

Vanessa Alexandra Piñeros Zambrano

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en innovación y Maestría en Gerencia de Sistemas de Información y

Proyectos de tecnología

Bogotá, Colombia

2022

Diseño de programa de acercamiento de los ciudadanos de la ciudad de Bogotá a parques rurales

John Alejandro Ríos Penagos

Vanessa Alexandra Piñeros Zambrano

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:
**Magister en Innovación y Magister en Gerencia de Sistemas de Información y
Proyectos de tecnología**

Director (a):

Mauricio Sabogal Salamanca

Modalidad:

Consultoría Académica

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en innovación y Maestría en Gerencia de Sistemas de Información y Proyectos
de tecnología

Bogotá, Colombia 2022

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá D.C. día - mes - año

Dedicatoria

A mi mamá Gladys Zambrano, quien con amor, esfuerzo y sacrificio me impulso y apoyo a sacar adelante este título de máster. A mi papá Zehir Piñeros, por enseñarnos que lo más importante es dejar en los hijos un legado de progreso a través de la educación. A mi hermana Laura, por su apoyo constante con la revisión de esta monografía. Gracias familia insistirme tantas veces en que este sueño sería posible.

Vanessa Piñeros Zambrano

A mi mamá Blanca Penagos, a mi papá Jairo Ríos, a mi hermana Alejandra Ríos, a Haku y a Mia, por ser el motor de todos los logros en mi vida. Porque con su amor, esfuerzo, valores y cariño me han sabido guiar y forjar a la persona de la que estoy orgullosa ser hoy. A Rafael Galvis por ser ese ángel que creyó en mí y me supo apoyar en los momentos claves, sin usted nada de esto sería posible, mil gracias.

John Alejandro Ríos Penagos

Agradecimientos

A nuestros compañeros de la consultoría profesional, Lady Quevedo, Diana Acosta y Mauricio Fino con quienes hemos trabajado y construido la primera fase de un programa que esperamos pueda aportar a la mejora de la relación de los parques naturales y la comunidad de nuestra amada ciudad de Bogotá, gracias a ustedes por poner al servicio de nuestro trabajo su conocimiento, experiencia y compromiso.

Agradecimientos especiales a Monserrat Plascencia, directora de Alianzas Comunitarias de Teapot LA, quien ha sido la representante de nuestro cliente y mayor fuente de conocimiento y sensibilización sobre la importancia del uso de los parques naturales, urbanos y la generación de actividades que pueden cambiar la calidad de vida de las personas.

Finalmente, un agradecimiento a Mauricio Sabogal, por retarnos a imaginar la convergencia de espacios rurales en armonía con la comunidad a través de un equipo interdisciplinario y por permitirnos vivir la experiencia de BiblioSEO que ayudó en gran medida a romper en nosotros esos esquemas mentales producto de ser ajenos a la realidad de vida de otras personas.

Resumen

La sobrepoblación y el fenómeno de urbanización a nivel mundial están impactando fuertemente nuestro estilo de vida, las ciudades cada vez tienen menos zonas verdes y más habitantes, y al ser centros de desarrollo y economía es normal que sufran de problemas como el transporte, contaminación e inseguridad.

Todas estas problemáticas impactan la calidad de vida de los ciudadanos y hacen aún más latente una gran preocupación, el cómo avanzar hacia el futuro sin comprometer los recursos de las generaciones venideras. En este punto toma gran relevancia las zonas verdes que permiten la preservación de la naturaleza y proveen un espacio de calidad para que los ciudadanos puedan compartir y fortalecer su relación con la misma.

Entendiendo estos antecedentes y a Bogotá como la ciudad más grande de Colombia y con mayor densidad poblacional se hace importante el diseñar un programa de acercamiento de los ciudadanos de la ciudad de Bogotá a los parques rurales con el fin de fortalecer la educación medio ambiental y promover el cuidado del medio ambiente mientras se genera valor a la ciudadanía con estos espacios que permiten mejorar la calidad de vida.

Para esta labor se revisaron los principales elementos teóricos alrededor del diseño de experiencias centradas en el usuario, se analizaron las mejores prácticas en programas rurales en países como Chile, Costa Rica, Perú y México, se determinó al consumidor o usuario potencial de este tipo de programas. Con esto usando la metodología de pensamiento de diseño se generó el primer modelo de programa a forma de Journey Map y se testeó con un grupo de expertos para ejecutar sus recomendaciones y tener la versión final del programa.

Es importante destacar que como principales resultados de la investigación se evidencia que los beneficios percibidos por los usuarios que asisten a parques naturales están relacionados con la salud, ya sea mental, física, social u emocional y que el programa de acercamiento debe abogar a combatir las principales limitantes de acceso que poseen los parques rurales a través de las actividades y estrategias que los encuestados, junto con la teoría, consideran pertinentes, además de forjar una fuerte identidad al programa para que pueda generar una comunidad que abogue por los valores que se persiguen.

Palabras clave: Programa, Medioambiente, Salud Mental, Parques Rurales, Calidad de Vida, Design Thinking y Experiencia de Usuario.

Abstract

Overpopulation and the phenomenon of urbanization worldwide are strongly impacting our lifestyle, cities have less and less green areas and more and more inhabitants, and being centers of development and economy, it is normal that they suffer from problems such as transportation, pollution and insecurity.

All these problems impact the quality of life of citizens and make even more latent a major concern, how to move into the future without compromising the resources of future generations. At this point, green areas that allow the preservation of nature and provide a quality space for citizens to share and strengthen their relationship with nature take on great relevance.

Understanding this background and Bogotá as the largest city in Colombia and with the highest population density, it is important to design a program to bring the citizens of the city of Bogotá closer to the rural parks in order to strengthen environmental education and promote environmental care while generating value to citizens with these spaces that improve the quality of life.

For this work, the main theoretical elements around the design of user-centered experiences were reviewed, the best practices in rural programs in countries such as Chile, Costa Rica, Peru and Mexico were analyzed, and the potential consumer or user of this type of programs was determined. With this, using the design thinking methodology, the first program model was generated in the form of a Journey Map and tested with a group of experts to execute their recommendations and have the final version of the program.

It is important to highlight that the main results of the research show that the benefits perceived by users who attend natural parks are related to health, whether mental, physical, social or emotional, and that the outreach program should advocate to combat the main access limitations that rural parks have through the activities and strategies that respondents, along with the theory, consider relevant, in addition to forging a strong identity for the program so that it can generate a community that advocates for the values pursued.

Key words: Program, Environment, Mental Health, Rural Parks, Quality of Life, Design Thinking and User Experience.

Contenido

1.	<i>Introducción</i>	16
2.	<i>Objetivos</i>	19
2.1	Objetivo general.....	19
2.2	Objetivos específicos.....	19
3.	<i>Justificación</i>	20
4.	<i>Marco Institucional</i>	25
4.1	Nature For All	25
4.1.1	Políticas, Proyectos y Programas	25
4.1.2	Programas Fundamentales	26
4.1.3	Estructura organizacional.....	27
4.1.4	Sector económico y posición del mercado.....	27
4.2	Teapot LA	28
4.2.1	Sector económico y posición del mercado.....	28
5.	<i>Marco Contextual y Conceptual</i>	29
5.1	Infraestructura Verde	29
5.2	Parques	30
5.2.1	Parque Natural	31
5.2.2	Parque Rural.....	31
5.2.3	Beneficios de los Parques	32
5.3	Actores	33

5.3.1	Fundaciones	33
5.3.2	ONG	34
5.3.3	Colectivos	34
5.4	Pensamiento de Diseño – Design Thinking.....	35
5.4.1	Fases del Pensamiento de Diseño - Design Thinking	35
5.4.2	Impacto del Design Thinking en las organizaciones	37
5.5	Diseño de Productos, Servicios, Experiencias y Diseño Centrado en el Usuario y en el Ser Humano	39
5.5.1	Diseño De Productos.....	39
5.5.2	Diseño De Servicios.....	40
5.5.3	Diseño De Experiencias	40
5.5.4	Diseño Centrado en el Usuario	41
5.5.5	Diseño Centrado en el medio ambiente	41
5.5.6	Diseño Centrado en el Ser Humano.....	42
5.6	Herramientas para el Diagnóstico del Programa	42
5.6.1	Benchmarking	42
5.6.2	Costumer Journey Map	43
5.6.3	Brainstorming	43
5.6.4	Canvas Business Model	44
6.	<i>Diseño metodológico de la consultoría</i>	46
6.1	Primera Etapa: Estructura y Organización de la Consultoría.....	46
6.2	Segunda Etapa: Desarrollo de Diseño del Programa	46
6.2.1	Investigación y análisis de fuentes cualitativas primarias y secundarias.....	47
6.2.2	Investigación y análisis de fuentes cuantitativas primarias y secundarias.....	54
7.	<i>Diagnóstico organizacional</i>	56
7.1	Análisis de resultados de la investigación de fuentes secundarias.....	56

7.1.1	Análisis de panorama de parques naturales y su relevancia en los países seleccionados.....	56
7.1.2	Análisis de variables de éxito y limitantes de los programas analizados	59
7.2	Análisis de resultados de la investigación de fuentes primarias.....	61
7.2.1	Análisis de los resultados de medios cualitativos	61
7.2.1	Análisis de los resultados de medios cuantitativos	64
8.	<i>Resultados de la solución.....</i>	75
8.1	Canvas sostenible.....	75
8.2	Proceso creativo	76
8.2.1	Primera fase – ¿Cómo podríamos? - Cuadro de necesidades	76
8.2.2	Segunda fase – ¿Cómo podríamos? – Selección pregunta base	78
8.2.3	Tercera fase – Brain Storming	79
8.3	Creación de prototipo.....	81
8.4	Testeo de prototipo	83
8.5	Ajustes finales al prototipo	85
9.	<i>Conclusiones y recomendaciones.....</i>	86
9.1	9.1. Conclusiones.....	86
9.2	9.2. Recomendaciones.....	90
10.	<i>Referencias</i>	94
11.	<i>Anexos</i>	104
11.1	A. Anexo. Encuesta sobre el nivel de percepción de acercamiento a parques rurales	104
11.2	B. Anexo. Entrevista semiestructurada.....	127
11.3	C. Anexo. Journey Map.....	129
11.4	D. Anexo. Business Canvas Model.....	129

11.5	E. Anexo. Proceso Creativo del Design Thinking.....	130
------	---	-----

Lista de figuras

Figura 1: Impacto del design thinking	39
Figura 2 Mapa de árbol palabras clave entrevistas	62
Figura 3 Nube de palabras análisis cualitativo de entrevistas	63
Figura 4 Tabulación pregunta ¿cuántos parques naturales conoces?	65
Figura 5 Tabulación pregunta ¿cuáles son los beneficios percibidos de asistir a parques naturales?	66
Figura 6 Tabulación pregunta ¿cuáles son los factores más importantes para incentivar la visita a parques naturales?	67
Figura 7 Tabulación pregunta ¿cuáles considera son las principales limitantes para visitar un parque natural?	68
Figura 8 Tabulación Pregunta ¿Cuál Es El Top 8 De Actividades Que Más Se Suelen Realizar En Los Parques Naturales?	69
Figura 9 Tabulación pregunta ¿qué actividades lo motivarían a asistir a un parque natural?	70
Figura 10 Tabulación pregunta ¿qué estrategias considera puedan incentivar la visita a parques naturales	71
Figura 11 Canvas sostenible programa de acercamiento a parques naturales	76
Figura 12 Cuadro de necesidades proceso de creación	77
Figura 13 Creación y selección de la pregunta base del ¿cómo podríamos?	79
Figura 14 Brain storming de generación de estrategias para la pregunta base	80
Figura 15 Primera versión de journey map de programa de acercamiento a parques naturales	83
Figura 16 Presentación de prototipo a los asistentes de BiblioSEO	84
Figura 17 Versión final de journey map de programa de acercamiento a parques naturales	85

Lista de tablas

Tabla 1 *Hoja de datos de la entrevista* 48

Tabla 2: *Temas de análisis en la entrevista* 49

Tabla 3 *Cronograma de plan de consultoría*..... 55

Tabla 4 *Variables clave de panorama de parques naturales* 56

Tabla 5 *Matriz de variables clave de éxito y limitaciones de los programas en esos países*
..... 59

Tabla 6 *Caracterización demográfica general encuesta* 71

Tabla 7 *Perfil de consumidor potencial del programa de acercamiento a parques
naturales* 73

Tabla 8 *Definición journey map* 81

1. Introducción

De acuerdo con el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, se prevé que el 68 % de la población vivirá en zonas urbanas en el 2050, aumentando el crecimiento demográfico de las ciudades principalmente de las capitales en el mundo. De acuerdo con el crecimiento exponencial que la ONU indica, América Latina y el Caribe se proyectan con el 81% (ONU, 2018). Esto causara consecuencias en el medio ambiente y la calidad de vida de las personas que hay prever desde los diferentes escenarios y actores que acompañan estas dinámicas.

Este tema nos introduce en dos grandes aspectos los cuales se encuentran interrelacionados entre sí y es la preservación del medio ambiente y la calidad de vida de las personas, entendida desde la salud física y mental. De acuerdo con el Comité por la Sustentabilidad de la Universidad de Chile, la naturaleza constituye un referente humano muy importante, y en todas las experiencias es un referente de calidad de vida, lo cual se convierte en una necesidad básica tener espacios públicos por donde caminar, ejercitar la mente-cuerpo y estar en contacto con la naturaleza (Henriquez, 2021).

Por ejemplo, en Bogotá Colombia, la cobertura de espacio público para el 2018 fue inferior a 4 m² por habitante, esto refleja que los espacios públicos no satisfacen con suficiencia las demandas de espacio público por habitante y se puede relacionar de manera directa con bajos niveles de calidad de vida, como se ha mencionado anteriormente (Mayorga & Hernández, 2018).

Por esta razón es importante denotar que las zonas verdes se convierten en un articulador de la preservación de la naturaleza y un espacio que se dispone a mejorar la calidad de vida, con el objetivo de que los ciudadanos puedan compartir y fortalecer su relación con la misma. Esta idea no es nueva, ya que desde “el establecimiento del parque nacional

Yellowstone el primero de marzo de 1872 que fue la primera gran iniciativa de preservación de la naturaleza como tema de interés público” (Nash, 1970, pág. 726). Retomando esta relevancia de la preservación de la naturaleza se han creado oportunidades para nuevas tendencias como la ciencia ciudadana, el objetivo principal de esta tendencia es “Movilizar a las personas en torno al conocimiento de su biodiversidad. Un paso fundamental para entender las funciones ecológicas que ésta proporciona para asegurar un medio ambiente urbano saludable” (Wallace, y otros, 2019, pág. 67) promoviendo e impulsando en los ciudadanos ese sentido de pertenencia, respeto y protección respecto a los espacios naturales de su comunidad, como lo son los parques rurales. Estas realidades nombradas no son ajenas a Colombia, podemos encontrar antecedentes en la creación de los parques Centenario (1883) y la Independencia (1910) en la ciudad de Bogotá “una clara evidencia de la preocupación por la existencia, dentro de la ciudad, de espacios verdes que cumplirían dos funciones: limpiar el aire de la ciudad y brindar espacios para una recreación sana” (Guerrero, 2012, pág. 113) todo esto bajo una corriente donde la preservación de la naturaleza, el impacto medio ambiental y el bienestar de los ciudadanos hace parte de una visión integra de una ciudad organizada y con calidad de vida.

Incluso, podemos encontrar otras tendencias como la educación medio ambiental que plantean “como propósito suscitar en los seres humanos habilidades, valores y conocimientos que favorezcan una cultura de respeto para con el medio ambiente” (Garcia & Aguancha, 2020, pág. 5) con proyectos colombianos en la Orinoquia orientados a la participación ciudadana que “buscan gestionar y realizar acciones que contribuyan a la resolución de problemas y al fortalecimiento de potencialidades ambientales, enmarcadas en las estrategias de la Política Nacional de Educación Ambiental” (Garcia & Aguancha, 2020, pág. 5) es decir, en Colombia ya se promueve una política de educación ambiental que identifica y entiende la necesidad de fortalecer la relación entre naturaleza y comunidad.

La importancia de este trabajo se encuentra en que sus resultados podrán ser tenidos en cuenta por los ciudadanos, gobiernos locales, sector empresarial y ONG para articular políticas y soluciones integrales de cara a la interacción, preservación, educación y sentido de pertenencia de los ciudadanos con el medio ambiente y los parques rurales, convirtiéndose en un beneficio que permitirá mejorar el nivel de calidad de vida de los ciudadanos.

Es por esta razón, que este trabajo es desarrollado a través de una revisión y análisis de las mejores prácticas en programas rurales en países como Chile, Costa Rica, Perú y México. Posteriormente, se estudiaron los principales elementos teóricos alrededor del diseño de experiencias de centradas en el usuario y herramientas para el diagnóstico como lo es el benchmarking. Se llevo a cabo una metodología tipo mixta, en donde se investigaron fuentes primarias y secundarias, como parte del resultado de estas fuentes se llevó a cabo un análisis de la información, en donde se llegó al diseño del programa de acercamiento de los ciudadanos de la ciudad de Bogotá a los parques rurales, a través de la metodología de Design Thinking y sus fases: empatizar, idear, prototipar y probar.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Diseñar un programa de acercamiento a los parques rurales para las personas de la ciudad de Bogotá.

2.2 Objetivos específicos

- Analizar las mejores prácticas en programas rurales en países como Chile, Costa Rica, Perú y México.
- Revisar los principales elementos teóricos alrededor del diseño de experiencias de centradas en el usuario pertinentes para esta investigación.
- Analizar y entender al consumidor o usuario potencial de este tipo de programas rurales.
- Diseñar y testear un programa de acercamiento a las personas, usando la metodología de pensamiento de diseño
- Proponer recomendaciones para la implementación del programa teniendo en cuenta los hallazgos de la investigación

3. Justificación

La presente investigación busca diseñar un programa de acercamiento a los parques rurales para las personas de la ciudad de Bogotá, con el fin de mejorar su calidad de vida entendiendo los beneficios de la relación y el cuidado del medio ambiente. Para ello, será muy importante conocer sus intereses, sus experiencias y expectativas sobre programas relacionados con el uso y protección de los parques rurales. La metodología para la construcción del programa se llevará a cabo a través del pensamiento de diseño, manteniendo al usuario en el centro de esta experiencia.

Este trabajo se caracteriza por pertenecer al grupo de investigación: política y sostenibilidad, el cual busca ser reconocido en el contexto de las Humanidades y Ciencias Sociales por su visión gerencial, sus impactos en la sociedad y el medio ambiente, específicamente con una línea de investigación como lo es el Desarrollo Humano y la Equidad (Universidad EAN, 2021). Contribuyendo de manera significativa y positiva al desarrollo humano sostenible de acuerdo con el ADN de la Universidad y nuestro interés como profesionales eanistas.

Para poder entender la importancia de este acercamiento, se hace necesario revisar y entender como la calidad de vida se está viendo afectada por la desconexión con el medio ambiente, la sostenibilidad ambiental y la falta de una economía descarbonizada, que permita mejorar la creatividad, la salud mental y física de las personas. Se ha analizado que tener acceso a espacios verdes como parques, zonas de juego y programas de naturaleza, ayudan a mitigar el impacto negativo (Röbbel, 2016). Es por esta razón que es necesario reactivar la relación de la comunidad con la naturaleza y la sostenibilidad mediante el acceso a los parques rurales, una actividad que se convierte en un desafío para las organizaciones, gobiernos y personas.

Como lo mencionan Rodríguez y Mora (2021) los parques naturales, se conciben como escenarios pedagógicos de alto valor social, para lo cual se hace necesario diseñar estrategias didácticas que relacionen la educación, la recreación y la práctica turística. Estas estrategias deben ir acompañadas de un objetivo, el cual puede ser generar una relación del turista con el medio natural, en esta relación se debe comprender el valor del patrimonio natural y cultural, así como apuestas educativas que permitan resaltar la importancia del cuidado y la conservación del ecosistema.

Por ejemplo, la Subdirección de Sostenibilidad y Negocios Ambientales (2017) ha creado el Programa Salud Naturalmente en los Parques, el cual tiene por objetivo, consolidar los Parques Nacionales Naturales como espacios que promueven modos, estilos y entornos de vida saludable y bienestar a niños, jóvenes y adultos que los visitan, contribuyendo con el mejoramiento de la salud de los visitantes. Para el desarrollo del programa, es importante tener en cuenta que existe una conexión especial entre las áreas protegidas (bien conservadas) y la salud de la población, especialmente aquella que vive en entornos urbanos, donde se tiene un bajo contacto con la naturaleza, parte de los antecedentes del programa Salud Naturalmente en los Parques, analizo las cifras de la inactividad física de los colombianos, tomando como referente las estadísticas de inactividad física para el año 2010 en Colombia, en la cual se muestra que solamente el 53,5% de los adultos colombianos de 18 a 64 años cumple con las recomendaciones de actividad física (Subdirección de Sostenibilidad y Negocios Ambientales, 2017).

Así mismo en la revisión del estudio, se encontró relevante entender que uno de cada dos colombianos presenta exceso de peso, evidenciando un aumento en los últimos 5 años, en 5,3 puntos porcentuales, con una mayor prevalencia en el área urbana, llegando al 52,5%, lo que supera el promedio nacional, lo que genera una preocupación colectiva y conlleva al

planteamiento de este tipo de programas (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, 2010).

En ciudades como Bogotá muchas comunidades pasan gran parte de su tiempo trabajando en la ciudad o asumiendo responsabilidades en casa, lo que conlleva a un acceso reducido a parques, zonas de juego y programas basados en la naturaleza, esta situación también minimiza la conexión de la urbe con la naturaleza (Greenpeace, 2020). En Bogotá el compromiso de las personas con el medio ambiente y la salud humana puede mejorarse protegiendo, creando y conectando los parques con las personas. Este reto puede verse asumido a través de la conciencia colectiva, el sentido de pertenencia y un alto nivel de sensibilización educativa (Sánchez, 2020).

Entendido este contexto es importante detallar que Bogotá además de ser la capital de Colombia, cuenta con la mayor densidad poblacional, como lo indica el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, en el Censo nacional de población y vivienda realizado en el 2018, Bogotá cuenta con 7.181.469 habitantes (DANE, 2018) , incluso utilizando otras fuentes de datos gubernamentales como lo es el portal (Saludata, 2021) para los últimos 3 años de manera descendente se estimó que el número de habitantes fue de 7.834.167, 7.743.955 y 7.592.871 respectivamente. Por lo cual se hace necesario plantear estrategias para fortalecer y priorizar la relación de sus ciudadanos con la naturaleza, en específico para este caso, los parques rurales con el fin de fortalecer la educación medio ambiental y promover el cuidado del medio ambiente mientras se genera valor a la ciudadanía con estos espacios que permiten mejorar la calidad de vida teniendo en cuenta la experiencia de usuario.

Por otro lado, la Encuesta de Percepción Ciudadana Comparada (2018), también pone sobre la mesa los resultados arrojados en materia de medio ambiente y sostenibilidad, los cuales deben generar alarma de control de cambios para los entes gubernamentales, dado

que uno de los temas que más preocupa y menos satisface es el relacionado con el medio ambiente, la calidad del aire y agua, por ejemplo, apenas un 25% de la población encuestada está satisfecha con la calidad del aire en las ciudades, y un 29% con la contaminación de los cuerpos de agua.

En cuanto al reto de sostenibilidad, en el indicador de satisfacción con los parques y zonas verdes públicas, los bogotanos ubican a la ciudad con un 47% de aprobación (Encuesta de Percepción Ciudadana, 2018), lo que indica que este tipo de temas deben ser una prioridad en la agenda pública, en donde haya un retorno recíproco entre el gobierno y los ciudadanos, aumentando el acceso a zonas verdes y generando el cuidado y sentido de pertenencia por parte de los ciudadanos.

Por lo anterior, es necesario concientizar a las personas sobre la importancia del cuidado y acercamiento con el medio ambiente a través de espacios que promuevan su cercanía con el mismo y que de esta manera se permita mejorar su nivel de calidad de vida. Por este motivo, la presente investigación pretende dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Como crear un programa de acercamiento a parques rurales en la ciudad de Bogotá a través de un proceso de pensamiento de diseño basado en las mejores prácticas de programas a nivel nacional e internacional? Con el fin de generar una propuesta con una visión latinoamericana la cual permita ayudar a fundaciones y organizaciones gubernamentales y privadas tanto en Colombia, como en la región e incluso en ciudades de Estados Unidos como Los Ángeles de donde el cliente de la consultoría es originario.

4. Marco Institucional

A continuación, se hablará de dos organizaciones concebidas como ONG, están son Nature For All y Teapot LA. Estas son organizaciones aliadas radicas en los Ángeles Estados unidos, ambas abogan principalmente por fomentar los beneficios de la naturaleza en los ciudadanos de los ángeles, a través de la experiencia de estos con los espacios verdes de dicha ciudad.

Para tener un mejor contexto de las ONG, se calcula que “existen más de 10 millones de ONG en el mundo. Y en torno a un millón y medio están en Estados Unidos” (Ayuda en accion, 2018, pág. 1) las mismas aun siendo entidades sin ánimo de lucro mueven grandes sumas de dinero, se ha llegado a afirmar que “la suma de las cien mayores instituciones caritativas de EE. UU. concentra unos ingresos anuales de más de 130.000 millones de euros” (Montalbán, 2018, pág. 1).

4.1 Nature For All

La misión de Nature For All es construir una base de apoyo diversa para garantizar que todos los habitantes del área de Los Ángeles tengan un acceso a la amplia gama de beneficios que proporciona la naturaleza. Adicional se comprometen a conseguir apoyo para proteger y crear acceso a los bosques, ríos y parques, para llevar a cabo el desarrollo de una nueva generación de líderes medioambientales que se conectan con los terrenos públicos y apoyen su cuidado (Nature For All, 2020).

Así mismo, Nature For All (2020) aboga por políticas, proyectos y programas que se caracterizan por ser protectores, creadores y conectores, como se describen a continuación.

4.1.1 Políticas, Proyectos y Programas

PROTEGER. Las montañas y los ríos de la zona, para conservar el hábitat y los recursos hídricos, y que sean más resistentes al clima.

CREAR. Más espacios naturales, como parques y bici carriles, principalmente en los barrios marginados o desatendidos.

CONECTAR. A las personas a las tierras públicas a través de programas de acceso al tránsito e instalaciones recreativas mejoradas, lo que conducirá a una mejor salud pública.

4.1.2 Programas Fundamentales

Adicionalmente, Nature For All (2020) trabaja en cuatro programas fundamentales, como lo son los parques y espacios abiertos, el agua, el transporte y el liderazgo, y los abordan de la siguiente manera:

Parques y Espacios Abiertos

- **San Gabriel Mountains Forever:** Con este programa abogan y se organizan en nombre de la legislación y las políticas federales que protegen las montañas de San Gabriel, las colinas y los ríos.
- **Coalición de Parques:** Son miembros de la coalición local que trabaja en la creación y renovación de parques, campos de juego, áreas de juego y senderos para caminar.

Agua

- **Our Water LA:** Son miembros de esta coalición local que trabaja en la resiliencia del agua local y se aseguran de que sus comunidades tengan agua limpia, segura, confiable y sostenible para beber, recreación y comercio.

Transporte

- **Coalición Envirometro :** Somos un miembro fundador de esta coalición que trabaja para garantizar que las conexiones de transporte nuevas y mejoradas sean ecológicas, equitativas y saludables.
- **Consejo de Sostenibilidad de Metro:** Los miembros de la coalición forman parte de este consejo que trabaja para guiar el metro para asegurarse de que los proyectos de transporte sean sostenibles y ecológicos.

- **Transporte a los parques** : el programa de coalición trabaja con las comunidades locales y los funcionarios electos locales para proporcionar más conexiones, a través del transporte público, a los parques y espacios verdes abiertos para los angelinos, especialmente para aquellos en vecindarios pobres en parques.

Liderazgo

- **Escalera de liderazgo**: con este programa, cultivan voluntarios y simpatizantes para construir un legado diverso de administración, con un enfoque en empoderar a los miembros de la comunidad desatendidos.
- **Academia de liderazgo**: con este programa de capacitación de seis meses de Nature For All, enseñan la participación cívica, defensa comunitaria y gestión de proyectos para construir la próxima generación de administradores ambientales.
- **Stewards**: Es un grupo de voluntarios compuesto por exalumnos, voluntarios y simpatizantes de la Academia de Liderazgo.

4.1.3 Estructura organizacional

Con relación a su estructura organizacional, están conformados por una junta directiva y su staff organizacional. Su junta directiva está conformada por Vanessa Aramayo, Casey Schreiner y Charles Thomas, quienes han dedicado su vida a la diversidad, sostenibilidad ambiental y trabajo con comunidades.

En cuanto al staff, encontramos 5 actores principales tales como, Belén Bernal, director ejecutivo, Omar Gómez , Gerente de Programa Araceli Hernández , Organizadora senior del programa, Azeneth Martínez , Coordinadora de la Coalición y Bryan Matsumoto , director de programas.

4.1.4 Sector económico y posición del mercado

A partir de marzo de 2020, Nature For All consiguió la clasificación 501c3, que la identifica como una organización sin ánimo de lucro y de carácter benéfico. Respecto a su

posición del mercado, se perfila como líder del sector, ya que según su informe de impacto 2020 obtuvo el apoyo de 69 funcionarios electos, 68 organizaciones y 32 empresas, esto para poder seguir creciendo (Nature For All, 2020).

4.2 Teapot LA

De acuerdo con el contenido de su sitio web, su misión es generar el primer paraíso natural público en los EE. UU. (Teapot, 2021). La problemática planteada se ubica en los Ángeles, donde nombran que no se poseen zonas verdes de calidad entre barrios, privando del derecho de contar con estas a los miembros del vecindario. Por esto sus actividades van enfocadas hacia la vinculación de las personas con el lado de la naturaleza y en especial los jardines a través de las siguientes actividades:

- Consultas de diseño de jardines
- Cenas especiales con frutos cultivados en los jardines
- Excursiones familiares a lugares naturales para entender cuál es su motivación y expectativa respecto a este tipo de espacios
- Cursos relacionados con cocina, panadería, jardinería, medicina vegetal holística y valoración de suelos de jardín. Todo esto para que la gente entienda la importancia de contar con jardines.

4.2.1 Sector económico y posición del mercado

Teapot LA se identifica como una organización sin ánimo de lucro de carácter benéfico. Se encuentra desarrollando importantes proyectos, como el de la escuela primaria alta loma donde en sociedad con otras organizaciones sin ánimo de lucro como lo son Nature For All, LAUSD y MINC quieren convertir dos hectáreas en un ecosistema urbano (Teapot, 2021).

5. Marco Contextual y Conceptual

A continuación, se revisarán los aspectos teóricos que generan relevancia dentro de la presente investigación y para cualquier análisis posterior. Esto será abordado en tres partes: En la primera parte se comenzará por entender los conceptos de infraestructura verde, parques, tipos de parque y los beneficios que generan al relacionarse con las comunidades. De aquí se pasará a la segunda parte donde se explicarán los distintos actores que intervienen con los parques, como lo son las ONG, Fundaciones y Colectivos, ya que, en el desarrollo de un programa de esta índole, podrían verse involucrarlos.

La tercera y última parte se enfocará en la metodología de pensamiento de diseño, la cual se centra en el diseño de experiencias basados en el usuario, esta metodología, cuenta con herramientas útiles que permiten diseñar el diagnóstico del programa, tales como benchmarking, Customer journey map, brainstorming y Canvas business model. Este enfoque responde a la necesidad de articular las interacciones entre la infraestructura verde y los actores que se relacionan con la misma. Todo esto empleando el pensamiento de diseño, para poder generar productos y servicios pensando en el usuario final.

5.1 Infraestructura Verde

Es importante relacionar el concepto de infraestructura verde, podemos entenderlo como todo espacio natural abierto “que apoya a las especies nativas, mantiene los procesos ecológicos naturales, sostiene los recursos de aire y agua y contribuye a la salud y la calidad de vida de las comunidades y personas” (Benedict, 2002, pág. 12), se relaciona con el tema de infraestructura ya que se concibe como parte importante de la infraestructura convencional de una ciudad y expertos coinciden en que la mejor manera de preservar la diversidad biológica y los procesos ecológicos es crear un sistema de conservación integrado para contrarrestar la fragmentación del hábitat (Benedict, 2002).

Este concepto ha tomado una gran relevancia en la planificación de grandes ciudades ya que, debido a la preocupación mundial por la sobrepoblación y urbanización como amenazas para la sostenibilidad, se debe apoyar toda estrategia “orientada a potenciar los espacios verdes como valiosos sistemas que deberán aportar a mejorar la calidad de nuestro hábitat en un sentido ambiental, cultural, social y económico” (Moreno, Lillo, & Gárate, 2014, pág. 148) resaltando en este punto que la necesidad de planificación de espacios verdes no debe solo plantearse para atacar problemas ambientales sino que debe tener en cuenta importantes ejes como lo son el social, ya que “La naturaleza y las interacciones humanas necesitan elementos de los espacios abiertos como los espacios verdes, los elementos de agua y los atributos físicos para mejorar las interacciones entre el ser humano y la naturaleza” (Ibrahim & Nizarudin, 2019, pág. 6) siendo esto esencial para mejorar la calidad de vida de las personas.

Al ser la infraestructura verde un concepto tan general, abarca en su haber, al espacio natural que es objeto directo de esta consultoría, y este es el parque.

5.2 Parques

Aun cuando no son un concepto nuevo, han tomado gran relevancia las últimas décadas, ya que debido a la preocupación mundial por la sostenibilidad y conservación del medio ambiente se ha sabido interpretar estos espacios de naturaleza como una gran factor de beneficio, no solamente desde el punto de vista ecológico sino también desde “la dimensión emocional que implica la experiencia de la naturaleza y su importancia para el bienestar general de las personas” (Chiesura, 2004, p. 129). Entendiendo también como en un contexto global donde la población crece cada vez más y las ciudades principales pasan a albergar más personas se hacen totalmente necesarios estos espacios de esparcimiento que ayuden a conectar con el espíritu y desconectar un poco más de esas realidad tan demandante y agitada que supone el vivir en estas ciudades que no dejan de crecer.

Teniendo en cuenta esto y siendo este el principal objeto de estudio de nuestra consultoría pasaremos a identificar los tipos de parque que abordara la misma.

5.2.1 *Parque Natural*

Bajo este concepto profundizaremos en dos de los tipos de parques que son parte vital de esta investigación, el parque nacional y el rural. Aunque el concepto de parque nacional no tiene un origen claro, podemos nombrar su primera estandarización como concepto en 1959, cuando en labores conjuntas del consejo económico y social de la ONU, la UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de recursos Naturales) y la CIPN (Comisión Internacional de Parques Nacionales) se estableció que para que un espacio natural fuese considerado un parque nacional debía cumplir las siguientes condiciones (Clopés, 1980):

1. Debe ser un espacio amplio donde los ecosistemas presentes no hayan sido alterados por la explotación humana y donde todos sus elementos naturales tengan un interés educativo, científico y recreativo.
2. Donde la autoridad mayor a nivel nacional haya establecido normas de protección de dicho ecosistema y que castiguen a los infractores.
3. Donde los visitantes puedan ingresar bajo condiciones especiales y con fines educativos, recreativos o culturales.

5.2.2 *Parque Rural*

Este puede ser concebido como aquel espacio natural “en los que coexisten actividades agrícolas y ganaderas o pesqueras con otras de especial interés natural y ecológico, conformando un paisaje de gran interés eco cultural que precise su conservación” (Rodríguez A. J., 2007, pág. 24). Aun cuando son conceptos parecidos, se diferencian en que el parque natural no contempla la explotación humana dentro de su concepto, no de manera directa, mientras que el parque rural si la acoge, bajo unos parámetros estrictos,

como parte de si, permitiendo una explotación sostenible que beneficie a la comunidad y genere valor social, económico y cultural a la misma, sin que esto comprometa de ninguna manera el equilibrio ecológico del ecosistema y por ende los recursos de las generaciones futuras.

5.2.3 Beneficios de los Parques

Entendiendo los espacios naturales que abarco nuestra investigación pasaremos ahora a entender el porqué de la importancia y beneficios de fortalecer la relación de la comunidad con estos espacios, nos enfocaremos en tres puntos fundamentales de beneficio, y estos son:

- Mejora de calidad de vida, desde el punto de vista de permitir a la sociedad el poder interactuar con estos espacios naturales y ser beneficiarios de sus cualidades como lo son “la regulación climática, purificación del aire, reducción de ruido, refugio de especies nativas, provisión de espacios para recreación, esparcimiento y contacto con la naturaleza” (Vásquez, 2016, pág. 65) la mayoría de estos impactando directamente en la mejora de la salud de las personas ya que, abalados en estudios específicos como el realizado en el parque nacional Wuyishan en china, donde a través de encuestas y entrevistas se concluyó que “Los beneficios más comúnmente percibidos por los visitantes son la recuperación de la salud física y mental” (Li, et al., 2021, p. 9) influyendo esto directamente en un punto importante de la calidad de vida.
- La sostenibilidad, entendiéndola como la corriente que busca “influenciar, motivar y asistir a las sociedades a través del mundo para conservar la integridad y diversidad de la naturaleza y garantizar que cualquier uso de los recursos naturales será equitativo y ecológicamente sostenible” (Rodríguez A. J., 2007, pág. 19), esto es posible ya que precisamente estos espacios naturales están protegidos y regulados en aras de garantizar el bienestar ecológico de las futuras generaciones, a

través de espacios donde se genera valor, promueve el desarrollo y se hace un uso eficiente, responsable y cuidadoso de los recursos naturales.

- Mejora la interacción social, ya que “El acondicionamiento de estos espacios ofrece nuevas oportunidades de ocio para amplios sectores de la población, en especial para los mayores” (Moreno, Lillo, & Gárate, 2014, pág. 154) al proveer un espacio de relajación y esparcimiento que permite a través de un fortalecimiento de la relación con la naturaleza, el descargar el estrés del día a día que sufren las personas de la urbe, incluso, brindando espacios a aquellos que tienen tiempo pero por desconocimiento no aprovechan estos lugares.
- Impacto económico, ya que “La creación de estos espacios ha originado nuevas oportunidades de empleo, fundamentalmente en los sectores de mantenimiento y conservación de zonas verdes y de educación y comunicación ambiental” (Moreno, Lillo, & Gárate, 2014, pág. 154) creando así un ciclo de inversión, donde se entienden los beneficios de este tipo de sitios y a su vez estos impulsan la economía necesaria para seguir creciendo.

5.3 Actores

Finalmente encontramos a actores estratégicos que intervendrán en el desarrollo de este trabajo, como lo son las Fundaciones, las ONG y Colectivos, los cuales se definen a continuación.

5.3.1 *Fundaciones*

Las fundaciones según (Val, 2012, pág. 166) “son entidades con un patrimonio propio y cuyos fondos se destinan, de acuerdo con la voluntad de sus fundadores, a un fin determinado, a proyectos o actividades de interés general” suelen ser entidades sin ánimo de lucro y estar enfocadas en el beneficio social, en este caso concreto, el de cuidado del medio ambiente, y como la sociedad se relaciona con el mismo. Suelen tener gran relevancia internacional debido a su concepción, en la mayoría de veces, como entidades promotoras de bienestar social que abogan por objetivos con un profundo fin altruista que

vela por el bien de la humanidad, es importante resaltarlo, ya que este modelo de reconocimiento internacional permite la fácil adopción de este tipo actores a nivel mundial.

5.3.2 ONG

De acuerdo con los autores Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) se definen como organizaciones que aportan al desarrollo desde las dimensiones política, social y económica. También las definen como un organismo jalonador de procesos de desarrollo social, gestor de recursos nacionales e internacionales, promotor de la participación ciudadana e influenciador de la política pública (Pérez, Arango, & Sepulveda, 2011) esto permite que en gran medida su modelo sea fácilmente escalable internacionalmente ya que al ser entendidos como actores globales que impulsan el desarrollo, las entidades locales buscan apoyarse en ellos para replicar su éxito y estar bajo el cobijo y protección de estas organizaciones.

5.3.3 Colectivos

Y por último lo colectivos, que desde el punto de vista social pueden entenderse como un grupo de entes donde sus actores “despliegan estrategias propias en condiciones de interdependencia mutua, intercambian los recursos en un contexto de cooperación y conflicto para garantizar una producción institucional que satisfaga fines individuales y colectivos” (Basconzuelo, 2020, pág. 72), es decir, un conjunto de personas unidos por un objetivo en común que trabaja en equipo, pero sin perder su individualidad. Es importante resaltar esta última parte ya que aun cuando la organización fije objetivos claros, estos se pueden ver influenciados en gran medida por lo que convenga a cada uno de los individuos, lo cual podría tergiversar la misión y visión de la organización.

5.4 Pensamiento de Diseño – Design Thinking

El Pensamiento de Diseño o Design Thinking, “Ha suscitado un gran interés entre los profesionales y los académicos, ya que ofrece un enfoque novedoso de la innovación y la resolución de problemas” (Micheli, Mura, Wilner, Bhatti, & Beverland, 2019, p. 124), como se ha visto a lo largo de diferentes acciones, el Design Thinking, es una metodología ágil que permite el abordar el problema reduciendo el riesgo y aumentando las probabilidades de éxito ya que se centra en las necesidades humanas, para posteriormente observar y crear prototipos, esto con el fin de generar una solución mínimamente deseable, viable y económicamente rentable (Blazquez & Serrano, 2014).

Permitiendo rápidamente prototipar, refinar y validar, para reajustar y de esta manera ofrecer soluciones que conecten la realidad y las expectativas del consumidor. Por otro lado, encontramos al profesor de la Universidad de Stanford Tim Brown, quien define al DT, como una disciplina que utiliza la sensibilidad del diseñador y métodos para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y viable, es un proceso de innovación minucioso que implica una gran cantidad de ideación, Brown conceptualizó la metodología a través de cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar (Design Thinking, 2017).

5.4.1 Fases del Pensamiento de Diseño - Design Thinking

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, es importante abordar y comprender desde la literatura las fases del pensamiento de diseño, con el fin de tener una visión clara del proceso metodológico.

Empatizar

La empatía es fundamental en este proceso, ponerse en el lugar del otro, ver y sentir con los ojos y el corazón del otro, es necesario para realizar esta práctica, así mismo la observación paciente, la preparación y planificación se convierten en un aliado estratégico

de esta técnica; una de las herramientas mayormente usada es el mapa de empatía (Design Thinking, 2017), el cual busca a través de una serie de preguntas (que ve, que siente, que escucha, que piensa, que dice y hace) poder entender al sujeto o usuario y de esta manera detallar todas sus características psicográficas.

Por otro lado, autores, plantean la empatía como la base fundamental del proceso de diseño, la cual se centra en las personas y los usuarios. Existen unos parámetros que engloban el ser empático y estos son: observar, involucrarse, mirar y escuchar, es decir es entrar en el estado de entender el contexto del usuario, sobre el cual se va a diseñar el producto o servicio (Plattner, 2012). Interaction Design Foundation define la empatía la define como la primera etapa del proceso de pensamiento de diseño, en donde los equipos de diseño realizan investigaciones para obtener una comprensión personal de las necesidades de sus usuarios (Interaction Design Foundation , 2021)

Definir

De acuerdo con Plattner (2012) hay que tener claridad sobre lo aprendido en la fase anterior, y lo cual se encuentra relacionado con el usuario y su contexto, es decir es tener coherencia sobre la múltiple información que se ha recogido. Otros autores, como Serrano & Blázquez (2018) plantean que esta fase se debe definir y estructurar el problema, para aclarar las ideas y centrarse en el reto generado. Existen herramientas como mapas mentales, mapas conceptuales, mapa de actores, etc. Herramientas que permiten reducir de manera específica la situación objeto de definición, a través de la interacción entre los participantes.

Idear

Una vez se tiene claro el resultado de las dos fases anteriores, la definición del problema a resolver y el análisis de la información, se genera un abanico de múltiples soluciones al proyecto, esta fase se conoce como ideación, en donde convergen todas las ideas de las

personas participantes. Es importante denotar que todas las ideas son bienvenidas, desde las más extravagantes hasta las más conservadoras, manteniendo la mente abierta y creativa, lo cual permite la participación e iteración de todos los involucrados (Serrano & Blázquez, 2018).

Prototipar

Martínez (2016) lo define como, las ideas que son consolidadas en un prototipo a partir de acciones prototipadas, también aseguran que todo puede ser visto como un prototipo, dado que cada nueva situación es una nueva versión de otra que ya fue vivida. Por otro lado, los prototipos se conciben como la materialización de las ideas, pueden ser representados a través del uso de diferentes herramientas, como post-it, cartón, actividades, storyboard, storytelling, etc (Plattner, 2012). Es decir, prototipar es darles vida a las ideas, incluyendo elementos visuales, que conlleven a una narrativa de todas las posibles soluciones (Escuela StoryEmotion, 2021).

Evaluar

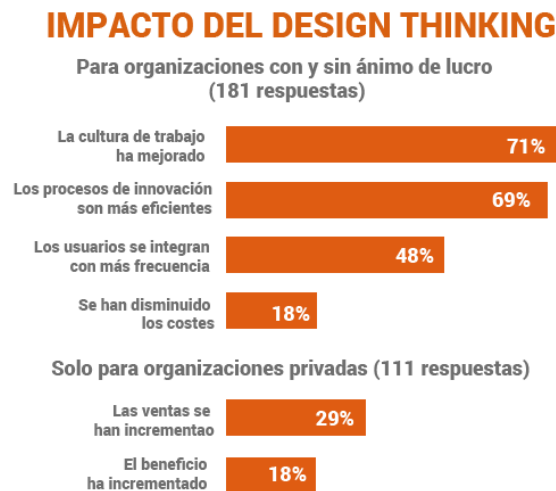
Evaluar consiste en generar retroalimentación sobre el prototipo, lo cual se convierte en una buena oportunidad para refinar el producto, de acuerdo a lo recogido por los usuarios finales y aporte de los expertos, es decir el resultado consiste en evaluar la experiencia de usuario (Plattner, 2012). Otros autores señalan e insisten en, poner a prueba los prototipos con los usuarios implicados en la solución que se está llevando a cabo, es una fase crucial, dado que acá se van a identificar todas las mejoras potenciales y descartar las posibles falencias (Urbano, Eizaguirre, & Barrutieta, 2017).

5.4.2 Impacto del Design Thinking en las organizaciones

Teniendo en cuenta el éxito que ha tenido esta metodología traemos a relación un estudio realizado en el 2015, enfocado en como el Design thinking ha ayudado a las organizaciones que lo han adoptado a mejorar sus procesos en resolución de problemas, tanto a nivel individual como organizacional. El estudio partió de desarrollar un marco conceptual que de manera cualitativa pudiese establecer métricas para contrastar la teoría contra la información obtenida del aplicar dicho instrumento a expertos, este proceso de refinamiento teórico tardó un año. La segunda fase contempló la ejecución y recolección de información que brinda el instrumento para comenzar a cuantificar las relaciones identificadas, siempre teniendo en cuenta las siguientes dos preguntas: ¿Cuál es la contribución de los diferentes niveles de impacto al éxito general del DT? y ¿Cuáles son las condiciones límite para el éxito del DT, por ejemplo, dentro de las organizaciones o las industrias?

Como resultado de este ejercicio, se concluyó que, principalmente para organizaciones con y sin ánimo de lucro, la mayoría reconoce una mejora del ambiente laboral (71%) y del ecosistema de innovación y participación de la organización (69%). Mientras que para organizaciones privadas un porcentaje modesto manifiesta que las ventas (29%) y beneficios (18%) mejoraron. Todo esto se puede ver a más detalle en la siguiente figura.

Figura 1: Impacto del design thinking



Fuente: Traducido y tomado de (Nicolai & Weinberg, 2015)

Estas siendo solo algunas de las ventajas que posee la aplicación del design thinking como metodología, ya que hace sentido que un método ágil de trabajo que se basa en la cooperación interdisciplinar para la formulación de productos y servicios, teniendo en cuenta el punto de vista del usuario como eje central y el rápido prototipado, testeo y refinamiento de ideas, sea muy efectivo para atacar el tiempo de mercado de las necesidades de los usuarios.

5.5 Diseño de Productos, Servicios, Experiencias y Diseño Centrado en el Usuario y en el Ser Humano

A continuación, se detallan el diseño de productos, servicios y experiencias, así como el diseño centro en el usuario y en el ser humano.

5.5.1 *Diseño De Productos*

En esta primera definición, encontramos que Báez y otros (2018) definen el diseño de productos como el proceso que se lleva a cabo por una o varias personas que pueden ser

llamadas diseñadores, a través de ciertas actividades fundamentales como lo son: La formulación de problemas e identificación de necesidades, generar alternativas de solución, evaluación de alternativas, documentación y por último la comunicación de los resultados (Baez, y otros, 2018) .

Por otro lado, Matarranz (2012) aborda el enfoque de diseño de producto, desde la definición y descripción del problema de mercado, posterior el equipo de diseño elabora un enfoque recomendado para resolver la problemática y posterior el equipo de implementación los aplica para construir el producto. De esta manera, el diseño sirve de articulador entre la definición y la implementación del producto (Matarranz, 2012).

5.5.2 *Diseño De Servicios*

Así mismo en el proceso de diseño de experiencias se involucra el termino diseño de servicios (DS), el cual se puede definir como, la interacción del usuario y todas las personas que participan en la prestación del servicio, tales como empleados, proveedores, clientes, etc, que perciben todos los puntos de contacto a traves de diferentes canales online y offline; esto ayuda a resolver conflictos internos y crea relaciones. De acuerdo con la autora el DS ayuda a cerrar brechas organizacionales y cuenta con los siguientes beneficios: resolver conflictos internos, genera espacios para promover conversaciones difíciles, ayuda a reducir las redundancias del servicio y crea relaciones (Peñaranda, 2020). Existen otros autores, quienes definen el diseño de servicios como el encargado de organizar los procesos y los actores internos de las empresas, para poder llegar al usuario final con un producto o con un servicio que satisfaga sus necesidades de manera eficiente, contemplando las particularidades de su experiencia de consumo (Solfa, Amendolaggine, & Wall, 2018)

5.5.3 *Diseño De Experiencias*

El diseño de experiencia de usuario es la última etapa entre el diseño de producto y servicio, porque entra en contacto directo con el consumidor para satisfacer sus necesidades, buscando asegurar la mejor experiencia con el menor esfuerzo (Solfa,

Amendolagine, & Wall, 2018), complementando este concepto otros autores como (Arhippainen & Tahti, 2003) plantean que los usuarios tienen aspectos como: valores, emociones, expectativas y experiencias, etc. y el producto cuenta con factores influyentes como movilidad, adaptabilidad, utilidad, etc., estos aspectos y/o factores influyen en la experiencia producto de la interacción usuario – producto (Arhippainen & Tahti, 2003).

5.5.4 *Diseño Centrado en el Usuario*

A partir de lo anterior es importante relacionar corrientes de diseño como lo son el diseño centrado en el usuario (DCU), el cual surge como un enfoque y método que consiste en conocer algunas particularidades del usuario con el objetivo de hacer más familiares y efectivas las interfaces gráficas que se diseñan (Galeano, 2008) para que las mismas sean acordes a la visión de cuál sería la manera más sencilla de guiar al usuario a través del producto o servicio que se esté diseñando esto ayuda a mejorar la probabilidad hasta que se cumpla la expectativa del cliente sobre el mismo ya que fue abordada desde su punto de vista. Vale la pena aclarar que este es un proceso iterativo ya que la idea es que el usuario constantemente este retroalimentando el producto o servicio para que él mismo mejore y cumpla cada vez mejor con sus expectativas.

5.5.5 *Diseño Centrado en el medio ambiente*

Por otro lado, encontramos el diseño centrado en el medio ambiente como un enfoque para el desarrollo de productos o servicios, que tiene como objetivo hacer que sean sostenibles ambiental, social y económicamente en todas las partes interesadas, estratégicas y no humanas (Equipo IDA Ideas Digitales Aplicadas, 2020) con el fin de dar un valor agregado al servicio o producto que va más allá de solamente lo material y económico, ya que permite evidenciar la responsabilidad social empresarial el producto servicio quiere comunicar a sus grupos de interés, siendo esto muy importante y en el contexto actual donde la sostenibilidad y cuidado de los recursos es una métrica de vital importancia para las organizaciones que quieren perdurar en el tiempo.

5.5.6 *Diseño Centrado en el Ser Humano*

Por otro lado, Núñez (2019) define el Diseño Centrado en el Humano como un enfoque de sistemas interactivos que tiene por objetivo, enfocarse en las personas, sus necesidades y requerimientos, este enfoque busca la mejora del bienestar humano y de esta manera contrarrestar los efectos adversos en la salud, seguridad y desempeño. Podría entenderse también como una evolución del diseño centrado en el usuario ya que aquí se delimita este usuario a las cualidades innatas del ser humano y por ende a las necesidades que este debido a su condición posee, es decir va un poco más allá, y ata al usuario a un conjunto de condiciones y escenarios que por su naturaleza intervendrán en la percepción del producto o servicio que se esté diseñando para él y que por lo tanto es muy importante considerar para poder agregar valor de manera eficaz a la solución.

5.6 Herramientas para el Diagnóstico del Programa

En cuanto a las herramientas que han apalancado el desarrollo de este proceso de investigación, encontramos el Benchmarking, Costumer Journey Map, Brainstorming y el Canvas Business Model, los cuales se revisaran en este capítulo.

5.6.1 *Benchmarking*

Continuando este análisis, encontramos el concepto, Benchmarking, el cual se convierte en una herramienta importante en nuestra investigación. Este, tiene como objetivo generar información para la organización, en el sentido de que la misma pueda tener ideas sobre cómo planificar y adoptar prácticas basadas en la experiencia y el éxito ya alcanzados por otras organizaciones (Abreu, Giuliani, Kassouf, & Alves, 2006).

Otros autores señalan que, de acuerdo con las demandas y exigencias del mercado con relación a la eficiencia operativa y mejora de procesos, las empresas recurren al uso del Benchmarking como un medio para establecer objetivos y medir su rendimiento con respecto a productos y / o servicios de organizaciones reconocidas como líderes de mercado (Stapenhurst, 2009).

De acuerdo con Hernández y Cano (2017), no siempre investigar a otras empresas significa copiar las mismas acciones, sino aprender de ellos para crear una máxima eficiencia y de esta manera generar la oportunidad de crecer y satisfacer expectativas internas y externas.

5.6.2 *Costumer Journey Map*

El Costumer Journey Map es una herramienta a modo de gráfico que describe el viaje de un usuario con relación a un producto o servicio a través de la representación de los diferentes puntos de contacto que caracterizan esa interacción (Gasca & Zaragozá, 2014). Los autores estimulan el desarrollo de dos preguntas valiosas para el diseño del CJM, y estas son ¿Qué es? ¿Cómo se hace?, la respuesta a la primera pregunta se denota en el párrafo anterior, ahora bien, como respuesta a la segunda, se define como la descripción de la interacción del paso a paso, marcando un antes y un después en un diagrama de flujo clásico (Gasca & Zaragozá, 2014). Continuando con este sentido otros autores también afirman que el Journey Map es una representación visual de lo que será la experiencia del usuario, dando claridad y dirección sobre la misma (Angrave, 2020).

5.6.3 *Brainstorming*

La lluvia de ideas o el brainstorming, es una técnica, la cual permite generar una cantidad importante de ideas, el objetivo es impulsar el pensamiento colectivo de un grupo o equipo, mediante conversaciones productivas, escucha asertiva y construcción colectiva sobre otras ideas (Plattner, 2012), es decir la construcción del brainstorming es un vehículo a la creatividad que genera soluciones efectivas.

Por otro lado, existen dos métodos para realizar la lluvia de ideas, el primero consiste en ser el estructurado es decir cada persona da sus ideas por turno; y el segundo es el desestructurado, en donde los participantes dan sus ideas en la medida que van surgiendo (Remolins, 2017).

De acuerdo con Remolis (2017) para la realización del brainstorming es importante tener en cuenta los siguientes puntos:

- La pregunta central del problema a resolver debe estar escrita de manera tal que todos la puedan observar
- Cada miembro o participante, expresa su idea, con el método desestructurado las ideas se aportan de manera desorganizada, como regla especial ninguna idea es criticada ni desvalorizada.
- Las ideas deben ser escritas en un tamaño visible, en el tablero en el cual se esté desarrollando.
- La producción de ideas se da hasta que todos los miembros del grupo hayan generado contenido y agotado las ideas
- Finalmente se revisan todas las ideas que han sido escritas para clarificarlas y descartar las repetidas y dejar las que reflejan una diferencia de pensamiento

5.6.4 Canvas Business Model

“Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona, y capta valor” (Osterwalder & Pigneur, 2013, pág. 14), es así como los autores definen un modelo de negocio, manifestando que la clave es conseguir un concepto que resulte simple y comprensible, sin restarle significancia al funcionamiento de una empresa.

Es así como nace el lienzo del Canvas Business Model, dividido en nueve módulos, donde su hilo conductor es la estructura que siguen las empresas para generar ingresos, los bloques se dividen de la siguiente manera:

1. Segmentos de mercado
2. Propuesta de valor
3. Canales
4. Relaciones con clientes
5. Fuentes de ingresos
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Asociaciones clave

9. Estructura de costes

Cabe resaltar que el Canvas Business Model, es útil para todos los tipos de empresas, inclusive los que se encuentran en fase de creación o Startup, dado que facilita la comprensión de toda la estructura del negocio, entendiendo a la empresa como un todo (Lomas, 2019).

6. Diseño metodológico de la consultoría

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se llevaron a cabo las siguientes etapas:

6.1 Primera Etapa: Estructura y Organización de la Consultoría

En la primera etapa se desarrolló una consultoría profesional, la cual tenía por objetivo aprovechar la iniciativa Mid City is Growing de Teapot LA y el marco organizativo de Nature For All para crear un programa autosostenible de acceso a los parques impulsado por la comunidad en la ciudad de Bogotá.

Para dar respuesta a este desafío, se crearon 6 grupos con maestrantes de diferentes disciplinas de la Universidad, la lógica de los equipos respondía a la estructura del programa, de la siguiente manera:

- Programación y evaluación comparativa
- Finanzas
- Alcance comunitario
- Asociación pública y privada
- Transporte
- Comunicación y Marketing

Cada uno de estos equipos de trabajo, estaban subdivididos con un enfoque de investigación orientado a parques urbanos y rurales. El programa inició con el planteamiento y alcance de la consultoría, acompañado de tres entregables al cliente.

6.2 Segunda Etapa: Desarrollo de Diseño del Programa

La segunda etapa de la presente investigación que compete al desarrollo del presente trabajo se llevó a cabo de manera exploratoria con metodología tipo mixta, donde el objetivo fue diseñar un programa de acercamiento de los ciudadanos de la ciudad de

Bogotá a los parques rurales. Para lo cual se propone la investigación de fuentes primarias y secundarias.

Este tipo de metodología mixta es muy importante para la investigación, ya que de acuerdo con Pereira (2011) este método potencia la comprensión de la información, el estudio y análisis, especialmente cuando se abordan campos complejos que involucran al ser humano y su diversidad. Adicionalmente como lo refiere el autor, la investigación con método mixto, la investigación cualitativa se utiliza en una etapa y los cualitativos en otra (Pereira, 2011). Lo que nos lleva a diseñar la estructura metodológica de esta manera, en el presente trabajo.

Otros autores afirman que este método, representa un proceso sistemático y crítico de investigación, lo que conlleva a serias implicaciones en cuanto a la recolección y análisis de la información cualitativa y cuantitativa, dado que esto permite un mayor entendimiento de la situación a investigar (Hernández R. , 2010).

6.2.1 Investigación y análisis de fuentes cualitativas primarias y secundarias

En cuanto a la investigación de fuentes secundarias, se llevó a cabo el análisis cualitativo del estudio de casos de éxito en países como Perú, Chile, México, Costa Rica y Colombia. También se llevó a cabo el análisis de la información de las entidades gubernamentales, no gubernamentales relacionadas con el medio ambiente, los parques y la recreación y finalmente la revisión de artículos científicos y bases de datos (EBSCO y otras).

Por otro lado, como fuentes cualitativas primarias, se llevó a cabo la realización de aproximadamente 7 entrevistas semiestructuradas a personas en la ciudad de Bogotá, como se detalla en el Anexo B, en donde se conocieron detalles de visita y preferencia a los parques rurales, tales como la frecuencia de visita, la motivación de asistencia, las actividades a realizar, el tipo de experiencia, las limitaciones y el tipo de transporte que usan, obteniendo una idea inicial sobre las recomendaciones que podría considerar el diseño del programa.

Cabe resaltar que estas preguntas se testearon con el director del trabajo de grado, se realizó un piloto y posteriormente fueron aplicadas por muestreo por conveniencia, que de acuerdo a como lo señala Espinoza (2016) es la muestra que se encuentra disponible en el tiempo o periodo de la investigación. Al finalizar, el contenido de las entrevistas fue enriquecido al suscitar nuevos temas que se tradujeron en nuevas preguntas y respuestas; en general las personas entrevistadas tuvieron una gran participación y aporte significativo.

Tabla 1 *Hoja de datos de la entrevista*

Hoja de Datos de la Entrevista	
Método de investigación	Entrevistas 1:1
Muestra	General, usuarios de cualquier parque rural y urbano en Bogotá (Cercanos o a nivel nacional)
Tamaño de la muestra	Siete entrevistados. Tres hombres y cuatro mujeres, entre 27 y 43 años
Métodos de la muestrea	Muestra de conveniencia no probabilística
Invitación	Las entrevistas fueron realizadas a personas conocidas, que previamente conocían los objetivos de la entrevista y que tenían una relación con el tema

Fuente: Elaboración propia

No se hablará de variables para la entrevista, ya que como esta posee un foco exploratorio a nivel cualitativo es mejor enfocarla hacia los temas que la misma quiso indagar, como se puede validar en la siguiente tabla:

Tabla 2: *Temas de análisis en la entrevista*

Tema	Subtemas	¿Por qué es importante?
Factores de motivación para ir a parques naturales	• Gusto por ir a parques naturales • Motivación por ir a parques naturales • Tipos de Actividades	Para entender las preferencias de los usuarios, gustos, y las actividades que usualmente realizan, se puede entender desde la fase de empatizar del Design Thinking
Tipos de actividades y experiencias de preferencia en los parques naturales	• Vivencias de experiencias • Propuestas de mejora • Poder adquisitivo para realizar actividades • Actividades solo o con compañía • El impacto que ha tenido el uso de parques	Conocer las vivencias o experiencias de los usuarios de los parques, es una manera de poder analizar las variables que deberían ser consideradas en el diseño del programa, como por ejemplo tipo de actividades, horarios, costos, planes con o sin familia, etc.
Limitantes del acceso a parques naturales	• Por qué actividades están dispuestos a pagar usualmente	Las limitantes son muy importantes para poder tener presente los puntos sobre los

	• Medios de transporte empleados • Limitaciones del acceso a parques	cuales se debe profundizar en el diseño del programa, tales puntos deben ser considerados como transporte, poder adquisitivo, tipos de trajes especiales, etc
Conocimiento de proyectos comunitarios de acercamiento a parques naturales	• conocimiento sobre programas que incentiven el acceso y uso de parques • Participación en este tipo de programas • Impacto positivo y negativo de la participación • Participación en proyectos comunitarios que incentiven el acceso	Es importante conocer si los usuarios han tenido acercamiento a parques naturales, dado que estos antecedentes podrían aportar valor en la definición del diseño del programa al identificar buenas prácticas y potenciales usuarios
Percepción actual del estado de los parques naturales y de sus responsables	• Rol de las autoridades locales • Infraestructura de los parques • Percepción de la seguridad en los parques	Sirve de guía para entender el punto de vista y expectativas de los usuarios referente a temas como la confianza, seguridad y estado de los parques naturales.

	• Diálogos con entes gubernamentales	
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Como parte del análisis de la información cualitativa primaria, encontramos como complemento la información brindada por los representantes de Teapot LA y Nature For All en los diferentes espacios donde se presentaban los avances de la consultoría, se evidenciaron temas como programas o casos de éxito entre la comunidad y los parques rurales, huertas comunitarias, etc.

Metodología de Pensamiento de Diseño

Así mismo se desarrolló el modelo de Pensamiento de Diseño o Design Thinking, está compuesto por cinco fases, a saber: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testear (Henao, 2021). Sin embargo, para los fines pertinentes a esta investigación, únicamente se abordaron cuatro, contempladas de la siguiente manera: Empatizar, Idear, Prototipar y Testear.

Este proceso, busca generar interrogantes, a través de la comprensión de los fenómenos, para dar respuesta a partir de la información recolectada producto de la observación del universo que rodea del problema (Vianna, Vianna, Adler, Lucena, & Russo, 2011). Es por esta razón, que el uso de esta metodología en el proceso de consultoría convoca a la innovación para introducirnos a nuevos significados, maneras de comprender y resolver el diseño del programa. Cabe resaltar que todo el proceso creativo se detalla en los anexos D y E.

Empatizar

En la primera etapa, la cual hace referencia a la empatía, Brown (2008) indica que

empatizar es la capacidad de imaginar al mundo desde múltiples perspectivas, en donde se pone primero a la gente.

Así que de manera conjunta con el equipo que abordó el desarrollo del diseño del programa de acercamiento a los parques naturales, tuvo varias reuniones con el cliente, en donde escuchó, entendió y analizó el desarrollo del programa que ya tenían ubicado en la ciudad de Los Ángeles. El equipo indagó sobre los usuarios potenciales, la dinámica de trabajo de la organización, los principales problemas y el reto que buscaban resolver. Previo a la fase de ideación, se estructuró un tablero en Whiteboard el cual se aprecia en el Anexo E. Proceso Creativo del Design Thinking. En este tablero, se consideró, un usuario potencial, las necesidades y los principales insights; a partir de la definición de estas tres características, comenzó el proceso de ideación.

Idear

De acuerdo con Fías (2019) en esta fase se decanta todo lo que se observó y escuchó, en información o fracciones de información, lo cual puede conducir a soluciones y oportunidades de cambio.

Así que en un proceso de práctica y aprendizaje, se llevó a cabo el desarrollo de la segunda parte del Whiteboard de manera interactiva con todos los participantes del equipo de parques rurales, generando post-its a través de la práctica del Brainstorming para cada una de las siguientes necesidades:

1. Lista de usuarios potenciales (Vecino, Ciudadano y Turista),
2. Las principales necesidades (Algunos ejemplos, como un lugar de esparcimiento para sus hijos, calidad de vida, etc. los cuales se detallan en el Anexo E)
3. Los principales insights, un ejemplo son las siguientes afirmaciones, proteger al medio ambiente, espacios de relajación, actividades de ecoturismo, etc.

Una vez realizada la lluvia de ideas o brainstorming, para cada punto, se leyeron de manera conjunta y posterior, se transformaron en preguntas a través de una votación

colectiva mediante la figura de una estrella, la pregunta que más gusto e impacto generó al equipo, fue seleccionada.

Prototipar

Prototipar es plantear o estructurar un esquema, hacer un boceto, construir una maqueta, crear mockups, es decir crear la esencia permite estar en línea con la solución, generando alternativas diferentes (Frías, 2019).

En este sentido, el prototipado del programa, se diseñó a través de un Journey Map, el cual se puede apreciar en el Anexo C, con la experiencia que viviría el usuario en un parque rural, contemplando el antes, durante y después. En este Journey Map, se detallan preguntas estratégicas como: ¿Cómo se enteran?, ¿Cómo se une?, ¿Cómo lo usa? Y finalmente ¿Cómo finaliza el servicio?

También se llevó a cabo el desarrollo de un Canvas Business Model, anexo D, en donde se tuvieron en cuenta las aristas más importantes para el desarrollo del negocio, como lo son los aliados clave, actividades y procesos, propuesta de valor, relacionamiento, segmento de clientes, recursos, productos y servicios, canales, costos ambientales y sostenibles, ingresos y beneficios ambientales y sociales.

Probar

Ahora bien, la penúltima fase, del Design Thinking, hace referencia a repetir el ciclo hasta obtener más información del usuario, usando el prototipo generado, sobre el cual se pueden hacer modificaciones, probando con más gente, hasta llegar a un diseño final (Serrano & Blázquez, 2018).

En el proceso de consultoría, esta fase se llevó a cabo la prueba del prototipo a través de un encuentro en la fundación Biblioseo, con los estudiantes del equipo consultor, el director del trabajo de grado, expertos en innovación educativa de la Universidad EAN y la comunidad integrando a niños y padres.

6.2.2 Investigación y análisis de fuentes cuantitativas primarias y secundarias

De acuerdo con Abascal y Grande (2005) la encuesta se puede definir como la obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo y coherente de preguntas que garantizan que la información proporcionada de una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados a su vez sean exportables.

Por lo tanto, como fuente cuantitativa primaria se realizó la elaboración de una encuesta de carácter estructurada, la cual se aprecia en el Anexo A, realizada a través de la plataforma Forms de Microsoft, la cual consta de 43 preguntas, las cuales fueron desarrolladas con el director de trabajo de grado y tienen por objetivo conocer los niveles de cercanía que las personas tienen con los parques en zonas rurales.

Este instrumento, fue aplicado a una población aleatoria simple, que de acuerdo con Ostén & Manterola (2017) significa la población objetivo, en donde se seleccionan al azar el número de sujetos necesario para completar la muestra necesaria a estudiar, que para efectos de este trabajo fue de 373 personas en la ciudad de Bogotá de diferentes sectores socioeconómicos, sin preferencias en cuanto a la relación de escolaridad, sexo, ocupación y edades. El análisis de esta información se llevó a cabo a través de diferentes tableros en data estudio, donde se organizó y estructuro la información de tal manera que se pudiera consolidar las perspectivas más relevantes para el planteamiento y recomendaciones del diseño del programa.

Cabe resaltar que las entregas de este proceso de consultoría de desarrollaron de acuerdo con el siguiente cronograma:

Tabla 3 Cronograma de plan de consultoría

Actividades por desarrollar		Semanas	Tiempo del proyecto en meses (8 meses)									
			Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8		
1	Antecedentes del problema	2	■	■								
2	Objetivos	1		■								
3	Justificación y metodología	2			■	■						
4	Marco institucional	1				■						
5	Investigación fuentes secundarias	4				■	■	■	■			
6	Marco conceptual	3					■	■	■			
7	Diseño de herramientas	2						■	■			
8	Testeo de herramientas	2							■	■		
9	Investigación de campo	1								■		
10	Contribuciones originales esperadas	2								■	■	
11	Elaboración de trabajo de grado	9								■	■	■
12	Conclusiones y recomendaciones a la empresa	3										■
13	Sustentación	2										■

Fuente: Elaboración propia

7. Diagnóstico organizacional

Para el diagnóstico organizacional se ejecutaron de manera general las siguientes fases: Investigación de fuentes secundarias e investigación de fuentes secundarias. Estas se desglosarán a más detalle a continuación.

7.1 Análisis de resultados de la investigación de fuentes secundarias

Respecto al análisis de las condiciones de programas de acercamiento a parques naturales, y la relevancia de los mismos en los países de estudio seleccionados, a saber: Chile, Costa Rica, Perú y México, se encontraron las siguientes variables clave para entender su magnitud.

7.1.1 Análisis de panorama de parques naturales y su relevancia en los países seleccionados

Respecto al panorama general de los parques naturales en los países objetos de estudio, se resumieron sus variables clave en la siguiente tabla.

Tabla 4 Variables clave de panorama de parques naturales

PAIS	PARQUES NATURALES	ORGANISMOS RELEVANTES	PROGRAMAS EXITOSOS
Chile	Según él (CONAF, 2020) se cuentan con 42 parques naturales	- CONAF (Corporación Forestal Nacional) - SNASPE (Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado) - Ministerio del medio ambiente	- Chile conserva - Amigos de los parques - Rewilding Chile foundation

		- Fundación Terram - SINIA (Sistema Nacional de Información Ambiental)	
Costa Rica	Según (Delfina Travel Group Inc, 2021) se cuentan con 27 parques naturales	- SINAC (Sistema Nacional de Áreas de Conservación) - ASVO (Asociación de Voluntarios para el Servicio en Áreas Protegidas) - Asociación Costa Rica por Siempre - Cedarena (El Centro de Derecho Ambiental y los Recursos Naturales) - ASANA (Asociación Amigos de la Naturaleza del Pacífico Central & Sur)	- El Bosque Eterno de los Niños - Naturaleza Mágica
Perú	De acuerdo a (SERNANP, 2019) se cuentan con 15 parques naturales	- SERNANP (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado) - CONAM (Consejo nacional de ambiente) - SINIA (Sistema Nacional de Información Ambiental) - SERFOR (Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre)	- Pronaturaleza - Apeco - REDD+ Proyecto – Parque nacional Cordillera azul

		- Fundación Pronaturaleza - FONAM (Fondo Nacional del Ambiente)	
México	Según (CONANP, 2022) se cuenta con 67 parques nacionales	- CONANP (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas) - Naturalia - ANPR (Asociación Nacional de Parques y Recreación de México) - Pronatura	- Conexión ANPR - Fundación Parques de México - Fundación Placemaking México - Naturalia - Pronatura México
Colombia	Según (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2021) se cuenta con 42 parques naturales	- Parques Nacionales Naturales de Colombia - Amigos de la Montaña - Conexión Natural - RESNATUR - Fundación Humedales Bogotá - Sistema Nacional de Información Ambiental	- Fundación Cerros de Bogotá - Amigos de la Montaña - Fundación Humedales Bogotá

Fuente: Elaboración propia

Como se evidencia, los 4 países referenciados poseen una cantidad importante de parques naturales y entidades que velan por los mismos, lo cual los hace objetos perfectos de estudio de buenas prácticas para estos programas de acercamiento, aclarando, que aunque

México es el país con más cantidad de parques naturales, no es el mejor en su gestión, ya que de los países seleccionados, el mejor valorado para esta labor de cuidado ambiental, conexión con la naturaleza y promoción de acercamiento a la misma, es Costa Rica.

Se pueden encontrar puntos comunes como lo son las entidades del estado encargadas de velar por la protección de los parques nacionales, siendo los mismos apenas una de las zonas naturales protegidas que ellos vigilan. Por lo cual desde el gobierno se evidencia un esfuerzo de mantener y asegurar la posteridad de dichos espacios.

7.1.2 Análisis de variables de éxito y limitantes de los programas analizados

Respecto a aquellos factores se consideraron como claves de éxito y limitaciones en los programas de acercamiento de estos países, podemos ver los siguientes:

Tabla 5 *Matriz de variables clave de éxito y limitaciones de los programas en esos países*

PAIS	VARIABLES ÉXITO	LIMITACIONES
Chile	- Asociaciones público-privadas que promueven la innovación - Fuerte sentido de trabajo en equipo - Apoyo en la tecnología	- Largos plazos de ejecución - No se cuenta con el apoyo necesario por parte de entidades internacionales
Costa Rica	- Apoyo gubernamental - Campañas de ecoturismo - Fuertes componente de educación ambiental	- Ponen en riesgo el cuidado del ecosistema por los turistas
Perú	- Amplia experiencia - Apoyo gubernamental	- No se aprovechan las asociaciones público-privadas

	- Diversas líneas estratégicas - Apoyo de mecanismos internacionales	- Sus programas se centran solo en Perú
México	- Fuerte participación de la comunidad - Amplia experiencia - Fuerte participación de los patrocinadores	- Poca diversificación de fuentes de financiamiento - No se aprovechan las asociaciones público-privadas
Colombia	- Promueve la educación ambiental - Promueven el desarrollo sostenible - Campañas de ecoturismo - Asociaciones público-privadas que promueven la innovación	- Poca cantidad de voluntarios - Presencia en redes sociales deficiente - No protección gubernamental de activistas medioambientales

Fuente: Elaboración propia

A partir del anterior cuadro podemos encontrar temas comunes a tener en cuenta, como:

- Promover la innovación a través de las asociaciones público-privadas, ya que esto permite abordar las problemáticas con varios tipos de enfoque y generando provecho a ambos bandos
- Apoyarse en la tecnología para validar soluciones, esto teniendo en cuenta la importancia de los medios digitales en nuestro diario vivir
- Involucrar a la comunidad y a los patrocinadores, para poder tener ciclos de retroalimentación más rápidos y eficaces, entendiendo los beneficios del programa para todos y el cómo las expectativas están siendo o no cumplidas.

- Apalancar el programa con apoyo gubernamental o entidades internacionales, teniendo en cuenta que, debido a la importancia del medio ambiente y preservación de la naturaleza, la mayoría de países, en este caso Colombia, cuenta con entidades del gobierno que velan por dicha protección y se encargan de promover este tipo de iniciativas.
- Trabajo en equipo, no solamente desde el punto de vista de quienes diseñan el programa, sino también de aquellos que lo viven, esto con el fin de estar al tanto de cómo se cumplen las expectativas y que ajustes son necesarios para mejorar
- Fuerte componente de educación ambiental y énfasis en mejora de calidad de vida, con el fin de que se logre entender como la conexión con la naturaleza debe ser de manera responsable ya que la misma nos representa una mejora en la salud mental, física y emocional

7.2 Análisis de resultados de la investigación de fuentes primarias

Con los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos anteriormente mencionados, se procede con el análisis de los resultados.

7.2.1 Análisis de los resultados de medios cualitativos

Para un análisis más detallado, las transcripciones de las entrevistas fueron tabuladas en la herramienta de análisis cualitativo Atlas TI, con el fin de entender más rápidamente las conexiones y similitudes entre la cosmovisión de los entrevistados. En base a una agrupación de palabras clave, se decidió tomar en cuenta las primeras 14 con más recurrencia, como se pueden ver en el siguiente mapa de árbol.

Figura 2 Mapa de árbol palabras clave entrevistas



Fuente: Elaboración propia a partir de la tabulación de las entrevistas y apoyado en el software Atlas TI.

De acuerdo al gráfico, de las 14 palabras clave, el top 6 de las más relacionados a la visita a parques naturales para los entrevistados son: Actividades, transporte, iniciativas, seguridad, limitaciones para acceso e inversión económica. Lo cual denota, que, aunque la razón más importante de visita a los parques naturales, son las actividades que debido a sus cualidades los mismos permiten, en general, se detectan limitantes importantes como lo son el transporte, la seguridad y el acceso. Por esto los entrevistados mencionan la importancia de incrementar la inversión económica en estos espacios para llevar a cabo iniciativas que contrarresten estas limitantes.

Analizando las restantes 8 palabras clave se infiere que, para este tipo de actividades, se prefiere ir en compañía y que los encuestados relacionan la visita a parques naturales con el obtener un bienestar subjetivo, es decir, que aún más allá de las malas experiencias persevera la motivación por aumentar la frecuencia de visita a estos sitios. Pasando a un análisis más detallado, no por palabra clave, sino por concepto, como se puede evidenciar en la siguiente nube de palabras.



- Resaltaban la importancia de la visita a parques naturales como la posibilidad de desconectar con la realidad de la ciudad y como punto de conexión con la

naturaleza para fortalecer tanto la salud mental, emocional y física. Es decir, se interpretan claros beneficios de esta relación con la naturaleza.

- Los parques naturales son una cuestión ligada a la vida de la ciudad, son parte de, y se debe trabajar para conectar la ciudad con ellos desde una lógica equilibrada, no sólo de consumo. Ya que las actividades que se pueden realizar en ellos se dan precisamente a las cualidades que poseen como recinto natural, por ende, se debe poseer un fuerte componente educativo ambiental.
- Una fuerte tendencia de iniciativas orientadas a lo recreacional y la educación medioambiental, es decir, deben contemplar ambos ejes para ser una propuesta integral y responsable de mejora de aprovechamiento de estos espacios. Adicional, se menciona frecuentemente que esto debe ir potenciado y respaldado por políticas públicas integradas con el conocimiento popular.
- La falta de información sobre los programas de los parques naturales, tanto por su claridad como por su disponibilidad, se convierte en un factor de decisión para limitar el acceso o el uso de los parques. Se deben contemplar mecanismos efectivos para facilitar este acceso a la información.

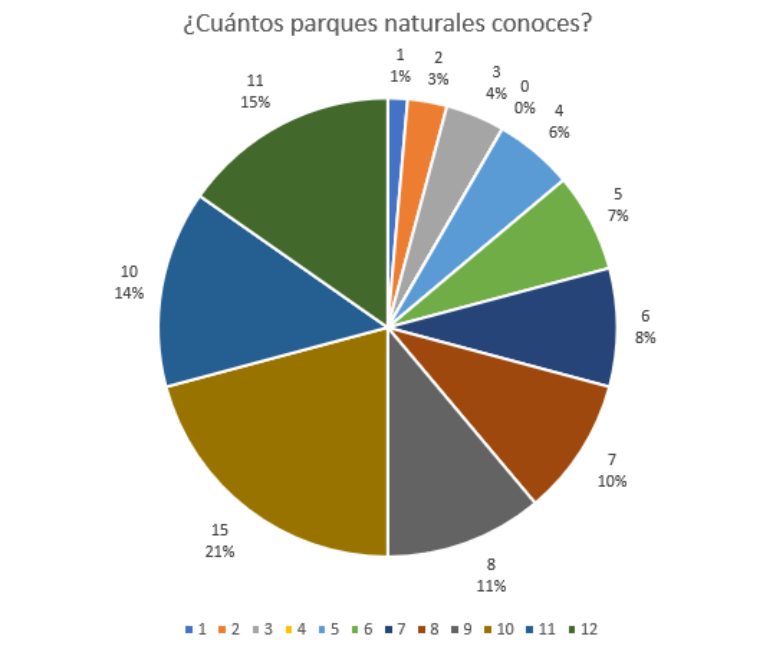
7.2.1 Análisis de los resultados de medios cuantitativos

Debido a que los instrumentos implementaron las preguntas necesarias para proveer de insumos de información a todos los equipos, en esta parte de resultados se procedieron a analizar aquellas preguntas que aportaban más a nuestra investigación y objetivo como equipo de benchmarking de parques rurales. A saber:

Respecto al conocimiento general de los parques, un 17.4% manifiesta no conocer parques naturales, mientras que la mayoría, un 82.6% manifiesta si conocer. Profundizando esta cifra, aquellos de los que conocen parques naturales, la mayoría, es decir el 82.30% manifiestan conocer siquiera un parque natural, lo que nos da a entender que la información posterior recolectada en las encuestas es de alta calidad, ya que los

encuestados poseen conocimientos previos y vivencias reales respecto a los parques naturales.

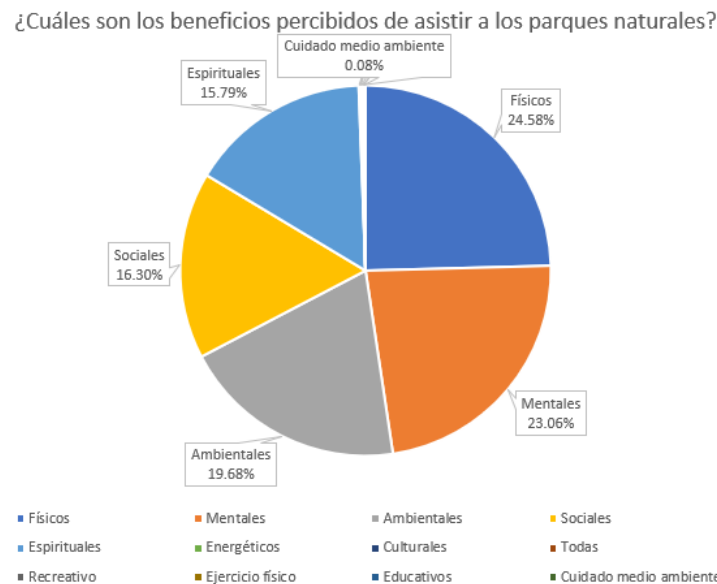
Figura 4 Tabulación pregunta ¿cuántos parques naturales conoces?



Fuente: Elaboración propia a partir de tabulación de encuestas

Respecto a la pregunta de ¿cuáles son los beneficios percibidos al asistir a parques naturales?, en general se entiende que son espacios que influyen positivamente en la calidad de vida y por ende se relacionan mucho con las necesidades básicas como la salud y relación con la naturaleza. Esto se refleja en que los 5 de beneficios más percibidos sean: Físicos (24.58%), mentales (23.06%), ambientales (19.68%), sociales (16.30%) y espirituales (15.79%) Tal como se detalla en la siguiente figura.

Figura 5 Tabulación pregunta ¿cuáles son los beneficios percibidos de asistir a parques naturales?

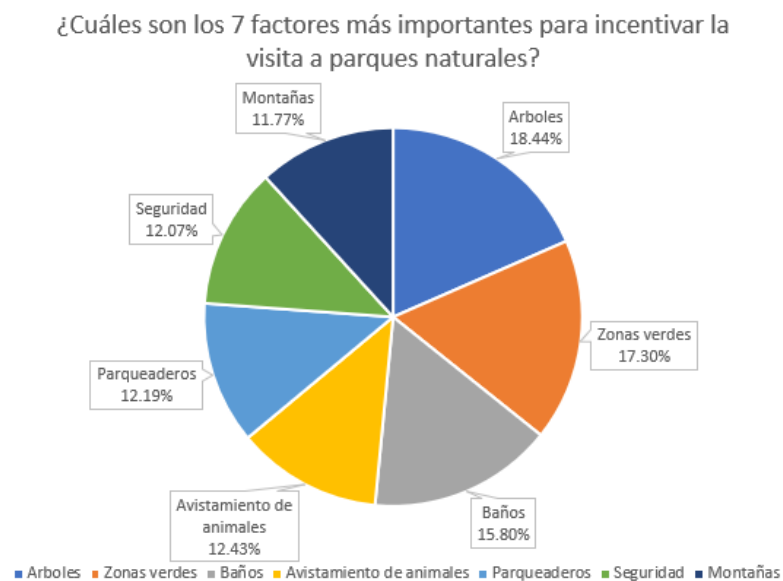


Fuente: Elaboración propia a partir de tabulación de encuestas

Analizando ahora los factores más importantes que se tienen en cuenta para visitar un parque natural, es interesante ver como la mayoría (59.94%) se relacionan con las cualidades naturales que posee el parque como lo son los árboles (18.44%), zonas verdes (17.30%), avistamiento de animales (12.43%) y montañas (11.77%). Mientras que el siguiente grupo relevante de cualidades (40.06%) se relaciona con los servicios que se pueden proveer sobre esos espacios naturales, como lo son: Los baños (15.80%), parqueaderos (12.19%) y la seguridad (12.07%). Todo esto puede verse más en detalle en la siguiente figura.

Figura 6

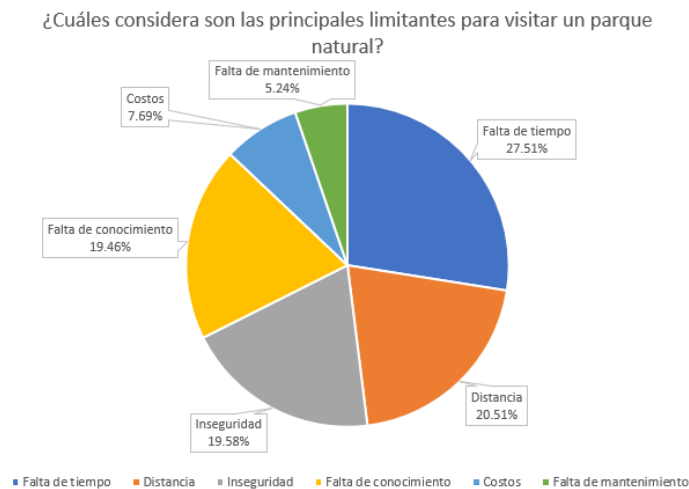
Tabulación pregunta ¿cuáles son los factores más importantes para incentivar la visita a parques naturales?



Fuente: Elaboración propia a partir de tabulación de encuestas

Y tan importante como analizar los factores que incentivan, se deben analizar aquellos que por el contrario limitan el acceso a los parques, de estos se puede evidenciar que aun por poco, la mayoría (51.97%) se relacionan con variables que el parque puede controlar, como lo son la inseguridad (19.58%), la falta de conocimiento (19.46%), los costos (7.69%) y falta de mantenimiento (5.24%). Mientras que muy de cerca, están aquellos que ya dependen del usuario, como lo son la falta de tiempo (27.51%) y la distancia a dichos parques (20.51%). Esto plantea un abanico de mejora importante para los parques naturales, ya que las limitantes principales pueden ser controladas y mejoradas por ellos. Todo esto puede verse a más detalle en la siguiente figura.

Figura 7 Tabulación pregunta ¿cuáles considera son las principales limitantes para visitar un parque natural?



Fuente: Elaboración propia a partir de tabulación de encuestas

Ahora para entender un poco mejor este perfil de usuarios que actualmente visita los parques, analizaremos que el top 8 actividades que suelen realizar, siendo realmente muy pareja su distribución, como se puede observar a detalle en la siguiente figura.

Figura 8 Tabulación Pregunta ¿Cuál Es El Top 8 De Actividades Que Más Se Suelen Realizar En Los Parques Naturales?



Fuente: Elaboración propia a partir de tabulación de encuestas

Analizando más a detalle las actividades que incentivarían a los usuarios a asistir más frecuentemente a parques naturales podemos encontrar que de las 5 actividades que más motivarían a los encuestados, la mayoría (81.16%) se enfocan en aprovechar la conexión con la naturaleza, mientras el 18.84% restante son actividades de recreación sin enfoque natural.

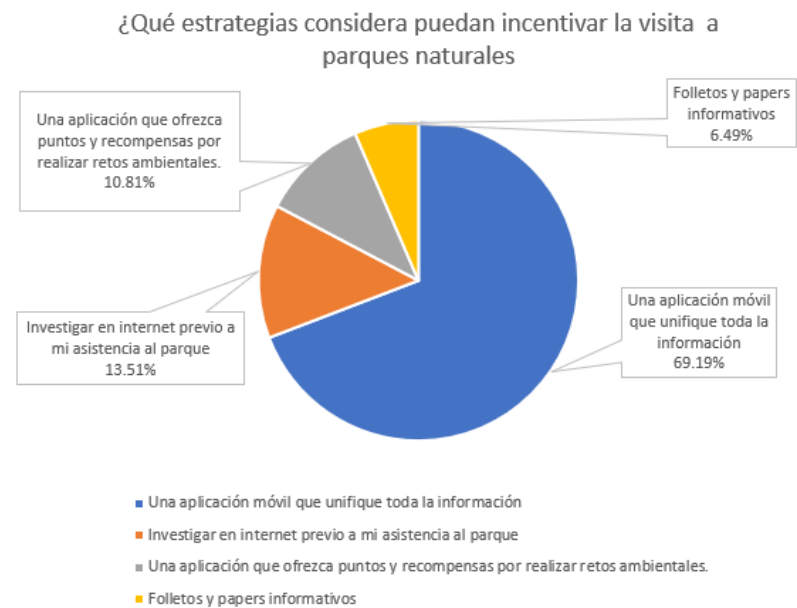
Figura 9 Tabulación pregunta ¿qué actividades lo motivarían a asistir a un parque natural?



Fuente: Elaboración propia a partir de tabulación de encuestas

Respecto a las estrategias que los encuestados consideran pueden incentivar la visita a parques naturales cabe destacar que la mayoría (93.51%) se apalancan en soluciones digitales, mientras el restante (6.49%) sigue basándose en medios tradicionales de información. Esto es importante ya que muestra la gran retentiva y aceptación al uso de tecnología para incrementar la visita a parques naturales. Tal como se detalla en la siguiente grafica.

Figura 10 Tabulación pregunta ¿qué estrategias considera puedan incentivar la visita a parques naturales



Fuente: Elaboración propia a partir de tabulación de encuestas

Después se procedió a diligenciar el Anexo E - Business Canvas Model para entender mejor cuales serían las claves en cada una de las dimensiones de la idea planteada, se concluyó que la propuesta de valor del programa debería ser la educación como un elemento transformacional en la interacción con la naturaleza, por ende, el programa tendría fuertes beneficios sociales y ambientales orientados a mejorar la calidad de vida de sus participantes a la vez que fortalecían su relación, respeto y cuidado con la naturaleza. Por último, respecto a la segmentación demográfica de los encuestados, se genera la siguiente tabla.

Tabla 6 Caracterización demográfica general encuesta

ASPECTO	VALOR
---------	-------

Genero	- 51.4% mujeres - 48.1% hombres - 0.5% prefiere no decirlo
Edad	- 1.8% menores a 18 años - 11.5% entre 19 y 26 años - 79.6% entre 27 y 59 años - 6.8% mayores a 60
Estrato económico	- 1.87% estrato 1 - 16.08% estrato 2 - 41.01% estrato 3 - 26.27% estrato 4 - 9.65% estrato 5 - 5.09% estrato 6
Ocupación	- 64.61% Empleado - 22.25% Trabajador independiente - 4.82% Estudiante - 4.28% Desempleado - 2.14% Pensionado - 0.53% Pensionada - 0.26% Ama de casa - 0.26% Docente - 0.26% Estudiante y trabajador independiente - 0.26% Hogar - 0.26% Militar

Fuente: Elaboración propia a partir de tabulación de resultados

Teniendo en cuenta el análisis tanto cualitativo como cuantitativo se sugirió que el programa, como estrategia de abordaje, haga énfasis en el siguiente perfil de consumidor potencial:

Tabla 7 *Perfil de consumidor potencial del programa de acercamiento a parques naturales*

CARACTERISTICA	VALOR
Rango de edad	Adultos, entre 19 y 59 años
Estrato económico	Estratos 2, 3 y 4.
Ocupación	Empleados y trabajadores independientes.
Grado educativo	Básica primaria, básica secundaria y universitaria.
Actividades que busca	Enfocadas a fortalecer la relación con la naturaleza y de preferencia orientadas en compartir con la familia y los amigos. Con un fuerte componente educativo.
Dolencias que espera resolver	Transporte al parque, falta de información y acceso a la misma.
Estilo de vida	Basados en el modelo VALS 2 (Valores actitudes y estilos de vida) de Kotler que “Enfatiza que los factores más importantes son aquellos considerados como psicográficos” (Ramirez Torres, 2009, pág. 21) distando del VALS 1 que daba más relevancia a las actividades e intereses de las personas. Teniendo en cuenta este contexto y los 8 grupos de consumo del

	VALS 2, podemos decir que se pueden categorizar como hacedores, esto ya que: • Están motivados por la acción, ya que prefieren el ejecutar que solo idealizar. • No se caracterizan por poseer grandes recursos, sean monetarios, energía o tiempo. Ya que estos en su mayoría los invierten en su día a día. • Están orientados a la familia • Son autosuficientes y le gustan las actividades al aire libre • Buscan valor en lo que adquieren, algo más allá de lo material. Como por ejemplo los beneficios para la salud que tienen los parques naturales
--	---

Fuente: Elaboración propia a partir de tabulación de resultados

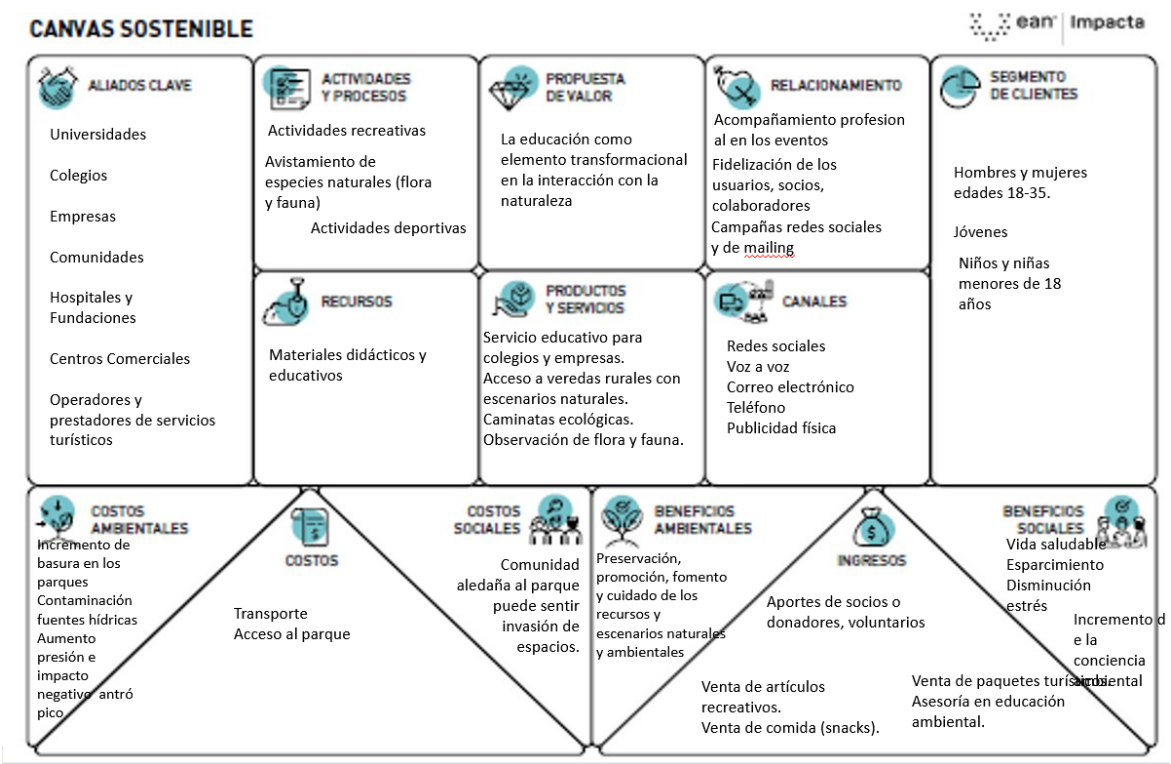
8. Resultados de la solución

Teniendo los insumos, en esta etapa de diseño de la propuesta de programa se contemplaron las fases de: Diligenciamiento del canvas sostenible, proceso creativo, creación del prototipo, testeo del prototipo y ajustes del mismo para su versión final.

8.1 Canvas sostenible

Con el fin de entender mejor la gestión estratégica del modelo de negocio que propone el programa, se completaron todas las dimensiones del modelo canvas sostenible, prestando gran énfasis a la propuesta de valor que es entender la educación como elemento transformacional en la interacción con la naturaleza. También se prestó gran atención a los aliados clave, beneficios y costos tanto sociales como ambientales y los productos y servicios, tal como se puede evidenciar de mejor manera en la siguiente figura.

Figura 11 Canvas sostenible programa de acercamiento a parques naturales



Fuente: Elaboración propia apoyado en Power Point

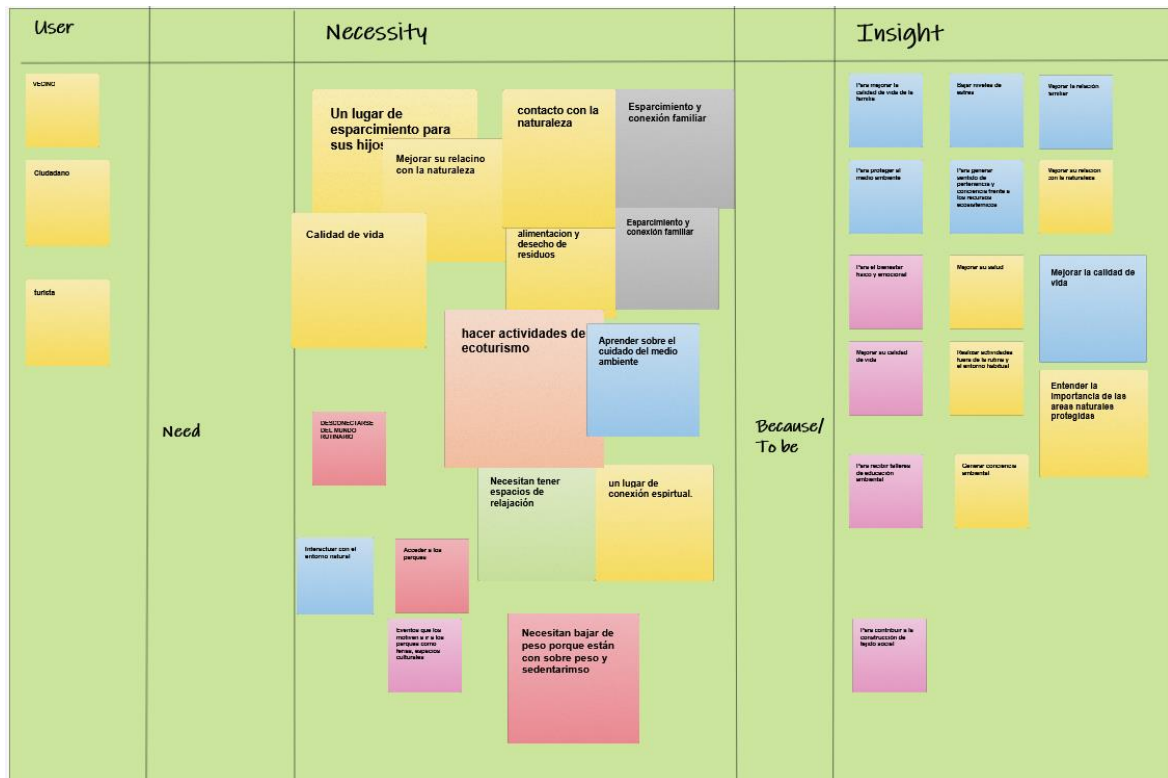
8.2 Proceso creativo

En esta fase, a través de un trabajo colaborativo con todos los grupos de trabajo se generará el prototipo del diseño programa de acercamiento a parques naturales, contemplada esta fase de proceso creativo en tres fases.

8.2.1 Primera fase – ¿Cómo podríamos? - Cuadro de necesidades

Se completo el cuadro de necesidades, teniendo en cuenta los usuarios, sus necesidades y el conocimiento (Insights) que habíamos obtenido hasta el momento gracias a la investigación de fuentes primarias y secundarias, tal como se puede evidenciar en la siguiente figura.

Figura 12 Cuadro de necesidades proceso de creación



Fuente: Elaboración propia gracias a la plataforma whiteboard de Microsoft

Se interpreto al usuario desde un contexto general (Ciudadano, vecino, turista) y las necesidades, aunque variadas, correspondieron a las siguientes líneas generales:

- Necesidad de mejorar la relación con la naturaleza
- Necesidad de tener un lugar de esparcimiento y conexión familiar
- Necesidad de tener un espacio de relajación y conexión espiritual que permita desconectarse de la ciudad
- Necesidad de mejorar la calidad de vida a través del cuidado de la salud mental, física y emocional
- Necesidad de aprender sobre el medio ambiente

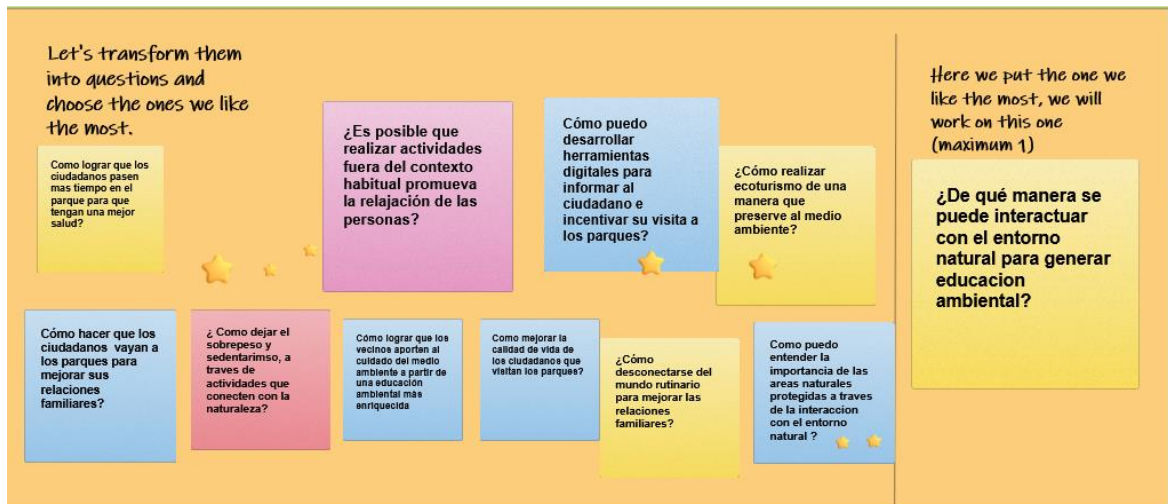
Respecto a los insights o el porqué de dichas necesidades, se relacionaron de manera general bajo las siguientes líneas:

- Es necesario porque permite mejorar la calidad de vida
- Es necesario porque mejora la relación con la naturaleza
- Es necesario porque mejora la salud y el bienestar físico, mental y emocional
- Es necesario porque mejora la relación familiar
- Es necesario porque genera sentido de pertenencia y conciencia frente a los recursos ecosistémicos
- Es necesario porque contribuye a la construcción del tejido social
- Es necesario porque permite realizar actividades fuera de la rutina y el entorno habitual

8.2.2 Segunda fase – ¿Cómo podríamos? – Selección pregunta base

Completado el cuadro de necesidades, se procede a la relación de las mismas para generar la pregunta base y sobre las creadas escoger a través de un proceso de votación la que más gusto al grupo. Las preguntas generadas en general se enfocaron en satisfacer las necesidades de mejorar la calidad de vida y de apropiación de los recursos ambientales, enfocándose en los beneficios que los parques naturales aportan a dichas problemáticas, esto se puede ver a más detalle en la siguiente figura.

Figura 13 Creación y selección de la pregunta base del ¿cómo podríamos?



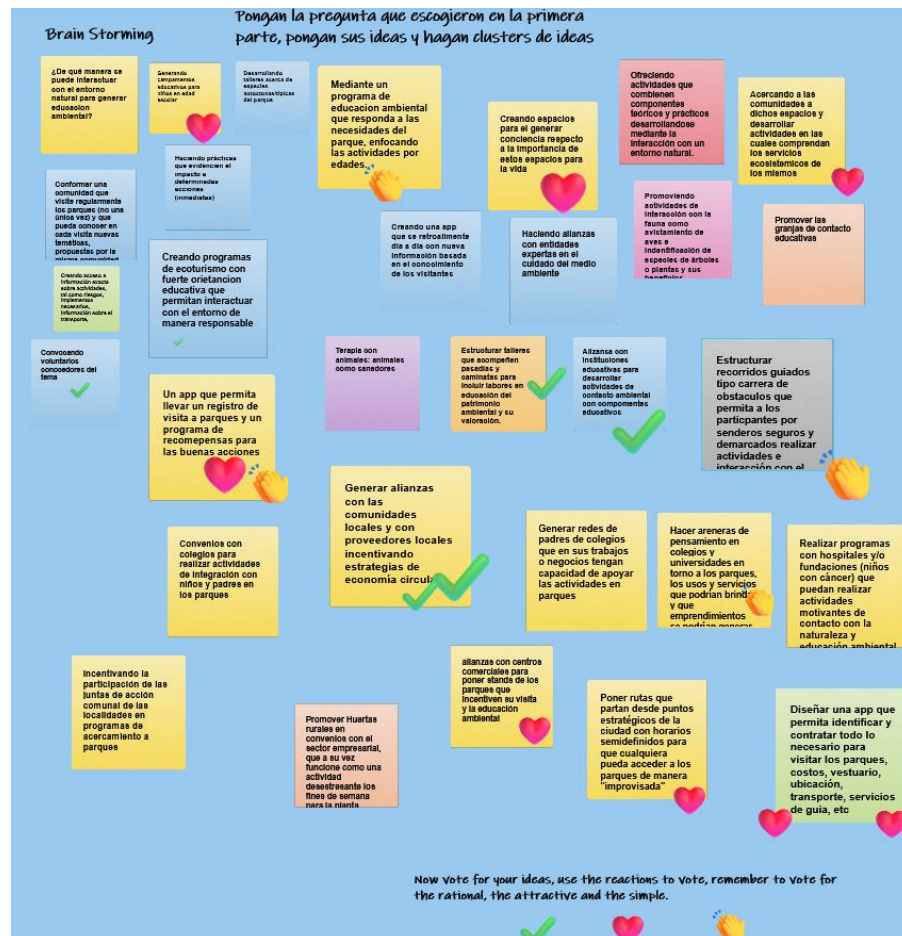
Fuente: Elaboración propia gracias a la plataforma whiteboard de Microsoft

La pregunta que más votos tuvo y por ende la seleccionada fue: ¿De qué manera se puede interactuar con el entorno natural para generar educación ambiental?

8.2.3 Tercera fase – Brain Storming

Teniendo en cuenta la pregunta base seleccionada: ¿De qué manera se puede interactuar con el entorno natural para generar educación ambiental? Se procedió a generar estrategias que pudiesen solucionarla, como se puede observar a más detalle en la siguiente figura.

Figura 14 Brain storming de generación de estrategias para la pregunta base



Fuente: Elaboración propia gracias a la plataforma whiteboard de Microsoft

Las estrategias mejores puntuadas fueron:

- Creando espacios para el generar conciencia respecto a la importancia de estos espacios para la vida
- Convocando voluntarios conocedores del tema
- Estructurar talleres que acompañen pasadías y caminatas para incluir labores en educación del patrimonio ambiental y su valoración.

- Estructurar recorridos guiados tipo carrera de obstáculos que permita a los participantes por senderos seguros y demarcados realizar actividades e interacción con el entorno
- Generar alianzas con las comunidades locales y con proveedores locales incentivando estrategias de economía circular
- Poner rutas que partan desde puntos estratégicos de la ciudad con horarios semi definidos para que cualquiera pueda acceder a los parques de manera "improvisada"
- Diseñar una app que permita identificar y contratar todo lo necesario para visitar los parques, costos, vestuario, ubicación, transporte, servicios de guía, etc.

8.3 Creación de prototipo

Teniendo en cuenta las bases brindadas por el proceso creativo, se procedió a diseñar el prototipo en forma de journey map, teniendo en cuenta toda la experiencia, el antes, durante y después. De la siguiente manera.

Tabla 8 Definición journey map

MOMENTO	PREGUNTA	PASOS
Antes	¿Cómo se entera?	- Recibe invitación con información detallada a través de Facebook e Instagram - Lo invita un conocido
	¿Cómo se une?	- Si le interesa, se registra en el link del evento o lo acepta - Paga un anticipo para separar su cupo en la actividad

		- Se envía información del parque como mapa, puntos de encuentro - Se desplaza al punto de encuentro - Aborda el transporte al parque rural
Durante	¿Cómo lo usa?	- Reciben charla informativa del parque - Realizan un acondicionamiento físico - Realizan el recorrido guiado de senderismo de naturaleza y avistamiento de aves (con paradas técnicas) - Realiza la siembra de árbol y reciben una charla sobre el impacto de la siembra de arboles - Reciben un recordatorio de la visita - Retorno al punto de encuentro - Cierre y despedida
Después	¿Cómo finaliza?	- Reciben una encuesta sobre la actividad y registro fotográfico al correo electrónico - Reciben invitación para ser voluntario o donadores del programa - Reciben certificado por su aporte - Reciben invitaciones sobre futuros eventos, noticias y temas del programa

Fuente: Elaboración propia

Este bosquejo fue plasmado de manera más gráfica y entendible en la siguiente figura.

Figura 15 Primera versión de journey map de programa de acercamiento a parques naturales



Fuente: Elaboración propia con ayuda de programa Adobe InDesign

8.4 Testeo de prototipo

Para esto, fue impreso el Journey Map, se presentó y explico a detalle a un grupo de expertos y usuarios con el fin de obtener su retroalimentación, estos expertos y usuarios fueron:

- Iván Eduardo Triana Bohórquez, CEO de la fundación BiblioSEO, una fundación con sede en la parte rural de ciudad bolívar en Bogotá Colombia, donde lleva a cabo importantes iniciativas de cambio social.
- Comunidad rural de ciudad bolívar en Bogotá Colombia.
- Estudiantes de maestría en la universidad EAN

Figura 16 *Presentación de prototipo a los asistentes de BiblioSEO*



Fuente: Elaboración propia, tomada el día de la presentación del prototipo

Las retroalimentaciones que surgieron producto de este testeo fueron:

- Seleccionar los medios más efectivos de comunicación, que basados en las encuestas son las redes sociales de Facebook e Instagram.
- Dar un propósito al programa para que tenga más acogida y personalidad. Para este punto se dio el nombre de “A desconectar y punto” bajo la premisa de promover los parques naturales como un lugar seguro de desconexión de la agitada vida de la ciudad y los problemas de salud que esta provoca, todo esto a través de un programa de fortalecimiento de relación con la naturaleza.
- Generar una identidad, para que exista un responsable para que el programa siga en pie. Para esto y teniendo en cuenta la importancia de las redes sociales en el programa se decidió apalancar en las mismas para crear una comunidad donde se promoverá la educación ambiental y brindará información respecto a las actividades que se realizarán y en qué ubicaciones se llevaron a cabo las mismas.

8.5 Ajustes finales al prototipo

Teniendo en cuenta la lista de recomendaciones de los expertos se procedió a ajustar el journey map para obtener su versión final, que puede ser evidenciada en la siguiente figura.

Figura 17 Versión final de journey map de programa de acercamiento a parques naturales



Fuente: Elaboración propia con ayuda de programa Adobe InDesign

9. Conclusiones y recomendaciones

A continuación, se presentan las conclusiones de la consultoría académica desarrollada en la empresa, así como las recomendaciones de cierre del trabajo.

9.1 9.1. Conclusiones

De cara a la primera parte de la investigación, que estuvo centrada en la investigación de las mejores prácticas en programas rurales en países como Chile, Costa Rica, Perú y México, evidenciamos que, si bien cada uno de estos países cuenta con diferentes tipos de acciones, en muchos como común denominador hace falta el apoyo real del gobierno municipal y nacional

El ecoturismo ayuda a mantener la economía local; dado que los ingresos se revierten en la selva tropical para los esfuerzos de conservación, como lo que sucede en San José de Costa Rica en el Bosque Eterno de los Niños. Por otro lado, en México, el gobierno debería fortalecer los programas de parques naturales y con ellos hacer foco en todos los beneficios sobre el desarrollo de los parques, relacionados con la salud física, mental y la adaptación al cambio.

Los programas en Perú se apalancan en gran medida en el apoyo que brinda el Gobierno a las medidas de cuidado ambiental y promoción de la educación ambiental fruto del gran trabajo y esfuerzo que ha llevado a Perú a convertirse en uno de los países con mayor biodiversidad del mundo y mayor esfuerzo en cuidar la misma. Esto facilita el involucrar entidades internacionales como es REDD+ en el proyecto de Parque nacional Cordillera azul.

Se debe sacar provecho al ecosistema de innovación que se genera al promover las relaciones público-privadas ya que estas permiten el alinear objetivos medioambientales de los gobiernos con políticas de crecimiento de las empresas privadas permitiendo generar

modelos de negocio rentables y sostenibles, ejemplos de estos son pronaturaleza en Perú y Chile conserva en Chile.

Las tecnologías de la información son una gran herramienta para apoyar la logística de este tipo de ideas ya que permite de primera mano centralizar información importante en medios fácilmente accesibles y a su vez por la facilidad de acceso promover la participación de los grupos de interés, ejemplos de casos de éxito de esto son la fundación amigos de los parques en Chile y Rewilding Chile que mantienen constantemente actualizadas información en sus portales web e incluso poseen un registro e ingreso de usuarios para la participación en votaciones e incluso como voluntarios para proyectos.

De acuerdo con la información analizada de estos 4 países, encontramos que este sector tiene muchas oportunidades para crear programas sostenibles en el que se involucre la comunidad. Donde se pueden generar espacios de conexión entre la comunidad y las áreas verdes, pues el auto sostenimiento de los parques es una de las premisas más importantes en el desarrollo del programa: reciclaje, tratamiento de aguas, actividades de salud.

Luego de consultar y analizar las diferentes perspectivas de los autores en el marco conceptual frente al diseño de experiencias, concluimos que, como centro de la creación de servicios y productos, se encuentran las personas y el medio ambiente y de esta manera asegurar una mejor experiencia de usuario con el menor esfuerzo.

Para poder generar un impacto positivo es fundamental conocer a profundidad las expectativas, los deseos, las necesidades de las personas y realizar zoom en el medio ambiente, logrando que esta interacción al final tenga como resultado un servicio sostenible ambiental, social y económicamente. Para el desarrollo de esta investigación encontramos herramientas y métodos tales como la metodología Design Thinking, el Story Telling para la creación de un Journey Map, el diligenciamiento del Canvas Business

Model, y la estrategia de co-creación en equipo los cuales fueron de gran ayuda y aportaron a este trabajo la parte más valiosa en la construcción del diseño del programa.

De acuerdo con las encuestas que se realizaron de manera aleatoria, basados en la investigación de fuentes primarias el consumidor potencial se caracteriza por ser hombres y mujeres con edades entre 18 y 59 años, con una situación socioeconómica entre estratos 2 y 4, los cuales se caracterizan por ser empleados, independientes, con nivel educativo profesional.

De acuerdo con la percepción de los consumidores, es importante encontrar actividades para compartir con la naturaleza, actividades extremas, camping, educación ambiental, yoga y meditación, actividades recreacionales, actividades acuáticas, actividades de granja, actividades recreacionales, pero principalmente interacción con otros, como compartir con la familia y los amigos. Al final del día participar en este tipo de actividades brinda como beneficio un nivel de vida más saludable, esparcimiento y disminución de estrés.

Existe un conocimiento general sobre parques naturales ya que de los encuestados un 82.6% lo afirma. Y de estos la mayoría, es decir el 82.30% manifiestan conocer siquiera un parque natural, lo que nos da a entender que la información posterior recolectada en las encuestas es de alta calidad, ya que los encuestados poseen conocimientos previos y vivencias reales respecto a los parques naturales.

Los principales beneficios percibidos al asistir a parques naturales están relacionados con la mejora en la calidad de vida. Esto se refleja en que los 5 de beneficios más percibidos sean: Físicos (24.58%), mentales (23.06%), ambientales (19.68%), sociales (16.30%) y espirituales (15.79%)

Los factores más importantes que se tienen en cuenta para visitar un parque natural, la mayoría (59.94%) se relacionan con las cualidades naturales que posee el parque como lo son los árboles (18.44%), zonas verdes (17.30%), avistamiento de animales (12.43%) y montañas (11.77%). Mientras que el siguiente grupo relevante de cualidades (40.06%) se relaciona con los servicios que se pueden proveer sobre esos espacios naturales, como lo son: Los baños (15.80%), parqueaderos (12.19%) y la seguridad (12.07%).

Los principales factores que limitan el acceso a los parques según las encuestas la mayoría (51.97%) se relacionan con variables que el parque puede controlar, como lo son la inseguridad (19.58%), la falta de conocimiento (19.46%), los costos (7.69%) y falta de mantenimiento (5.24%). Mientras que muy de cerca, están aquellos que ya dependen del usuario, como lo son la falta de tiempo (27.51%) y la distancia a dichos parques (20.51%). Esto plantea un abanico de mejora importante para los parques naturales, ya que las limitantes principales pueden ser controladas y mejoradas por ellos.

Las actividades que incentivarían a los usuarios a asistir más frecuentemente a parques naturales podemos encontrar que de las 5 actividades que más motivarían a los encuestados, la mayoría (81.16%) se enfocan en aprovechar la conexión con la naturaleza, mientras el 18.84% restante son actividades de recreación sin enfoque natural.

Existe una gran retentiva y aceptación al uso de tecnología para incrementar la visita a parques naturales ya que de las estrategias que los encuestados consideran pueden incentivar la visita a parques naturales la mayoría (93.51%) se apalancan en soluciones digitales.

Con relación a la metodología de pensamiento de diseño o Design Thinking, fue realmente constructiva a la hora de empatizar, idear y prototipar. En cuanto a las fases de empatizar e idear, las construcciones de los tableros en Whiteboard que recogerían nuestras ideas,

dolores, experiencias y conocimiento con relación al uso de los parques naturales, fue una experiencia constructiva, didáctica y práctica.

En el prototipado del programa, el modelo empleado fue el Canvas Business Model, el cual nos permitió concluir que encontramos aliados clave como universidades, centros comerciales, colegios, hospitales y fundaciones, que podrían estar interesados en el programa. En actividades denotamos las recreativas y el avistamiento de aves. En nuestra propuesta de valor encontramos que el foco debe ser la educación como elemento transformacional en la interacción con la naturaleza, a través de esta podemos llevar a cabo el mensaje de la importancia de conectar y cuidar el ecosistema.

9.2 9.2. Recomendaciones

De acuerdo con las fases de desarrollo de esta investigación, se llevarán a cabo las respectivas recomendaciones para el diseño del desarrollo del programa de acercamiento a parques rurales.

Es de gran importancia que el proceso de consultoría comience con la presentación del plan de trabajo y metodología esto con el fin de que el usuario final esté al tanto de los límites y alcances de la investigación para así cumplir con los criterios de calidad que exige la misma y no recaer en problemas de comunicación, además de ser esta una excelente estrategia para involucrar al usuario final y entender de primera mano su necesidad.

Para llevar a cabo el análisis cualitativo y cuantitativo de fuentes primarias, se sugiere que los instrumentos de recolección de información estén estructurados de una manera tal que empleen diversos tipos de pregunta y enfoques que nos permitan obtener la mayor cantidad de información de calidad posible ya que en el proceso de creación de estrategia

la misma puede ser de gran ayuda para idear planes integrales y mejorar el entendimiento de los usuarios potenciales.

La muestra que se determine para la recolección de información debe tratar de incluir la mayor diversidad de perfiles demográficos posibles esto con el fin de no caer en sesgos informativos al no tener en cuenta todas las posibles variables, para esto se sugiere tratar de recolectar cierta información por perfil demográfico para orientar mucho más la recolección de información.

El instrumento diseñado para la entrevista debe estar orientado a permitir que el entrevistado pueda expresarse libremente sin ningún tipo de coacción hacia sus respuestas, esto con el fin de poder entender mejor la cosmovisión que él mismo posee sobre el problema y no sesgarlo desde nuestro punto de vista como entrevistadores.

No se debe enfocar la recolección de información únicamente desde un punto de vista cuantitativo ya que el cualitativo, aun siendo más difícil de tabular suele presentar argumentos que caracterizan de manera más cercana al consumidor potencial ya que permiten conocerlo de una manera mucho más personal, lo que facilita asimilar y entender su situación.

El análisis de fuentes secundarias de información debe contemplar bases de alta calidad como lo son: Las bases de datos, revistas indexadas, artículos citados, documentos gubernamentales y páginas web acreditadas, esto con el fin de poseer una base sólida al momento de argumentar y también poder identificar fácilmente la procedencia de la información y su calidad.

Para el análisis y la organización de la información, producto del ejecutar los instrumentos de recolección de información, se sugiere apoyarse en herramientas tecnológicas como las

plataformas Business Intelligence ya que permiten mejorar la visualización de información y transformarla en conocimiento, lo cual conlleva a una mejor toma de decisiones ya que las mismas se basan en datos.

Uno de los factores clave para el desarrollo de este programa se fundamentó en la ejecución de la metodología de Pensamiento de Diseño (Design Thinking) y cada una de sus fases, como se indica en el apartado 5.4. Pensamiento de Diseño - Design Thinking. En este proceso, la Co-Creación fue muy importante para llegar a la solución, es por esta razón que, para este tipo de diseños, se recomienda generar equipos multidisciplinarios que puedan interactuar y expresar libremente sus ideas, porque desde la concepción de ideas diversas los resultados se convierten en aportes significativos.

En el proceso de probar o evaluar el prototipo se vuelve relevante involucrar expertos del área ya que los mismos poseen conocimiento y vasta experiencia que puede aportar, mejorar y potenciar el modelo que se esté planteando, este fue el caso de este proyecto, en donde las personas de la comunidad de Biblioseo, fueron de gran ayuda, porque a través de su retroalimentación y recomendaciones, se realizaron ajustes considerables. En este mismo escenario el acompañamiento de expertos en innovación y representantes de la universidad enriquecieron el proceso.

Las tecnologías de información y su relación en el día a día con nuestra sociedad facilitan el uso de las mismas como herramienta de solución a problemas relacionados con la comunicación y consulta de información importante, este fue el caso del proyecto ya que, algunas de las estrategias que plantearon los encuestados fueron la creación de una aplicación que centralice la información más relevante sobre los parques y otra aplicación de sistema de recompensas por actividades medioambientales, que estimulen el cuidado y el sentido de pertenencia hacia los parques naturales.

Para el diseño de este tipo de programas, se recomienda emplear las herramientas referenciadas en el apartado 5.6. Herramientas para el diagnóstico del programa, tales como: Benchmarking, customer journey map, brainstorming y canvas business model. Ya que estas herramientas permiten trabajar desde la investigación de la industria de manera general y programas o experiencias de otras empresas en el mismo sector, hasta el diseño de experiencias y construcción de objetivos de negocio. Este conocimiento facilita el entendimiento total del proyecto, de los usuarios finales, la construcción de experiencias y un alto grado de efectividad de trabajo en equipos multidisciplinarios.

Para el diseño de productos y servicios se sugiere el uso de metodologías como la expuesta en el apartado 5.5.4 Diseño centrado en el usuario ya que permite eliminar los sesgos estratégicos que tenga el equipo respecto a cómo el usuario interactuara con el producto o servicio y si el mismo satisface las necesidades y expectativas. Todo esto a través de manejar un enfoque desde su perspectiva, entendiendo su entorno y poniéndose en su posición.

Finalmente, el plan de trabajo debe contemplar fechas de entrega por fases con el fin de crear un ambiente de retroalimentación continua con el usuario final y así poder realizar a tiempo los ajustes necesarios o enfoques que el usuario final determine sean los más apropiados para el criterio de calidad que espera del proceso de consultoría para poder cumplir de mejor manera con sus expectativas.

10. Referencias

- Abascal, E., & Grande, I. (2005). *Analisis de Encuestas*. Madrid: Esic Editorial. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=qFczOOiwRSgC&oi=fnd&pg=PA9&dq=por+que+son+importantes+las+fuentes+primarias+cuantitativas+como+encuesta&ots=eCZuG7MaTf&sig=3C9H2tlF7dr_uw1B1HnfhU_1OF8#v=onepage&q&f=false
- Abreu, E., Giuliani, A., Kassouf, N., & Alves, D. (2006). Benchmarking como instrumento dirigido al cliente. *Invenio*, 77-94. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87791706>
- Amigos de los parques. (2018). *Amigos de los parques - Sobre nosotros*. Obtenido de Amigos de los parques - Sobre nosotros: <https://www.amigosdelosparques.cl/amigos/sobre-nosotros/>
- Angrave, J. (2020). *The Journey Mapping Playbook: A Practical Guide to Preparing, Facilitating and Unlocking the Value of Customer Journey Mapping*. Bostón: Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Arhippainen, L., & Tahti, M. (2003). Empirical Evaluation of User Experience in Two Adaptive Mobile Application Prototypes. *Semantic Scholar*, 27-34. Obtenido de <https://ep.liu.se/ecp/011/007/ecp011007.pdf>
- Asi conserva chile. (2019). *Asi conserva chile, ¿Quiénes somos?* Obtenido de Asi conserva chile, ¿Quiénes somos?: <https://asiconservachile.org/vision-y-objetivos/>
- Ayuda en accion. (19 de Septiembre de 2018). *Historia de las ONG*. Obtenido de Historia de las ONG: <https://ayudaenaccion.org/ong/blog/solidaridad/historia-de-las-ong/>

- Baez, I., Carrillo, C., Casteblanco, O., Betancourt, F., Leguizamón, G., García, R., & Mendoza, D. (2018). Metodología de Diseño de Producto bajo la estructura de Innovación y Creatividad. Estudio de revisión. *Revista Espacios*.
- Basconzuelo, C. (2020). ACTORES SOCIALES COLECTIVOS. DIMENSIONES DE ANÁLISIS PARA PENSAR LA CATEGORÍA DESDE LA HISTORIA SOCIAL. *Cultura en Red*, 69-104.
- Benedict, M. A. (2002). Green infrastructure: smart conservation for the 21st century. *Renewable resources journal*, 12-17.
- Blazquez, P., & Serrano, M. (2014). *Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro*. Madrid: Esic Editorial.
- Brown, T. (2008). Design Thinking . *Harvard Business Review*, 2-9.
- Chiesura, A. (2004). The role of urban parks for the sustainable city. *Landscape and urban planning*, 129-138.
- Clopés, J. M. (1980). El parque natural del Montseny. *Revista de geografia*, 59-73.
- CONAF. (2020). *Parques de Chile*. Obtenido de Parques de Chile:
<https://www.conaf.cl/parques-nacionales/parques-de-chile/>
- CONANP. (12 de Enero de 2022). *Áreas Naturales Protegidas decretadas*. Obtenido de Áreas Naturales Protegidas decretadas:
http://sig.conanp.gob.mx/website/pagsig/datos_anp.htm
- DANE. (2018). *Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*. Obtenido de Departamento Administrativo Nacional de Estadística:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

Delfina Travel Group Inc. (12 de Agosto de 2021). *Parques Nacionales de Costa Rica*.

Obtenido de Parques Nacionales de Costa Rica:

<https://www.govisitcostarica.co.cr/travelInfo/nationalParks.asp>

Design Thinking. (4 de Julio de 2017). *Design Thinking Comunidad Online*. Obtenido de

<https://www.designthinking.services/2017/07/que-es-el-design-thinking-historia-fases-del-design-thinking-proceso/>

Encuesta de Percepción Ciudadana. (13 de 2022 de 2018). *Red Ciudades Cómo Vamos*.

Obtenido de Red Ciudades Cómo Vamos:

<http://redcomovamos.org/percepcionciudadana/>

Equipo IDA Ideas Digitales Aplicadas. (14 de Mayo de 2020). *¿Qué es el diseño centrado*

en el medio ambiente? Obtenido de IDA Blog: <https://blog.ida.cl/disenio/disenio-centrado-en-el-medio-ambiente/>

Escuela StoryEmotion. (2021). *Visual Storytelling y Design Thinking*. S.F: Escuela StoryEmotion.

Espinoza, I. (2016). Tipos de muestreo. *Unidad de investigación científica*, 2-23.

Frías, M. (2019). *Design Thinking, ¿Pueden las empresas aprender del diseño?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones UADE.

Galeano, R. (2008). Diseño Centrado en el usuario. *Revista Educación, Comunicación y Tecnología*, 19. Obtenido de

<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6524/Dise%c3%b1o%20centrado%20en%20el%20usuario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Garcia, J. S., & Aguancha, K. (09 de 10 de 2020). Importancia de los Proyectos

Ciudadanos de Educación Ambiental en la cultura ambiental en la Orinoquía.

Centro de recursos para el aprendizaje y la investigación, pág. 5. Obtenido de

Importancia de los Proyectos Ciudadanos de Educación Ambiental en la cultura ambiental en la Orinoquía: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/30332>

Gasca , J., & Zaragozá, R. (2014). *Desingnpedia 80 herramientas para construir tus ideas*. Madrid: Lid Editorial Empresarial.

Greenpeace. (2020). *Situación Actual del Espacio Publico Verde en Bogotá*. Bogotá: Greenpeace.

Guerrero, M. (2012). Pintando de verde a Bogotá: visiones de la naturaleza a través de los parques del Centenario y de la Independencia, 1880-1920. *Historia Ambiental Latinoamericana y Caribeña (HALAC) revista de la Solcha 1*, no. 2, 112-139.

Henao, J. (2021). EL DESIGN THINKING Y EL MAPA DE EMPATÍA CON ÉNFASIS SOCIAL EN PROYECTOS DE INGENIERÍA: Proyectos de diseño en soluciones bajo metodologías ágiles de la Institución Universitaria Pascual Bravo. *Universidad EAFIT*, 1-58.

Henriquez, R. (26 de Mayo de 2021). *Medio ambiente y salud mental: ¿cuál es su relación?* Obtenido de Universidad de Chile:
<https://www.uchile.cl/noticias/176358/medio-ambiente-y-salud-mental-cual-es-su-relacion>

Hernández , C., & Cano , M. (2017). LA IMPORTANCIA DEL BENCHMARKING COMO HERRAMIENTA PARA INCREMENTAR LA CALIDAD. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/04CA201702.pdf>

Hernández, R. (2010). Los métodos mixtos. En R. Hernández, C. Fernández, & M. Baptista, *Metodología de la investigación* (págs. 544-599). México: Mc Graw Hill.

Ibrahim, F. I., & Nizarudin, N. D. (2019). Human Interaction Theory for Sustainable City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1-7.

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (2010). *Encuesta Nacional de Situación Nutricional*. Bogotá : Encuesta Nacional de Situación Nutricional.

Interaction Design Foundation . (20 de 3 de 2021). *Interaction Design Foundation*.
Obtenido de <https://www.interaction-design.org/literature/topics/empathize#:~:text=Empathize%20is%20the%20first%20stage,%20experiences%2C%20motivations%20and%20problems>.

Li, X., Chen, C., Wanga, W., Yang, J., Innes, J. L., Ferretti-Gallon, K., & Wanga, G. (2021). The contribution of national parks to human health and well-being: Visitors' perceived benefits of Wuyishan National Park. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 1-12.

Lomas, A. (21 de Febrero de 2019). *LinkedIn*. Obtenido de LinkedIn:
<https://www.linkedin.com/pulse/c%C3%B3mo-utilizar-el-design-thinking-business-model-canvas-lomas/?originalSubdomain=es>

Martínez , N. (2016). *Protothinking - Pensamiento de diseño en acción*. Bogotá: CreateSpace Independent Publishing.

Matarranz, A. (29 de Septiembre de 2012). Diseño de producto: el puente entre la Definición y la Implementación del producto. *Conversis - Conversis Consulting*. Obtenido de <https://conversisconsulting.com/2012/09/29/disenio-de-producto-el-puente-entre-la-definicion-y-la-implementacion-del-producto-1/>

Mayorga, J., & Hernández, L. (2018). MEDICIÓN DE LA COBERTURA Y LA ACCESIBILIDAD DEL ESPACIO PÚBLICO EN BOGOTÁ, MEDELLÍN Y CALI. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 1-10. Obtenido de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cvyu/article/view/22116>

- Micheli, P., Mura, M., Wilner, S., Bhatti, S., & Beverland, M. (2019). Doing Design Thinking: Conceptual Review, Synthesis, and Research Agenda. *JOURNAL OF PRODUCT INNOVATION MANAGEMENT*, 124-148.
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (04 de 10 de 2021). *Parques Nacionales Naturales de Colombia, patrimonio de los colombianos* . Obtenido de Parques Nacionales Naturales de Colombia, patrimonio de los colombianos :
<https://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/noticias/1354-parques-nacionales-naturales-de-colombia-patrimonio-de-los-colombianos>
- Montalbán, E. (02 de Febrero de 2018). *Un imperio de más de 30.000 millones*. Obtenido de Un imperio de más de 30.000 millones:
<https://www.larazon.es/internacional/un-imperio-de-mas-de-30-000-millones-EA17719296/>
- Moreno, O., Lillo, C., & Gárate, V. (2014). La infraestructura verde como espacio de integración. análisis de experiencias y estrategias sustentables para su consideración en la planificación, diseño y gestión del paisaje en la intercomuna temuco - padre las casas, chile. *XI Simposio de la Asociación Internacional de Planificación Urbana y Ambiente*, 148-156.
- Nash, R. (1970). The American invention of national parks. *American Quarterly*.
American Quarterly, 726-735.
- Nature For All. (2020). *2020 Impact Report*. California: Nature For All. Obtenido de Nature for All.
- Nicolai, C., & Weinberg, U. (2015). Design Thinking Metrics: Measuring the Impact of Design Thinking . *Hasso Plattner Design Thinking Research Program*, 22-34.

- Núñez, A. (2019). Diseño Centrado en el Humano vs Diseño Centrado en el Ecosistema. *LinkedIn*. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/dise%C3%B1o-centrado-en-el-humano-vs-ecosistema-alfredo-nu%C3%B1ez-diaz/?originalSubdomain=es>
- ONU. (2018). Las ciudades seguirán creciendo, sobre todo en los países en desarrollo. *Noticias ONU*. Obtenido de <https://www.un.org/development/desa/es/news/population/2018-world-urbanization-prospects.html>
- Osten, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 227-232.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
- Peñaranda, D. (30 de Marzo de 2020). ¿Qué es Diseño de Servicios? *Diseño UX en Español*. Obtenido de <https://medium.com/uxenespanol/qu%C3%A9-es-dise%C3%B1o-de-servicios-3a61376b81b9>
- Pereira, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista electrónica Educare*, XV, 15-29.
- Pérez, G., Arango, M., & Sepulveda, L. (2011). Las organizaciones no gubernamentales – ONG–: hacia la construcción de su significado. *Ensayos de Economía*, 243-260.
- Plattner, H. (2012). Mini guía: una introducción al Design Thinking . *Institute of Design at Stanford*, 1-28.
- Ramirez Torres, E. (2009). La segmentación por estilo de vida, Datos diagnosticos y tendencias. *AMAI* , 21-24.

- Remolins, E. (2017). *Manual de supervivencia para dinosaurios empresariales: Cómo desarrollar el ADN de la innovación en un mundo en cambio continuo*. Barcelona: Libros de Cabecera.
- Röbbel, N. (2016). *Los espacios verdes: un recurso indispensable para lograr una salud sostenible en las zonas urbanas*. Barcelona: Naciones Unidas.
- Rodríguez, A. J. (2007). Desarrollo, gestión de áreas protegidas y población local. El Parque Rural de Anaga (Tenerife, España). *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 17-29.
- Rodríguez, A., & Mora, L. (2021). Aportes de la recreación a la interpretación ambiental en las áreas naturales protegidas. *Territorios*, 1-15. Obtenido de <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.8958>
- Saludata. (12 de Junio de 2021). *Datos de Salud Demografía y Salud*. Obtenido de Datos de Salud Demografía y Salud: <https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>
- Sánchez, N. (8 de Diciembre de 2020). *Claudia López y el compromiso de Bogotá con la crisis climática en No Planet B*. Obtenido de Alcaldía de Bogotá: <https://bogota.gov.co/internacional/claudia-lopez-y-el-compromiso-de-bogota-con-la-crisis-climatica>
- SERNANP. (2019). *Nuestras Áreas Naturales Protegidas - SINANPE*. Obtenido de Nuestras Áreas Naturales Protegidas - SINANPE: <https://www.sernanp.gob.pe/parques-nacionales1>
- Serrano, M., & Blázquez, P. (2018). *Design thinking, lidera el presente, crea el futuro*. Madrid: ESIC Business Marketing School.

- Solfa, F. D., Amendolagine, G., & Wall, T. A. (2018). Nuevos paradigmas para el diseño de productos. Design thinking, service design y experiencia de usuario. *Arte e investigación*, 1-11. Obtenido de <https://www.aacademica.org/del.giorgio.solfa/160.pdf>
- Stapenhurst, T. (2009). *The Benchmarking Book*. Londres: Routledge.
- Subdirección de Sostenibilidad y Negocios Ambientales. (2017). PROGRAMA SALUD NATURALMENTE EN LOS PARQUES. *Parques Nacionales naturales de Colombia*, 1-22. Obtenido de <https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2016/05/Programa-Salud-Naturalmente-en-Parques..pdf>
- Teapot. (2021). *Teapot - Gardens*. Obtenido de Teapot - Gardens: <https://teapot.la/gardens/>
- Universidad EAN. (23 de Diciembre de 2021). *Universidad EAN*. Obtenido de Universidad EAN: <https://universidadean.edu.co/investigacion/politica-y-sostenibilidad>
- Urbano, I., Eizaguirre, L., & Barrutieta, G. (2017). *DESIGN THINKING: Un modelo para la aplicación en la Administración Pública*. Madrid: Innap Investiga.
- Val, M. R. (2012). Transparencia y rendición de cuentas en las Entidades No Lucrativas. El caso de las fundaciones. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 159-181.
- Vásquez, A. (2016). Infraestructura verde, servicios ecosistémicos y sus aportes para enfrentar el cambio climático en ciudades: el caso del corredor ribereño del río Mapocho en Santiago de Chile. *Revista de Geografía Norte Grande*, 63-86.
- Vianna, M., Vianna, Y., Adler, I., Lucena, B., & Russo, B. (2011). *Design Thinkin, Innovación en Negocios*. Rio de Janeiro: MJV Press Tecnología.

Wallace, R., Cecilia, F., Turdera, Á., Garitano, I., Gómez, C., Jurado, C., . . . Torrico, O.
(2019). Reto Ciudad Naturaleza y NaturaLista: Una oportunidad fantástica para la
implementación de la ciencia ciudadana. *Ecología en Bolivia*, 67-71.

11. Anexos

11.1 A. Anexo. Encuesta sobre el nivel de percepción de acercamiento a parques rurales

Encuesta sobre nivel percepción de acercamiento a parques Rurales

Estimado participante, los estudiantes de Seminario de Investigación de la Universidad EAN están desarrollando una investigación de mercados con el fin de conocer cuáles son los niveles de cercanía que las comunidades tienen con los parques en las zonas rurales. Le invitamos a que responda la encuesta que le tomará un máximo 10 min de su tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y solo se utilizarán para fines de la investigación, sin revelar a terceros información sobre su identidad. Así mismo, le recordamos que no hay preguntas correctas o incorrectas, por lo que puede escoger libremente la que más se acerca a su realidad.

* Obligatorio

1. ¿Conoce algún parque rural (Como humedales y parques nacionales naturales) ? *

☐ Sí

☐ No

2. ¿Cuántos parques rurales conoce en su ciudad o cercanos a la misma? *

El valor debe ser un número.

3. ¿Con qué frecuencia visita los siguientes tipos de parques rurales? *

	Diariamente	1 vez por semana	1 vez cada quince días	1 vez al mes	2 veces al año	1 vez al año	Nunca lo he visitado
Parque nacional natural (Ej: Chingaza)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Santuario distrital de fauna y flora (Ej: El bosque de las mercedes)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Áreas forestales distritales (Ej: Quebrada el Salitre, Páramo Alto Chisacá, corredores de restauración)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Parque Ecológico Distrital (Ej: humedales, Parque Entrenubes o La conejera)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. De las siguientes opciones, seleccione con quienes va habitualmente a los parques cuando los visita *

☐ Familiares

☐ Amigos

☐ Asisto solo

☐

Otras

5. ¿Qué probabilidades hay de que recomiende el parque rural que visita con mayor frecuencia? *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Nada probable

Muy probable

6. En una escala de 1 a 5, donde 1 es no me motiva y 5 me motiva mucho. ¿Qué tanto lo motiva o motivaría a asistir a un parque rural según las siguientes actividades? *

	1: No me motiva	2: Poco	3: Indiferente	4: Me motiva	5: Me motiva mucho
Recorridos guiados de avistamiento de fauna	☐	☐	☐	☐	☐
Caminatas ecológicas guiadas	☐	☐	☐	☐	☐
Alquiler de bicicleta para recorridos en la naturaleza	☐	☐	☐	☐	☐
Escalada (equipo y/o asesoría)	☐	☐	☐	☐	☐
Camping (alquiler espacio y/o equipos)	☐	☐	☐	☐	☐
Cabalgatas	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades guiadas de yoga o meditación	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades educativas, lúdicas o de investigación	☐	☐	☐	☐	☐
Interacción con animales o participación en actividades de granja	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades o deportes acuáticos (kayak, kitesurf, kiteboarding, pesca, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades extremas (rafting, canopy, rappel o canyoning, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Acciones de construcción del tejido social y la organización comunitaria)	☐	☐	☐	☐	☐

7. En una escala de 1 a 5, donde 1 es nunca y 5 es siempre, califique las siguientes actividades según la frecuencia con las que las realiza cada vez que visita un parque *

	1: Nunca	2: Rara vez	3: Eventualmente	4: Casi siempre	5: Siempre
Actividades sociales (compartir en familia, amigos, vecinos etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Participar en actividades que contribuyan al cuidado del medio ambiente	☐	☐	☐	☐	☐
Programas de formación y educación ambiental	☐	☐	☐	☐	☐
Pasear a una(s) mascota(s)	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades culturales (conciertos, ferias, festivales etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades de esparcimiento y relajación (meditación, lectura, descansar etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades deportivas	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades comerciales (mercados campesinos, artesanías, donaciones etc.)	☐	☐	☐	☐	☐

8. ¿Cuáles considera usted que son beneficios de hacer uso de los parques naturales? *

☐ Físicos

☐ Mentales

☐ Espirituales

☐ Sociales

☐ Ambientales

☐

Otras

9. De la siguiente lista, seleccione las características que más le gustan o más importantes le parecen sobre los parques rurales *

- ☐ Que hayan muchos árboles
- ☐ Que cuente con canchas deportivas (futbol / microfutbol / baloncesto / voleibol)
- ☐ Que tenga zonas verdes amplias
- ☐ Que tenga módulos de juegos infantiles
- ☐ Que cuente con espacios y equipamiento para hacer asados
- ☐ Que cuente con vigilancia privada o presencia de policias
- ☐ Baños
- ☐ Parqueaderos
- ☐ Que cuente con zonas para acampar
- ☐ Que tenga montañas que se puedan visitar o escalar
- ☐ Que tenga un lago o un río donde realizar actividades acuáticas
- ☐ Que cuente con espacios para avistamiento de animales
- ☐

Otras

10. ¿Cuáles consideran que son las principales razones por los que no visita con mayor frecuencia los parques rurales? *

- ☐ Inseguridad
- ☐ Falta de tiempo
- ☐ No es de su interés
- ☐ Falta de mantenimiento del parque
- ☐ Falta de conocimiento de la existencia del parque
- ☐ Distancia
- ☐ Falta de infraestructura para ejercicios físicos
- ☐ Económicas o costos

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en cada una de las siguientes actividades en un parque rural? *

	< \$10,000	\$10,001 - \$50,000	\$50,001- \$90,000	\$90,001- \$150,000	más de \$150,001	No estoy dispuesto a pagar
Recorridos guiados de avistamiento de fauna	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Caminatas ecológicas guiadas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Alquiler de bicicleta para recorridos en la naturaleza	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Escalada (equipo y/o asesoría)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Camping (alquiler espacio y/o equipos)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cabalgatas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades guiadas de yoga o meditación	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades educativas, lúdicas o de investigación	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Interacción con animales o participación en actividades de granja	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades o deportes acuáticos (kayak, kitesurf, kiteboarding, pesca, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades extremas (rafting, canopy, rappel o canyoning, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐

12. ¿Cuánto dinero en promedio usted gasta en total cuando visita un parque rural o natural?

Seleccione la opción más común. *

- ☐ 0 pesos
- ☐ Entre \$ 10,000 y \$ 30,000 pesos
- ☐ Entre \$ 30,001 y \$ 50,000 pesos
- ☐ Entre \$ 50,001 y \$ 70,000 pesos
- ☐ Entre \$ 70,001 y \$ 90,000 pesos
- ☐ Entre \$ 90,001 y \$ 110,000 pesos
- ☐ Más de \$ 110,001 pesos

13. ¿Cómo acostumbra a movilizarse o se movilizaría a un parque natural? *

- ☐ Caminando
- ☐ En transporte público masivo (Transmilenio, SITP, flota)
- ☐ Vehículo propio
- ☐ En bicicleta
- ☐ Transporte privado (Uber, Taxi, Van)

Otras

14. Por favor, indique el tiempo aproximando que demora en desplazarse a los siguientes tipos de parques *

	menos de 30 min	Entre 30-45 min	Entre 45-60 m	Entre 1 - 2 horas	Más de 2 horas
Parque nacional natural (Ej: Chingaza)	☐	☐	☐	☐	☐
Santuario distrital de fauna y flora (Ej: El bosque de las mercedes)	☐	☐	☐	☐	☐
Áreas forestales distritales (Ej: Quebrada el Salitre, Páramo Alto Chisacá, corredores de restauración)	☐	☐	☐	☐	☐
Parque Ecológico Distrital (Ej: humedales, Parque Entrenubes o La conejera)	☐	☐	☐	☐	☐

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un transporte que lo lleve a visitar un parque rural cerca de su ciudad (en pesos)? *

El valor debe ser un número.

16. ¿Conoce los programas en la ciudad enfocados al acercamiento a parques rurales? *

- ☐ Si
- ☐ No

17. ¿A través de que canales se entera o le gustaría enterarse de las actividades que se realizan en los parques rurales cercanos a su lugar de residencia? *

- ☐ Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)
- ☐ Publicidad exterior (vallas, carteles, folletos, anuncios en paraderos)
- ☐ Medios tradicionales (radio, TV, prensa)
- ☐ Voz a Voz (vecinos, amigos, familia)

18. ¿A través de cuál canal digital se entera o le gustaría enterarse de las actividades que se realizan en los parques rurales cercanos a su lugar de residencia? *

- ☐ Facebook
 - ☐ Twitter
 - ☐ WhatsApp
 - ☐ Instagram
 - ☐ LinkedIn
 - ☐ YouTube
 - ☐ Páginas web
 - ☐
- Otras

19. ¿Cuál es la publicidad exterior donde encuentra o cree que encontraría información más frecuente sobre las actividades en los parques rurales de su ciudad o cercanos a la misma? *

☐ Vallas publicitarias

☐ Vallas móviles

☐ Carteles

☐ Pantallas electrónicas

☐ Anuncios en transportes públicos

☐

Otras

20. ¿En cuál de los medios tradicionales encuentra o cree que encontraría información más frecuente sobre las actividades en los parques rurales de su ciudad o cercanos a la misma? *

☐ Radio

☐ Televisión

☐ Prensa escrita

☐ Prensa digital

☐ Revistas

☐

Otras

21. ¿Dentro de su comunidad cuál es el grupo de personas que le brindan o es más probable que le brinden información más frecuente sobre las actividades en los parques rurales cercanos a su lugar de residencia? *

☐ Vecinos

☐ Amigos

☐ Familia

☐

Otras

22. ¿Qué entidades u organizaciones relaciona con los parques rurales por su participación o promoción? "Por favor separelas con punto y coma (;) si desea relacionar más de una"

*

23. Indique que tan relevante considera a las siguientes entidades para el desarrollo de un programa de acceso a parques rurales *

	Nada relevante	Poco relevante	Indiferente	Relevante	Muy relevante	Desconozco la entidad
Policía	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Empresas privadas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Administradores del parque	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Corporación Autónoma Regional	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Organizaciones de la sociedad civil	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Organizaciones no Gubernamentales	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Empresas de transporte público	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Parques Nacionales Naturales de Colombia	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gobernación	☐	☐	☐	☐	☐	☐

24. Si reconoce una empresa privada, organizaciones de la sociedad civil, ONGs que promueva la visita a parques rurales, por favor indique cuál (en caso de que no sea así, conteste con N/A). *

25. ¿Cuál de las siguientes opciones cree que podría mejorar su experiencia de visita a los parques rurales? *

- ☐ Una aplicación móvil que integre: Información relevante del lugar, actividades programadas, distancia basado en la locación, tarifas, horarios y servicios
- ☐ Una aplicación que ofrezca puntos y recompensas por realizar retos ambientales.
- ☐ Folletos y papers informativos
- ☐ Investigar en internet previo a mi asistencia al parque
- ☐
- Otras

26. ¿Qué espera de un programa de educación ambiental que promueva el uso de parques? *

- ☐ Que cuente con actividades recreativas
 - ☐ Que sea diseñado para grupos de edad específicos
 - ☐ Que permita la interacción con otras personas
 - ☐ Que enseñe sobre los beneficios para el ambiente y para las personas
 - ☐
- Otras

27. De las siguientes opciones, ¿en cuál le gustaría participar para apoyar a un programa que busque acercar la comunidad a los parques? *

- ☐ Voluntario (ofreciendo un servicio a la comunidad, apoyando actividades etc.)
 - ☐ Donaciones (económicas o en especie: semillas, materiales de construcción u otros materiales)
 - ☐ Ambas
 - ☐ Ninguna
 - ☐
- Otras

28. ¿Cuál es su edad? *

El valor debe ser un número.

29. ¿Cuál es su sexo? *

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Otro
- ☐ Prefiere no decirlo

30. ¿Cuál es el nivel educativo más alto alcanzado? *

- ☐ Ninguno
- ☐ Preescolar
- ☐ Básica primaria (1° - 5°)
- ☐ Básica secundaria y Media (6° - 11°)
- ☐ Superior o universitaria
- ☐ Posgrado (Especialización, Maestría, Doctorado)

31. ¿Cuál es su ocupación actual? *

- ☐ Estudiante
- ☐ Empleado
- ☐ Trabajador independiente
- ☐ Desempleado
- ☐
- Otras

32. ¿Se encuentra en condición de discapacidad que le dificulte el disfrute de los parques rurales de su ciudad? *

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Prefiere no decirlo

33. ¿Cuál es su discapacidad? *

34. ¿En qué barrio de Bogotá vive? *

35. ¿En qué localidad de Bogotá vive? *

36. ¿En qué estrato vive? *

El valor debe ser un número.

37. ¿Tiene hijos? *

- ☐ Sí
- ☐ No

38. ¿Cuántos hijos tiene? *

El valor debe ser un número.

39. ¿Tienes mascotas? *

- ☐ Sí
- ☐ No

40. ¿Qué mascotas tiene? (si tiene mas de un tipo de mascota por favor sepárelas con
punto y coma (;) *

41. Dentro de su círculo familiar, ¿hay menores de 12 años? *

- ☐ Si
- ☐ No

42. ¿Cuántos menores de 12 años? *

El valor debe ser un número.

43. ¿Quién le ha enviado la encuesta? *

- ☐ ANGELA LORENA PALACIOS TORRES
- ☐ ANI KATHERINE ALDANA BRICEÑO
- ☐ CATALINA RUBIO MORELLI
- ☐ CESAR ENRIQUE GARCIA MARTINEZ
- ☐ DANIEL ANDRÉS LAGUADO ESCOBAR
- ☐ DANIEL ENRIQUE HERRERA VILLARREAL
- ☐ DIANA ELIZABETH TELLEZ ANGULO
- ☐ DIANA MARIA ACOSTA ZAMORA
- ☐ DIEGO MAURICIO FINO GARZON
- ☐ ERIKA PATRICIA MARTINEZ DAZA
- ☐ JAIME ANDRES REALPE RIASCOS
- ☐ JHON FREDY GORDILLO BALLEEN
- ☐ JOHN ALEJANDRO RIOS PENAGOS
- ☐ JORGE ELIECER CARDENAS LARA
- ☐ JOSE ALFREDO ARMERO HERNANDEZ
- ☐ JOSE DAVID BARRIOS PADRON
- ☐ LADY BEATRIZ QUEVEDO CANTOR
- ☐ LORENA ASTRID MARTINEZ CASTAÑEDA
- ☐ MARTHA LUCIA JIMENO JAIME
- ☐ RAMON ARTURO GONZALEZ PABON
- ☐ RONALD YESID RAMIREZ GRACIA
- ☐ VANESCA CAROLINA MATA DURAN
- ☐ VANESSA ALEXANDRA PIÑEROS ZAMBRANO

11.2 B. Anexo. Entrevista semiestructurada

PARQUES NATURALES / RURALES

¿Te gusta ir a parques naturales, por qué?
SI = ¿Qué tipo de parques naturales y con qué frecuencia?
¿Cuáles fueron los últimos parques naturales que visitaste?
¿Qué le motiva o motivaría ir a un parque natural?
¿Qué tipo de actividades realizas en tus visitas a parques naturales?
¿Cuál fue tu preferida?
¿Qué no te gusto de tu experiencia y que mejorarías?
SI PROPONE MEJORAS = ¿Pagarían por ello?
¿Prefieres ir solo o acompañado?
SOLO = ¿Por qué?
ACOMPANADO = ¿Por qué y quiénes?
NO = ¿Qué le motiva o motivaría ir a un parque natural?
¿Por cuáles actividades paga usualmente al visitar un parque natural?
¿Qué medio de transporte utiliza para acceder a los parques que usualmente visita?
¿Ha tenido limitaciones para el acceso a parques urbanos / naturales? ¿Cuáles?

TRANSVERSALES

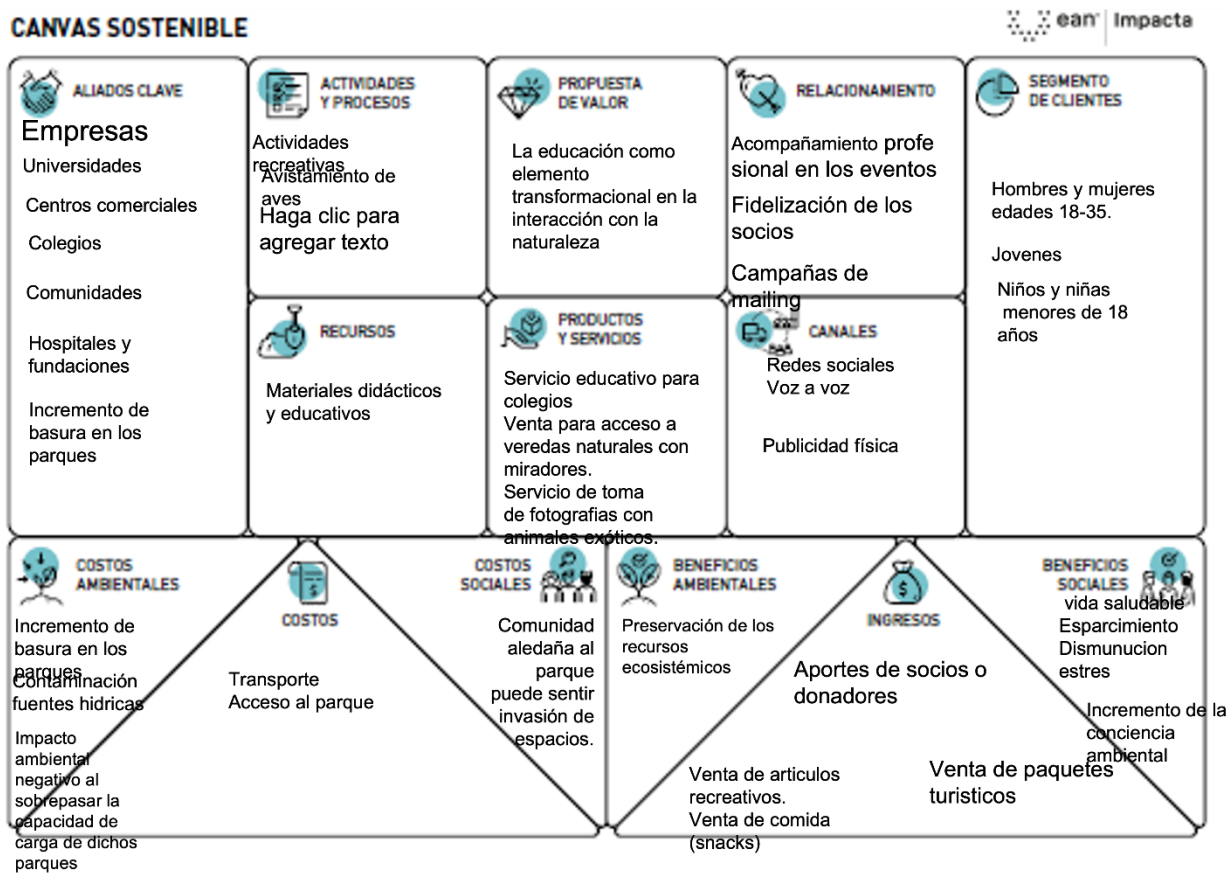
¿Qué impacto ha tenido para usted y su familia el acceso y uso de parques urbanos y rurales?
¿Conoce algún tipo de programa que incentive la visita a parques en la ciudad o alrededores?

¿Ha sido parte de alguno de estos programas que incentivan la visita a parques en la ciudad o alrededores?
(Condicional SI) ¿Qué fue lo que más le impacto positivamente sobre el programa?
(Condicional SI) ¿Qué fue lo que más le impacto negativamente sobre el programa?
(Condicional NO) ¿Usted estaría de acuerdo en participar en programas en la ciudad o alrededores?
¿Estaría dispuesto a participar de un proyecto comunitario que incentive el acercamiento a parques? ¿Cuáles serían las barreras? (Por qué)
¿Qué acciones propone para incentivar el uso de parques en la ciudad y sus alrededores?
Cree que las autoridades locales hacen un buen trabajo en
El mantenimiento de los parques
¿Encuentra que la infraestructura / mantenimiento de los parques que visita es suficiente? ¿Por qué?
Seguridad en los parques
¿Cuál es su percepción sobre la seguridad de los parques que ha visitado? ¿Le ha ocurrido o ha conocido una experiencia en este tema?
¿Qué medidas recomendaría para aumentar la seguridad en estos espacios?
Actividades Culturales
Actividades Deportivas
Si tuviera la oportunidad de hablar con un ente gubernamental que le gustaría decirle sobre los parques
Comentario final
Agradecimientos
Cierre

11.3 C. Anexo. Journey Map



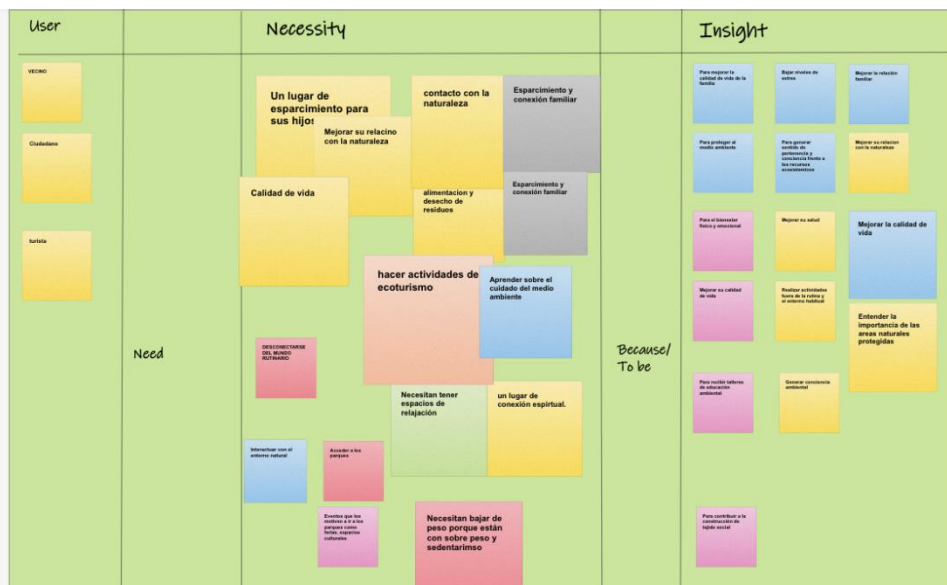
11.4 D. Anexo. Business Canvas Model

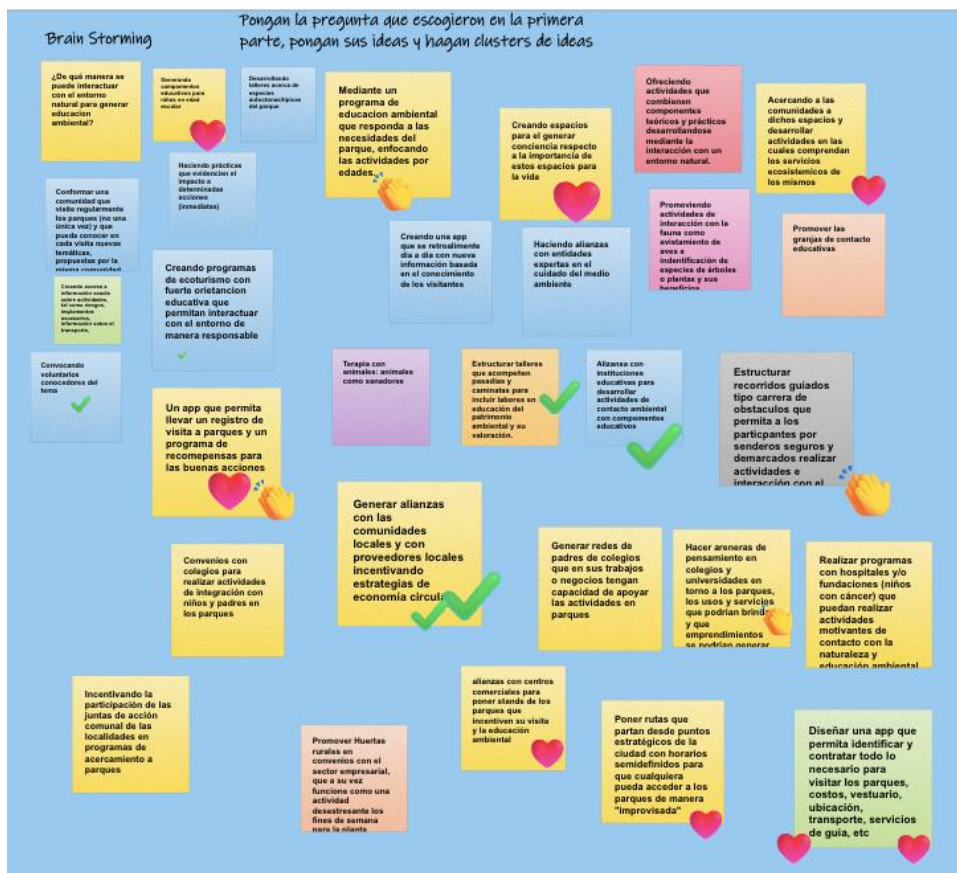
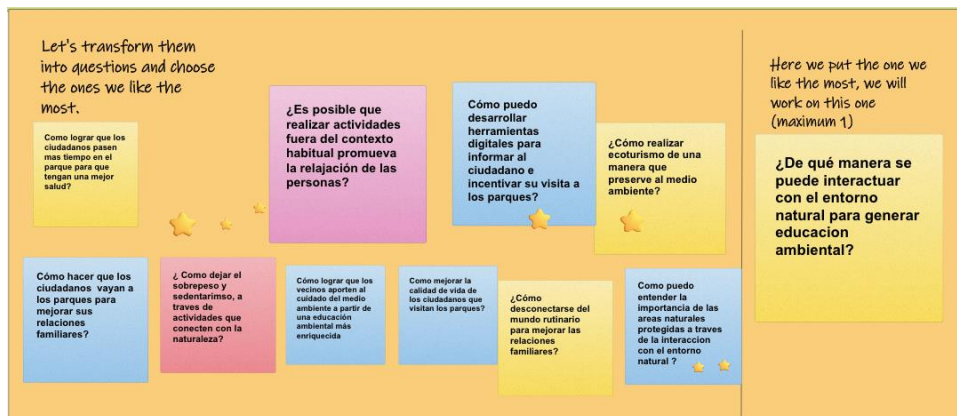


11.5 E. Anexo. Proceso Creativo del Design Thinking

USUARIO	+	NECESIDAD	+	INSIGHT
Familia Martinez	necesita	Conectarse Compartir Estar relajados	por que	Permanente comunicación los momentos en familia son muy importantes La tecnología los une a todos los espacios generan distintas situaciones

1. ¿Cómo podríamos hacer que la familia Martínez tenga acceso a internet por igual?
2. ¿Cómo se puede generar un espacio para que toda la familia se reúna y comparta?
3. ¿Cómo les entregamos tecnología de punta sin comprometer la comodidad?
4. ¿Cómo podríamos entregarles un espacio único de interacción familiar?
5. ¿Cómo podemos unificar todos los requerimientos familiares en un solo lugar?





Now vote for your ideas, use the reactions to vote, remember to vote for the rational, the attractive and the simple.



Rational



Attractive



Simple