



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD

Tema:

**Campaña Educomunicacional de Reciclaje de Basura
dirigida al cantón Paute. 2012**

**Tesis previa a la obtención del título de
Licenciadas en Comunicación Social y
Publicidad**

**Autoras: Lisseth Abad León
Gabriela Mendieta Quito**

Director: Mst. Cecilia Ugalde

**Cuenca, Ecuador
2012**

INDICE

Agradecimiento

Justificación

Abstract

Introducción

CAPITULO I: Introducción.....1

1.1 Introducción.....1

1.2 Problema.....3

1.3 Marco Teórico.....6

CAPITULO II: Diagnóstico Situacional del Cantón Paute.....11

2.1 Análisis Situacional.....11

2.1.1 Análisis Interno.....12

2.2.1 Campañas Anteriores.....12

2.3.1 FODA Campañas Anteriores.....15

2.1.2 Análisis Externo.....16

2.2.2 Campañas Exitosas de Otros Lugares.....17

CAPITULO III: Investigación de Campo.....22

3.1 Tipo de Estudio.....22

3.2 Métodos de Investigación.....22

3.3 Técnicas para la Recolección de la Información.....22

| | |
|--|----|
| 3.4 Tratamiento de la Información..... | 24 |
| 3.5 Datos Estadísticos..... | 24 |

CAPITULO IV: Definición de Problemas y Oportunidades de la Campaña....33

| | |
|------------------------------------|----|
| 4.1 Problemas y Oportunidades..... | 34 |
| 4.2 Definición de Objetivos..... | 34 |
| 4.3 Público Objetivo..... | 35 |

CAPITULO V: Estrategia.....36

| | |
|--|----|
| 5.1 Estrategia..... | 36 |
| 5.2 Estrategia Creativa..... | 36 |
| 5.3 Tácticas..... | 37 |
| 5.4 Plan de Medios..... | 38 |
| 5.5 Canales por medio de los cuales llegaremos a los públicos..... | 39 |
| 5.6 Creación del Personaje..... | 40 |
| 5.7 Cronograma..... | 44 |
| 5.8 Presupuesto..... | 44 |

CAPITULO VI: Aprobación de la Campaña.....46

| | |
|--|----|
| Conclusiones..... | 47 |
| Recomendaciones para los ejecutores..... | 48 |
| Bibliografía..... | 49 |
| Anexos..... | 51 |

AGRADECIMIENTOS

Nuestro más sincero agradecimiento en primer lugar a Dios y a todos quienes apoyaron en la realización de esta tesis, en especial a nuestros padres y amigos, por brindarnos todo lo necesario para que este sueño tan anhelado se convierta en realidad.

A la Escuela de Comunicación Social y Publicidad por brindarnos toda la enseñanza y prepararnos para enfrentar todos los retos de la vida profesional.

A nuestra Directora de Tesis, Mst. Cecilia Ugalde S., por su generosidad al facilitarnos su tiempo, experiencia, confianza y amistad, fundamentales para la culminación de esta tesis.

Agradecemos también al Gobierno Autónomo Descentralizado de Paute, en especial al Dr. Miguel Fereño R., Alcalde del Cantón Paute, a la Lcda. María Condo, Promotora Turística, al Ing. Andrés Peñafiel, Director Organizacional, por el apoyo incondicional y la confianza que depositaron en nosotras.

DEDICATORIA

La presente tesis ha pasado a formar una de las experiencias más importantes en nuestra vida, y por este motivo va dedicada primeramente a Dios por ser quien ilumina nuestro camino, a nuestros padres, hermanos y amigos, por su apoyo incondicional y por estar siempre a nuestro lado, permitiendo que este proyecto se realice.

RESUMEN

La presente tesis propone, implementa y valida una campaña educomunicacional de recolección y reciclaje de basura, diseñada de acuerdo a las necesidades del medio pauteño y sus habitantes.

Las buenas prácticas a implementarse, permitirán caracterizar cualitativa y cuantitativamente los residuos generados en los diferentes lugares del centro cantonal, dichas prácticas serán promovidas mediante el uso de los diferentes medios de comunicación locales.

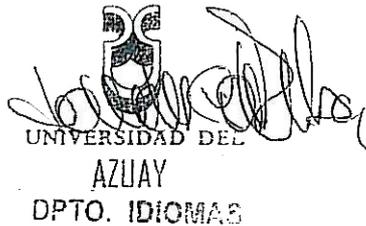
Finalmente, con la investigación se demostró que el tema ambiental y el de la gestión de los residuos, deben ser utilizados para la educación y formación de los pauteños, y de nuestra sociedad en general, desarrollando un sustentable beneficio a las generaciones futuras.

ABSTRACT

The present thesis proposes, implements, and validates an educational-communication campaign about garbage recollection and recycling, which was designed according to the needs of the community of Paute and its inhabitants.

The implementation of these good habits will allow typifying qualitatively and quantitatively the residues produced in the different areas of the canton. This good practice will be promoted through the different local communication means.

Finally, the research showed that the environmental issues as well as the management of residues should be part of the educational system and the culture of the inhabitants of Paute and the society in general, which will benefit future generations.



Diana Lee Rodas
Translated by,
Diana Lee Rodas

JUSTIFICACIÓN

La basura es un gran problema de todos los días tanto en las poblaciones, urbanas como rural, que ya no saben qué hacer con tantos desperdicios que son fuente de malos olores, de infecciones y enfermedades y de contaminación ambiental.

Ante la complejidad de los problemas que presenta la misma, en este caso, ambientales (basura), el reciclaje es una de las principales alternativas para reducir los residuos sólidos.

El cuidado del medio ambiente es una de las razones para promover el reciclado en el cantón Paute, tarea que se empezará con la comunicación y divulgación de la campaña en las escuelas, la campaña propone comenzar por los niños, porque los hábitos se forman en la edad temprana, luego con los jóvenes y la gente adulta se involucrará a toda la población.

Finalmente el proyecto se justifica porque Paute es un lugar turístico y con una amplia gastronomía, un paisaje diverso, la naturaleza con su río que debe ser protegido de la acumulación de basura, mantenerse limpio, para que sus habitantes no tengan recelo de tomar contacto con sus aguas, por todas las razones expuestas el proyecto es de factibilidad y de una necesidad de ejecutarlo.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE FILOSOFÍA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD

CAPÍTULO I: Introducción

1.1 Introducción

La basura en el mundo está ocupando grandes espacios, más aún, problemas de salud e higiene. ¿Qué vamos hacer con tanta basura? ¿Sabía que sólo la basura orgánica es biodegradable y el resto permanece en el medio ambiente? Es tiempo de trabajar juntos por un mundo más limpio y tomar conciencia de que la única solución para disminuir la cantidad de residuos sólidos es reciclarlos y reusarlos.

Los actuales hábitos de consumo han impuesto una cultura de lo desechable, ya no importa si los objetos que se compran son durables o no, además se han perdido valiosas prácticas que hace años eran comunes y nadie se quejaba de ellas, como por ejemplo el uso de botellas de vidrio retornables para los refrescos y mejor aún, en tiempos de nuestros abuelos y de nuestros padres, la venta a granel de casi todo: detergente, granos, cereales, azúcar, etc. Cada quien llevaba sus bolsitas o recipientes a la tienda para surtirse; pero los estilos de vida que imperan actualmente nos han convertido en una sociedad “práctica” y consumista, y poco a poco hemos dejado atrás y en casi total desuso esos buenos hábitos.

Tal vez, el principal problema al que se enfrentan las personas cuando quieren generar un proceso de reciclaje, es la falta de educación de la sociedad en general sobre este aspecto.

Los problemas sociales relacionados con el reciclaje no se solucionan solamente con la educación. Las sociedades tienden a resistirse a los cambios. Reciclar en la oficina o en el hogar requiere de un esfuerzo extra para separar los materiales.

En el ámbito local y provincial, el nivel de saturación de los actuales vertederos de basuras está llegando a límites extremos y la consecuencia de ello, provoca una alta contaminación de las fuentes de agua.

Se vuelve fundamental enseñar y concienciar a la población en general, acerca de la recolección, reciclaje y reutilización de basura, que consiste principalmente en un proceso mediante el cual productos de desecho son nuevamente utilizados.

La recolección es sólo el principio del proceso de reciclaje, considerando que es una de las alternativas en la reducción de los volúmenes de los residuos sólidos.

En cambio, el reciclaje consiste básicamente en volver a utilizar materiales, que aún son aptos para elaborar productos y refabricar los mismos.

Son muchas las razones para reciclar, se ahorran recursos, se reduce la contaminación, se alarga la vida de los materiales aunque sea con diferentes usos, logrando ahorrar energía y evitar la deforestación.

1.2 Problema

La presencia de basura en la calles del cantón Paute es un inconveniente persistente, pues existen dos mercados de alimentos, en los cuales se realizan ferias dos veces por semana, esto produce una gran cantidad de inmundicia que no tiene un tratamiento adecuado; de igual manera hemos observado en parques y canchas la falta de aseo.

La municipalidad, en vista de esta necesidad, intentó ser parte de una mancomunidad para la implementación de un sistema de recolección y reciclaje de basura, conjuntamente con los cantones orientales de la provincia del Azuay, pero no tuvo respaldo de este proyecto por parte de los concejales del cantón para aprobarla.

Es por esta razón que surge esta campaña de educación y comunicación publicitaria para el reciclaje y recolección de basura.

De acuerdo al Manual de Operación y Mantenimiento del Relleno Sanitario de la ciudad de Paute vigente hasta la fecha, todo lo que consumimos acaba convirtiéndose más tarde o más temprano en un residuo. El aumento en la producción de residuos, ya sea de origen doméstico o industrial, ha seguido un ritmo muy superior al aumento de la población. Este crecimiento es directamente proporcional al grado del desarrollo de la población, de hecho cada día se producen en el mundo, aproximadamente, cuatro millones de toneladas de residuos sólidos urbanos e industriales.

El problema de los residuos sólidos se agrava en la mayoría de las ciudades y pequeñas urbes por su inadecuada gestión y por la falta de cultura para reciclar, reducir o reutilizar, pues esto tiende a empeorarse por el apresurado crecimiento de la población y; su concentración en áreas urbanas.

Es así como Sergio Molina miembro de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) y de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), en su libro Turismo y Ecología, define que “una industria sin incrementar el monto de su producción de bienes, puede elevar la emisión de residuos venenosos, o disminuir su volumen total, pero recrudecer la peligrosidad de sus desechos. Este último aspecto es el que realmente importa y el que debe tenerse en cuenta al valorar las diseconomías externas”. (24)

“Ministerio del Medio Ambiente”. Noticiero 24 horas. Teleamazonas. Quito. 12 de mayo. 2005. El Comunicador Jorge Ortiz expresa que “debido a la globalización estas políticas han sido imitadas en el Ecuador, por ello se ha creado el Ministerio de Ambiente, es decir, hay una preocupación del gobierno central y los gobiernos locales de velar especialmente por los lugares de disposición final de residuos sólidos que nunca han sido planificados técnicamente, se conocen comúnmente como botaderos a cielo abierto”.

En muchos casos estos sitios de los cantones de la provincia se localizan cerca de los asentamientos humanos; en la riberas de los ríos, arroyos, caminos vecinales o en terrenos con características inadecuadas, debido a que únicamente se considera la cercanía y la disponibilidad de espacio libre para el depósito de los residuos.

La Contaminación del Medio Ambiente. La Ambientalista Natalia Cisneros del Río. 18 ene. 2012 <<http://platea.pntic.mec.es/~jsanch14/mo2.htm>>. “Uno de los problemas asociados a la presencia de basureros a cielo abierto, es que ante la falta de control del ingreso de los residuos, estos sitios se convierten en puntos claves para el depósito ilegal de residuos peligrosos, además de la proliferación de enfermedades diarreicas, parasitosis, etc., común en cursos de agua asociados a basureros”.

Según el INEC, en Cuenca desde hace unos quince años, el Municipio tomó cartas en el asunto para que la basura sea depositada técnicamente, y por la falta de una campaña

publicitaria, los vecinos de estos botaderos se han opuesto valientemente, llegando a acuerdos con los pobladores a fin de que accedan construir el botadero en El Valle, parroquia cercana al cantón Cuenca. El ejemplo de Cuenca lo siguieron otros cantones como Sígsig, Paute, con la misma polémica de los vecinos.

Se menciona la ciudad de Cuenca por ser la pionera en construir un botadero en la provincia y dentro de los cantones cercanos se encuentra Paute, ubicado en el noreste aproximadamente a cuarenta y cinco kilómetros con una población de 23.106 habitantes de los cuales 10.638 son hombres y 12.468 son mujeres, Paute no cuenta con un botadero.

1.3 Marco Teórico

La educación es primordial en cualquier país, debe orientarse a un cambio radical y necesario de vida, propagando normas de aprendizaje y resultados satisfactorios al servicio de los ciudadanos, para crear alternativas y buscar nuevos métodos de tratamiento que poco a poco se incrementen y marquen una tendencia en la investigación del uso de la basura.

Roger Dorfman, Técnico en Residuos Urbanos, en su libro Técnicas de Higiene Urbana, menciona que “las basuras no son sólo ya un producto perjudicial del que es indispensable librarse, sino al que se le encuentra utilidades, aunque el valor que resulte esté lejos de cubrir el precio del tratamiento”. (4)

Una vez definido el planteamiento del problema y precisados sus objetivos generales y específicos que determinan los fines de la investigación, es necesario establecer los aspectos teóricos que sustentarán el estudio del proyecto en cuestión. Es así que se partirá de una perspectiva del materialismo histórico y socioeconómico con respecto del proyecto.

El marco teórico permitirá conocer el estado de la realidad del problema y en qué medida contribuye para el cambio. El hombre conoce el medio a través del trabajo, es decir lo conoce a medida que opera su transformación mediante la toma de conciencia colectiva, es lo que se quiere hacer con este proyecto.

Aledo Tur Sociólogo Ambiental y Domínguez Gómez Analista Ambiental, en su libro Sociología Ambiental, puntualizan que “desde el punto de vista de la sociología, el problema ambiental que los humanos han creado para sí mismos y para las otras especies es ya lo suficientemente fuerte y amenazador para que se hable del tema en todo el mundo, en todas las clases sociales, partidos políticos e instancias de la

sociedad. Se considera que la basura es un producto de las actividades humanas al cual se le considera de valor igual a cero por el desechado. No necesariamente debe ser odorífica, repugnante e indeseable; eso depende del origen y composición de ésta”. (105)

Es así como, desde el enfoque sociológico, se permitirá analizar la comunidad pauteña, el tipo de ciudadanos y su idiosincrasia, a los que se les dirigirá la campaña sobre el reciclaje de la basura y aplicará los cuestionarios considerando el medio al que pertenecen. También facilitará conocer la forma de vida y las aspiraciones que tienen que mejorar, sean éstas dadas mediante la comunicación publicitaria, de foro, discurso, textos u otros.

Con estas dos perspectivas científicas se podrá analizar el impacto de la campaña sobre el reciclaje de la basura, a la vez que mejorará la calidad de vida de los pauteños. Se pueden encontrar no sólo limitaciones de recolección, hay a la vez gran cantidad de hechos positivos y nuevos horizontes, siempre más amplios, que muestran posibilidades ilimitadas para el crecimiento de esta conciencia.

El periodista Carlos Cardoso citado en Periodismo y Medio Ambiente, del libro de la CIESPAL manifiesta que “la conciencia tiene necesidad de un tiempo para que se desarrolle e inspire nuevas actitudes prácticas generalizadas y nuevas visiones”. (294) Es por esto que, es necesario la planeación y preparación de métodos estratégicos, diseñados para alcanzar los objetivos de una campaña, considerando cuidadosamente los diferentes recursos a utilizarse.

Un elemento clave que ingresa en esta campaña es el Marketing Social, que pretende realizar la implementación y control de programas pensados para influir en la aceptación de ideas sociales e implicando consideraciones de planificación de producto, precio, comunicación, distribución e investigación de marketing.

El Padre del Marketing Moderno, Kotler en su libro Marketing Social, describe a este proceso como “el diseño implantación y control de programas que buscan la aceptabilidad de una idea social o prácticas en grupos”. (82)

Utiliza conceptos de segmentación de mercados, investigación de consumidores, comunicación, facilidad, incentivos y cambiar la idea de utilidad por la de satisfacción máxima de grupo. Nos valdremos del Marketing Social, ya que es un instrumento para lograr un cambio de conducta favorable en las personas que integran las sociedades.

“El Marketing Social es un proceso, es decir, se deben seguir una serie de etapas que comprende la investigación y el análisis de las necesidades y motivaciones de los destinatarios del programa, como también de otros sectores que pueden estar vinculados con el programa como ser organismos gubernamentales o voluntarios” (Kotler y Roberto 36).

Es por esto, que hay que destacar que el objetivo es el cambio de comportamiento; crear una campaña en la que se incentive a un determinado grupo de individuos, en este caso al cantón Paute, a adoptar ciertas costumbres como el buen uso del elemento a ponerse en práctica.

De igual manera la investigación de los residuos sólidos del cantón Paute trata del problema que se genera cuando hay exceso en la acumulación de la basura, la cual concibe contaminación y proliferación de animales transmisores de enfermedades a los seres humanos puesto que la contaminación existe de diversas formas, ya sea del agua, aire, suelo, debido a la mala manipulación en este caso la acumulación de la basura en exceso, la cual produce también contaminación ambiental.

Existen distintos procedimientos de realizar la recogida, como lo indica el español Herbert F. Lund en el Manual para el control de la contaminación industrial en el libro Técnicas de Higiene Urbana:

- Recogida normal o abierta es el vertido de los recipientes, se hace directamente en los vehículos.
- Recogida hermética cuando utilizan recipientes normalizados.
- Recogida por intercambio de recipientes llenos de carga en camiones apropiados.
- Recogida por sacos perdidos se inspira en el sistema anterior, pero, en lugar de recuperar los recipientes, los sacos “se pierden”, siendo eliminados con la basura que contienen.
- Recogida por contenedores, utilizando sacos de gran capacidad y responde a las necesidades particulares de los grandes conjuntos.
- Otros procedimientos ligados a la disposición de los inmuebles (50-51).

Esta investigación, a más de tratar de los problemas ambientales que se generan con los desechos sólidos obligan, a la búsqueda de soluciones a los indicados problemas, tomando en cuenta que para lograrlo pueden trabajar en conjunto todas las personas y autoridades responsables. Una propuesta de una campaña publicitaria que pretenda convencer la modificación de ideas, actitudes, prácticas y conductas, es el plan que deseamos llevar a cabo.

El reciclaje debe ser sistematizado con un buen manejo de residuos a largo plazo a través de rellenos sanitarios adecuados, incluyendo como mínimo, sistemas de revestimiento interno de recolección, aplicando un plan integrado de manejo de residuos.

El presidente y consejero delegado de Fundaciones Comunitarias de Canadá, Ian Bird en su libro Manejo Integral de Residuos Sólidos, explica que el Manejo Integral puede significar 4 técnicas básicas:

- Reducción
- Reciclaje
- Tratamiento

- Disposición final

La reducción de residuos es exactamente eso, pues la utilización de cada uno de ellos, significa cambiar los procesos de producción para reducir la cantidad de materiales producidos”. (147)

CAPITULO II: Diagnóstico situacional del cantón Paute

2. 1 Análisis situacional

Ubicación Geográfica y características intrínsecas

El cantón Paute se encuentra ubicado en el noreste de la provincia del Azuay, aproximadamente a cuarenta y cinco kilómetros de la Ciudad de Cuenca.

Posee una extensión de 271 Km², y está a 2100 m.s.n.m, su clima sub tropical – templado permite la producción de un gran variedad de flores y frutos, por esta razón es conocido como “La tierra de las flores y las frutas”.

Limites: Al Norte con los cantones de Azogues; al Sur con los cantones de Gualaceo y Cuenca; Al Este con los cantones de Cuenca y Azogues, Al Oeste con los cantones de Guachapala, El Pan y Sevilla del Oro.

Población: 23.106 habitantes de los cuales 10.638 son hombres y 12.468 son mujeres.

Temperatura: Oscila entre los 18 y 19 grados centígrados.

Organización Política: Está formado por el Centro Cantonal y 7 parroquias: San Cristóbal, El Cabo, Chicán, Bulán, Dugdug, Tomebamba y Guaraynag. Cada parroquia posee sus comunidades, en total de 53 comunidades a nivel cantonal.

Educación: Paute y sus Parroquias cuenta con 41 escuelas, 6 colegios y la Universidad Particular de Loja - extensión Paute; cuenta con servicios de comunicación como internet y amplia cobertura de telefonía celular y fija.

2.1.1 Análisis Interno

Paute a lo largo de los años ha sentido la necesidad de realizar mini proyectos de reciclaje de basura, según nos comentó Miguel Fereño, Alcalde de Paute, los mismos han sido desarrollados por un corto lapso de tiempo, creando así confusiones en la población; al no ser ejecutados con un previo estudio, se desconoce el público objetivo al cual se dirigían, sus gustos y necesidades.

A pesar de las intenciones de los cantones vecinos de conformar una mancomunidad para la implementación de un sistema de recolección y reciclaje de basura, el I. Municipio de Paute decidió implementar la Campaña de Educación y Comunicación de Reciclaje de Residuos Sólidos, propuesta por Lisseth Abad y Gabriela Mendieta, egresadas de Comunicación Social y Publicidad de la Universidad del Azuay.

2.2.1 Campañas Anteriores

Dos fueron los proyectos realizados en el Centro Cantonal sobre Recolección de basura, uno de ellos fue dirigido por el Sr. Patricio Coronel, Presidente de la Mesa de Turismo del Cantón Paute y la Lcda. Cecilia Togra, Guía de la Asociación de Ex Alumnos Salesianos, quienes nos comentan que con el Proyecto Paute Limpio no obtuvieron el impacto necesario para posicionarla en el cantón.

- **“Paute Limpio”**

Este proyecto fue lanzado por la Asociación de Ex Alumnos Salesianos y la Mesa de Turismo del Cantón Paute en el 2009 según Coronel, se colocaron en varios lugares “estratégicos” basureros con el logo de un niño, llamado Josefino, nombre que se atribuyó como vinculación al desastre de la Josefina y a un periódico nombrado Josefino, el mismo que fue fundado por el Padre Hernán Rodas, ex párroco del cantón.

Aquel plan no contó con las etapas ineludibles para gozar del éxito requerido, ya que, simplemente se instalaron basureros artesanales, más no se hizo un análisis previo, lanzamiento o ejecución pertinentes, agregó Coronel.



Fuente: Foto tomada por Patricio Coronel
(Voluntarias ex alumnas Salesianas)

- **“Reciclando para sonreír”**

En el 2010, la Reina del Cantón Lisbeth Vélez, propuso una diferente forma de reciclar, apoyada por la Mesa de Turismo, se realizó una entrevista televisiva por medio de la cual se dirigió a toda la población, anunciando dicha actividad, dando así inicio a la corta campaña.

Patricio Coronel, Presidente de la Mesa de Turismo, recalcó que este hecho surgió por la necesidad de recolectar fondos económicos para beneficio social; al igual que el proyecto anterior, la ex Reina agregó que no se contó con un seguimiento del mismo, ya que el interés fue netamente social.



Fuente: Foto tomada por Lisbeth Vélez
(Alumnas Unidad Educativa Julio María Matovelle)

2.3.1 FODA

Análisis FODA de las Campañas Anteriores

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Organizaciones que brindan servicio a la ciudadanía, cubriendo diversas necesidades, tales como: educación, cultura y esparcimiento.• Los ejecutores cuentan con un nombre reconocido y posicionado (Ex alumnos Salesianos – Mesa de Turismo).• Proyecto auspiciado por Artesanos, los mismos que elaboraron los basureros artesanales. | <ul style="list-style-type: none">• Pionera en creación de proyectos sociales (Reciclaje).• Colaboración por parte de la comunidad para ayudar a la ejecución de la campaña.• La factibilidad de realizar proyectos con organizaciones locales. |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none">• Poca motivación de la comunidad para cultivar cambios de comportamiento.• Personal poco calificado en temas de proyectos sociales.• Mal manejo de información transmitida a la comunidad.• Escasez de material informativo.• Poca apoyo por parte de las autoridades y medios de comunicación.• Ausencia de recursos económicos y sociales. | <ul style="list-style-type: none">• Déficit de recursos monetarios destinados al mantenimiento del proyecto.• Inestabilidad al momento del cambio.• Mensajes mal emitidos.• Credibilidad en riesgo. |

- alta de investigación de mercado.
- Proyecto nuevo en este campo.
- No contaron con las etapas adecuadas para implementación de la campaña.

2.1.2 Análisis Externo

La Lcda. María Condo, Directora del Departamento de Turismo del Cantón, expresa que gran parte de la población no ha tomado una real conciencia acerca de los efectos directos que el mal manejo de la basura genera.

En este contexto, el reciclaje se plantea como una alternativa viable para contribuir con la ardua tarea de la eliminación de los desperdicios, y como un aporte directo para preservar el medioambiente mundial.

De esta forma, lo correcto sería que los gobiernos incluyeran dentro de su presupuesto el costo de un programa de reciclaje responsable, para que así esta modalidad se realice.

No obstante, Miguel Fereño, Alcalde del Cantón, está consciente que no es la realidad de la mayoría de los países en el mundo, por lo tanto, está en manos de la ciudadanía ser responsable socialmente y “partir desde casa”.

En una visita que hicieron las autoridades del Cantón Paute al hermano país, Colombia, notaron la necesidad de implementar una campaña en bien del medioambiente, similar a la usada en Medellín, llamada “Linda Calle”.

El reciclar en el hogar puede traer consigo ventajas realmente importantes para toda la sociedad, ya que reduce la necesidad de vertederos, que cada día hacen aumentar las emisiones de gases que afectan el cambio climatológico global. Por otra parte, ayuda a conservar los recursos naturales como la madera, el agua y los minerales, permitiendo que el medioambiente se conserve, y así las futuras generaciones puedan disfrutar de la naturaleza y sus particularidades.

En conclusión, se puede afirmar que aunque muchas ciudades no cuenten con una política directa y continua de promoción del reciclaje, la ciudadanía debe comprometerse y entender que esta práctica es necesaria, y que apela directamente a una responsabilidad social ciudadana preocupada no sólo por el presente, sino también por el futuro.

2.2.2 Campañas exitosas de otros lugares

Para ayudar a detener y revertir los malos hábitos, alrededor del mundo, estrategias han alcanzado con éxito propuestas y ejecución de campañas de recolección y reciclaje de basura, modificando culturas en general; por esta razón nos permitimos citar algunas de ellas:

A Limpiar el Mundo



Fuente: Internet

Nuestro entorno, nuestro planeta, nuestra responsabilidad. A Limpiar el Mundo. 24 ene.2012 <<http://activities.cleanuptheworld.org/>>, “A Limpiar el Mundo, es una campaña ambiental global llevada a cabo en conjunto con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). El PNUMA ayuda en la campaña publicitaria internacional que respalda el programa, distribuyendo material publicitario, y persuadiendo a toda una red de agrupaciones ecológicas y comunitarias a que participen”.

Como datos encontrados en esta página se dice que A Limpiar el Mundo ha inspirado a una gran variedad de participantes de todo el globo, lo que beneficia a distintos países del mundo, atrayendo a líderes entusiastas, creando grupos comunitarios, clubes, colegios, empresas, organizaciones no gubernamentales (ONGs), y gobiernos de los cinco continentes.

Realizan desde actividades a nivel local a actividades a nivel nacional. Pueden ser tan simples como limpiar el parque que hay al final de tu calle o plantar un árbol o puede tratarse de educar a la comunidad para que recicle más papel, consuma menos agua o no utilice bolsas de plástico. Ellos limpian, reparan y conservan el planeta.

Reciclando en Espiral Costa Rica



Fuente: Internet

Reciclando en Espiral. 24 ene. 2012 <<http://reciclandoen espiral.com>> “Todo apoyo a los grupos y organizaciones que ayudan a mantener el medio ambiente más limpio y sano son tema importante en Reciclando en Espiral”.

Los jóvenes costarricenses ayudan a las comunidades a mantener la conciencia del buen manejo de desechos en las comunidades.

También cabe reiterar, que durante la campaña se creó un movimiento liderado por jóvenes, con el fin de mejorar las comunidades y el medio ambiente, tratando que las personas se enteren de los problemas que causa el calentamiento global, y así poder crear conciencia entre éstas, para ver un planeta más limpio y sano.

Basura Cero México



Fuente: Internet

Campaña de Conciencia Ambiental. 6 ene. 2012
<<http://www.concienciaambiental.com.mx/cca/reciclaje.html>>. Un análisis citado en esta página de internet da a conocer que “el planteamiento del proyecto Basura Cero, se basa en una nueva forma de gestión de los residuos sólidos a nivel local, involucrando a los gobiernos municipales, las empresas y la sociedad civil”.

Lo principal es afrontar el problema de los residuos desde su origen, centrándose no solo en el tratamiento de la basura para ser reciclada, sino recuperar el material orgánico y un mejor diseño de los productos para de esta forma mejorar su vida útil, implica un cambio de conciencia en muchos niveles de lo que significa basura y de la utilidad de la misma.

Según la misma página, “Hoy en día las cifras de contaminación son alarmantes. El 80% de los desperdicios se alberga en rellenos sanitarios al aire libre donde no existe control sobre el manejo de desechos. Miles de toneladas diarias van a barrancos, ríos y terrenos baldíos convirtiéndose en agentes contaminantes y fuentes de infección”.

Puntos Limpios- Ecuador

En el sitio web de noticias, Ecuador Inmediato. 7 ene. 2012
<http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_y_iew&id=155298&umt=quito_empezo_campana_masiva_por_reciclaje>.

Encontramos que en 2009 nace la campaña “Puntos Limpios”, como un proyecto de clasificación de desechos sólidos impulsado por el Municipio de Quito. Este programa tuvo tres objetivos: generar una ciudadanía comprometida que realice una clasificación de la basura; controlar y supervisar los contenedores y el correcto proceso de reciclaje; y finalmente, identificar e incluir a los recicladores al proyecto.

El Proyecto “Puntos Limpios” está vigente desde hace un año en Quito. Aunque la Secretaría de Ambiente ha invertido 130 mil dólares en la compra de contenedores y 200 mil dólares en la operación y ejecución del proyecto, aún no se han cumplido plenamente los objetivos de la campaña, como mencionan en la noticia.

Quito presentó el 06 de agosto de 2011 el programa de reciclaje “3R’s: “Reduce, Reúsa y Recicla”. Además, las autoridades denominaron al parque La Carolina como “Primer Parque Verde”.

Con el objetivo de que la ciudadanía aprenda a reducir la cantidad de basura, reusar brindando una segunda oportunidad a todo lo que tengan en sus manos y reciclar mediante la separación de residuos en la fuente: papel / cartón y envases (plástico, enlatados y tetrapak), según el Municipio de Quito.

Capítulo III: Investigación de Campo

3.1 Tipo de estudio

De acuerdo al problema planteado referido al impacto de Campaña Educomunicacional de reciclaje de basura dirigida al cantón Paute y en función de sus objetivos, se trata de un estudio representativo; se observarán los hechos y se delimitarán conforme al problema desarrollado.

3.2 Métodos de investigación

Se siguió los pasos del método científico para asegurar una investigación significativa y aplicable. Es decir planteando el problema, se propuso una tentativa de explicación verosímil contrastable con la experiencia. Esta es la etapa con la se comenzó el diseño de tesis.

El método objetivo-subjetivo se empleó, porque el trabajo de investigación es real, el problema de la basura es un fenómeno que está latente, no hay propuesta del gobierno local para mitigar este problema, así que va a ser una iniciativa nueva que surgió de la necesidad de preservar el medio ambiente mediante la campaña de concienciación sobre el reciclaje de la basura.

3.3 Técnicas para la recolección de la información

Observación de campo.- En la etapa de la investigación de campo, se obtuvieron datos sobre disposición de residuos sólidos y los daños que ocasionan, puesto que, al momento de la colocación de los desechos en las veredas para ser recogidos, se observa la mala clasificación de los mismos. Para dicha observación, contamos con

guías de información, audiovisuales (radio grabadora y filmadora) y cámara fotográfica.

Encuestas.- Las encuestas se aplicaron a 300 familias del centro cantonal, las mismas que fueron realizadas aleatoriamente; la encuesta aplicada fue elaborada en base a la información que se debía obtener, mediante una fórmula representativa (tomándose en cuenta a 800 familias del centro cantonal), esta encuesta fue aprobada tanto por la Directora de Tesis como por las Autoridades Municipales.

Entrevistas.- De igual manera se desarrollaron entrevistas a técnicos de la municipalidad para conocer datos importantes sobre este tema.



Fuente: Foto tomada por Lisseth Abad
(Caracterización de la basura)



Fuente: Foto tomada por Lisseth Abad
(Empleados Municipales separando la basura)

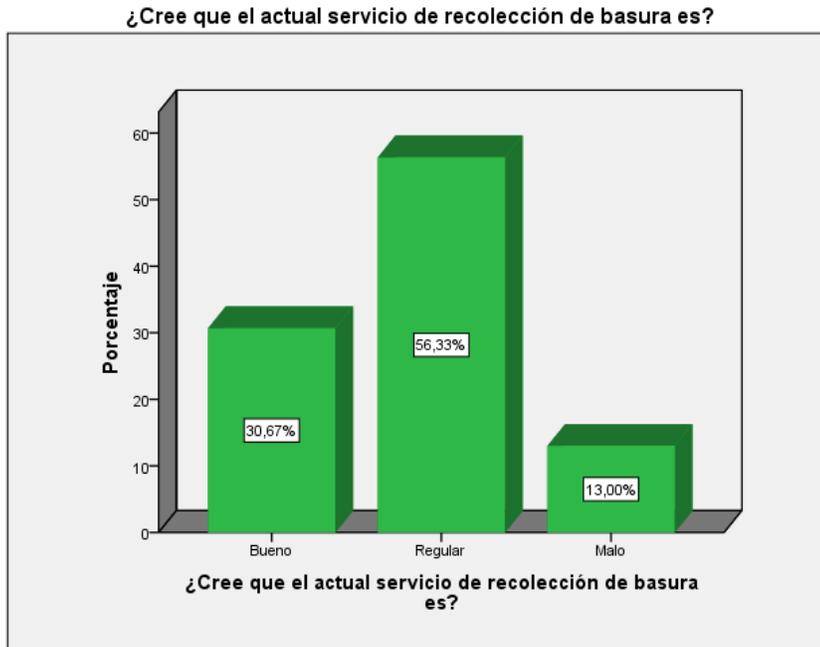
3.4 Tratamiento de la información

La técnica que se uso para tabular, filtrar y analizar la información de las encuestas fue el programa estadístico SPSS, que es el programa estadístico para el estudio de las ciencias sociales.

3.5 Resultados de las Encuestas

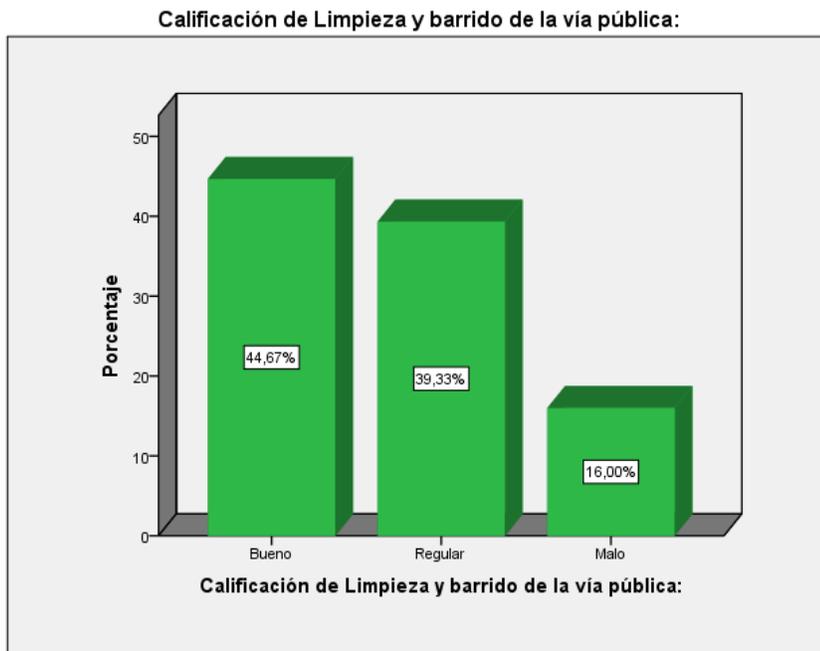
La información que se recolectó en la investigación es presentada mediante técnicas gráficas: cuadros estadísticos, diagramas de barras.

Gráfico #1



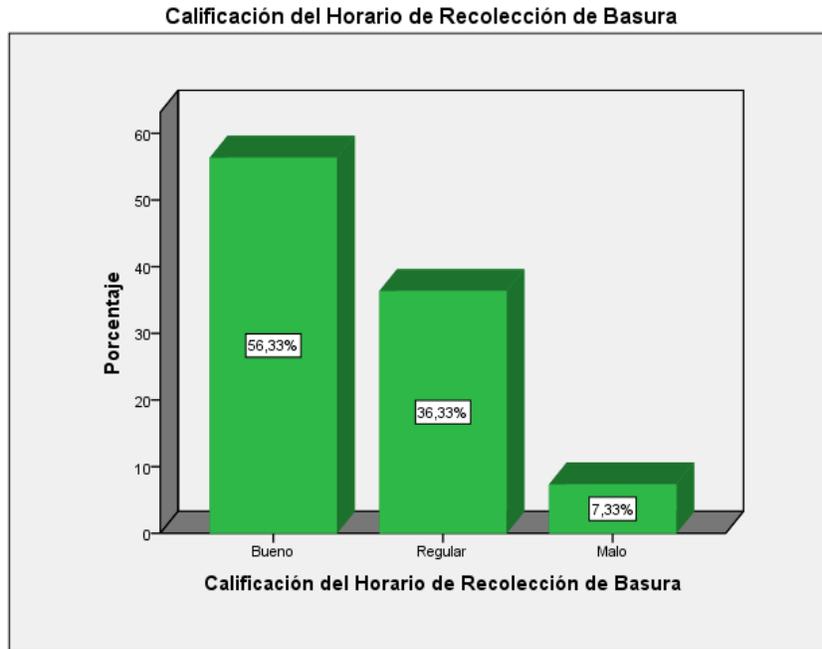
Un gran porcentaje de encuestados (56,33%) cree que el servicio de recolección de basura es regular, debido a que este proceso es caduco, por lo que la Municipalidad se ve obligada a implementar cambios en cuanto al sistema de recolección.

Gráfico #2



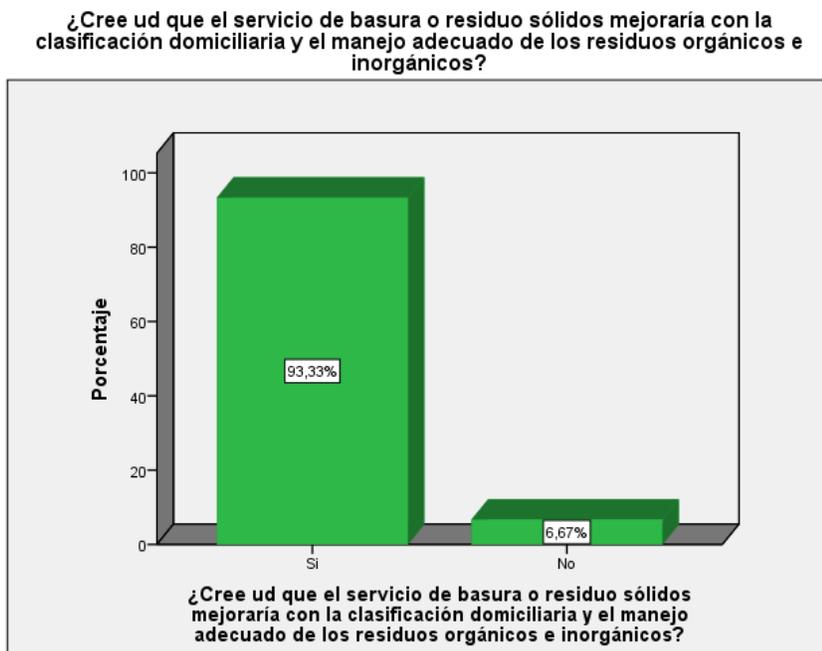
En este gráfico podemos observar que la población pauteña está consciente de que la limpieza y el barrido de la vía pública es bueno (44,67%), lo que nos permite exponer que las personas no tienen buenos hábitos de reciclaje.

Gráfico #3



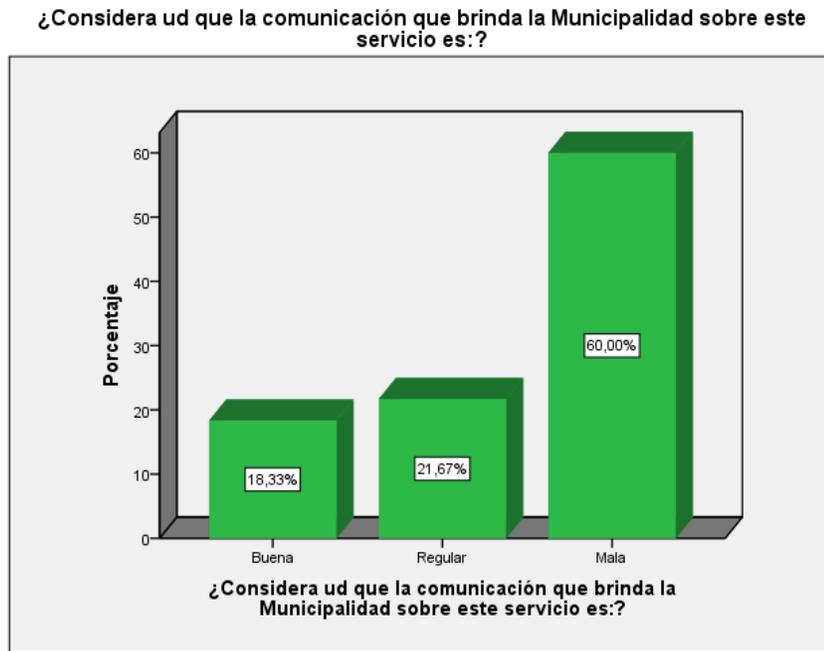
De acuerdo a las encuestas, se puede apreciar en el gráfico, que el horario de Recolección de Basura es Bueno (56,33%), ya que este cambio fue uno de los primeros en desarrollarse como parte de la campaña.

Gráfico #4



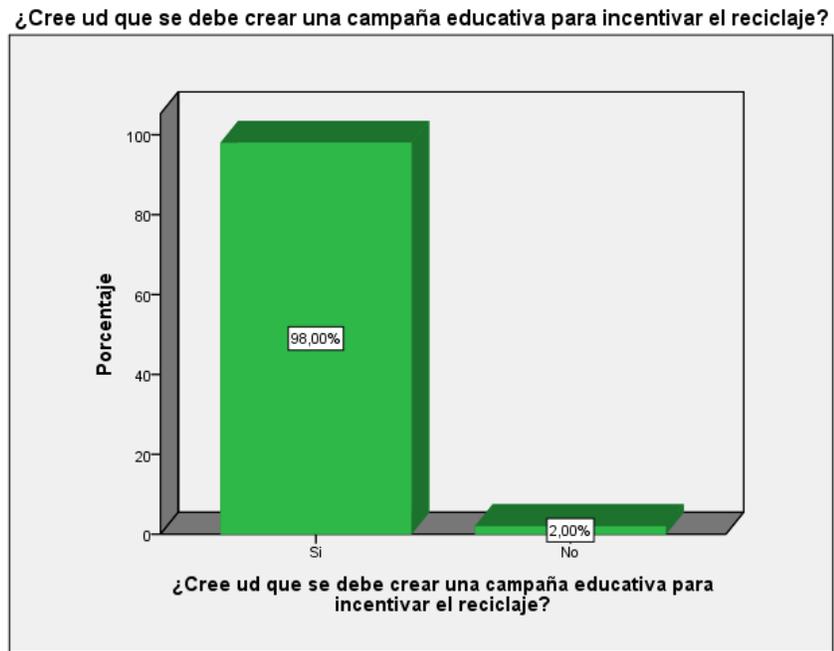
El 93,33% de los encuestas está totalmente de acuerdo que el servicio de basura mejorará con la clasificación domiciliaria, de manera que es un punto a favor que la campaña tiene, al existir desde ya la predisposición para el manejo adecuado de los residuos sólidos.

Gráfico #5



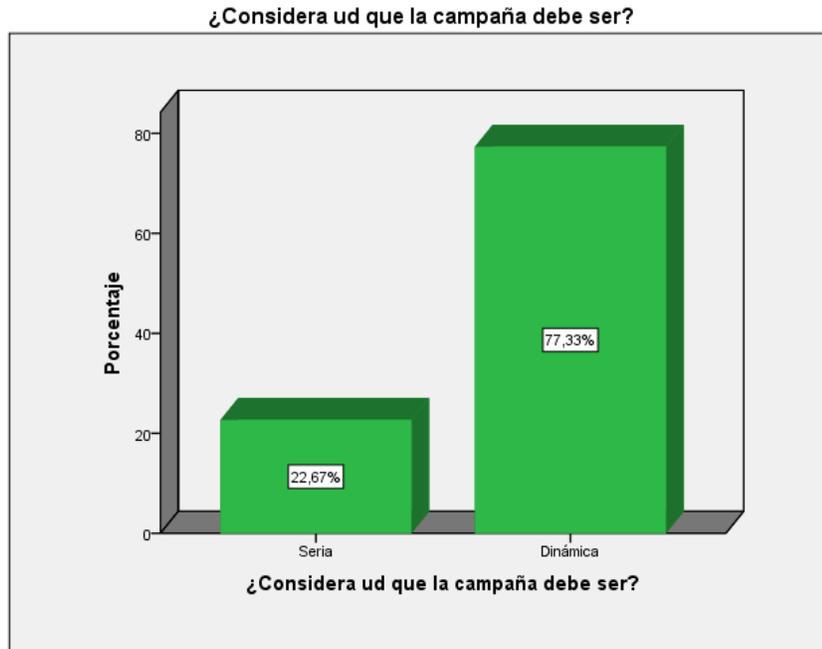
Más de la mitad de los encuestados (60%), afirma que la comunicación que brinda la Municipalidad en cuanto a temas de reciclaje y recolección es indiscutiblemente mala, por ende, existe la inmediata voluntad de ejecutar esta campaña.

Gráfico #6



El 90% de los encuestados, es decir la gran mayoría opta por que se realice una campaña educativa, de tal manera que se desarrollará esta campaña, cubriendo la necesidad de la población.

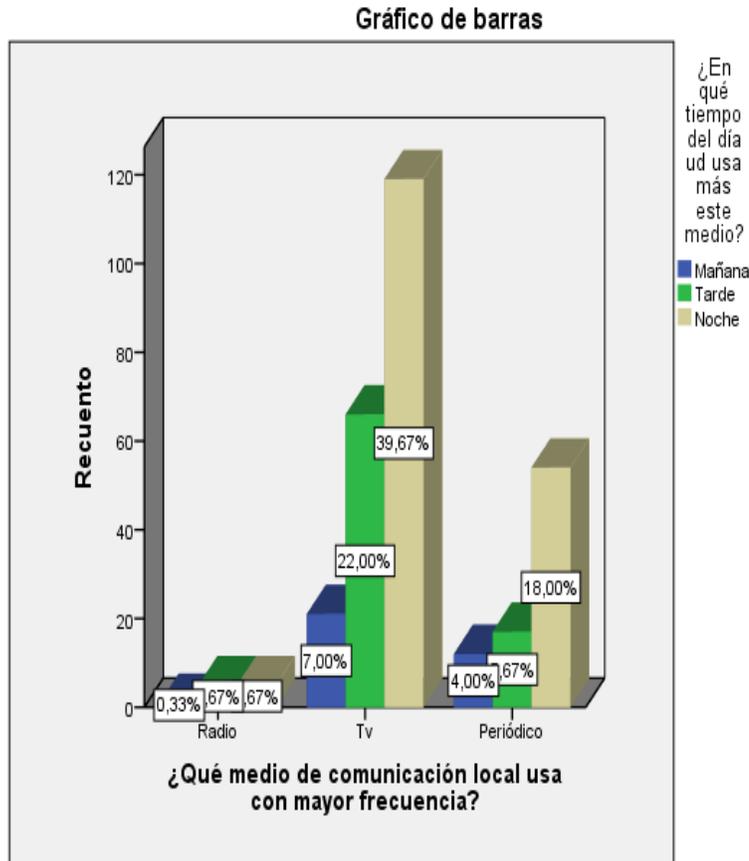
Gráfico #7



Considerando que un 77,33% manifiesta que la campaña debe ser dinámica, la misma fue diseñada en esta línea, creando un personaje atractivo y colorido.

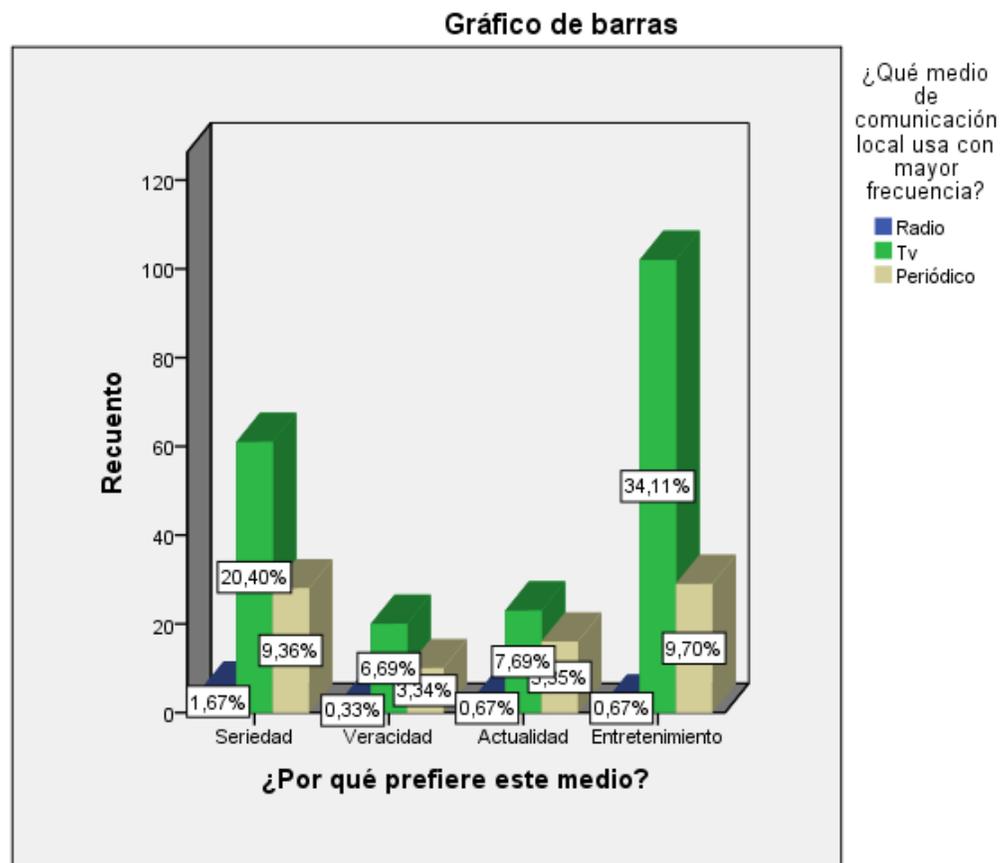
CRUCES DE VARIABLES

Cruce #1



El mayor porcentaje con 39,67%, utilizan la televisión como medio de comunicación masivo, en un horario nocturno, por lo que la publicidad de la campaña será expuesta con una mayor intensidad en este horario y en este medio.

Cruce #2



El medio de comunicación de preferencia es la televisión, por esto es necesario pautar con mayor frecuencia en este medio, ya que es el que encabeza a los demás. La tv con un 34,11% se destaca por tener entretenimiento y seriedad con un 20,40%, lo que no existe tanto en radio como en periódico locales.

CAPÍTULO IV: Definición de Problemas y Oportunidades de la Campaña

Problema: Responde al POR QUÉ de la Investigación, es una situación propia que provoca una necesidad, la cual desarrollará una actividad para transformar la situación del cantón.

Oportunidad: Se refiere a la posibilidad de mejorar diferentes aspectos del cantón por una vía directa, y a través de la cual podrá lograrse algo valioso o favorable para la consecución de sus objetivos.

4.1 Problemas y Oportunidades

| PROBLEMAS | OPORTUNIDADES |
|--|---|
| 1. Falta de consciencia de la población sobre el tema de recolección y reciclaje. | Población dispuesta a ser parte de una campaña educomunicacional. |
| 2. Escasez de proyectos ambientales y ecológicos. | Disposición de las autoridades cantonales en invertir en investigación y desarrollo de este tipo de proyectos. |
| 3. Poca comunicación por parte de la I. Municipalidad y Medios de Comunicación local, sobre la manera de reciclar y recolectar basura. | Predisposición tanto de organizaciones públicas y privadas, para crear conciencia sobre este tema. |
| 4. Limitación de presupuesto, para pauta en Medios de Comunicación. | Firma de convenios entre los Medios de Comunicación locales y la I. Municipalidad, para realizar proyectos sin costo alguno; refiriéndose a la ejecución manteniendo de la campaña. |

4.2 Definición de Objetivos

Objetivo General

Informar a los pauteños sobre las prácticas de reciclaje y recolección de basura, mediante una campaña educomunicativa, para así motivarlos a reciclar.

Objetivos Específicos

- Impulsar en los pauteños una adecuada práctica de reciclaje.
- Estimular para que la población tome parte activa de la campaña.
- Elaborar y probar materiales comunicacionales para la campaña.
- Contar con la aprobación de la campaña educomunicativa “Paute Limpio – Paute Bello” de las autoridades pertinentes, quienes serán los encargados de ejecutar la campaña.
- Fomentar la implementación de un sistema de reciclaje masivo, permanente y autosustentable.

4.3 Público Objetivo



Fuente: Foto tomada por Gabriela Mendieta
(Representantes de familias realizando las encuestas)

Pauteños del centro cantonal; se optó por la totalidad de este grupo porque se involucran en la campaña a adultos los mismos que son los encargados de la recolección de basura, de igual manera a los niños los cuales serán parte importante ya que ellos actuarán como incentivadores de los padres para reciclar en la casa y escuela.

CAPÍTULO V: Estrategia

5.1 Estrategia

Crear conciencia en la población pauteña, estimulando las buenas prácticas sobre el reciclaje, enviando mensajes positivos, por medio de los medios de comunicación local.

5.2 Estrategia Creativa

Para la propuesta de esta campaña, hemos analizado diferentes alternativas de color, textura, tamaño, mensaje y formas.

En cuanto a los colores hemos optado por una gama de colores vivos que resaltan el colorido del cantón e identificándose con el tema del reciclaje; además, los colores están plasmados en base a los colores usados en los uniformes de las personas encargadas de la limpieza, con el objetivo de vincularlos.

La tipografía usada en el diseño, tanto del slogan como del nombre del personaje está basada en la línea manejada por la I. Municipalidad de Paute, para evitar saturación visual.

5.3 Tácticas

- Entrega de flyers en puntos estratégicos del cantón.
- Formar voceros los mismos que informarán sobre la campaña e incentivarán a reciclar (Concejos estudiantiles de escuelas y colegios).
- Se transmitirá el spot publicitario por el canal local PauTv.
- Se pondrá un anuncio publicitario en el semanario El Sol como parte del lanzamiento de la campaña.
- Se colocará en un lugar estratégico una valla en la que se transmita información esencial, la misma que estará acompañada del slogan y el personaje.
- Realización de encuestas en el centro cantonal con el fin de conocer los hábitos de recolección y reciclaje de basura, medios de comunicación más usados y predisposición para ser parte de la campaña.
- Difusión de charlas a instituciones educativas.

5.4 Plan de Medios

Para alcanzar el objetivo de la campaña es conveniente la elaboración, diseño e impresión de materiales impresos tales como:

- Flyres, los mismos que contendrán el slogan, el personaje y contarán con los colores que identifican a la campaña y serán colocados en el semanario El Sol; los mismos que tendrán información tanto sobre el tipo de basura a colocarse en la funda verde y negra, de igual manera constarán en los mismos los horarios de recolección. Se entregará 2000 flyers en todo el Centro Cantonal.
- Adhesivos para basureros públicos, serán impresos en un material resistente, siendo colocados en cada recipiente, identificando el tipo de basura.
- Jingle será reproducido en el recolector de basura del cantón, durante el proceso de recolección, de igual manera se transmitirá en el parque central por medio de los parlantes colocados en el mismo.
- Spot Publicitario será transmitido en el canal local PauTv durante su programación diaria, tanto en programas Informativos en el horario de la tarde y noche, de igual manera durante las transmisiones de entretenimiento.
- Slogan, “Paute Limpio – Paute Bello”, el lenguaje usado en el slogan es claro, corto y fácil de recordar y asociar con varios conceptos, se empleó dicho slogan para que la gente vincule la limpieza con el ornato del cantón, este eslogan será colocado tanto en afiches, vallas, jingles y spot publicitario.

5.5 Canales por medio de los cuales llegaremos a los públicos:

Gobierno: Lo debemos tener en cuenta en sus niveles, Provincial, Regional y Local, puesto que, son los que hacen las leyes y normas, que rigen a la comunidad en general.



Fuente: Foto tomada por Lisseth Abad
(Autoridades del Cantón en Fiestas de Paute)

Medios de Comunicación: Son todos los medios masivos como: Televisión, Prensa, Material POP, Redes Sociales y Vallas; alcanzando un alto nivel de exposición y cercanía a la comunidad, ganando un alto impacto educomunicacional y publicitario.



Fuente: Foto tomada por Gabriela Mendieta
(Trabajadores de Radio)

5.6 Creación del Personaje

Hace tres años se usó en un proyecto de reciclaje a un personaje denominado Josefino, el mismo que era un niño, este nombre se debe a que en años anteriores existía un periódico de la localidad con dicho nombre, además se vincula este nombre con el lamentable acontecimiento suscitado ya hace muchos años al que se denominó Desastre de la Josefina.

Hoy en día con la campaña propuesta por nosotras, se rediseñó un personaje utilizado en el hermano país Colombia como petición de las autoridades de la M. Ilustre Municipalidad del Cantón Paute.

El mencionado personaje representa e incluye varios elementos que identifican al cantón, como el colorido y la espontaneidad, “Linda Calle” es una niña que fue adaptada al medio pauteño.

Linda Calle el personaje usado en una campaña de Medellín que recientemente no fue aprobado por las nuevas autoridades de esa ciudad, pese a que se realizaron adaptaciones al medio; por esta razón nos vimos obligadas a diseñar un nuevo personaje que se nombró “Pauteñita”.

Primer Bosquejo del personaje “Pautañita”



Segundo Bosquejo con cambios notorios, la niña más pequeña. “Pautañita”



Tercer y último bosquejo, colores más afines con el tema de reciclaje. “



5.7 Cronograma

| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA CAMPAÑA | | | | | |
|---|-------|-------|---------|-------|-------|
| Actividades | Meses | Enero | Febrero | Marzo | Abril |
| Investigación de Campo | | X | | | |
| Elaboración de Materiales de la Campaña | | | X | X | |
| Presentación/Validación de los Materiales | | | | X | |
| Socialización de la Campaña | | | | | X |

5.8 Presupuesto

| Presupuesto de Campaña de Recolección y Reciclaje de Basura | | | | |
|---|--------------------|---|-----------------|--------------|
| Unidades | Elemento | Concepto | Precio Unitario | Precio Total |
| 1 | Jingle | Elaboración de un Jingle publicitario. | 350.00 | 450.00 |
| 1 | Spot | Elaboración de un spot publicitario. | 480.00 | 480.00 |
| 1 | Flyer | Diseño de un flyer. | 75.00 | 75.00 |
| 1 | Personaje | Diseño del personaje de la campaña. | 220.00 | 220.00 |
| 1 | Valla publicitaria | Diseño de una valla publicitaria | 100.00 | 100.00 |
| 1 | Botarga | Elaboración de una botarga para la campaña. | 200.00 | 200.00 |
| 2000 | Flyer | Impresión de | 0.27 | 540.00 |

| | | | | |
|--|--------------------|--------------------------------------|--------|----------------|
| | | Flyer. | | |
| 6 | Valla publicitaria | Impresión de una valla publicitaria. | 110.00 | 660.00 |
| 1000 | Adhesivos | Impresión de adhesivos publicitarios | 0.20 | 200.00 |
| Recursos | | | | |
| Investigadoras | | | | X |
| Director de Tesis | | | | X |
| Alcalde y concejales del Cantón | | | | X |
| Rectores-as de los colegios de Paute | | | | X |
| Directores y directoras de las escuelas | | | | X |
| Directores Departamentales (Turismo, Medio Ambiente y Presupuesto) | | | | X |
| Materiales y servicios | | | | |
| Útiles de escritorio | | | | 25.00 |
| Servicios de reproducción | | | | 40.00 |
| Movilización, transporte y comunicación | | | | 100.00 |
| Anillado y empastado de la tesis | | | | |
| Derecho de grado | | | | 100.00 |
| Otros gastos | | | | 20.00 |
| TOTAL | | | | 3210.00 |

CAPÍTULO VI: Aprobación de la Campaña

Como un proyecto de tesis, esta campaña educomunicativa, a la que hemos denominado “Paute Limpio – Paute Bello”, fue presentada como tal a las autoridades del Cantón y a los directivos de los Medios de Comunicación local, quienes estuvieron de acuerdo en ser copartícipes de ésta, brindando su apoyo en las diferentes actividades que enmarca la campaña.

Como aporte al Cantón, con un proyecto innovador se logró diseñar un nuevo personaje, slogan, jingle, spot, flyers, vallas y una botarga; todos y cada uno de estos, serán parte de la representación de nuestra tesis, y para beneficio de los pauteños, continuando ellos con el lanzamiento de la campaña, dichos materiales publicitarios fueron previamente revisados y aprobados por las autoridades municipales del cantón Paute.

Por razones económicas y de magnitud, llegamos hasta esta etapa previa a la ejecución, dejando el derecho total de la campaña en manos de la M. I Municipalidad de Paute; la misma que será lanzada en los próximos meses en coordinación con el Departamento de Desechos Sólidos y Medio Ambiente, Departamento de Turismo y Medios de Comunicación; con aportaciones de Instituciones Privadas locales.

Conclusiones

La campaña será lanzada en los próximos meses.

Abarcará a 10 instituciones educativas de la zona urbana del cantón, se iniciará con el involucramiento de los concejos estudiantiles de cada institución, los mismos que a su vez difundirán el mensaje en sus respectivas instituciones educativas.

Con esta campaña educativa se pretende llegar a 800 familias del centro cantonal, con el propósito de que se conviertan a su vez en portadores del mensaje de la campaña a nivel cantonal.

Es indispensable pautar en los diferentes medios de comunicación local.

Recomendaciones para los Ejecutores

La campaña debe tener una duración mínima de 3 meses, es importante destacar que las recomendaciones de esta tesis van dirigidas a la población pauteña, específicamente al centro cantonal.

Es por eso que, luego de analizar sus carencias y necesidades, nos permitimos realizar un intercambio y procesamiento de información conjuntamente con las autoridades locales y educativas.

Esta campaña será extendida a cada institución, con el fin de conseguir mejoras competitivas dentro del área cantonal, por lo tanto, se recomienda al Cantón y a sus autoridades profundizar en el campo de la gestión de recolección y reciclaje de basura, y consecutivamente evaluar el grado de involucramiento de los habitantes.

Bibliografía

- Castro, Fidel. Ecología y Desarrollo. La Habana: Editora Política, 1992.
- Ciespal, Periodismo y Medio Ambiente. Quito: Edición Departamento de Publicaciones, 1991.
- Cisneros del Río, Natalia. 15 sept. 2011
<www.contaminacióndelabasuraymedioambiente.com.
- Contaminación de agua, suelo y aire. Romero Hernández, Omar. 10 sept. 2011
<www.oromero.com. (C-Contamaire.pdf).
- Curtis, Helena y otros, Biología. 6º. Buenos Aires – Argentina: Edición en español. Editorial Panamericana, 2001.
- Diario Hoy. Contaminación ambiental. Quito: 17 de febrero 2009:6B
- Dorfman, Roger. Técnicas de Higiene Urbana. Madrid: Edición en español, 1977.
- El Periódico Instantáneo del Ecuador. Quito empezó campaña masiva por el reciclaje. 7 ene. 2012
<http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=155298&umt=quito_empezo_campana_masiva_por_reciclaje
- Guamán, Martín. Director del Departamento Medio Ambiental. Paute. 2011.
- INEC 2010.
- Jefatura del Medio Ambiente. Manual de operación y mantenimiento del relleno sanitario de la ciudad de Paute. Paute, 2009.
- Kotler, Philip. Marketing social. 2000.
- La Contaminación del Medio Ambiente. 18 ene. 2012
<<http://platea.pntic.mec.es/~jsanch14/mo2.htm>
- Lund, Herbret F. Manual para el control de la contaminación ambiental: Madrid:Edición en español, 1977.
- Ministerio del Medio Ambiente. Noticiero 24 Horas. Televisión. Conductor Jorge Ortiz. Teleamazonas (Quito), 12 de mayo 2005:20h00
- Molina E., Sergio. Turismo y ecología. México: Editorial Trillas, 1994.

- Nieto, Sacramento. Guía interactiva del estudiante, el universo y la tierra. Rezza: editores, 2002.
- Nuestro entorno, nuestro planeta, nuestra responsabilidad. A Limpiar el Mundo. 24 ene.2012 <<http://activities.cleanuptheworld.org/>.
- Reciclando en Espiral Costa Rica. 24 ene. 2012 <<http://reciclandoespiral.com>
- Tur, Aledo y Domínguez Gómez, J. A., Sociología Ambiental. Granada: Grupo Editorial Universitario, 2001.
- Universidad Autónoma Metropolitana, Casa Abierta al tiempo. Campaña de Conciencia Ambiental. 6 ene. 2012 <<http://www.concienciaambiental.com.mx/cca/reciclaje.html>

ANEXO 1

La muestra nos dio como resultado, realizar 300 encuestas, las cuales se cumplieron dentro del Centro Cantonal, correspondiendo alrededor de 800 familias; a continuación:

**ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE LA ACTUAL GESTIÓN DE
RESIDUOS SÓLIDOS DEL CANTÓN PAUTE**

1.- Sexo M__ F__

2.- Edad__

3.- ¿En qué sector de la ciudad, desarrolla usted frecuentemente sus actividades diarias?

1. Domicilio__ 2. Negocio__ 3. Institución Pública-Privada__ 4. Otros__

4.- ¿Cree que el actual servicio de basura es: ?

1. Bueno __ 2. Regular __ 3. Malo __

5.- Califica de la siguiente manera las actividades del servicio actual de Residuos Sólidos, ofrecidos por la municipalidad.

Barrido y Limpieza de la vía pública 1.- Bueno__ 2.- Regular__ 3.- Malo__

6.- Recolección de Basura 1.- Bueno__ 2.- Regular__ 3.- Malo__

7.- Horario de recogida de basura 1.- Bueno__ 2.- Regular__ 3.- Malo__

8.- Tratamiento de los residuos sólidos 1.- Bueno__ 2.- Regular__ 3.- Malo__

9.- ¿Cree usted que los actuales tachos de basura de su domicilio, no son adecuados? Si contesta SI pase a la pregunta 11, si responde NO continúe.

1.Si _____

2.No _____

10.- Los tachos de basura de su domicilio no son los adecuados, ¿por qué?

1.-No tienen tapa _____

2.- Permiten que existen moscas, malos olores y posiblemente la existencia de roedores _____

3.- Está convirtiéndose en focos de contaminación _____

4.- Son difíciles de manipular _____

11.- ¿Con cuál de los siguientes horarios de recolección de los residuos está de acuerdo?

1. Mañana _____

2. Tarde _____

3. Noche _____

12.- ¿Cree usted que el servicio de basura o residuos sólidos mejoraría con la clasificación domiciliaria y el manejo adecuado de los residuos orgánicos e inorgánicos?

1. Si ___ 2. No___

13.- Considera usted que la comunicación que brinda la municipalidad sobre este servicio es:

1. Buena _____

2. Mala _____

3. No informa_____

14.- ¿Le gustaría participar en el mejoramiento del servicio actual de basura?

1. Si ___ 2. No___

15.- ¿Cree usted que se debe crear una campaña educativa para incentivar el reciclaje?

1. Si ___ 2. No___

16.- Considera usted que la campaña debe ser:

1. Seria ___ 2. Dinámica___

17.- ¿Le gustaría que el personaje de la campaña sea?

1. Hombre ___ 2. Mujer___

3. Niño ___ 3. Niña ___

18.- ¿Qué medio de comunicación local usa con mayor frecuencia?

1.- Radio___

2.- TV___

3.- Periódico___

19.- ¿En qué tiempo del día Ud. usa más este medio?

1.- Mañana___

2.- Tarde___

3.- Noche

20.- ¿Por qué prefiere este medio?

1.- Seriedad___

2.- Veracidad___

3.- Actualidad___

4.- Entretenimiento___

ANEXO 2

SPOT PUBLICITARIO 1: Linda Calle

No aprobado por falta de permisos de uso del video, y en especial por cambio de Autoridades del Gobierno de Medellín – Colombia.

ANEXO 3

Spot Publicitario 2: La Pauteñita

Aprobado previamente por las Autoridades Municipales.

ANEXO 4

Jingle: Paute Limpio – Paute Bello

Aprobado previamente por las Autoridades Municipales.

ANEXO 5

Flyer aprobado previamente por las Autoridades Municipales



ANEXO 6

Gráficos Estadísticos

Gráfico #1

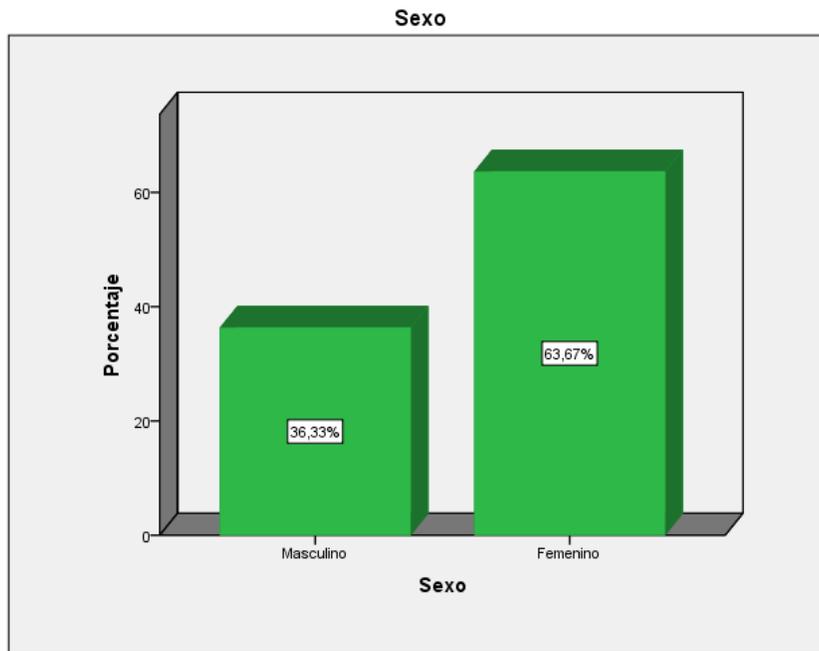


Gráfico #2

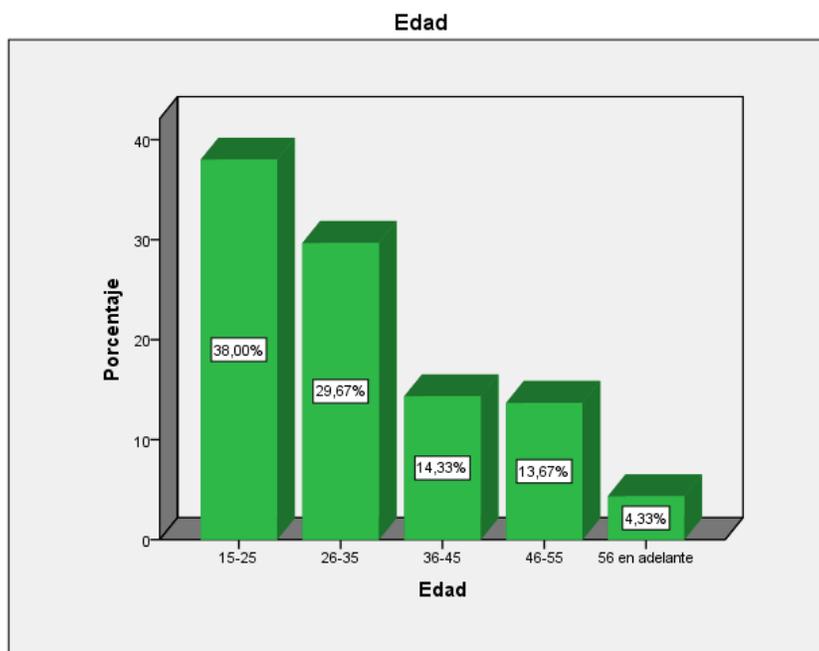


Gráfico #3

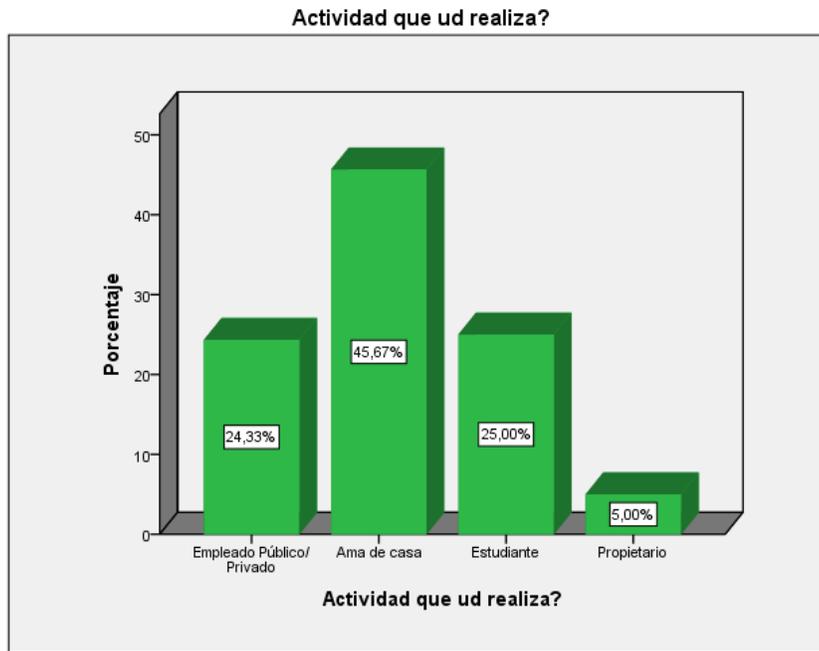


Gráfico #4

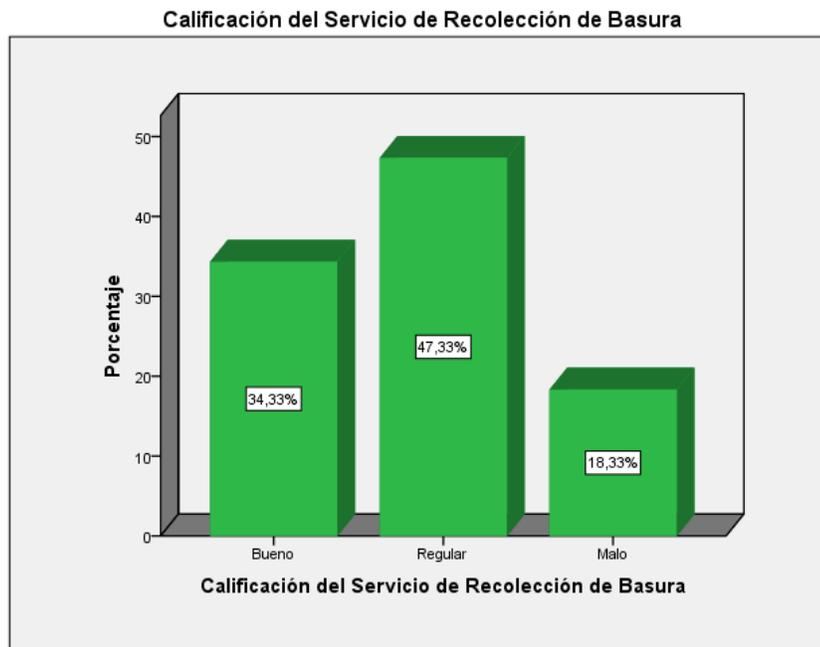


Gráfico #5

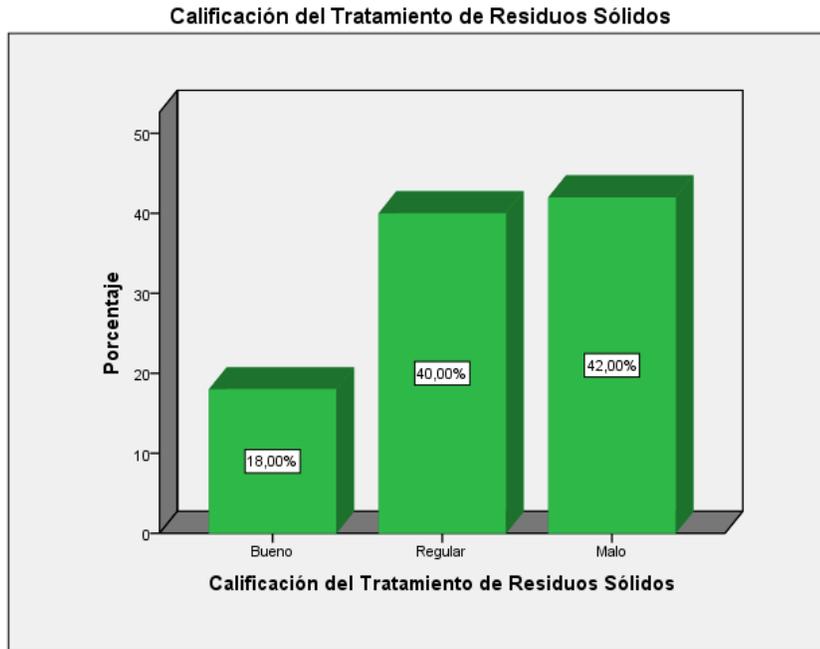


Gráfico #6

¿Cree ud que los actuales tachos de basura de su domicilio, no son adecuados?

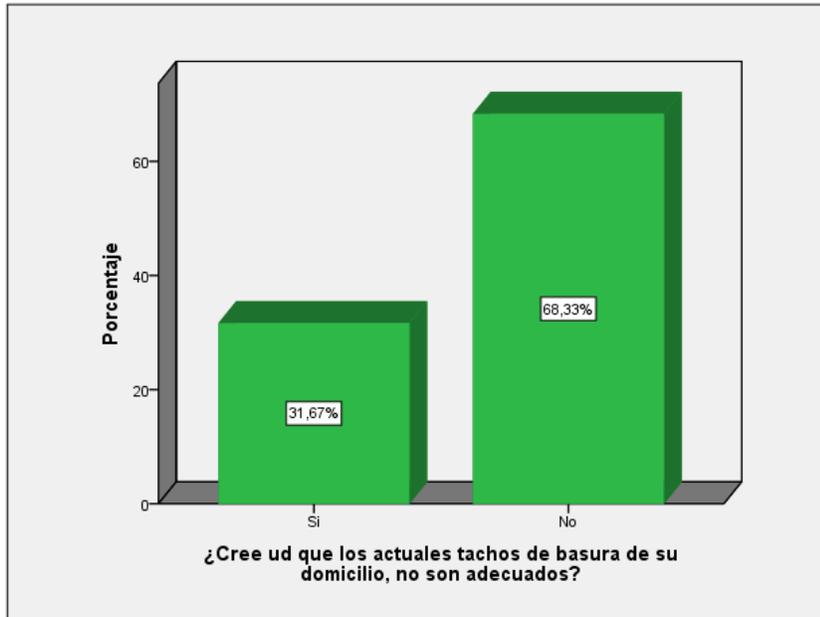


Gráfico #7

¿Los tachos de basura de su domicilio no son los adecuados? ¿Por qué?

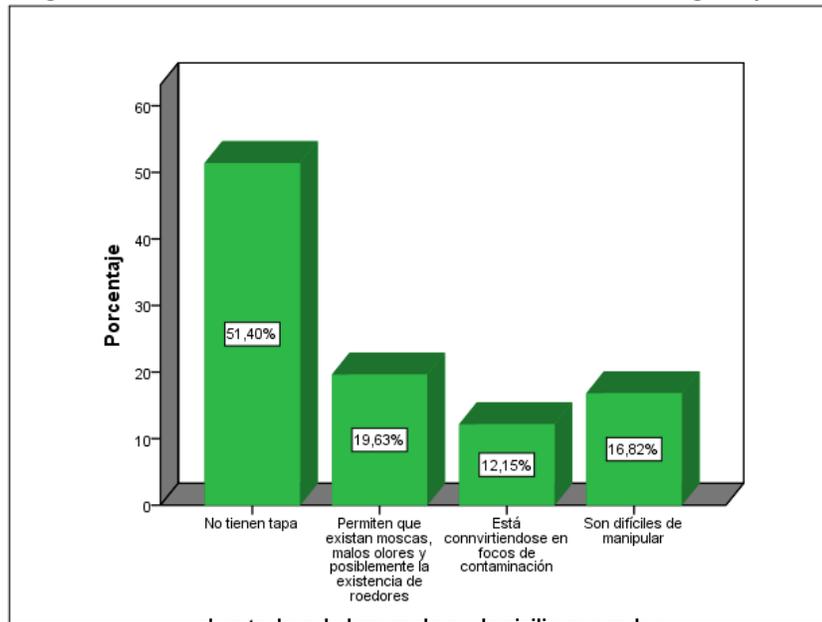


Gráfico #8

¿Con cuál de los siguientes horarios de recolección de los residuos está de acuerdo?

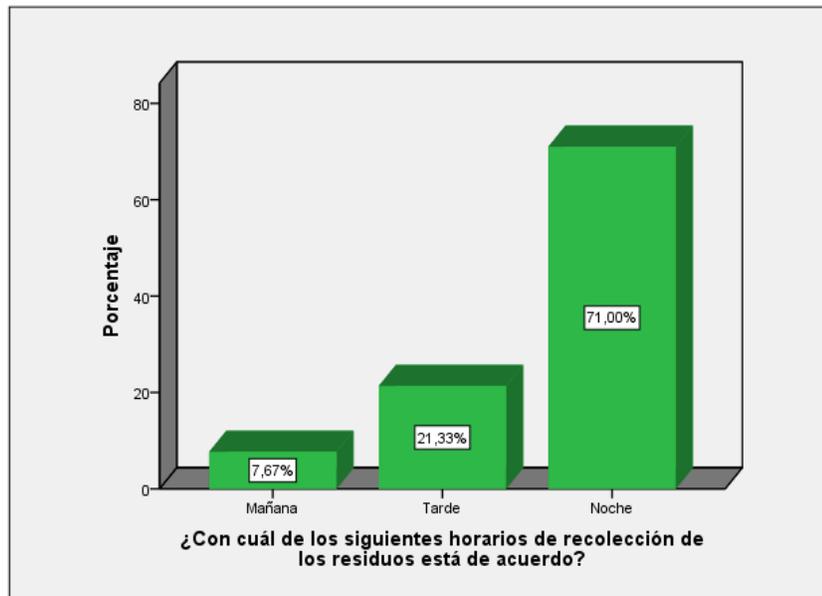


Gráfico #9

¿Le gustaría participar en el mejoramiento del servicio actual de basura?

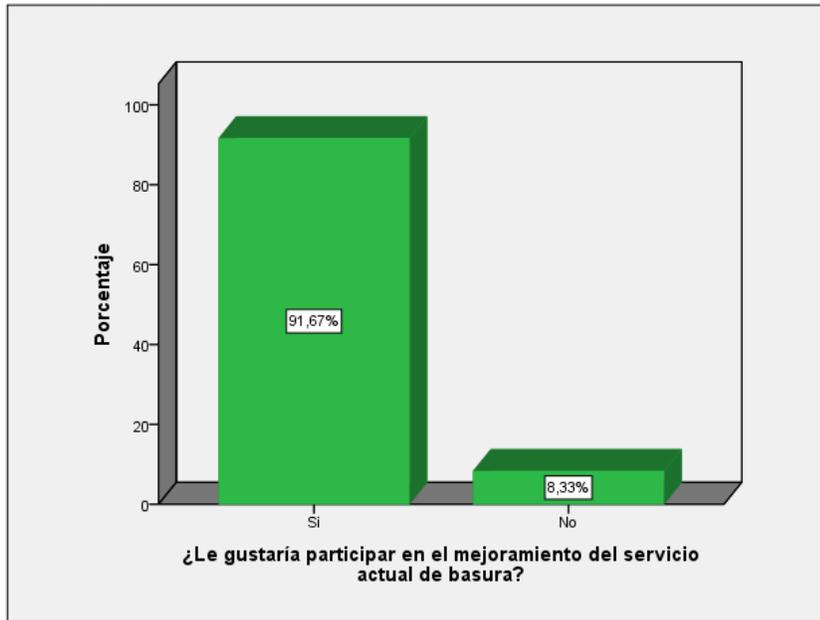


Gráfico #10

¿Le gustaría que el personaje de la Campaña sea?

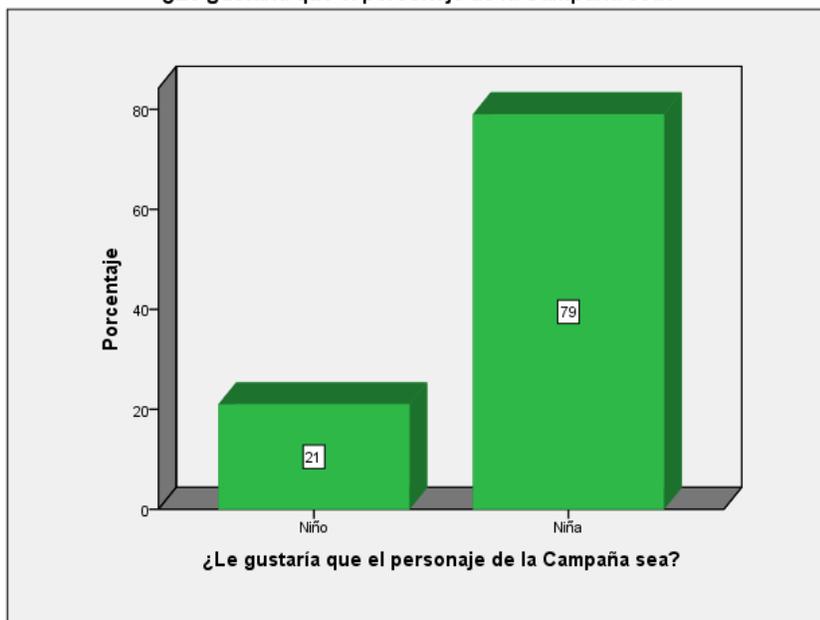


Gráfico #11

¿Qué medio de comunicación local usa con mayor frecuencia?

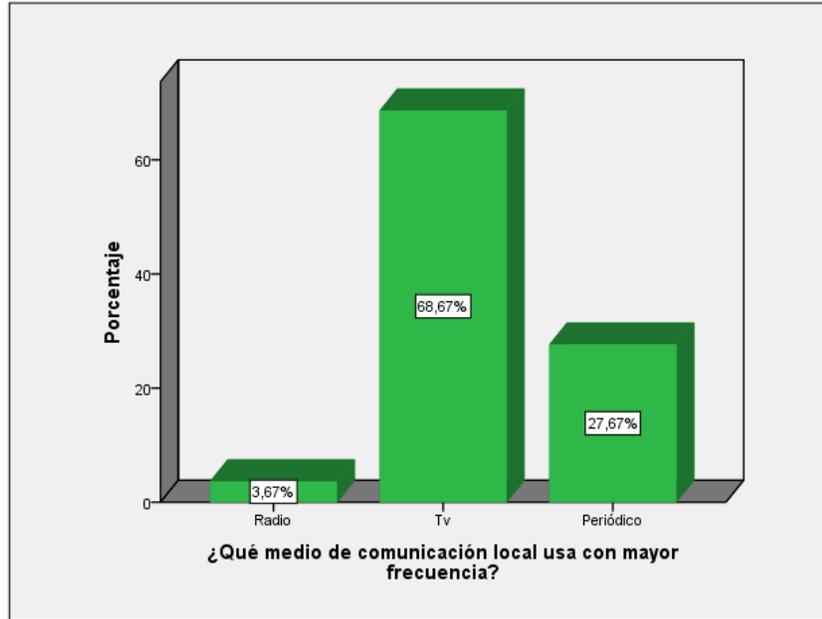


Gráfico #12

¿En qué tiempo del día ud usa más este medio?

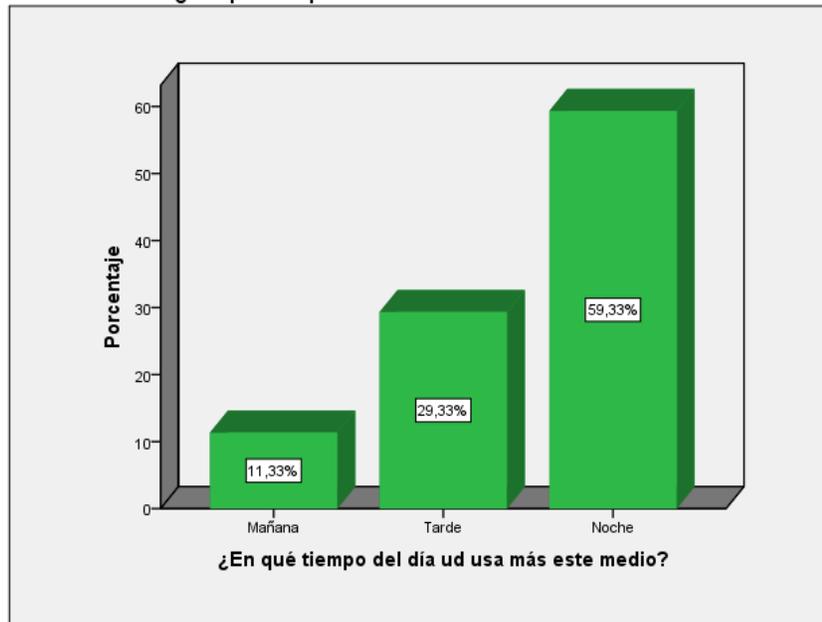


Gráfico #13

