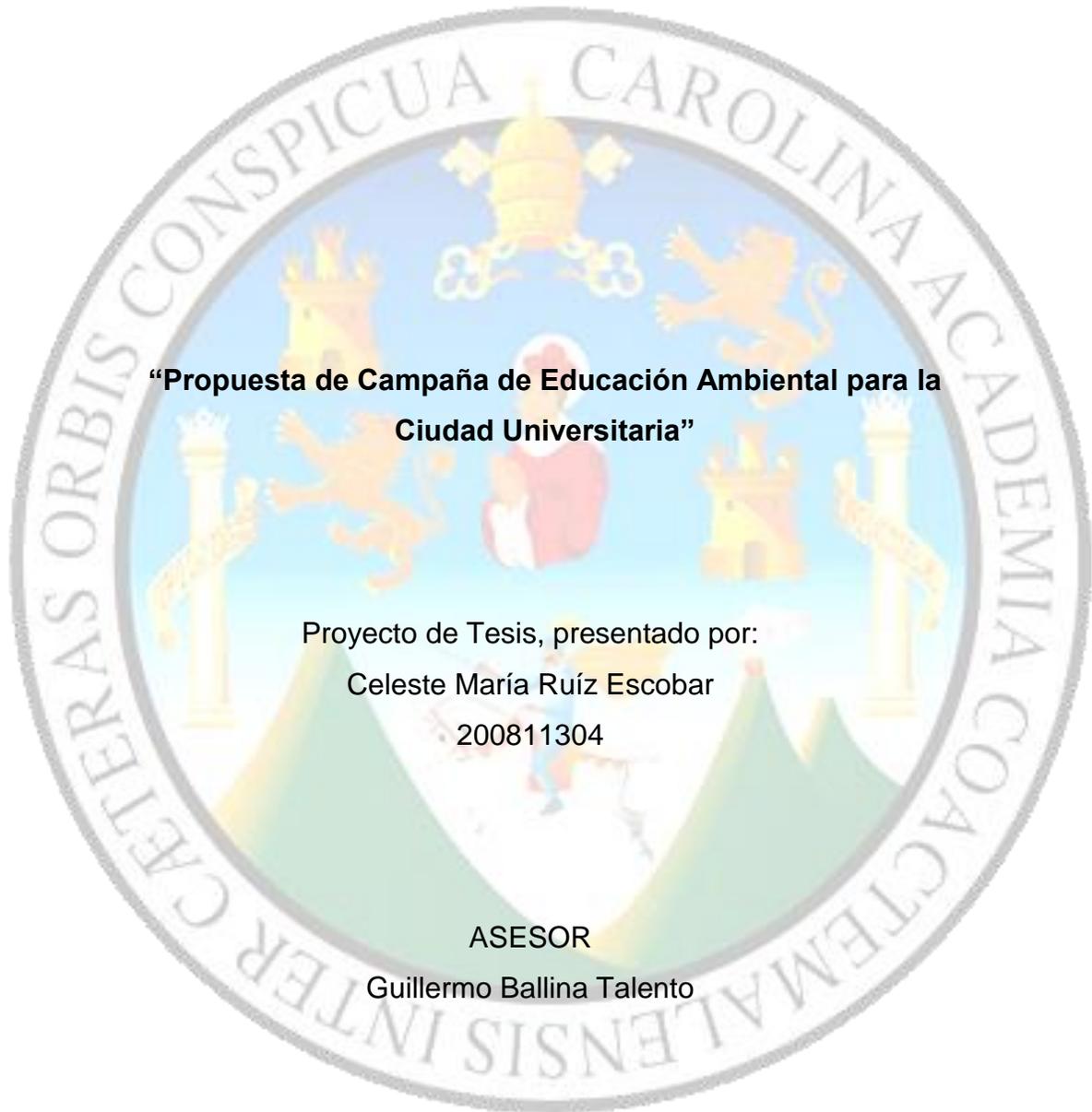


Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, julio de 2015

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**PROPUESTA DE CAMPAÑA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL  
PARA LA CIUDAD UNIVERSITARIA**

TRABAJO DE TESIS PRESENTADO POR:  
**CELESTE MARÍA RUÍZ ESCOBAR**

PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR DE TESIS:  
LIC. GUILLERMO BALLINA TALENTO

GUATEMALA, JULIO DE 2015



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación



**Director:**

Lic. Julio Moreno

**Representantes de Docentes:**

M.A. Amanda Ballina

Lic. Víctor Carías

**Representantes Estudiantiles:**

Joseph Mena

Carlos de León

**Representante de Egresados:**

Lic. Jhonni Michael González Bártres

**Secretaria Administrativa:**

M.A. Claudia Molina

**Tribunal Examinador:**

Lic. Guillermo Ballina Talento (Presidente)

Dr. Otto Roberto Yela Fernández (revisor)

Lic. Hugo Nery Bach Alvarado (revisor)

Lic. Donaldo Vásquez (examinador)

Lic. Julio Sebastián (examinador)

M.A. Amanda Ballina Talento (suplente)



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

240-12

Guatemala, 17 de abril de 2013  
Dictamen aprobación 17-13  
Comisión de Tesis

Estudiante

**Celeste María Ruíz Escobar**

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Ruiz**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.1 del punto 1 del acta 04-2013 de sesión celebrada el 17 de abril de 2013 que literalmente dice:

**1.1 Comisión de Tesis acuerda:** A) Aprobar al (la) estudiante Celeste María Ruíz Escobar, carné 200811304, el proyecto de tesis *PROPUESTA DE CAMPAÑA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA LA CIUDAD UNIVERSITARIA*. B) Nombrar como asesor a: Licenciado Guillermo Ballina.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S.



# Universidad de San Carlos de Guatemala

## Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 23 de abril de 2014.  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 24-2014

Estudiante  
**Celeste María Ruíz Escobar**  
Carné **200811304**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Ruiz**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: PROPUESTA DE CAMPAÑA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA LA CIUDAD UNIVERSITARIA.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Guillermo Ballina, presidente(a).  
M.A. Otto Yela, revisor(a).  
Lic. Nery Bach, revisor(a).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
**Lic. Julio E. Sebastián Ch.**  
Director ECC



  
**M.A. Aracelly Mérida**  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor.  
Larissa Melgar.  
archivo.  
AM/JESCH/Eunice S.



**Autorización informe final de tesis por Terna  
Revisora  
Guatemala, septiembre de 2014**



M.A.  
Aracelly Mérida,  
Coordinadora  
Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida

Atentamente informamos a ustedes que la estudiante: \_\_\_\_\_

Celeste María Ruíz Escobar

Carné: 200811304 Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS,  
cuyo título es:

"Propuesta de Campaña de Educación Ambiental para la  
Ciudad Universitaria"

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda  
continuar con el trámite correspondiente.

"ID Y ENSEÑAD ATODOS"

M.A. Otto Yela  
Miembro Comisión Revisora

Lic. Hugo Nery Bach  
Miembro Comisión Revisora

Lic. Guillermo Ballina Talento  
Presidente Comisión Revisora



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

107-15

Guatemala, 18 de marzo de 2015.  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref CT-Akmg- No. 27-2015

Estudiante  
**Celeste María Ruíz Escobar**  
Carné **200811304**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Ruiz**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: **PROPUESTA DE CAMPAÑA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA LA CIUDAD UNIVERSITARIA**, siendo ellos:

Lic. Guillermo Ballina, presidente(a)  
M.A. Otto Yela, revisor(a).  
Lic. Nery Bach, revisor(a)  
M.A. Donald Vázquez, examinador(a).  
Lic. Julio Sebastian, examinador(a)  
M.A. Amanda Ballina, (suplente).

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**



*[Handwritten Signature]*  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



*[Handwritten Signature]*  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC

Copia: Larissa.  
Archivo  
AM/JESCH/IEunice S.



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 01 de Julio 2015.  
**Orden de impresión/NR**  
Ref. CT-Akmg- No. 024-2015

Estudiante  
**Celeste María Ruíz Escobar**  
Carné 200811304  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante Ruíz Escobar:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título "PROPUESTA DE CAMPAÑA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL, PARA LA CIUDAD UNIVERSITARIA", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

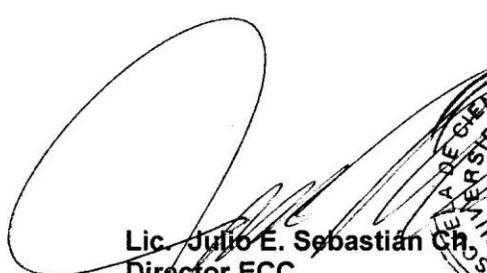
Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**



  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC



Copia: archivo  
AM/Ingrid Dávila



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

## **DEDICATORIA**

### **A Él, Todopoderoso:**

Por darme la vida y la sabiduría necesaria para luchar cada día por mis sueños y objetivos. Gracias, por haber formado mi camino y dirigido por el sendero correcto, porque solo gracias a ti he podido levantarme cada vez que caigo, gracias porque en todo momento estás conmigo ayudándome a aprender de mis errores y a no cometerlos otra vez. Eres quien guía el destino de mi vida.

### **A Mis padres**

David Ruíz García: por el privilegio de ser su hija, por enseñarme a ser disciplinada y honesta. Gracias por ser un ejemplo de lucha y éxito en mi vida y por su apoyo incondicional.

María Elena Escobar: Gracias mamá por darme la vida, por tú amor, por tus cuidados y cada sacrificio que has hecho por la familia, te admiro grandemente.

Siento que soy un ser afortunado, pues a pesar de vivir sin abundantes riquezas económicas, tengo unos padres maravillosos, que valen más que cualquier tesoro en el mundo. Los amo.

### **A mis hermanas y hermanos**

Claudia Elena y Diana Nineth, David Alexander y Herber Uziel, por su apoyo, por ser buenos ejemplos, y mis amigos de toda la vida. Cada día aprendo de ustedes. Aunque a veces me saquen de mis casillas y tengamos malos entendidos, nunca podría darles la espalda, porque me importan más de lo que me gusta admitir.

### **A mis amigos y amigas**

Por su apoyo, por sus palabras de aliento, por su cariño y demostrármelo de mil maneras. Gracias por creer en mí, cuando ni siquiera yo apostaba por mis talentos, han hecho que me ponga de pie ante cada caída. Gracias a todos ustedes, a quienes en verdad puedo llamar amigos, estoy grandemente bendecida, porque cuento con ustedes.

### **A mis mentores:**

Por el tiempo que invirtieron en este proceso, a cada uno de los que durante estos años de estudio, compartieron su sabiduría y conocimientos.

Especial agradecimiento a:

Lic. Guillermo Ballina, por brindarme una mano amiga, por sus inteligentes consejos y por brindarme el apoyo necesario. Gracias por ser mi asesor.

Dr. Otto Yela, por su paciencia y dedicación.

Lic. Hugo Nery Bach, por su apoyo, amistad y amabilidad.

M.A. Amanda Ballina, por estar al pendiente de este proceso y exhortarme siempre a seguir adelante.

### **A la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC**

Por ser la institución formadora en mi vida, brindándome el conocimiento para desarrollarme profesionalmente.

### **A la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Por darme la oportunidad de egresarme de esta casa de estudio. Por ser mi alma mater.

### **A Guatemala**

Por ser mi país de origen, un profesional más para ti Guatemala.

**Para efectos legales, únicamente la autora es la responsable del contenido de éste trabajo.**

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## RESUMEN

## INTRODUCCIÓN

## CAPÍTULO I

### MARCO CONCEPTUAL

1.1 Tema: “Propuesta de Campaña de Educación Ambiental Para la Ciudad Universitaria” .....	01
1.2 Antecedentes.....	01
1.3 Justificación .....	04
1.4 Planteamiento del problema .....	06
1.5 Alcances y límites.....	07

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

2.1 Educación.....	08
2.1.1 Naturaleza de la educación.....	09
2.1.2 Importancia de la educación .....	10
2.1.3 Fines de la educación .....	11
2.2 Medio ambiente .....	12
2.2.1 Ecología .....	13
2.2.2 Biósfera .....	14
2.2.3. Ecosistema .....	14
2.2.4. Contaminación ambiental.....	15
2.3 Educación ambiental .....	16
2.3.1 Objetivos de la educación ambiental.....	17
2.3.2 Educación – concienciación.....	18
2.4 Campaña social.....	19
2.4.1. Acción social .....	20
2.4.2 La comunicación .....	21

2.4.2.1. Un buen comunicador.....	22
2.4.3. Estrategia publicitaria .....	25
2.4.3.1 Elementos de la estrategia publicitaria .....	27
2.4.3.2 La creatividad .....	29
2.4.3.3 Los medios de comunicación .....	29
2.4.3.3.1 Tipos de medios de Comunicación .....	30

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

3.1 Metodología de investigación .....	32
3.1.1 Método deductivo .....	32
3.1.2 Método analítico-sintético .....	32
3.2 Objetivos.....	32
3.2.1 Objetivo general .....	32
3.2.2 Objetivos específicos .....	33
3.3 Técnicas .....	33
3.4 Instrumento.....	33
3.5 Universo .....	34
3.6 Muestra.....	35
3.7 Procedimiento.....	36
3.7.1 Distribución de encuestas .....	37

### **CAPÍTULO IV**

#### **PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

4.1 Presentación de datos.....	38
4.1.1 Respuestas cerradas .....	40
4.1.2 Respuestas abiertas .....	50
4.1.2.1 Pensamiento del estudiante sancarlista de primer ingreso, respecto al medio ambiente .....	51
4.3 Análisis de resultados .....	60

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA DE CAMPAÑA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL**

5.1 Descripción del proyecto .....	67
5.2 Reto .....	68
5.3 Grupo objetivo .....	68
5.3.1 Perfil socioeconómico .....	68
5.3.2 Perfil geográfico .....	69
5.3.3 Perfil demográfico .....	69
5.3.4 Perfil psicográfico .....	69
5.4 Competencia .....	70
5.5 Valor de marca .....	70
5.6 Análisis de la situación .....	70
5.7 Planificación estratégica .....	71
5.7.1 Estímulo en la mente del consumidor .....	71
5.7.2 Mensaje básico .....	72
5.8 Propuesta de materiales .....	73
5.8.1 Publicidad ATL.....	73
5.8.2 Publicidad BTL .....	74
5.8.3 Publicidad ETL .....	75
5.9 Período de la campaña .....	75
5.9.1 Presupuesto .....	76
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>79</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>81</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>82</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>86</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

1. Elementos básicos de un buen comunicador .....	24
2. Aspectos importantes en una estrategia creativa .....	28
3. Fórmula de muestreo .....	35
4. Financiamiento interno y externo.....	77

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

1. Datos demográficos: género.....	38
2. Datos demográficos: edades .....	39
3. ¿Sabe usted qué es el medio ambiente? .....	40
4. ¿Sabe usted qué es el medio ambiente? .....	41
5. ¿Cree que los guatemaltecos poseen conciencia ambiental?.....	42
6. ¿Ha hecho algo por mejorar el medio ambiente?.....	43
7. ¿Ha hecho algo por mejorar el medio ambiente?.....	44
8. ¿Se considera parte del problema del deterioro ambiental? .....	45
9. ¿Quién es el responsable de proteger el medio ambiente? .....	46
10. ¿Puede usted contribuir a mejorar el medio ambiente? .....	47
11. ¿Cómo visualiza el medio ambiente a futuro? .....	48
12. ¿Considera que la USAC podría contribuir a la mejora del medio ambiente a través de una campaña de concientización? .....	49
13. Respuestas abiertas .....	50
14. Concepto de medio ambiente .....	52

## ÍNDICE DE IMÁGENES

1. Elementos de la Comunicación .....	22
2. Ejemplo de colocación de publicidad rústica .....	74
3. Ejemplificación de sticker en el suelo .....	74

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Registro de estudiantes inscritos en el año 2013 en carreras sociales humanísticas .....	34
2. Guía de porcentajes para distribución de encuestas .....	37
3. Datos demográficos: género.....	38
4. Datos demográficos: edades .....	39
5. Tabulación de las respuestas a la pregunta ¿Sabe usted qué es el medio ambiente? .....	40
6. Tabulación de las respuestas a la pregunta: ¿Sabe cuáles son las consecuencias del deterioro ambiental? .....	41
7. Tabulación de las respuestas a la pregunta: ¿Cree que los guatemaltecos poseen conciencia ambiental?.....	42
8. Tabulación de las respuestas a la pregunta: ¿Ha hecho algo por mejorar el medio ambiente?.....	43
9. Tabulación de las respuestas a la pregunta: ¿Considera usted, que dentro de la USAC se promueve una educación ambiental? .....	44
10. Tabulación de las respuestas a la pregunta: ¿Se considera parte del problema del deterioro ambiental? .....	45
11. Tabulación de las respuestas a la pregunta: ¿Quién es el responsable de proteger el medio ambiente? .....	46
12. Tabulación de las respuestas a la pregunta: ¿Puede usted contribuir a mejorar el medio ambiente? .....	47
13. Tabulación de las respuestas a la pregunta: ¿Cómo visualiza el medio ambiente a futuro? .....	48
14. Tabulación de las respuestas a la pregunta: ¿Considera que la USAC podría contribuir a la mejora del medio ambiente a través de una campaña de concientización? .....	49
15. Tabulación de respuestas abiertas .....	50
16. Tabulación sobre el concepto de medio ambiente .....	52
17. Presupuesto de gastos externos .....	78

## RESUMEN

El medio ambiente es el conjunto de condiciones físicas, sociales y culturales que afectan e intervienen en el desarrollo de los seres vivos y depende de la interacción del hombre; este adapta y modifica su ambiente según sus necesidades, muchas veces lo hace sin racionalizar sus evidentes consecuencias que resultan perjudiciales para su entorno y para sí mismo.

Es importante que el ser humano sea capaz de armonizar con su entorno tomando conciencia de que el saneamiento del ambiente es fundamental para la vida sobre el planeta tierra. Es por ello que la principal estrategia para lograr un desarrollo sostenible tiene que ver con la educación, la educación ambiental debe de relacionar al hombre con su medio ambiente, con su entorno y buscar un cambio de actitud, una toma de conciencia sobre la importancia de conservarlo para el futuro y para mejorar la calidad de vida.

Tomando en cuenta lo anterior, se consideró elaborar la tesis bajo el tema de: “Propuesta de Campaña de Educación Ambiental para la Ciudad Universitaria”. Siendo la Universidad de San Carlos de Guatemala, un semillero del progreso, alberga a cientos de estudiantes, se eligió como un lugar idóneo y adecuado para iniciar un proyecto en beneficio del medio ambiente.

Luego de recopilar información, mediante fuentes bibliográficas y administración de encuestas, análisis de resultados y depuración de información, se elaboraron cinco capítulos que describen y fundamentan la propuesta de campaña de Educación Ambiental para la Ciudad Universitaria.

El capítulo I contiene anotaciones preliminares para situar al lector sobre lo que encontrará en la investigación. El capítulo II está conformado por aspectos teóricos que esclarecen los conceptos básicos de medio ambiente, educación y campañas sociales. A continuación encontraran el capítulo III, el cual se encuentra conformado

por la explicación de la metodología que se utilizó para recopilar la información y el trabajo de campo que se realizó. Posterior a éste capítulo se encuentra el capítulo IV, en el cuál se plasman los resultados y el análisis de datos obtenidos mediante el trabajo de campo realizado. Para finalizar, en el capítulo V se encuentra la descripción del grupo objetivo y la propuesta de Campaña de Educación Ambiental.

Al final se desglosan las conclusiones obtenidas luego de finalizada la investigación y elaborada la propuesta publicitaria. Así también se enlistan recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

## INTRODUCCIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala, es el centro de educación superior que goza de mayor peso en el ámbito educativo y cultural, en donde ingresan año con año, miles de estudiantes, con diversos sueños e ideales. Es el semillero de los profesionales que tarde o temprano liderarán el país.

La Universidad de San Carlos de Guatemala debe de ser una institución que fomente el correcto uso de los recursos naturales, así también el cuidado adecuado de los mismos, para garantizar el desarrollo de la sociedad guatemalteca. Sin embargo, sus estudiantes no lo reflejan, lo que se evidencia en la deficiente atención que le dan al cuidado del entorno. El ser humano es tan solo un elemento dentro de la naturaleza, quien interactúa con otros seres vivos, así también con elementos inanimados. El comportamiento del hombre debe de estar encaminado a una conciencia ambiental, al utilizar y convivir de modo responsable con la naturaleza para mantener y mejorar la calidad de vida.

En busca de concebir cambios en los estudiantes universitarios, se ha elaborado el presente proyecto: “Propuesta de Campaña de Educación Ambiental para la Ciudad Universitaria”. El comportamiento del hombre debe de estar orientado hacia una actividad crítica que promueva la transformación social y cuidado de su entorno.

En el contenido del presente documento de estudio se incluye una serie de conceptos básicos relacionados al medio ambiente y a la educación ambiental, que respaldan la importancia del objetivo de éste proyecto. Posterior a ello se puede encontrar la metodología de investigación y los resultados del trabajo de campo, para poder concluir con la propuesta de campaña de educación ambiental.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO CONCEPTUAL**

#### **1.1 Título del tema**

Propuesta de Campaña de Educación Ambiental para la Ciudad Universitaria

#### **1.2 Antecedentes**

La Tricentenario Universidad de San Carlos de Guatemala, es la única universidad estatal y autónoma, desde la época de la revolución guatemalteca, estableció su total autonomía, llegando a un nivel constitucional. La USAC goza de un especial prestigio, así mismo, resulta ser la más grande y antigua en toda Guatemala. Fue fundada el 31 de enero de 1676, por la Real Cédula de Carlos II, ocupando el cuarto lugar en fundaciones de universidades en toda América. (<http://www.usac.edu.gt>)

El área más representativa de éste centro de estudios se encuentra ubicado en la zona 12 de la ciudad capital, el cual es denominado Campus Central o Ciudad Universitaria.

La Universidad de San Carlos de Guatemala es una institución de estudios superiores que posee a su cargo la responsabilidad de formar a profesionales, desde los niveles Técnico o Profesorado, hasta el grado académico de Maestrías. Cada año recibe en sus instalaciones a miles de estudiantes y egresa a cientos de profesionales. Los frutos de sus estudiantes han dejado huella en distintas épocas de importancia, desde la independencia de Guatemala, revolución guatemalteca, el conflicto armado y en la actualidad.

A pesar de que la Universidad de San Carlos de Guatemala es un centro de alto prestigio educativo, en donde se encuentran profesionales en potencia, no existe una educación ambiental, esto se puede observar al caminar por todo el campus central, en cuyo recorrido, se puede encontrar: residuos de comida tirados al suelo o bien

abandonados en las bancas y mesas de las instalaciones, colillas de cigarro tiradas por todas partes, botellas plásticas abandonas, así también se puede observar una contaminación visual ocasionada por tanta publicidad que viene a bloquear el paisaje natural de la Ciudad Universitaria, principalmente en época de elecciones, entre otros aspectos más que contribuyen a una contaminación ambiental.

Las tesis consultadas referentes al medio ambiente, son las siguientes:

Gálvez Eliseo. (2001) presentó el tema *“Comunicación Ambiental: Su Efecto en la Conservación Ecológica, Estudio de Caso en Dos Comunidades de la Reserva de Biosfera Sierra de la Minas”*. Y Martínez Claudia (2010) presentó el tema *“Elementos Jurídicos que debe contener una Ley que Fomente la Educación Ambiental en Guatemala”* En dichos proyectos de investigación se realizaron estudios respecto al medio ambiente, los efectos que ocasiona el deterioro ambiental y la forma de conservar los recursos, así también se realizó un estudio respecto a las leyes que existen y respaldan la educación ambiental.

También se tomó en cuenta, el trabajo de tesis realizado por Solórzano Jonatan (2009) en donde realizó un estudio sobre la campaña publicitaria “Tu Eres la Ciudad”, estableciendo los efectos que ésta campaña publicitaria ha ocasionado dentro de la población guatemalteca del área metropolitana.

(Martínez Ichaj 2010: p. 1) Expone que la educación ambiental es un aspecto de suma importancia para la vida de todo ser humano. *“La educación Ambiental y el derecho ambiental es relativamente nuevo, pero trata principalmente de regular todo lo relacionado a la protección y conservación del medio ambiente”*

(Martínez Ichaj 2010) Realizó un estudio sobre los Elementos Jurídicos que debe contener una Ley que fomente la educación ambiental en Guatemala, afirmando que la educación ambiental debe de ser regulada por normas y principios, lo que evitaría que

éste problema se siga dando y continúe proliferándose. Dicho estudio concluye en que el estado de Guatemala se ha preocupado por problemas políticos y de gobierno y no por la preservación del medio ambiente, aludiendo que es por falta de fondos económicos, escasas propuestas de programas de educación ambiental, tanto de parte del gobierno como por las municipalidades.

En el 2008 el actual alcalde de la ciudad capitalina, Álvaro Arzú, inicia una campaña publicitaria, con el fin de hacer conciencia en los pobladores del área metropolitana sobre la importancia que tiene el cuidado del entorno, nombrándola “Tú eres la Ciudad”. Dicha campaña publicitaria se ha vuelto bastante popular, ha perdurado a lo largo de cinco años, y aún sigue sonando en los medios masivos de comunicación, principalmente en la Radio y en la TV.

Solórzano Cifuentes, (2009) Estudió la campaña publicitaria “Tu Eres la Ciudad”, la campaña ha tenido el éxito esperado por la Municipalidad capitalina, ya que los guatemaltecos han comprendido hasta cierto punto que pertenecen a la ciudad y por ende deben de velar por el cuidado de su entorno. La utilización del ingenio y la creatividad combinados de una forma eficaz puede dar resultados productivos, de acuerdo a un estudio previo que se le debe de hacer al público objetivo, para lograr los resultados esperados.

En todas las tesis anteriormente mencionadas se repite una y otra vez la misma problemática: la falta de educación ambiental en el ser humano, al carecer de conciencia ambiental, su comportamiento traerá como consecuencia el deterioro ambiental.

La educación es un proceso que requiere de la inversión de tiempo, espacio y recursos económicos. *“Cuando hablamos de educación habitualmente denotamos en él, un significado cotidiano del mismo, una práctica, un concepto o una norma y el postulado de un deber ser.”* (Martínez Ichaj. 2010: p. 4)

### 1.3 Justificación

El correcto uso de los recursos naturales y su conservación es un factor importante en la existencia de todo ser vivo. Tener una educación ambiental es algo que cada individuo debería tener claro y estar consciente de ello. Es preocupante ver que la mayoría de habitantes no poseen una educación ambiental. Si cada uno se detuviera por unos cuantos minutos a observar la conducta de las personas, rápidamente se darían cuenta de la poca cultura que éstas poseen acerca del cuidado de su entorno; es común ver que la basura la tiran en cualquier lado sin pensar en el daño que se hacen así mismos, destruyendo su entorno.

*“El deterioro de los recursos naturales, incluyendo a la vida silvestre, se debe a diferentes causas de orden natural, económico, social e institucional en todo el país”* (Gálvez Ramírez. 2001: p. 17). El quebranto de la naturaleza poco a poco ha ido aumentando, gracias a la intervención de diversos factores, los cuales cada vez alcanzan más aspectos negativos para nuestro entorno.

Federico Engels (1884), el filósofo padre del pensamiento comunista, dijo en el siglo XIX, en su tratado sobre la propiedad privada, la familia y el Estado, que el hombre es ignorante de las consecuencias de sus actos, debido a que nunca piensa en ello. Al talar un bosque para convertirlo en pastores para el ganado, solo piensa en el deseo de comer carne, pero no en las inundaciones que tarde o temprano padecerán las poblaciones contiguas y en la irremediable erosión de ese terreno.

Al satisfacer sus necesidades el ser humano comete imprudencias, las cuales ya están generando grandes consecuencias en el medio ambiente, y a pesar de ello parece no aprender, continua cometiendo los mismos errores. La pérdida de los recursos naturales impuestos a la naturaleza desde el inicio de la vida ha causado grandes cambios en el proceso normal de la vida y la existencia, es por ello que éstos no se deben de seguir deteriorando ya que los mismos garantizan la existencia.

Al ser el hombre un factor clave en el deterioro de los recursos naturales surge la idea de generar una propuesta de campaña de educación ambiental dentro del campus central de la universidad de San Carlos de Guatemala. Qué mejor lugar para iniciar un cambio positivo en cuanto al cuidado del medio ambiente, fomentando una conciencia ambiental.

Todo estudiante sancarlista adquiere un compromiso con la nación al ingresar en ésta casa de estudios, tal y como lo dice su eslogan: *"Id y enseñar a todos"*, el sancarlista se debe de caracterizar por ser un ejemplo para los guatemaltecos, debe de ser un ente productivo para la sociedad, poner en práctica todos los conocimientos adquiridos para superación de la nación.

Es por ello que florece la idea y necesidad de promover la educación ambiental, mediante una campaña de concienciación dirigida específicamente a la población estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Se busca concienciar al estudiante sancarlista para que aporte un granito de arena en el cuidado de su entorno, incentivándolo a ser agente del cambio y contribuir al progreso y mejoramiento del país al ser ejemplo y líder de otros.

#### **1.4 Planteamiento del problema**

La educación ambiental debe de ser parte importante de la formación que cree y oriente el pensamiento humano a cambios profundos y significativos, y no solamente a acciones por reconstruir el sistema que ya está dañado. Debe de proyectarse hacia el futuro, para evitar que esta problemática se continúe dando.

Los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala son un público objetivo heterogéneo, con diferentes visiones y metas, que forman parte de este centro de estudios en busca de optar un grado académico superior. El comportamiento y conducta de cada estudiante, en cuanto a su educación ambiental, es pobre, ya que si poseen conocimiento del deterioro ambiental y a pesar de ello continúan siendo parte contribuyente de la contaminación ambiental, ya sea de forma directa o indirecta.

Las formas actuales de conducta humana han creado la crisis en la que el medio ambiente se encuentra, por ende la vida misma.

Existe diversidad de campañas publicitarias, informativas, de concienciación, comunicacionales, entre otras, que no logran sus objetivos. Se dan a la tarea de saturar el espacio auditivo y visual del target, sin conseguir impactar o provocar algún aspecto positivo para la campaña, más bien resulta lo contrario, logran que el target se desinterese por tanta publicidad, y no preste atención a la misma. Muchas de las campañas que se realizan únicamente significan una inversión de tiempo, esfuerzos y recursos ya que no logran alcanzar sus propósitos y objetivos. Es por ello que surge la siguiente interrogante:

¿Qué campaña de concienciación ambiental resultaría ideal y efectiva para generar un cambio de conducta e incentivar a formar parte del cambio, al estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala en el Campus central?

## **1.5 Alcances y límites**

La temática del medio ambiente ocupa un lugar importante, no se puede gozar de un ambiente sano y adecuado si no se educa a la población, a modo que este consciente de que cada uno contribuye con un grano de arena a mejorar las condiciones de vida, o por el contrario a empeorarlas. Cada individuo debe de aprender a querer su entorno, a cuidarlo y protegerlo.

La universidad de San Carlos de Guatemala, es un campo en donde día con día interactúan jóvenes con distintos ideales y luchas, que resultan una agrupación de personas interesantes para estudiarlas y trabajar con ellas.

En el presente trabajo que a continuación se desarrolló, se elaboró un estudio sobre la población universitaria del campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de las jornadas vespertina, nocturna y sabatina, en las carreras sociales humanísticas, de primer ingreso, debido a que vienen con una mentalidad abierta, con deseos de aprender y acoplarse a esta nueva etapa de su vida. En base al estudio de éste segmento de la población se desarrolló una campaña de concienciación respecto a la educación ambiental.

Durante los meses de mayo, junio, julio y primera semana del mes de agosto del año 2013 se estudió a ésta población, y posteriormente a ello se generó una estrategia comunicacional para poder establecer la propuesta de campaña de concienciación.

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### 2.1 Educación

El término educación es bastante amplio, de acuerdo al contexto en que sea usado, así será el significado que se le otorgue. El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [www.rae.es](http://www.rae.es), posee las siguientes definiciones en cuanto a educación:

- Acción y efecto de educar.
- Crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes.
- Instrucción por medio de la acción docente.
- Cortesía, urbanidad.

En todas las definiciones, existe una característica semejante, la transmisión de hábitos y preceptos establecidos por el que funge como educador.

La Educación, es un proceso complejo y largo, se encuentra presente en la vida de todo individuo. Se recibe una educación en el hogar, en donde se aprenden ciertos modales, normas de cortesía, hábitos y costumbres, entre otros. Posterior a ésta, se inicia un proceso de educación esquematizado dentro de un centro educativo.

Gracias al proceso de educación, se comparten conocimientos, costumbres, valores y actitudes. Lo que permite, que las diferentes generaciones conozcan acontecimientos del pasado, lo que contribuirá en la formación del presente y en el mejoramiento del futuro.

*“La Educación es un proceso de formar disposiciones fundamentales intelectuales y emocionales, respecto a la naturaleza y los hombres” (Dewey, J. Democracia y Educación 1971: p. 347)*

El proceso de educación es una cualidad humana, tan compleja como el hombre mismo. Durante éste proceso siempre se encontrará presente la historia y la cultura, por ser elementos indispensables y fundamentales que permiten que exista en cada individuo, fundamentación intelectual que respalda su accionar cotidiano. A lo largo de las vivencias en las cuales el hombre se desenvuelve y desarrolla adquiere nuevos conocimientos que vienen a fortalecer su educación.

### **2.1.1 Naturaleza de la educación**

Por medio de la comunicación es posible la transmisión de mensajes y conocimientos que intervienen en la formación humana, lo que contribuirá a desarrollar las disposiciones y actitudes necesarias para sobrevivir en éste mundo. La comunicación es una herramienta indispensable en la educación, y el ambiente en el cual se desarrolla es un factor que interviene en la misma. (Dewey J. 1971)

La inteligencia, de la cual cada ser humano se encuentra dotado, posee la misión de ordenar los conocimientos y las acciones que interactúan entre sí. Dentro de la educación se da el proceso de composición de principios abstractos y prácticos. Los principios abstractos son aquellos procesos intelectuales, por medio de los cuales se maquinan ideas y pensamientos. Los principios prácticos, no siempre serán educativos, si se refieren a actividades rudimentarias. Para que determinado aspecto, sea catalogado como educación debe de existir el razonamiento de las experiencias, dando oportunidad a la conexión entre estímulo y respuesta. (Fermoso Estébanez. 1988)

Dos características propias de la experiencia son: la acción y la conexión. Acción porque debe de existir constante actividad, movimiento y cambios dentro de proceso de la vida, por ende de la experiencia. Conexión, ya que cada una de las experiencias que se viven deben de poseer un hilo conductor, que nos permitirá unir el pasado, con el presente y con el futuro. La educación debe de incluir todas aquellas experiencias significativas que puedan influir en experiencias futuras.

Las relaciones entre educación y experiencia están resumidas en una frase de Lincoln, que Dewey aplica: *“La educación es de la experiencia, en la experiencia y por la experiencia”* La experiencia aplicada con propiedad a la educación elimina la vieja oposición entre disciplina e interés, porque ambas son aspectos correlativos de la actividad teleológica. *“El problema de la instrucción es así el de encontrar materiales que introduzcan a una persona en actividades específicas que posean un fin o propósito de importancia o interés para él”* (Dewey, J. Democracia y educación. 1971: p. 146.)

### **2.1.2 Importancia de la educación**

La educación influye y promueve a que las personas logren un desarrollo personal y colectivo; permite el afloramiento y cultivación de destrezas, conocimientos, hábitos y actitudes; con el fin de permitir la socialización, para enfrentarse enérgicamente a un medio social y poder integrarse. La educación permite el máximo desarrollo de cada individuo, al dotarlo de conocimientos y aprendizajes mediante las experiencias vividas y analizadas, formándoles una conciencia conductual y cultural.

Gracias al proceso de aprendizaje que se da dentro de la educación se generan utopías en cada individuo, de acuerdo a su contexto, conocimientos y experiencias.

*“La Educación abre y desarrolla la mente, expulsa las creencias, tamiza y critica; el adoctrinamiento cierra la mente, fomenta las creencias y no razona.”* (Fermoso Estébanes, 1988: p. 163) Hay que tener cuidado en no confundir el concepto y fin de la educación con el de adoctrinamiento. Tal y como lo expresa Fermoso, la educación abre mentes y fomenta el uso del juicio y la razón, mientras que el adoctrinamiento sistematiza e impone conductas. Si se pierde el sentido de la educación, se perderá su finalidad, por ende su importancia en la vida de la humanidad.

La educación no se aprende sólo en las escuelas e instituciones educativas, estos son

solo uno de los medios. En la casa, con la familia, en las calles, con los amigos se aprenden todo tipo de conocimientos, por lo tanto, se puede decir que los hombres pueden contribuir a mejorarse mutuamente.

Es un proceso largo y complejo, que se encuentra presente a lo largo de la vida del ser humano. Su importancia radica en formar al hombre para su existencia en sociedad, con capacidad de razonar y fundamentar sus ideales, ya sea dentro de la familia, en el trabajo, en los estudios, con los amigos, entre otros, en el medio en el cual se desenvuelve.

### **2.1.3 Fines de la educación**

Los fines de la educación deben de evidenciar los puntos débiles de los ideales educativos, actualmente lo que se enseña son contenidos de materia y no la habilidad de desarrollar sabiduría. Cuando la formación intelectual se concibe como la simple adquisición de habilidades mecánicas y fórmulas establecidas para expresar información no se da mayor progreso y/o desarrollo.

(Whitehead 1957) Hace énfasis en la importancia de impartir sabiduría y cultura como fin de la educación. Considera que el hecho de ejercer una simple acción instructiva, fomenta las ideas muertas, es decir, la recepción de conocimientos que no perduran en la mente y mucho menos en el accionar de los individuos. Si la sociedad da lugar a la formación de ideas muertas, creará un retroceso en su desarrollo, lo que resultará totalmente perjudicial tanto para la sociedad, como para cada individuo.

El fin de la educación debe de ser el de transmitir sabiduría, enseñar a usar los conocimientos y habilidades que se poseen. La sabiduría se adquiere al activar el pensamiento, al relacionar el acervo cultural que se posee, teniendo una mente abierta para apreciar la belleza y los sentimientos humanos.

La sabiduría permite transmitir conocimientos útiles e indispensables, que resulten de

interés para aquella persona a quien se desea educar. La educación debe considerarse como un proceso activo el cual comprende conocimiento, eficiencia e interés.

*“La educación es la adquisición del arte de utilizar los conocimientos. Es un arte muy difícil de impartir...lleva implícito el problema de mantener vivo el conocimiento, de evitar que se vuelva inerte”.* (Whitehead, 1957: p. 20.)

## 2.2 Medio ambiente

El diccionario de la Lengua Española [www.rae.es](http://www.rae.es) define los términos medio y ambiente de la siguiente manera:

- Medio, es definido como el *conjunto de circunstancias culturales, económicas y sociales en que vive una persona o grupo humano. La definición biológica que le asigna es: el de conjunto de circunstancias o condiciones exteriores a un ser vivo que influyen en su desarrollo y en sus actividades.*
- Mientras que Ambiente, es definido como: *las condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, etc. de un lugar, de una reunión, de una colectividad o de una época.*

Tomando en cuenta las anteriores definiciones, al integrarlas, se forma el concepto de medio ambiente, el cual sería:

Conjunto de condiciones, físicas, sociales y culturales que afectan e intervienen en el desarrollo de los seres vivos.

El medio ambiente es un sistema integrado por factores naturales y artificiales que se encuentran relacionados entre sí, en donde la intervención de la acción humana es un factor de gran peso. Condiciona la forma de vida natural, social y cultural que se da en determinado lugar y tiempo. (Gutiérrez Pérez. 1995)

*“La palabra medio es el elemento donde existe o se mueve una persona, animal o cosa, y ambiente es el conjunto de circunstancias que acompañan o rodean la situación o estado, de personas o cosas. De estas dos concepciones se puede inferir que el Medio Ambiente no lo constituye sólo los elementos de la naturaleza, sino también las personas, y que estos, se encuentran en determinadas condiciones, que determinan como interaccionan los diferentes elementos del medio, tanto entre los diferentes componentes naturales entre sí, como entre las personas y la naturaleza”.* (Zepeda López. 1997: p. 11)

El medio ambiente depende de la interacción de los seres humanos con la naturaleza. Es el conjunto de todas las condiciones e influencias externas que afectan a los organismos. Se integra por componentes bióticos y abióticos.

### **2.2.1 Ecología:**

La palabra ecología procede de la palabra griega que designa “casa”. En efecto, la ecología es el estudio del hogar de los seres vivos, la biósfera.

Es el estudio de las interrelaciones de los organismos entre ellos, y de los organismos con el medio. (Conocimientos Básicos en Educación Ambiental 2003.)

El Gabinete de Biología ([.biocab.org/Ecologia.html](http://.biocab.org/Ecologia.html)) establece las siguientes definiciones de Ecología:

- *Ecología es la rama de las ciencias biológicas que se ocupa de las interacciones entre los organismos y su ambiente (sustancias químicas y factores físicos).*
- *Los organismos vivientes se agrupan como factores bióticos del ecosistema; por ejemplo, las bacterias, los hongos, los protozoarios, las plantas, los animales, entre otros. En pocas palabras, los factores bióticos son todos los seres vivientes en un ecosistema o, más universalmente, en la biosfera.*

- *Por otra parte, los factores químicos y los físicos se agrupan como factores abióticos del ecosistema. Esto incluye a todo el ambiente inerte; por ejemplo, la luz, el agua, el nitrógeno, las sales, el alimento, el calor, el clima, etc. Luego pues, los factores abióticos son los elementos no vivientes en un ecosistema o en la biosfera.*
- *La ecología es una ciencia multidisciplinaria que recurre a la Biología, la Climatología, la Ingeniería Química, la Mecánica, la Ética, entre otras.*

### **2.2.2 Biósfera**

*“Es la parte de la superficie terrestre en la que se encuentran los organismos vivos. Es una capa delgada en la cual estos organismos y el medio ambiente interactúan.”* (Monografías de Educación Ambiental.1 2003: p. 26.) Es el lugar en el cual se desarrolla el proceso del ciclo de la vida; el aire, el agua y el suelo son elementos en los cuales, los seres vivos han encontrado el sustento para vivir.

La Enciclopedia de Ciencia y Tecnología [oceanodigital.oceano.com](http://oceanodigital.oceano.com) define el término Biósfera como: el espacio en la superficie terrestre o cerca de ella que contiene y mantiene a los organismos vivos. La zona de la Tierra donde viven los organismos vivos. La biosfera comprende la parte inferior de la atmósfera (tropósfera), la hidrósfera y la zona externa de la litósfera, hasta una profundidad de unos 2,000 m., donde aún se encuentran ciertas bacterias asociadas con yacimientos petrolíferos.

- La atmósfera, es la fina capa de gases que nos envuelve.
- La hidrósfera, se refiere al medio ambiente líquido como lo son lagos y océanos que se encuentran entre la litósfera y atmósfera.

### **2.2.3. Ecosistema**

*“El ecosistema es un sistema dinámico relativamente autónomo, forrado por una*

*comunidad natural y su ambiente físico, en el cual, el hombre ha invadido en todos los rincones del globo y los ha ido modificando con la finalidad de satisfacer sus necesidades más inmediata”. (Grupo Editorial Océano, 2000: p. 496)*

Es el conjunto de especies de un área determinada que interactúan entre ellas y con su ambiente; mediante procesos como la depredación, el parasitismo, la simbiosis, el proceso con su ambiente al desintegrarse y volver a ser parte del ciclo de energía y de nutrientes.

#### **2.2.4. Contaminación ambiental**

*“Acción y efecto de contaminar o contaminarse, es decir alterar nocivamente la pureza o las condiciones normales de una cosa o un medio por agentes químicos o físicos. Se entiende por contaminación a una sustancia que aparece en el ambiente al menos en parte, como resultado de las actividades humanas y que tiene un efecto nocivo sobre el entorno”. (Ciceron D, Sánchez P y Reich S. 2006: p. 71)*

La contaminación ambiental es la presencia de cualquier agente físico, químico o biológico en el ambiente, o bien la combinación de varios agentes que sean perjudiciales para la salud, la seguridad, dañando la vida vegetal o animal. El hombre adapta y modifica su ambiente según sus necesidades, muchas veces lo hace sin racionalizar sus evidentes consecuencias, que resultan totalmente nocivas para su entorno natural.

*“El ruido es otro factor que debe ser tomado en consideración en cuanto a su efecto sobre la salud y el bienestar humanos. En todas las ciudades, y especialmente en las metrópolis, el ruido es estridente y constante. Las bocinas de los automóviles suenan, las sirenas aúllan, los frenos chirrían, y los aviones rugen en el cielo”. (Moore R. 1978: p. 149)*

El medio ambiente se ha ido deteriorando en la medida que el poder del hombre ha

tomado fuerza, afectando gravemente la naturaleza. El comportamiento social del hombre que formó la cultura humana.

El progreso tecnológico y el acelerado crecimiento demográfico, ha producido alteraciones del medio, ocasionando un desequilibrio biológico de la tierra. Es importante que el ser humano sea capaz de armonizar. Es necesario e indispensable que el hombre valore y cuide los recursos renovables y no renovables, que tiene a su disposición, o bien en su entorno, tomando conciencia de que el saneamiento del ambiente es fundamental para la vida sobre el planeta tierra.

### **2.3 Educación ambiental**

La educación debe de estar en constante evolución, enfocándose primordialmente en la sostenibilidad, aumentando la toma de conciencia en los ciudadanos y la capacidad para tomar decisiones que afectan su entorno, por ende su vida.

*“Educación Ambiental es el proceso por el cual se da la adquisición de valores y clarificación de conceptos, cuyo objetivo es desarrollar actitudes y capacidades necesarias para entender y apreciar las interrelaciones entre el hombre y su entorno biofísico enmarcados en su cultura”.* (Ancona Peniche Ignacio, y otros 2004: p. 201)

La educación ambiental no debe limitarse sólo a la incorporación de asignaturas en los planes de estudio, sino que debe funcionar como un eje formativo que le confiera un lugar permanente en los currículos y en la vida académica de cada alumno. Debe contener un modelo de enseñanza-aprendizaje que forme capacidades para el reconocimiento y aprecio del lugar donde cada persona vive. Por ello, la principal estrategia para lograr un desarrollo sostenible tiene que ver con la educación.

Es un aprendizaje sobre cómo continuar el desarrollo, al mismo tiempo que se protege, preserva y conserva los sistemas de soporte vital del planeta. Esta es la idea detrás del

concepto de desarrollo sostenible. Parecería curioso que tengamos que enseñar cómo desarrollar, pero hay razones para creer que algunas personas no comprenden el impacto que muchos comportamientos humanos han tenido y están teniendo sobre el ambiente. (Ciceron D, Sánchez P y Reich S. 2006)

### **2.3.1 Objetivos de la educación ambiental**

Más allá de la educación tradicional, es decir, del simple hecho de impartir un conocimiento, la educación ambiental debe de relacionar al hombre con su medio ambiente, con su entorno y buscar un cambio de actitud, una toma de conciencia sobre la importancia de conservar para el futuro y para mejorar la calidad de vida.

La educación ambiental debe adaptarse a la realidad económica, social, cultural y ecológica de cada sociedad, para lograr alcanzar los objetivos trazados. Por ende sus finalidades variarán, de acuerdo al contexto en el cual se tracen los objetivos.

Por su parte Gutiérrez (1995), fue específico al plantear seis objetivos de la Educación ambiental:

1. Propiciar la adquisición de conocimientos para la comprensión de la estructura del medio ambiente, que susciten comportamientos y actitudes que hagan compatibles la mejora de las condiciones de vida con el respeto y la conservación del medio desde un punto de vista de solidaridad global para los que ahora vivimos en la tierra y para las generaciones futuras.
2. Propiciar la comprensión de las interdependencias económicas, políticas y ecológicas que posibilite la toma de conciencia de las repercusiones que nuestras formas de vida tienen en otros ecosistemas y en la vida de las personas que lo habitan desarrollando el sentido de responsabilidad.
3. Lograr el cambio necesario en las estructuras, en las formas de gestión y en el

análisis de las cuestiones referentes al medio que posibiliten un enfoque coherente y coordinado de las distintas políticas sectoriales en el ámbito regional, nacional e internacional.

4. Ayudar a descubrir los valores que subyacen en las acciones que se realizan en relación con el medio.
5. Orientar y estimular la participación social y la toma de decisiones tanto para demandar políticas eficaces en la conservación y mejora del medio y de las comunidades.
6. Introducir en los contextos educativos formales y no formales la educación ambiental como dimensión curricular en un proceso integrador de las diferentes disciplinas que permita un análisis crítico del medio en toda su globalidad y complejidad.

De estos objetivos se derivan los contenidos de la educación ambiental, los cuales ayudan a las personas o grupos sociales, a tomar consciencia del medio ambiente, aportándoles conocimientos que los ayudan a tener una comprensión básica del medio ambiente en su totalidad, de sus problemas; adquiriendo valores sociales que los hagan cambiar de actitud y a la vez fomentando las aptitudes necesarias para resolver problemas ambientales, para lo cual deberán explotar su capacidad de evaluar las medidas y los programas de educación ambiental en función de los factores ecológicos, políticos, económicos sociales, estéticos e institucionales, fomentando para esto la participación con un sentido de responsabilidad

### **2.3.2 Educación – concienciación**

*“La conducta humana es una consecuencia de los valores, que son reflejo de nuestros sentimientos de responsabilidad hacia los demás y con el entorno”.* (Conocimientos

Básicos en Educación Ambiental. 2003: p. 170)

Se debe de educar a los individuos para que respeten la naturaleza, así también para que sean capaces de superar el nivel de desconocimiento poco acorde con posiciones racionales frente a cualquier problema. Todos somos responsables de los problemas ambientales, aunque no seamos los causantes directos de la contaminación. Es preciso que se realicen campañas de concienciación pública, sobre las necesidades de tomar medidas colectivas e individuales que contribuyan a atenuar el problema del medio ambiente (reciclajes, consumo de agua, contaminación, entre otros). Los proyectos de conservación serán un fracaso si no hay un cambio de actitud global de la población.

Las acciones individuales y de grupo pueden influenciar en la relación entre calidad de vida humana y la condición del ambiente. No es suficiente que se comprenda los sistemas de soporte vital (reglas) del planeta; también se debe comprender cómo las acciones humanas afectan las reglas y cómo el conocimiento de estas reglas puede ayudar a guiar las conductas humanas.

## **2.4 Campaña social**

Una campaña es un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo. Una campaña se diseña como parte de una estrategia, para lograr un conjunto de objetivos y resolver algún problema crucial. Es el conjunto de actos o esfuerzos de índole diversa que se aplican para conseguir un fin determinado. Lo que hace que un grupo de mensajes forme una campaña que constituirá en su origen en una misma estrategia. (Wells W. y otros 2007)

Philip Kotler, en su libro *Social Marketing - Strategies - for changing public behavior*, hace mención sobre las campañas para el cambio de la conducta social, haciendo mención de que no son un nuevo acontecimiento: *“En la antigua Grecia y Roma las campañas fueron creadas para liberar esclavos, en Inglaterra durante la revolución*

*industrial las campañas fueron lanzadas para liberar deudores de la cárcel, promover el voto de la mujer, evitar y eliminar el abuso de los infantes en el trabajo”*

En el siglo XXI notables compañías sociales se crearon y crecieron durante esta época en América. Estas buscaban abolición, tolerancia, y por parte de la comunidad en algunos casos se buscaba una mejor calidad en la alimentación y en la regulación de luz o de drogas.

Larson (1986) clasifica a las campañas, según su contenido, en tres tipos:

- Comerciales
- Políticas y
- De Acción Social

#### **2.4.1 Acción social**

Las campañas de acción social, también, son conocidas como cívicas o de bien público. Se realizan sin fines de lucro. Con frecuencia los gobiernos, fabricantes o entidades de servicio a la comunidad o caritativas, u otras asociaciones, buscan cambiar actitudes mediante la oferta de satisfactores diferentes a un producto rentable: cultura, turismo, educación, salud. Sus fines son altruistas, invitan a obrar, a congregarse alrededor de causas importantes para conglomerados sociales: combatir la droga, fomentar los cuidados ecológicos, entre otros; cuando son patrocinadas por una empresa, generalmente se debe a que ésta intenta devolver a la sociedad parte de los beneficios que ha obtenido. (Larson 1986)

Una campaña social es un esfuerzo organizado conducido por un agente de cambio, que pretende convencer a los destinatarios de que acepten, modifiquen o abandonen determinadas ideas, prácticas y conductas sobre su vida.

Las campañas sociales combinan los mejores elementos de enfoques tradicionales.

Se puede decir que estas campañas representan una intervención que al final pretende crear un beneficio a la sociedad. Parten de las bases en donde existe un problema e intentan crear un agente de cambio por medio de programas.

### 2.4.2 La Comunicación

*“Es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes”. (Ballina Talento. 2008: p.6)*

Es el proceso que se da entre un emisor y receptor, cuyo objetivo va más allá de la sola acción de transmitir información. Requiere de una interacción recíproca entre emisor y receptor, mediante la utilización de signos, símbolos y señales.

El ser humano necesita de un sistema de signos para poder comunicarse: auditivos, visuales, táctiles, olfativos y lingüísticos. La comunicación es un proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana. *“La comunicación es el proceso de creación de entendimiento compartido”* (Barker. 2001: p. 4)

Es una actividad de naturaleza humana que conlleva la creación y publicación de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para generar cambios de conducta de alguna u otra manera en el comportamiento de los individuos y en la organización y desarrollo de los sistemas sociales.

La comunicación debe de incluir los siguientes elementos que intervienen en un acto comunicativo, los cuales son: (oceanodigital.oceano.com)

- **Emisor:** sujeto del cual se origina la información que se desea transmitir.
- **Receptor:** destinatario de la información transmitida por el emisor.
- **Mensaje:** información que se desea comunicar
- **Código:** conjunto o sistema de signos (palabras, imágenes, sonidos, et.) que se

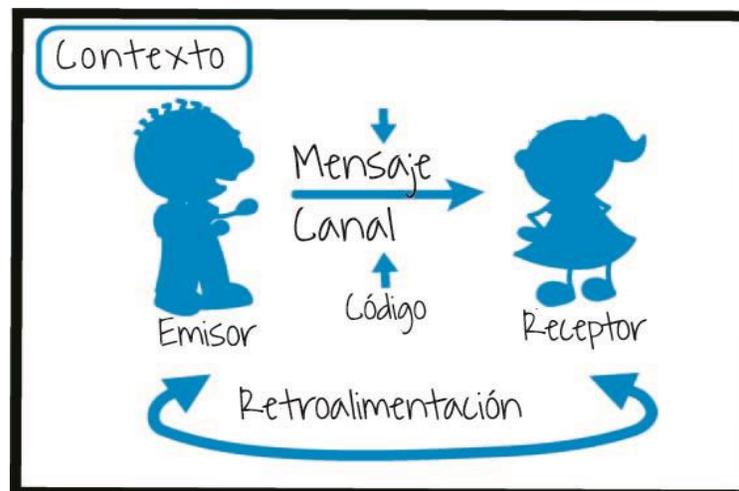
combinan entre sí para poder comunicar el mensaje. Tanto el emisor como el receptor, deben de conocer el código que se utiliza, para luego poder interpretarlo.

→ **Canal:** medio físico, a través del cual se transmite el mensaje.

→ **Contexto:** conjunto de circunstancias que rodean el acto comunicativo.

→ **Retroalimentación:** respuesta del receptor que envía de regreso al transmisor.

**Imagen 1**  
**Elementos de la comunicación**



Fuente: elaboración propia.

#### 2.4.2.1 Un buen comunicador

*“La comunicación es una muestra del pensamiento de una persona”* (Barker 2001: p. 15) La habilidad que posee una persona para comunicarse, depende en gran medida de la educación que ha recibido a lo largo de toda su vida, así también, dependerá del contexto, inclusive de la jerarquía que ocupe en cada relación. Ya que no es lo mismo si se es padre o hijo, jefe o subordinado, capitán o suplente.

La formación académica es importante, pero más importante es la formación de vida. Alguien que estudió matemáticas pero creció en un hogar en donde sus padres poseían

habilidades para comunicarse, tendrá mayores posibilidades de ser un buen comunicador que alguien que estudió un doctorado en comunicación, pero no tuvo ese tipo de vivencia y ejemplos dentro de su familia. (García, Miguel Ángel 2010)

Un buen comunicador debe de estar dotado de seguridad, en cada una de sus acciones y elocuencias, poseer plena confianza en sus experiencias y vivencias que lo han llevado a ser la persona que es.

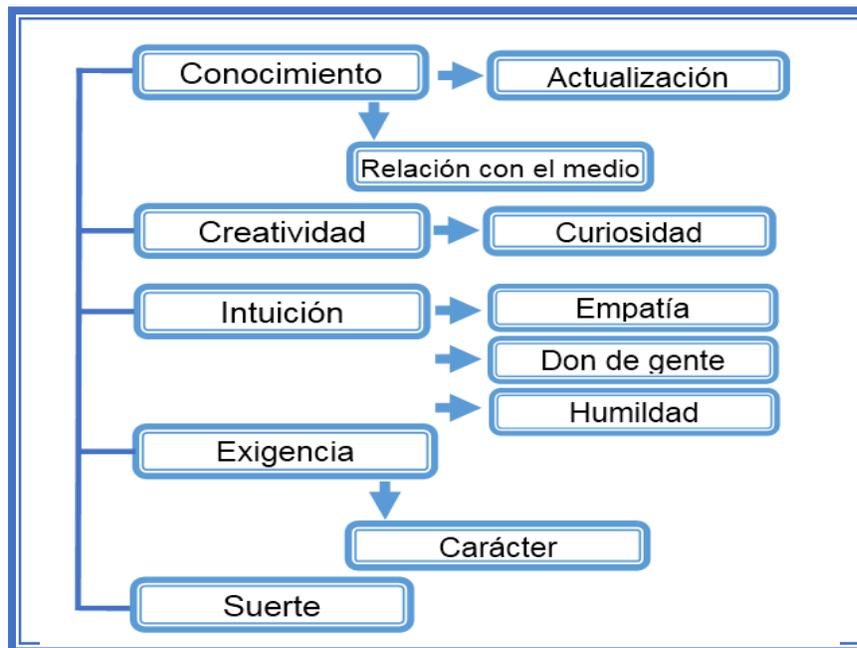
(García, Miguel Ángel. 2010) Establece en su libro: *La Caja de las Palabras Exactas*, doce características fundamentales que todo comunicador eficiente debe de poseer:

1. Conocimiento: le permite crear un plan comunicacional efectivo, es una característica meramente informativa.
2. Intuición: se refiere al grado de sensibilidad que se posea, respecto al exterior.
3. Don de Gente: permite el desarrollo de relaciones naturales, es una cualidad innata (también puede ser adquirida), permitiendo un mejor flujo de información y comunicación.
4. Humildad: *“la humildad produce indiferencia, y la indiferencia hace bajar la guardia a aquel que confunde el puesto de trabajo con el campo de batalla”*.
5. Actualización de conocimientos: permite mantenerse al margen de todo proceso, siendo competente siempre.
6. Relación con el medio: permanecer siempre preparado, para que al ejecutar los conocimientos se haga de forma eficiente, adquiriendo experiencia y mayor confianza.
7. Empatía: está relacionada con la intuición, ya que permite observar la realidad desde otro punto de vista totalmente diferente.
8. Curiosidad: *“La curiosidad es un plus que ha de estar siempre conectada, dentro y fuera del trabajo”*. Conduce a indagar e investigar.
9. Creatividad: cualidad que conduce a generar cambios, a hacer modificaciones que brinden originalidad.
10. Exigencia: Ser capaz de exigirse así mismo, así también, exigir al grupo de

personas con la cual se trabaja.

11. Suerte: *“Con cuya presencia tenemos que contar, aunque nunca establecer una relación de dependencia, y a la que, cuando se conoce un poco, en cierta forma también se puede manipular”.*
12. **Carácter:** esta característica se forma gracias a la experiencia y a la confianza en sí mismo. Para poder proyectarse con los demás, primero se debe de convencer y entusiasmar a sí mismo.

**Cuadro 1**  
**Elementos básicos de**  
**un buen comunicador**



Fuente: elaboración propia, en base a La Caja de las Palabras Exactas (García, Miguel Ángel 2010)

La intuición y el sentido común son dos elementos indispensables, de los cuales debe de estar dotado todo buen comunicador. El sentido común es una normalidad compartida, que proporciona un equilibrio y que solidariza, en circunstancias similares. La intuición se obtiene por medio del trabajo, la observación, la atención. Tanto el sentido común, como la intuición son el resultado de los aprendizajes (empíricos,

sistemáticos y experimentales) adquiridos a lo largo de la vida que permiten una mejor percepción de la realidad.

*“Debemos transmitir con originalidad, en el momento, lugar y forma oportunos, lo que está disperso en el inconsciente colectivo para que nuestras acciones marquen la diferencia. Toda información tiene su momento, forma y lugar exactos, sin que ello suponga que deba alcanzar al mayor número de personas posibles”.* (García, Miguel Ángel, 2010: p. 7)

Ser personas humildes permitirá que poco a poco las puertas se vayan abriendo. A pesar de que ésta cualidad es considerada un elemento de debilidad, resulta ser todo lo contrario, la humildad es una forma de demostrar conocimiento y madurez, que permite manejar con agilidad y sensatez los problemas de la vida.

Todo buen comunicador debe de actualizar constantemente sus conocimientos, para poder transmitir el mensajes deseado, es un proceso base que se va realizando constantemente, sufriendo transformaciones de acuerdo a lo que la sociedad exige. Ahora más que nunca, se poseen nuevas posibilidades, así también, nuevos retos que hay que saber superar. Quien se dedica a ser comunicador, debe de estar a la altura de los nuevos cambios que surgen constantemente.

### **2.4.3 Estrategia publicitaria**

La estrategia publicitaria busca diseñar una campaña que permita lograr una respuesta concreta que se desea provocar en el público objetivo seleccionado, tanto la estrategia creativa, como la estrategia de medios, juegan un papel protagónico. Para lograr influenciar en las actitudes y decisiones del público objetivo, primero se debe de analizar cuidadosamente las preferencias del mismo, y luego anunciar lo que desea encontrar.

*“Es poco probable que los anuncios reciban la atención comprometida del público, así*

*como lo hacen con las noticias y el entretenimiento. Por eso, los escritos de publicidad deben capturar la imaginación de una mente indispuesta y transferir enteramente una nueva perspectiva en menos de treinta segundos” (Roy H. Williams. P.114).*

Para crear una estrategia publicitaria efectiva, se debe de tener claro el mensaje que se desea transmitir, así también a aquellas personas que se desea que llegue la información. Su eficacia se medirá en el cumplimiento de sus objetivos trazados.

Las Etapas de una campaña de comunicación. (Báez Evertsz 2000)

1. Se debe de tener claro los objetivos (qué se desea comunicar).
2. Recopilación de información.
3. Determinar el eje de la campaña.
4. Creación de la propuesta única de venta.
5. Enfocarse en aquellas personas, a quienes se desea que llegue el mensaje (público objetivo).
6. Estimar el presupuesto, con el cual se debe de contar para sufragar gastos de la estrategia (cómo se distribuirá).
7. Elaborar un correcto diseño del mensaje.
8. Qué medios de comunicación se van a utilizar.
9. Cuándo y durante cuánto tiempo se va a comunicar el mensaje.
10. Control y evaluación.

Es importante crear una estrategia de comunicación que resulte apropiada y efectiva para alcanzar aquellos objetivos que se han trazado. La Estrategia servirá como un mapa de carretera, que guiará al éxito o al fracaso de una campaña publicitaria, es por ello la importancia de generar prudentemente una estrategia comunicacional.

Los diez elementos anteriormente mencionados, constituyen la base fundamental de toda estrategia. Primero que nada se deben de establecer los objetivos de forma clara, para poder dirigirse a un público objetivo específico. De acuerdo a estos dos elementos

se debe de diseñar el mensaje, estimando todas las barreras de la comunicación que se pudiesen presentar. Posterior a ello se debe de evaluar el medio de comunicación más adecuado para transmitir el mensaje, así también el tiempo de duración del mensaje y el tiempo que permanecerá al aire.

#### **2.4.3.1 Elementos de la estrategia publicitaria**

Una campaña publicitaria es el *“conjunto de acciones publicitarias y/o mercadológicas que tienden a comunicar los beneficios específicos de un producto o servicio”*. (Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad –UGAP-)

Los elementos que se deben de tomar en cuenta para su estructuración, son los siguientes:

1. La Estrategia Creativa: generar estrategias originales, que denoten creatividad, proyectando el mensaje de forma profunda y auténtica. *“Las Palabras son eléctricas, deben ser seleccionadas según el voltaje emocional que llevan”* (Roy H. Williams. P.12). El mensaje debe de ser presentado de forma creativa, ya sea de forma oral o bien escrita, las palabras a utilizar deben de ser seleccionadas cuidadosamente.
2. La Estrategia de Medios: *“Cuáles son los medios de comunicación estratégicamente más adecuados para su producto o servicio, cuál será la frecuencia y el alcance de los mismos”* (Melgar Luis 2010: p. 35) Se debe de seleccionar cuidadosamente el medio que se utilizará para dar a conocer el mensaje.

Toda publicidad debe tomar en cuenta la opinión del cliente, debe enfocarse a lo que el cliente quiere escuchar o ver, no a lo que el publicista quiere decir. Hay que ofrecer y comunicar el beneficio que la audiencia quiere oír. Una estrategia publicitaria, debe de ser capaz de persuadir, lo logrará cada vez que el receptor capte un beneficio real.

A continuación se presenta en el siguiente cuadro, los aspectos que debe de incluir una estrategia creativa.

**Cuadro 2**  
**Aspectos importantes en una**  
**estrategia creativa**

<b>ESTRATEGIA CREATIVA</b>	
<b>A</b>	<b>El Problema</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. El hecho clave (problema que se pretende solucionar)</li><li>2. El problema de mercadotécnica que puede resolver la publicidad.</li></ol>
<b>B</b>	<b>La Estrategia Creativa</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Qué es el producto o servicio?<ol style="list-style-type: none"><li>a. ¿En realidad?</li><li>b. ¿Tal y como se percibe?</li></ol></li><li>2. ¿Quiénes son los prospectos?<ol style="list-style-type: none"><li>a. Geografía.</li><li>b. Demografía.</li><li>c. Psicografía.</li><li>d. Modelos de los medios de comunicación.</li><li>e. Modelos de compra/uso.</li></ol></li><li>3. ¿Quién es la competencia principal?</li><li>4. ¿Cuál es el beneficio competitivo para el consumidor?</li><li>5. ¿Cuál es el apoyo para el beneficio? ¿La razón del por qué?</li><li>6. Exposición del incentivo para el mercado meta.</li><li>7. ¿Qué es el tono de la publicidad?</li><li>8. ¿Qué es el objetivo del comunicador?<ol style="list-style-type: none"><li>a. ¿Qué es el punto principal?</li><li>b. ¿Qué acción es necesaria emprender?</li></ol></li></ol>

Fuente: Elementos Esenciales de la Estrategia Publicitaria 1992

### **2.4.3.2. Creatividad**

La creatividad es la capacidad de crear, de producir cosas nuevas y valiosas, es la capacidad de un cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original. La actividad creativa debe ser intencionada y apuntar a un objetivo.

La creatividad es el principio básico para el mejoramiento de la inteligencia personal y del progreso de la sociedad y es también, una de las estrategias fundamentales de la evolución natural. Es un proceso que se desarrolla en el tiempo y que se caracteriza por la originalidad, la adaptabilidad y por sus posibilidades de realización concreta.

Dentro del proceso de comunicación, no se debe de actuar como simple receptor o emisor, *“No basta con elaborar un mensaje que llegue al individuo sin más. Lo que creamos hoy tiene que ser intrínsecamente social. Contenidos que demanden una reacción y tengan una interfaz social clara. Contenidos que animen a jugar, participar y transmitirlos. Contenidos que conecten a las personas entre sí, así como a las personas y a las marcas. Contenidos que construyan comunidades de marca”*. (DDB. La Creatividad Social. P. 04)

Creatividad es la producción de una idea, un concepto, una creación o un descubrimiento que es nuevo, original, útil y que satisface tanto a su creador como a otros durante algún periodo.

### **2.4.3.3. Los medios de comunicación**

Los medios de comunicación son el canal que mercadólogos y publicistas utilizan para transmitir un determinado mensaje a su mercado meta, por tanto, la elección del o los medios a utilizar en una campaña publicitaria es una decisión de suma importancia porque repercute directamente en los resultados que se obtienen con ella.

Tanto mercadólogos como publicistas deben conocer cuáles son los diferentes tipos de

medios de comunicación, en qué consisten y cuáles son sus ventajas y desventajas, con la finalidad de que puedan tomar las decisiones más acertadas al momento de seleccionar los medios que van a utilizar.

#### **2.4.3.3.1 Tipos de Medios de Comunicación:**

En primer lugar, cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos (según los tipos de medios de comunicación que engloban)

1. Medios Masivos: son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios medidos. (O'Guinn y otros, 1999).
  - ✓ ATL - Above The Line (sobre la línea): las siglas en inglés hacen referencia a toda la publicidad que se realiza a través de medios publicitarios tradicionales, con la finalidad de alcanzar el mayor número de audiencia posible. Por ser publicidad de carácter masivo posee un alto costo, dependiendo del alcance del medio utilizado. Televisión, radio, periódicos, paradas de autobuses, entre otros. (Publicidad “anotaciones de clases”, ECC. USAC. 2010)
  
2. Medios Auxiliares o Complementarios: estos afectan a un menor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios no medidos. (O'Guinn y otros, 1999).
  - ✓ BTL - Below The Line (bajo la línea): herramienta publicitaria que emplea maneras de comunicación con altas dosis de creatividad, sorpresa y sentido de oportunidad. Creándose novedosos canales para comunicar mensajes de manera diferente. Dirigida a segmentos específicos y directos. (Publicidad “anotaciones de clases”, ECC. USAC. 2010)

3. Medios Alternativos: Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. (O'Guinn y otros, 1999).

- ✓ TTL - Through The Line (a través de la línea): estrategia publicitaria que mezcla el ATL y al BTL como una sola técnica. Busca generar una estrategia de comunicación de 360° para promocionar al público objetivo un producto o servicio.
- ✓ ETL – Extract Transform Load (extraer, transformar, cargar): con estas siglas se hace referencia al movimiento y transformación de datos. Consiste en el proceso que permite a las organizaciones mover datos desde múltiples fuentes, reformatearlos y cargarlos en otra base de datos con el objeto de analizarlos, facilitar el movimiento de los datos y la transformación de los mismos, integrando los distintos sistemas y fuentes en la organización moderna. (Publicidad “anotaciones de clases”, ECC. USAC. 2010)

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Metodología de investigación**

Para la recolección de datos del presente estudio se utilizó una investigación exploratoria para conocer la conducta del público objetivo (G.O) con lo que se estableció la estrategia publicitaria adecuada para lograr un cambio de conducta a favor del cuidado del medio ambiente.

##### **3.1.1 Método deductivo**

Se realizó la investigación partiendo de datos generales, con la finalidad de ir poco a poco centrándose en el tema específico, el cual consiste en elaborar una estrategia de educación ambiental, para los estudiantes del campus central de la USAC.

##### **3.1.2 Método analítico-sintético**

Éste método fue necesario en la consulta de material bibliográfico, tales como libros, documentos, revistas, periódicos y sitios en internet con información relacionada a educación ambiental y planificación estratégica para luego realizar la aplicación del análisis y síntesis.

#### **3.2 Objetivos**

##### **3.2.1 Objetivos generales**

Estudiar el comportamiento de los estudiantes sancarlistas, con relación al tema de conciencia ambiental.

### 3.2.2 Objetivos específicos

- Determinar el porcentaje de estudiantes de primer ingreso, de las carreras sociales humanísticas de la USAC, que poseen conciencia ambiental.
- Descubrir si los estudiantes de primer ingreso de la USAC de las carreras sociales humanísticas están conscientes de las consecuencias que acarrea el deterioro ambiental.
- Evidenciar si el estudiante ha percibido el apoyo que la USAC da al tema de educación ambiental.
- Descubrir el grado de aceptación que tendría una campaña de educación ambiental dentro del campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el estudiante sancarlista de primer ingreso.

### 3.3 Técnicas

Para efecto de la investigación se empleó la recopilación bibliográfica documental, la encuesta y la observación.

→ **Recopilación bibliográfica documental**

Se consultó diferente material que posee validez científica, para estructurar el proyecto de investigación.

→ **Observación**

Se realizó el registro sistemático de los patrones conductuales de los estudiantes del campus central, respecto al tema de Educación Ambiental. Con el fin de obtener información de primera mano, que aporte elementos de juicio para la investigación.

→ **Cuestionario**

Mediante una serie de interrogantes planteadas en preguntas escritas se recabó información importante para nutrir el proyecto de investigación.

### **3.4 Instrumento**

Para efecto de la investigación se empleó los siguientes instrumentos:

→ **Fichaje**

Se llevó a cabo el registro de información y material bibliográfico para tener un mejor control y orden.

→ **Cuestionario**

Se administraron boletas a la muestra que se determinó.

### **3.5 Universo**

Para efectos de este estudio se estableció como universo a los 11,604 estudiantes de primer ingreso de las carreras sociales humanísticas, inscritos en el año 2013 en la Universidad de San Carlos de Guatemala, dentro del Campus Central. (Ver tabla 1).

Al ser estudiantes de primer ingreso cuentan con una mentalidad fresca, abierta, con disposición de aprender. Si a lo anterior se le suma la particularidad de pertenecer a una carrera enfocada al estudio del comportamiento humano, a su desenvolvimiento en la sociedad, es decir, a una carrera social humanística, el estudiante posee mayor vulnerabilidad de ser persuadido con respecto al tema de concienciación ambiental.

Es por ello que se eligió a este grupo de estudiantes como universo de estudio, gracias a que poseen características útiles para alcanzar los objetivos planteados.

A continuación se presenta una tabla en donde se encuentra la distribución de estudiantes de primer ingreso y reingreso, inscritos en el año 2,013 en las distintas carreras sociales humanísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Tabla 1**  
**Registro de estudiantes inscritos en el año 2013**  
**en carreras sociales humanísticas**

ESTUDIANTES INSCRITOS EN EL AÑO 2013 EN CARRERAS SOCIALES HUMANÍSTICAS				
No.	Carrera Social-Humanística	1er. Ingreso	Reingreso	Total
1	Facultad de Ciencias Económicas	1,663	18,936	20,599
2	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales	1,817	16,049	17,866
3	Facultad de Humanidades	6,903	21,552	28,455
4	Escuela de Historia	143	998	1,141
5	Escuela de Trabajo Social	125	916	1,041
6	Escuela de Ciencias de la Comunicación	416	4,188	4,604
7	Escuela de Ciencia Política	130	1,378	1,508
8	EFPEM	339	3,588	3,927
9	Escuela de Ciencias Lingüísticas	68	409	477
TOTALES		<b>11,604</b>	<b>68,014</b>	<b>79,618</b>

Fuente: elaboración propia en base a datos del Departamento de Registro y Estadística USAC.  
(Morales. 2013 Sección de Estadística)

### 3.6 Muestra

Para determinar la muestra del universo y establecer la cantidad de boletas administradas, se hizo uso de la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas:

**Cuadro 3**  
**Fórmula de muestreo**

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

Fuente: fórmula extraída del libro Estadística. Spiegel y Larry. 2009

En donde:

→ n = Total de la población muestra.

→ Z= Curva normal (1.96)

→ P = Probabilidad de éxito (0.50)

→ N = Población (11,604)

→ E = Error muestral (0.05)

→ Q =Proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio (1 -p)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 11,604}{(11,604 - 1)*0.05^2 + 1.96^2*0.50*0.50} = \frac{11,144.4816}{29.9679} = \mathbf{371.88}$$

Aplicada la anterior fórmula se obtuvo un resultado de 371.88, a éste dato se le agregó 28.12, redondeando la cantidad a cuatro centenas exactas, contribuyendo a disminuir el margen de error y a la vez aumentar credibilidad. Se estableció una muestra de 400 estudiantes, con los cuales se trabajó para la administración de las encuestas.

### 3.7 Procedimiento

Durante los meses de mayo, junio, julio, y primera semana del mes de agosto del año 2013 se administraron 400 encuestas a estudiantes de las carreras sociales humanísticas, en su primer año de estudio en la universidad, dentro del campus central.

Se procedió a tabular la información recopilada por medio de una hoja electrónica, en la cual fue vaciada toda la información de la boleta de campo, posteriormente se elaboraron gráficas de pastel para presentar los datos y resultados obtenidos, acompañadas de sus respectivos análisis.

En base a los resultados obtenidos luego del análisis e interpretación de datos, se procedió a diseñar la propuesta de campaña de concienciación sobre educación ambiental.

### 3.7.1 Distribución de encuestas

Tomando como base el dato de estudiantes inscritos en el año 2013 (tabla 1) se construyó la siguiente tabla de datos.

**Tabla 2**  
**Guía de porcentajes para distribución de encuestas**

No.	Carrera Científica Social-Humanística	1er Ingreso 2013	Porcentaje	Encuestas Administradas
1.	Facultad de Ciencias Económicas	1,663	14.33%	57
2.	Facultad de Ciencias Jurídicas	1,817	15.66%	63
3.	Facultad de Humanidades	6,903	59.49%	238
4.	Escuela de Historia	143	1.23%	5
5.	Escuela de Trabajo Social	125	1.08%	4
6.	Escuela de Ciencias de la Comunicación	416	3.58%	14
7.	Escuela de Ciencia Política	130	1.12%	5
8.	Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media	339	2.92%	12
9.	Escuela de Ciencias Lingüísticas	68	0.59%	2
<b>TOTALES</b>		11,604	100%	<b>400</b>

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos en el departamento de Registro y Estadística.

Al aplicar una regla de tres directa:

Porcentaje por el total de la muestra, dividido 100.

$$\text{Mínimo de Encuestas} = \frac{X\% * 400}{100}.$$

Ejemplo:

$$\text{Facultad de Ciencias Económicas: } \frac{14.33\% * 400}{100} = 57$$

Se generó la columna “Encuestas a Administrar”, la cual sirvió para establecer las encuestas que se administraron en cada unidad académica. La última columna muestra el total de encuestas reales que se ejecutaron.

## CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 4.1 Presentación de datos

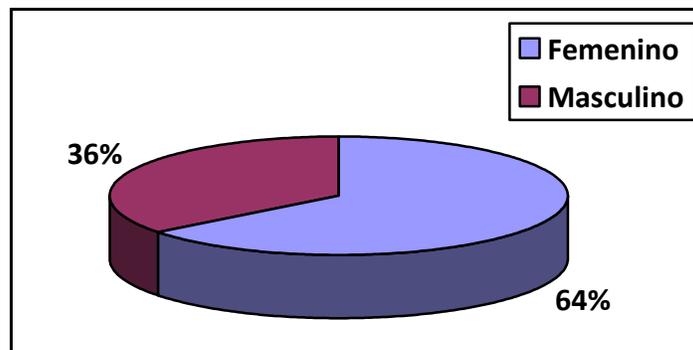
A continuación se expone la información recolectada en el estudio de campo realizado durante los meses de mayo, junio, julio y primera semana de agosto, a estudiantes de primer ingreso de las unidades académicas sociales humanísticas de la universidad de San Carlos de Guatemala, campus central.

**Tabla 3**  
**Datos demográficos: género**

Género	Estudiantes	Porcentaje
Femenino	258	64%
Masculino	142	36%
Total	400	100%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 1**  
**Datos demográficos: género**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo,2013

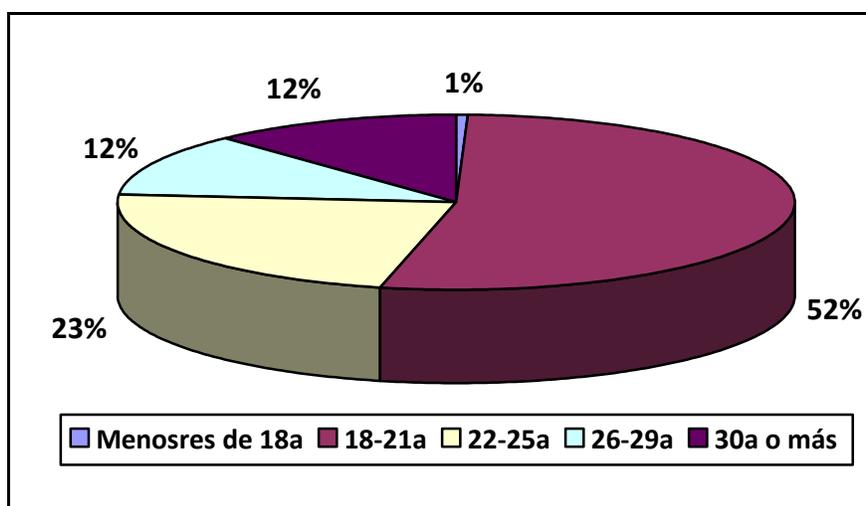
Se trató de entrevistar a la misma cantidad de hombres y mujeres; sin embargo, se contó con la participación de mayor número de mujeres debido a que dentro de los salones de estudio que se visitaron, se encontró más afluencia de mujeres.

**Tabla 4**  
**Datos demográficos: edades**

Rango de edades	Estudiantes	Porcentaje
Menores de 18 años	2	1%
Entre 18 a 21 años	212	52%
Entre 22 a 25 años	91	23%
Entre 26 a 29 años	47	12%
30 o más años	48	12%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 2**  
**Datos demográficos: edades**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

El porcentaje mayor de la población estudiantil encuestada está comprendida entre las edades de 18 a 21 años, representando el 52%, el siguiente rango de edades que posee mayoría notable es el de 22 a 25 años, representando un 23%, mientras que el 24% restante está fraccionado entre las demás edades, siendo el de menor población, el de estudiantes que aún no han alcanzado la mayoría de edad, 1%.

#### 4.1.1 Respuestas cerradas.

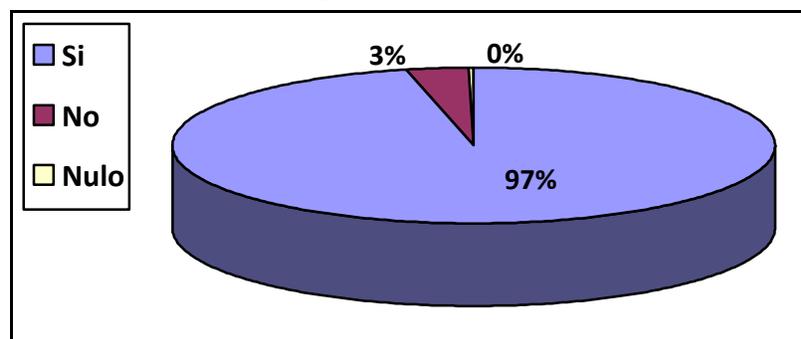
Cada boleta que se administró contó con 10 preguntas, las cuales tenían respuestas preestablecidas de selección, en donde el estudiante de primer ingreso debía de elegir la opción que le pareciera afín a sus conocimientos y/o manera de pensar. A continuación se presentan cada uno de los datos obtenidos ordenados en tablas de tabulación, acompañadas de su respectiva gráfica.

**Tabla 5**  
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:**  
**¿Sabe usted qué es el medio ambiente?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
Si	386	97%
No	13	3%
Nulo	1	0%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 3**  
**¿Sabe usted qué es el medio ambiente?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

El 97% de la población encuesta respondió que sí sabía el significado de medio ambiente, al expresar la justificación de su respuesta, la mayoría coincidió en decir: "es todo lo que nos rodea", algunos reforzaron esta misma respuesta al afirmar que es la naturaleza en donde el ser humano vive y se desarrolla. Mientras que una minoría

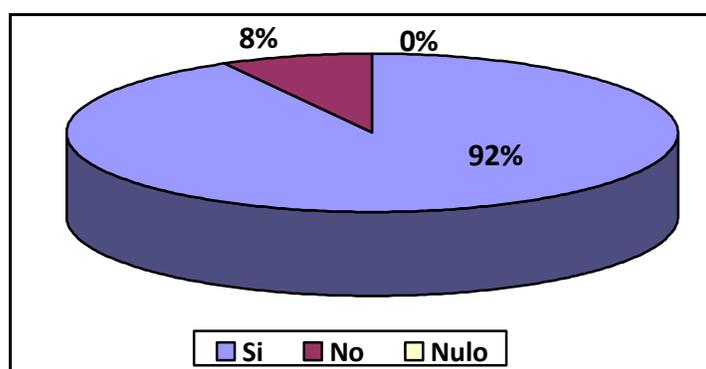
prefirió no justificar su respuesta. El 3% reconoció no saber el significado de la pregunta, sin justificar su respuesta, solamente un estudiante de los encuestados prefirió no contestar la pregunta.

**Tabla 6**  
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:**  
**¿Sabe cuáles son las consecuencias del deterioro ambiental?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
<b>Si</b>	368	92%
<b>No</b>	32	8%
<b>Nulo</b>	0	0%
<b>Total</b>	400	100%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 4**  
**¿Sabe usted cuáles son las consecuencias del deterioro ambiental?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

Las consecuencias del deterioro ambiental es un tema que la mayoría de la población encuestada afirma saber, el 92% respondió que sí, justificando su respuesta con enunciados como: pérdida de la capa de ozono, calentamiento global, perdida de los recursos naturales, tierra erosionada, enfermedades, derretimiento de los polos, cambios climáticos, extinción de la vida, catástrofes naturales, contaminación, deficiencias económicas, entre otras. El 8% negó saber cuáles son las consecuencias, respaldando lo anterior en no tener una idea clara y exacta. Mientras que el porcentaje

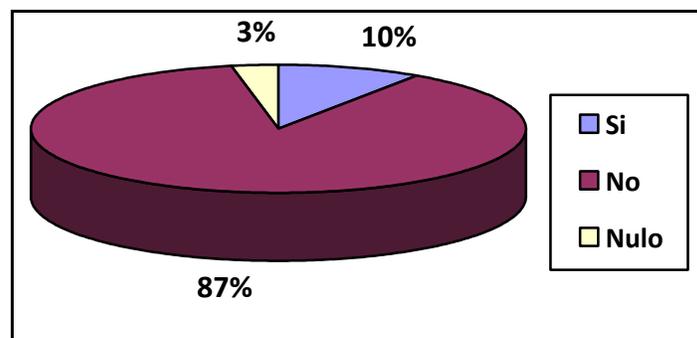
restante prefirió no responder.

**Tabla 7**  
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:**  
**¿Cree que los guatemaltecos poseen conciencia ambiental?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
Si	38	10%
No	350	87%
Nulo	12	3%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 5**  
**¿Cree que los guatemaltecos poseen conciencia ambiental?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

Un 87% de 400 estudiantes encuestados, opinaron que los guatemaltecos no poseen conciencia ambiental, afirmando que la falta de cultura, educación y conciencia ambiental se refleja en basureros que se forman al tirar la basura en cualquier lado, el deterioro de la capa de ozono, agotamiento de los recursos naturales, entre otros; gracias al poco o nulo interés que tanto ciudadanos como autoridades han puesto. Un 10% opinó que en los guatemaltecos si existe educación ambiental, pero en el razonamiento de su respuesta hicieron mención de que no todos tienen esa conciencia ambiental, o que si la tienen no la ponen en práctica. Así también expresaron: *“quizás no es su mayoría, pero sí existen personas con una conciencia ambiental”*. El 3%

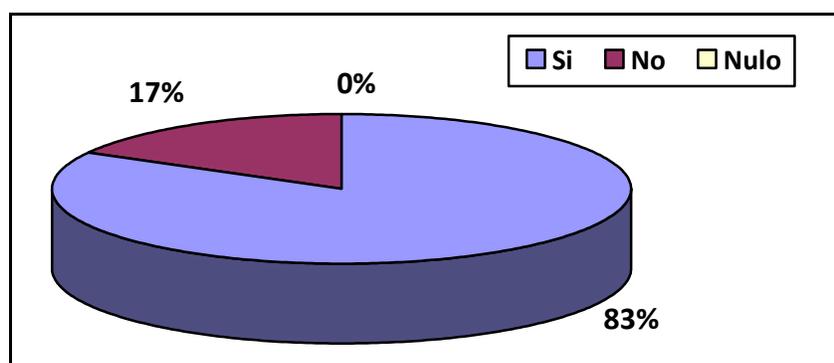
prefirió no expresar un sí, o un no, haciendo nula su respuesta.

**Tabla 8**  
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:**  
**¿Ha hecho algo por mejorar el medio ambiente?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
<b>Si</b>	332	83%
<b>No</b>	68	17%
<b>Nulo</b>	0	0%
<b>Total</b>	400	100%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 6**  
**¿Ha hecho algo por mejorar el medio ambiente?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

El 83%, que equivale a 332 estudiantes, afirma haber hecho algo por mejorar el medio ambiente. Dentro de las actividades que ha desarrollado en pro del medio ambiente están: reciclado, tirar la basura en el lugar correcto, usar de forma moderada el agua, motivarse a sí mismo y a otros sobre el cuidado de su entorno, ahorrar energía, sembrar árboles, no utilizar productos que contaminen y/o deterioren el medio ambiente. Mientras que el 17% contestó no haber hecho nada por su entorno, sin justificar su respuesta.

**Tabla 9**

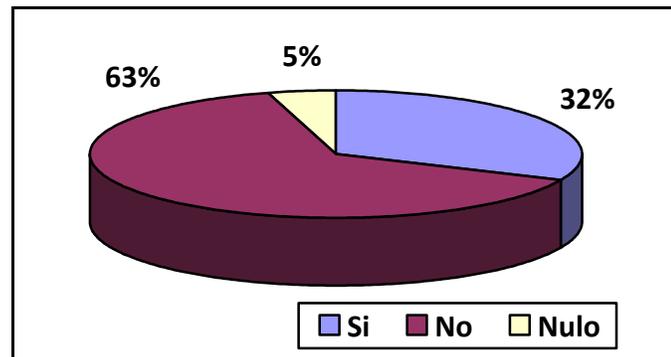
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:  
¿Considera usted, que dentro de la USAC se promueve una  
educación ambiental?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
<b>Si</b>	127	32%
<b>No</b>	255	63%
<b>Nulo</b>	18	5%
<b>Total</b>	400	100%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 7**

**¿Considera usted, que dentro de la USAC se promueve una educación ambiental?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

El 32% de los encuestados afirmó que dentro de la USAC se promueve una educación ambiental, comentando en el razonamiento de su respuesta que existen botes de basura dentro del campus, limpieza de áreas verdes y siembra de árboles. El 63% afirma que la USAC no promueve la educación ambiental, expresando que: “Nadie hace nada”, “no existen campañas que lo promuevan”, “yo no he escuchado ni visto nada al respecto”, así también la mayoría comenta, que dentro de algunos cursos se habla del tema pero no se hace nada, hay muchos estudiantes que fuman dentro del campus, contaminando el aire y oxígeno que se respira. El 5% prefirió no opinar al respecto.

Tabla 10

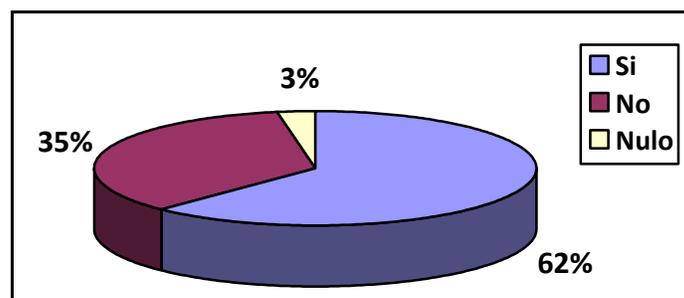
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:  
¿Se considera parte del problema del deterioro ambiental?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
Si	249	62%
No	140	35%
Nulo	11	3%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

Gráfica 8

**¿Se considera parte del problema del deterioro ambiental?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

El 62% sí se consideraban parte del problema del deterioro ambiental, cada persona ha hecho algo mal para el ambiente, al ser partícipes del consumo de productos que deterioran el ambiente, al prestarle poca importancia a la contaminación que existe, hacer uso de tecnología que contribuye a la pérdida de los recursos naturales y contaminación ambiental, entre otros. El 35% no se considera parte del deterioro del ambiente, justificando su respuesta con los siguientes comentarios que coincidieron entre uno y otro encuestado: “Intento no contaminar”, “no contaminao igual que las fábricas u otras personas”, “pongo mi granito de arena, “cuando ensucio procuro limpiar”. El 3% dejó en blanco su respuesta.

**Tabla 11**

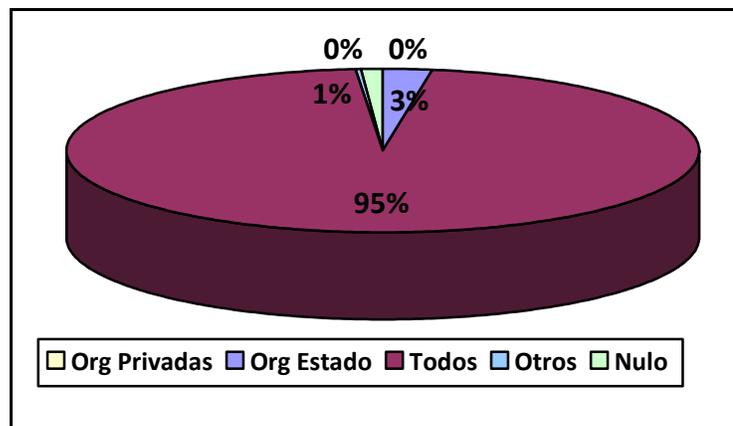
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:  
¿Quién es el responsable de proteger el medio ambiente?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
Organizaciones Privadas	0	0%
Organizaciones Del Estado	10	3%
Todos	384	95%
Otros	2	1%
Nulos	4	1%
Total	400	100%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 9**

**¿Quién es el responsable de proteger el medio ambiente?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

De acuerdo a la opinión de los encuestados, las organizaciones privadas quedan fuera de la responsabilidad del cuidado del medio ambiente. El 3% opina que las organizaciones del Estado son las responsables de protegerlo. El 95% considera que todos son los responsables de proteger el medio ambiente. El 1% opina que son otras las entidades que se deben de responsabilizarse del cuidado del ambiente. Dos

personas únicamente, dejaron en blanco sus respuestas, haciéndolas nulas.

**Tabla 12**

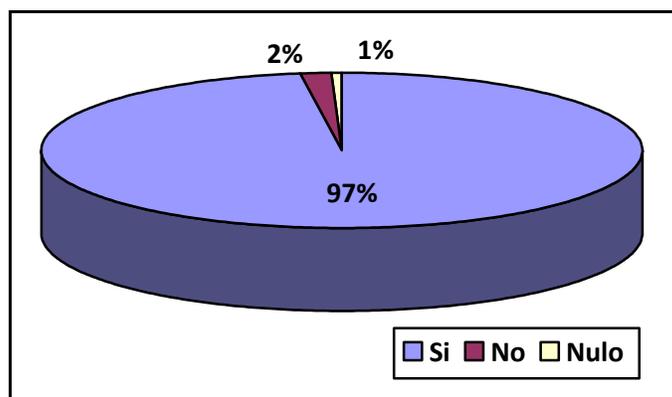
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:  
¿Puede usted contribuir a mejorar el medio ambiente?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
<b>Si</b>	391	97%
<b>No</b>	7	2%
<b>Nulo</b>	2	1%
<b>Total</b>	400	100%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 10**

**¿Puede usted contribuir a mejorar el medio ambiente?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

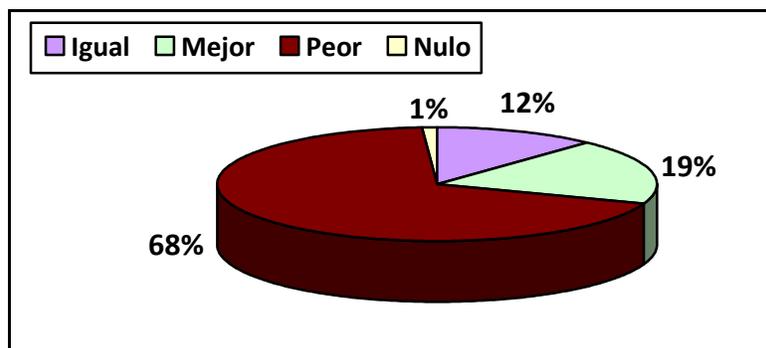
El 97 % está de acuerdo en que puede contribuir de una u otra forma a mejorar el medio ambiente, por medio del reciclaje, usar de forma moderada los recursos naturales, evitar el uso de químicos que deterioran el ambiente, reducir a lo menos posible el uso de vehículos que contaminan el ambiente, sembrar árboles, ser ejemplo para los demás, entre otras. El 2% no considera posible ayudar a que el medio ambiente mejore, sin expresar algún razonamiento al respecto.

**Tabla 13**  
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:**  
**¿Cómo visualiza el medio ambiente a futuro?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
Igual	48	12%
Mejor	74	19%
Peor	274	68%
Nulo	4	1%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 11**  
**¿Cómo visualiza el medio ambiente a futuro?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

El 12% visualiza que en un futuro, el problema del medio ambiente estará igual que en el presente, argumentando que no hay quien se preocupe por esto, no existe conciencia ambiental y que el hombre en lugar de ayudar, empeora la situación. No se vislumbra un progreso, sino más bien un estancamiento.

El 19% considera que el medio ambiente mejorará, con la esperanza de que las nuevas generaciones hagan algo al respecto, siempre y cuando haya un cambio, con ayuda de la educación, la motivación, promoción y la información se puede lograr que todo cambie para bien.

El 68% opina que el medio ambiente se encontrará en peores condiciones que en el presente, argumentando que existe un déficit en la educación, que es difícil cambiar la forma de pensar y actuar, porque cada vez existe más población pero menos educación. El 1% no supo que responder, por lo tanto quedó nulo.

**Tabla 14**

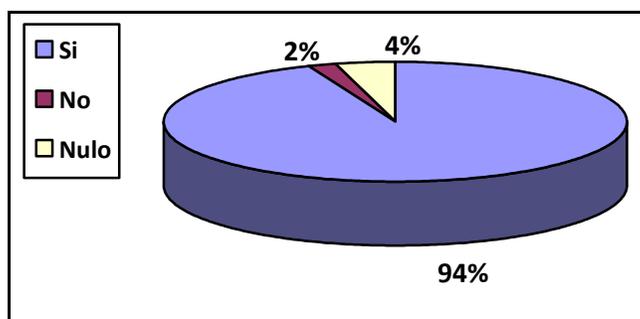
**Tabulación de las respuestas a la pregunta:  
¿Considera que la USAC podría contribuir a la mejora del medio ambiente a través de una campaña de concientización?**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
<b>Si</b>	375	94%
<b>No</b>	8	2%
<b>Nulo</b>	17	4%
<b>Total</b>	400	100%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 12**

**¿Considera que la USAC podría contribuir a la mejora del medio ambiente a través de una campaña de concientización?**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

El 94% de estudiantes encuestados considera que una campaña de concientización puede contribuir a mejorar el medio ambiente, el 2% opina que no ayudará en nada y un 4% decidió no contestar y dejar en blanco la respuesta.

#### 4.1.2 Respuestas abiertas

Cada encuesta contó con 10 preguntas, de las cuales, solamente 8 tenían la opción de agregar un razonamiento o justificación (ver anexos). El total de las encuestas administradas fueron 400.

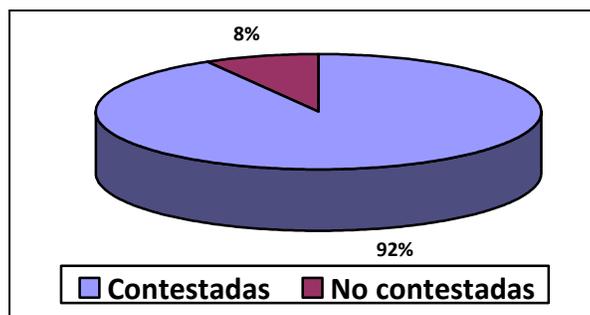
Al multiplicar las 400 encuestas con las 8 preguntas de cada cuestionario, se tiene un total de 3,200 preguntas que corresponden al conjunto de preguntas abiertas. De las cuales, únicamente 266 (8%) no fueron contestadas, mientras que 2,934 (92%) sí.

**Tabla 15**  
**Tabulación de respuestas abiertas**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
Contestadas	2,934	92%
No contestadas	266	8%
Total	3,200	100%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 13**  
**Respuestas abiertas**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013.

#### **4.1.2.1 Pensamiento del estudiante sancarlista de primer ingreso respecto al medio ambiente.**

En base a las respuestas obtenidas se construyó el siguiente resumen que engloba la manera de pensar y los conocimientos que posee el estudiante encuestado.

##### **Medio ambiente**

A través de la administración de las encuestas, específicamente en la parte en donde el estudiante expresó su pensamiento respecto al tema, se evidenció que el estudiante sancarlista de primer ingreso, en su mayoría (87%), posee el concepto del medio ambiente. Sus expresiones al respecto fueron:

1. Es todo lo que nos rodea (171 de 349)
2. Aire, agua, tierra, bosques, clima. (98 de 349)
3. Es todo aquello que respiramos, vemos y sentimos. (32 de 349)
4. Lugar en donde nos encontramos, entorno natural y artificial. (14 de 349)
5. Es la naturaleza que rodea a la humanidad y embellece al planeta, es fuente de vida. (11 de 349)
6. Permite la vida animal y vegetal, pero lo estamos destruyendo. (7 de 349)
7. Cada uno de los elementos naturales creados por Dios. (7 de 349)
8. Sistema en donde cohabitan elementos bióticos y abióticos para continuar el ciclo vital de todos los seres vivos. (5 de 349)
9. Es cada una de las fuentes que generan energía. (2 de 349)
10. Son las condiciones ambientales del equilibrio para la vida. (2 de 349)

Una minoría que equivale al 4%, admitió no saber qué es realmente el medio ambiente.

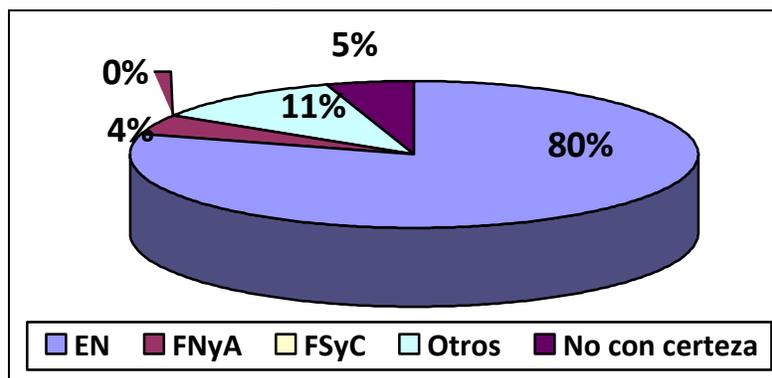
La siguiente tabla y gráfica, que a continuación se presenta, fue creada en base a los 367 estudiantes que dieron respuestas justificadas a la pregunta ¿Sabe usted, qué es el medio ambiente?

**Tabla 16**  
**Tabulación sobre el concepto del medio ambiente**

Respuesta	Estudiantes	Porcentaje
<b>Elementos de la naturaleza (EN)</b>	292	80%
<b>Factores naturales y artificiales (FNyA)</b>	16	5%
<b>Factores sociales y culturales (FSyC)</b>	0	0%
<b>Otros</b>	41	11%
<b>Admiten no saberlo con certeza</b>	18	4%
<b>Totales</b>	367	100%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013

**Gráfica 14**  
**Concepto de medio ambiente**



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el trabajo de campo, 2013.

De los 386 estudiantes que contestaron “Sí” a la primer pregunta de la encuesta (ver tabla 5), únicamente 349 razonaron su afirmación, y 18 más, admitieron tener solamente una vaga idea sobre el tema. Dando un total de 367 respuestas razonadas.

### **Consecuencias del deterioro ambiental.**

Los estudiantes de primer ingreso de las carreras sociales humanísticas que fueron encuestados, manifestaron conocer las consecuencias del deterioro ambiental, aunque una minoría de 14 estudiantes (4%), expresó no saber cuáles son las consecuencias del deterioro ambiental.

El 90% de estudiantes expresó saber las consecuencias que acarrea el deterioro ambiental, justificó su afirmación de la siguiente manera:

1. Deterioro de los bosques y de la capa de ozono. (71 de 359)
2. Escases de los recursos naturales. (56 de 359)
3. Extinción de las especies animales y plantas. (35 de 359)
4. Cambios climáticos bruscos. (32 de 359)
5. Contaminación descontrolada, basureros clandestinos. (30 de 359)
6. Sobrecalentamiento global. (29 de 359)
7. Desastres naturales. (26 de 359)
8. Mala calidad de vida. (22 de 359)
9. Desnutrición, enfermedades y muerte. (20 de 359)
10. Crisis económica, pobreza. (12 de 359)
11. Ignorancia, pérdida de la cultura del país. (11 de 359)
12. Problemas de cultivos, plagas, deterioro del suelo. (5 de 359)
13. Destrucción de los polos. (5 de 359)
14. Lluvias ácidas. (3 de 359)
15. Efecto invernadero. (2 de 359)

Evidenciaron en cada una de sus respuestas, estar conscientes que el deterioro ambiental es un problema que afecta la vida de todo ser vivo, coincidiendo unos con otros en el mismo punto, la vida cada vez se hace más difícil porque las condiciones en donde se desarrolla están estropeadas por la misma mano del hombre.

## **Conciencia ambiental en los guatemaltecos.**

Cuando se les preguntó a los estudiantes de primer ingreso respecto al tema de: conciencia ambiental en la población guatemalteca, la respuesta mayoritaria (85%) fue que no existe conciencia en la población guatemalteca, agregando a este “no”, las justificaciones siguientes:

1. No hay respeto, aún continúan tirando la basura en las calles. (99 de 339)
2. Queman basura, constantemente se observan a personas fumando lo que también hace que el ambiente se contamine. (56 de 339)
3. Todos hacen algo que afecta el entorno. (47 de 339)
4. Existe una desvalorización de la naturaleza. (35 de 339)
5. Los padres han descuidado la formación de valores de sus hijos. (30 de 339)
6. Existe desinterés e indiferencia en el tema, por parte de las y los guatemaltecos, las autoridades no hacen nada al respecto. (26 de 339)
7. Somos un país altamente consumista, por lo tanto contaminamos. (19 de 339)
8. No existe cultura de reciclaje. (12 de 339)
9. Se ha intentado pero hay poco avance. (10 de 339)
10. Cada uno limpia como cree, sin tener una educación en limpieza, ni previa organización. (5 de 339)

El listado de enunciados anteriormente descritos, hacen referencia a las respuestas que más sobresalieron, o bien engloban a las demás respuestas. Destaca principalmente la frase “*existe desinterés de parte de todos, se nota en la basura que vemos tirada por todas partes*”.

Por el contrario, el 10% de estudiantes que respondieron que sí existe conciencia ambiental en los guatemaltecos, añadieron palabras claves para dar inicio a su justificación, tales como: *tal vez, si y no, algunos, no en su totalidad, yo sí aunque los demás no*. Con esto se evidencia que el estudiante sabe que las personas que no

poseen conciencia predominan, y los que sí la poseen conforman una minoría.

1. No se puede generalizar, ya que hay algunas organizaciones que luchan en pro del medio ambiente. (10 de 38)
2. No en su totalidad, por falta de información y/o formación en los hogares. (7 de 38)
3. Son pocos los que hacen un uso eficiente de los recursos naturales. (7 de 38)
4. Tal vez, aunque hay algunos que aparentan tener conciencia y no la tienen en realidad, si se encuentran personas con preocupación por el medio ambiente, difícilmente pero si existen. (6 de 38)
5. A veces, ya que no siempre se está pendiente del tema. (4 de 38)
6. "Yo" si trato de ser consciente. (4 de 38)

### **Contribución personal al medio ambiente.**

Los estudiantes encuestados, en su mayoría (83%) contestaron a la interrogante ¿ha hecho algo por mejorar el medio ambiente? lo siguiente:

1. Tirar la basura en su lugar. (119 de 333)
2. Tratar, aunque al final siempre se consumen productos que dañan el medio ambiente. (57 de 333)
3. Fomentar en alumnos conciencia ambiental. (44 de 333)
4. Enseñar a la familia a cuidar el medio ambiente. (41 de 333)
5. Tratar de mantener en buenas condiciones el carro, para no contaminar más de la cuenta. (31 de 333)
6. Alentar a compañeros a hacerlo. (18 de 333)
7. Tirar la basura en su lugar, aunque únicamente se realice como un hábito y no por pensar en el medio ambiente. (15 de 333)
8. No talar árboles. (8 de 333)

Estas fueron las respuestas más repetitivas y a la vez significativas dentro del conjunto

de opiniones dadas por los estudiantes encuestados. La mayoría de estudiantes (83%) ha hecho algo por tratar de mejorar o bien mantener las condiciones del medio ambiente, a pesar de que algunos confesaron que lo hacían por hábito y no por pensar en el cuidado del medio ambiente. Así también, varias de las respuestas expresaban que es bastante difícil contribuir al cuidado del medio ambiente, ya que constantemente se realizan acciones que a la larga terminan contaminando el entorno, tales como: utilizar medios de transportes que contaminan con el humo que expulsan por el escape, consumir productos que contaminan (plástico, duroport, aerosoles, cigarrillos, entre otros).

Por otra parte, existe un grupo minoritario (5%) que se esfuerza un poco más en realizar acciones que mejoren las condiciones ambientales, las menciones con este tema son:

1. Reciclar y participar en voluntariados en pro del medio ambiente. (9 de 21)
2. Sembrar árboles y reciclar. (5 de 21)
3. Participar en campañas para cuidar el medio ambiente.(4 de 21)
4. Utilizar luces LED, tener una botella con agua dentro del depósito del baño. (3 de 21)

### **La USAC promueve la educación ambiental.**

Con respecto al tema de que la USAC promueve una educación ambiental, la mayoría (60%) de estudiantes que fueron encuestados estuvieron de acuerdo en opinar que la Universidad no hace lo suficiente por contribuir a mejorar el medio ambiente, sus expresiones se muestran a continuación de manera unificada y resumida.

1. Los universitarios contaminan constantemente, prueba de ellos es "*ver como dejan los salones luego de una jornada de estudios, quedan asquerosas*". (57 de 241)

2. No, porque es muy difícil que se vean campañas de concientización ambiental o algo que lo promueva y *“si las hay son muy pocas porque hasta el momento no he visto ni una”*. (42 de 241)
3. Muchos de los depósitos de basura están inservibles o bien, son insuficientes. (37 de 241)
4. Las y los estudiantes aún tiran cosas y fuman. (35 de 241)
5. Los estudiantes que si poseen conciencia, la traen desde sus hogares, y no porque la universidad lo haya promovido. (23 de 241)
6. *“No conozco programas al respecto”*. (19 de 241)
7. Existe mantenimiento y ornato dentro de la USAC, *“más no nos inculcan e involucran”*. (13 de 241)
8. Los estudios no están orientados a este tema. (10 de 241)
9. Pocas iniciativas significativas y coherentes. (3 de 241)
10. El Rector y el Consejo Superior no lo promueven. (2 de 241)

Por su parte, el 24% de la población encuestada opina que la Universidad sí promueve la educación ambiental, sin embargo hacen uso de adverbios de duda al expresarse: sí realiza conciencia, *“tal vez”* solo en carreras relacionadas con el ambiente; aunque son *“algunos”* licenciados que promueven el reciclaje falta una generalización y campañas de concientización efectivas; sí existen *“algunos”* recipientes de basura.

Una minoría del 6% afirma con certeza que la USAC si promueve la educación ambiental. *“sí, en esta encuesta”*, *“Si, en los cursos libres y en campañas”*, *“sí, por el ornato que hay dentro de la USAC”*.

### **“Tú eres parte del problema”.**

El grupo de estudiantes que fue objeto de estudio, en su mayoría (60%) admitió ser parte del problema. Reconocieron que no ponen de su parte para ayudar a que la situación mejore, utilizan aparatos que dañan el medio ambiente, alguna que otra vez han tirado basura en lugares inadecuados, existe indiferencia en el tema, se pertenece

a una cultura que influye e invita a seguir dañando el medio ambiente, no se clasifica la basura, inconscientemente se contamina, no se le hace conciencia a los demás, todos son parte de la sociedad y la sociedad en general contamina. Están de acuerdo que, mientras no se busque una solución todos continúan siendo parte del problema.

Existe también una minoría (28%) que se considera exento del problema: “trato la manera de enseñar y ayudar a nuestro país” “Hago la diferencia, tiro la basura en su lugar”.

### **Ayudando al medio ambiente**

Los estudiantes encuestados están de acuerdo en que pueden ser parte de la solución, es por ello que el 95% de los mismos, propusieron medidas para apoyar y contribuir con el medio ambiente, las cuales son:

1. Tirar la basura en donde corresponde. (140 de 380)
2. Compartiendo conocimientos y siendo ejemplo para los demás. (92 de 380)
3. Reciclando. (76 de 380)
4. Disminuir el uso de vehículos que contaminan el ambiente, y si se utilizan mantenerlos en buen estado. (33 de 380)
5. Colaborando en campañas de concienciación. (14 de 380)
6. Sembrando árboles y utilizando responsablemente los recursos naturales. (11 de 380)
7. Ser parte de un grupo activistas, en pro del medio ambiente. ( 8 de 380)
8. Reconociendo los errores cometidos, cambiando ideología. (6 de 380)

### **Visualización hacia el futuro.**

Si bien el futuro es algo incierto, sí se puede sospechar como será, en base a lo que se observa y vive en la actualidad. Los estudiantes de primer ingreso opinaron al

respecto, de manera general, que el medio ambiente en el futuro estará peor de lo que se encuentra actualmente. La tendencia que se lleva es a empeorar, los males del consumismo de los cuales la sociedad padece están llevando al planeta a sufrir de un caos total.

El aumento de la población con un déficit en la educación ambiental complica más la situación, porque no se ve un cambio positivo, por el contrario, cada día hay más contaminación, más indiferencia y conformismo, falta de voluntad y entusiasmo, escases de recursos. Razones por las cuales el estudiante está de acuerdo en que urge que se realice un cambio, urge empezar a trabajar en unidad, ya que existe mucho individualismo. Las nuevas generaciones deben de adoptar una forma de vida, en donde el cuidado del medio ambiente sea prioridad.

Lo anteriormente mencionado resume la manera de pensar de la mayoría (68%) de estudiantes de primer ingreso, los cuales demostraron estar de acuerdo en que el futuro empeorará, las condiciones de vida cada vez son menos favorables, si no se trabaja por mejorar el futuro que se está construyendo, este no contará con un medio ambiente sano y adecuado para vivir.

Una minoría que corresponde al 25% guarda la esperanza de que la situación se mantenga o bien, mejore, colocando un condicionante: *“mejorará la situación siempre y cuando se trabaje”, “Todo es posible, si le ponemos interés y voluntad”, “Mejor, siempre y cuando las personas tomen conciencia”, “Mejor, si se apoya a las campañas que se realizan”*.

### 4.3 Análisis de resultados

Como se indicó en la parte metodológica, este estudio contó con una población muestra de 400 estudiantes del primer año de estudios universitarios del área Científica Social-Humanística (Ciencias Jurídicas, Económicas, Humanidades, Historia, Trabajo Social, Comunicación, Política, EFPEM y Ciencias Lingüísticas). Del total de boletas administradas resultó que el 36% fueron pasadas al género masculino y un 64% al género femenino. Estas fueron distribuidas de forma equitativa pero resaltó que existía mayor población estudiantil femenina que masculina.

El rango de edades de los y las estudiantes encuestadas fue bastante variada, pero predominó la población joven. Estudiantes que poseen una menoría de edad únicamente fueron 2 los encuestados, a estos la escala de porcentajes no le asignó ningún valor, debido a su bajo número de agrupados.

Los estudiantes que se encuentran entre los 18 a 21 años de edad fueron 212, que corresponden al 53%, éste es el mayor porcentaje de edades que se clasificó. Estudiantes que se encuentran entre los 22 a 25 años fueron 95 los encuestados, correspondiendo a un 23%, éste es el segundo porcentaje más alto, con respecto a la clasificación de edades. En estos dos rangos se encuentra agrupada la población más joven que fue encuestada.

Los estudiantes que participaron en responder las encuestas, comprendidos entre las edades de 26 a 29 años fueron 47, lo que equivale a un 12%. Así también la población estudiantil que cuenta con 30 años o más, posee un porcentaje del 12%.

De acuerdo a las 10 preguntas realizadas dentro de las encuestas, se obtuvieron los siguientes resultados:

1. El 97% de la población posee noción del significado de medio ambiente, tiene presente que es todo aquello que rodea al hombre, en donde vive y se

desarrolla. Así también afirma que la naturaleza es parte fundamental de su medio ambiente.

Sin embargo, no tiene claro que el medio ambiente es el conjunto de circunstancia o condiciones físicas, sociales, culturales y económicas de un ser vivo que influye en su desarrollo y en sus actividades; integrado tanto por factores naturales como artificiales. ([www.rae.es](http://www.rae.es)).

2. El 92% se encuentra consciente de las graves consecuencias que arrastra el deterioro ambiental, haciendo una larga lista de diversos resultados que hoy en día se viven como consecuencia de la pérdida de recursos naturales, deterioro de la capa de ozono y contaminación ambiental. Señala al ser humano como el culpable del deterioro ambiental, a pesar de ser el principal afectado. El 8% de la población restante afirma no saber cuáles son las consecuencias del deterioro ambiental.

Tanto el 92% como el 8% están conscientes de que el medio ambiente no se encuentra en sus mejores condiciones, que el planeta tierra a través de los años ha sufrido graves cambios que perjudican la existencia de la vida. Esto se evidencia, al leer el conjunto de todas sus respuestas.

3. El 87% opina que las y los guatemaltecos no poseen conciencia ambiental, el 10% considera que sí la poseen y el 3% restante no supo que contestar. Sin embargo, todos reconocen que no se puede hablar de una totalidad como afirmación o negación respecto a la conciencia de las y los guatemaltecos, ya que siempre hay excepciones. Coinciden en que a pesar de que es una minoría, sí existen personas con conciencia ambiental.

Tanto los que opinaron diciendo que sí existe conciencia en los guatemaltecos, como los que creen lo contrario, y hasta los que no supieron que contestar, están conscientes del deterioro ambiental en que se encuentra el planeta, es a esto a

lo que se debe la poca credibilidad respecto a la consciencia ambiental. Les fue difícil tomar una decisión al respecto, esto se puede evidenciar en el razonamiento que le dieron a sus respuestas, en donde justifican su sí, o bien, su no. En ninguno de los dos casos le dan el 100% de credibilidad.

4. El 83% afirma haber hecho su granito de arena por el ambiente, el 17% no ha hecho nada por mejorar el medio ambiente. La mayoría de la población encuestada demostró interés y preocupación por el tema, lo que les permitió hacer una breve recapitulación de las actividades a favor del medio ambiente que han realizado, dándose cuenta de pequeñas acciones que han realizado y éstas han sido favorables para su entorno. Mientras que el porcentaje minoritario, mostró apatía respecto al tema, dándole poca o nula importancia, al no tomarse la molestia en justificar su respuesta.

5. El 32% considera que en la USAC si se promueve una educación ambiental, mientras que el 63% opina lo contrario. El 5% prefiere no opinar al respecto. La gran mayoría de la población encuestada opina que la USAC no promueve la educación ambiental, y si es que lo hace no se han dado cuenta, entonces quiere decir que hay deficiencia en la misma, así también comentaron, que a pesar de la existencia de botes de basura en el campus central, hacen falta más. El 32% que considera que sí se promueve la educación ambiental, comentó que se promueve mediante proyectos y cursos que están inmersos dentro de su carrera.

De lo anterior se deduce, que dentro de la USAC sí se promueve la educación ambiental, pero no como debiera, gracias a que no le presta la importancia necesaria. Es por ello que la mayoría pasa desapercibido esta deficiente promoción de educación ambiental.

6. El 62% acepta que es parte del problema del deterioro ambiental, el 35% no lo

considera así y el 3% decidió no opinar.

Con los resultados obtenidos, se puede ver que la mayoría está consciente que como miembro de la sociedad y miembro de un ecosistema, está inmerso dentro del problema ambiental. *“La conducta humana es una consecuencia de los valores, que son reflejo de nuestros sentimientos de responsabilidad hacia los demás y con el entorno”*. (Conocimientos Básicos en Educación Ambiental. 2003 Pg. 170).

El 35% no se considera parte del problema del deterioro ambiental, y el 3% que no contestó la pregunta, ambos grupos de estudiantes no tienen claro el rol que desempeñan como seres vivos, miembros de una sociedad y del medio ambiente en donde viven y se desarrollan. Por ende no se encuentra consciente de que todos los seres humanos son responsables de los problemas ambientales, aunque no sean los causantes directos de la contaminación. Las acciones individuales y de grupo pueden influenciar en la relación entre calidad de vida humana y la condición del ambiente.

7. Un 3% opina que la responsabilidad de proteger el medio ambiente la tienen las organizaciones del estado, el 95% opina que es responsabilidad de todos, mientras que el 1% no lo considera así, opina que es responsabilidad de otro, más no especifica a que otros se refiere.

Un dato alentador es ver que el 95% está consciente que el tema del medio ambiente es algo que le incumbe a todas y a todos, por tal razón, todos deben de velar porque el entorno en el cuál viven y se desenvuelven sea cuidado adecuadamente, aprovechando cada uno de sus recursos.

Mientras que un 1%, en su respuesta, muestra una evasión a su responsabilidad, cargándole la culpa a más, sin darse cuenta que todos son partícipes de la problemática.

8. El 97% afirma poder contribuir a mejorar el medio ambiente, y un 2% no puede

contribuir.

La gran mayoría de la población encuestada se encuentra de acuerdo en ser parte impulsora del mejoramiento del medio ambiente, por medio de la ejecución de diversas acciones. La conocida y célebre frase “querer es poder” sale a colación en éste texto, gracias a que, el 97% tiene interés y preocupación por esta temática, es por ello que en sus respuestas afirman su contribución, es decir que poseen el ánimo y la disposición necesaria para poder iniciar algún proyecto.

El porcentaje restante (1%), ha manifestado nulo interés por el tema, al contestar un rotundo no, respecto a la contribución de mejorar el medio ambiente, sin tan siquiera explicar sus razones de la respuesta dada.

9. El 12% considera que en un futuro, el medio ambiente se encontrará igual que ahora, el 19% opina que estará mejor. El 68% considera que peor y el 1% no emitió opinión.

El 68% de la población, tiene una perspectiva de ver el futuro un tanto pesimista, ya que considera que el planeta estará en peores condiciones que las actuales, pero en su razonamiento y/o justificación de respuesta, expresa un condicionante, el futuro se vislumbra peor si no se hace nada al respecto, dicho de otra manera, si se hace algo por el medio ambiente, entonces el futuro no será peor que el presente.

El 19% opina que se estará mejor en el futuro, de igual manera que el pensamiento anterior, coloca un condicionante. El futuro estará mejor, solo si se hace algo para cambiar el rumbo que se lleva. La diferencia entre la respuesta de un porcentaje y otro, es la perspectiva positiva que tiene esta, mientras que la anterior es negativa.

El 12% dio una respuesta apática, en donde ve el futuro de igual manera que el

presente, no predice ningún avance ni retroceso, más bien un estancamiento. Tampoco propone algo por cambiar el estado en el que se encuentra el medio ambiente, ni en el presente, ni en el futuro. Mientras que el 1% restante, demostró indiferencia al no expresar opinión.

10. El 94% considera que la USAC si puede contribuir a mejorar el medio ambiente a través de una campaña de concientización. El 2% no lo considera así, mientras que el 4% prefirió no opinar al respecto.

Como en todo, siempre existirán personas que muestren interés sobre las problemáticas en las cuales se vive; personas apáticas, que les da lo mismo si las cosas suceden o no; personas positivas, que siempre ven el lado bueno; personas negativas, que desmotivan, etc. En fin, siempre habrá diversas opiniones, pero hay un punto en el que todos y todas se unen, ya que este afecta de manera general. El tema del medio ambiente, es una problemática que afecta a todos, sin él, no hay vida. A pesar que una minoría (2%) de estudiantes mostró indiferencia, al no contestar algunas de las preguntas hechas (respuestas nulas), prevalece la gran mayoría (98%), manifestó interés sobre mejorar las condiciones ambientales, sin embargo, poseen deficiencia en el tema del medio ambiente.

Evidenciaron desconocer la complejidad del tema, según el principio de concatenación universal *“Todo se relaciona con el resto de cosas. Cuando un objeto cambia, provoca, necesariamente, una cadena de cambios que afectan a toda la realidad”*. (Velásquez Rodríguez. 2008. P.136) Por ende, hay pequeñas cosas que se hacen y que acarrear grandes consecuencias, las cuales muchas veces se pasan por desapercibidas, pero tarde o temprano vendrán a repercutir en el vida del ser humano y de la naturaleza en general.

Al hacerles la pregunta: ¿Considera que la USAC podría contribuir a la mejora del medio ambiente a través de una campaña de concientización? Se mostraron

bastante interesados, estando de acuerdo en que la universidad podría apoyar grandemente haciendo este tipo de campaña de concienciación ambiental. El 94% estuvo de acuerdo, que equivale a 375 estudiantes.

Recordando el punto número 5, en donde los estudiantes afirmaron no darse cuenta si la USAC promovía la educación ambiental, ésta es una forma práctica y eficiente en que la USAC de a conocer su interés por el medio ambiente y se la transmita a los estudiantes, para que estos sean reproductores de los conocimientos y/o prácticas que puedan adquirir.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA DE CAMPAÑA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL**

La máxima casa de estudios, acoge a miles de estudiantes, que tarde o temprano adquirirán un título universitario, con el fin de ejercer una profesión y formar parte activa de la sociedad. Todo estudiante san carlista adquiere un compromiso con la nación al ingresar en ésta casa de estudios, el ir y enseñar a todos, tal y como su eslogan lo dice.

Buscar una calidad de vida, para sí mismo y para su nación, estar dotado de una conciencia ambiental le permitirá crecer y orientar sus pensamientos a cambios profundos y significativos, no solamente a acciones por reconstruir el sistema que ya está dañado, sino a generar un sistema que garantice una vida plena y bastante prometedora.

#### **5.1 Descripción del proyecto**

Los estudiantes de la universidad de San Carlos de Guatemala, del área Científica Social-Humanística del primer año de estudios universitarios están conscientes del deterioro ambiental que actualmente se vive y las terribles consecuencias que vienen con este, a pesar de ello conocen muy poco sobre el tema y su interés por el mismo se halla dormido. Son jóvenes que de una u otra manera han hecho algo a favor del medio ambiente, pero se encuentran un tanto confundidos respecto a ¿quiénes son los causantes del deterioro ambiental? Se ven ajenos a esta responsabilidad. Durante el tiempo que llevan dentro de la universidad, no han visto ningún tipo de promoción respecto al cuidado del medio ambiente. Éstos jóvenes están anuentes a contribuir y hacer algo por el mundo en el cual viven y se desarrollan, están conscientes de que el futuro no se vislumbra bien.

Por ello florece la idea y necesidad de promover la Educación Ambiental, mediante una campaña de concienciación dirigida específicamente a la población estudiantil del área Científica Social-Humanística, de la universidad de San Carlos de Guatemala, qué

despierte su interés y los impulse a generar cambios de actitudes, para que se vean reflejados en cambios positivos para el medio ambiente. Se busca concientizarlos para que aporte un granito de arena en el cuidado de su entorno, incentivándoles a ser agentes del cambio, a contribuir al progreso así también, al mejoramiento del país mediante el cuidado de su entorno.

## **5.2 Reto**

Se busca generar una campaña de concientización ambiental efectiva para concebir un cambio de conducta en el estudiante san carlista, tanto en lo que respecta a su forma de actuar y comportarse, como a la manera en que se proyecta con los demás. Incentivarle a formar parte del cambio que se requiere.

Se persigue concientizar al estudiante de primer ingreso, haciéndole ver que las pequeñas acciones que cada uno puede hacer cada día, ayudará a cuidar el medio ambiente. Y si pequeñas acciones traen grandes cambios, cuanto más se logrará con acciones elaboradas en pro del ambiente.

## **5.3 Grupo objetivo**

Jóvenes del primer año de estudio universitario, del área Científica Social-Humanística, jornadas; vespertinas, nocturnas y sabatinas. Conscientes de que se debe de trabajar por mejorar el medio ambiente.

### **5.3.1 Perfil socioeconómico**

Múltiple y variado, sin embargo lo que se trabajará es de interés general, sin importar la condición económica a la cual pertenecen.

### **5.3.2 Perfil geográfico**

- Región: Ciudad capital
- Área: Urbana
- Clima: Templado

### **5.3.3 Perfil demográfico**

- Edad: De los 18 a los 25 años
- Género: Masculino y Femenino
- Estado Civil: en su gran mayoría Solteros (as)
- Ciclo de Vida: hijos.
- Clase social: variada, sin embargo lo que se trabajará es de interés general, no importando el estrato social al cual pertenecen.
- Escolaridad: nivel diversificado concluido.
- Ocupación: Estudiantes y/o trabajadores.
- Origen Étnico: Latinoamericano

### **5.3.4 Perfil psicográfico**

Personalidad: juvenil, indecisa, inseguros, visionario, influenciable.

Estilo de vida: estudiantes soñadores, trabajadores y estudiantes.

Se presentan frente a la vida con una actitud libre, aventurera, mantienen una percepción del mundo visual a través de la sensibilidad por el color, la forma, la línea y la figura, por su juventud y poco conocimiento de la vida, se dejan llevar más que por la imagen que otra cosa. En su mayoría presentan una actitud tímida, pero muy amigables.

Valores: Su corta edad los hace ser propensos a la alegría, amistad y sensibilidad, y al

ponerlos en práctica se convierten en valores y virtudes propios de la juventud.

Actividades que suelen realizar: ver la televisión, escuchar música, comunicación mediante las redes sociales de páginas web, ir al cine, salir a comer con los amigos y amigas.

#### **5.4 Competencia**

- Falta de información
- Malas prácticas
- Apatía e indiferencia
- Evasión de la responsabilidad
- Conciencia Ambiental deficiente
- Falta de apoyo
- Pasividad
- Sentirse insignificante, para generar el cambio.

#### **5.5 Valor de marca**

- La Educación Ambiental, es una labor social.
- Es necesario que todos y cada uno de los estudiantes cuenten con una educación y concientización ambiental.
- Busca crear una calidad de vida, en la cual el ser humano pueda continuar viviendo y desarrollándose.

#### **5.6 Análisis de la situación**

El problema del medio ambiente, es una dificultad que día con día aumenta, gracias a la sobrepoblación existente y al poco o nulo interés que se le ha dado, es algo alarmante, que afecta a toda la población.

La pérdida de los recursos naturales impuestos a la naturaleza desde el inicio de la vida

ha causado grandes cambios en el proceso normal de la vida y la existencia, es por ello que éstos no se deben de seguir deteriorando ya que los mismos garantizan la existencia del hombre.

Los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de San Carlos de Guatemala, resultan ser un grupo objetivo idóneo, al contar con disposición al cambio, mentes frescas, que ingresan a esta casa de estudios, con el afán de aprender y de superarse. Al generarse una campaña de concientización ambiental, se busca influenciar al joven estudiante a que adopte una conciencia ambiental y la proyecten en su entorno, poniéndola en práctica y creando grandes cambios.

## **5.7 Planificación estratégica**

### **Objetivos comunicacionales**

- Comprender la complejidad del medio ambiente.
- Desarrollar el sentido de responsabilidad y solidaridad respecto al medio ambiente.
- Enfatizar que las pequeñas acciones que se realizan, pueden repercutir en el entorno, de manera positiva o bien negativa.
- Informar sobre los cuidados del medio ambiente, así también las consecuencias que sufre por la falta de los cuidados adecuados.
- Motivar a la constante participación y acción de pequeños o grandes proyectos respecto al cuidado y conservación del medio ambiente.

#### **5.7.1 Estímulo en la mente del consumidor**

Con la presente estrategia publicitaria, se busca mentalizar en el grupo objetivo, la importancia del Medio Ambiente en la vida del ser humano.

Todo estudiante san carlista adquiere un compromiso con la nación, tal y como su

eslogan lo dice: “*Id y enseñar a todos*”. Debe de ser un ejemplo para los guatemaltecos, siendo agentes de cambio y progreso.

→ **La respuesta:**

Captar su atención, y por consiguiente su participación en actividades, pequeñas y/o grandes en pro del medio Ambiente. Adquirir una consciencia ambiental.

→ **Elementos claves (Key Facts)**

1. Presente y futuro
2. Realidad
3. Hombre; racional, dominante y evolucionado

→ **Concepto de Campaña**

Y a la vez eslogan de la campaña, será: “sembrando el futuro”.

### 5.7.2 Mensaje básico

El Mensaje que se les transmitirá a los distintos estudiantes de las carreras Científicas Sociales-Humanísticas será mediante la reflexión del presente y la visualización del futuro. Haciéndoles conciencia de la situación actual en la que se encuentra el medio ambiente.

Se hará uso de las siguientes preguntas:

- ¿Conoces la realidad?
- ¿Y si lo verde se acaba?
- ¿Y si ya no hay agua?
- ¿Y si los animales se extinguen?
- ¿Y si el aire ya no es puro?
- ¿Y si la naturaleza muere?
- ¿Y si la contaminación continúa?
- ¿Y si el silencio permanece?

→ ¿Y si la indiferencia continúa?

Así también se plantearán las siguientes reflexiones:

→ Contas con la capacidad de crear, razonar y construir. ¿Por qué ignoras lo que sucede?

→ Venís de una familia dominante y evolucionada. ¿Por qué no haces nada?

→ Estás construyendo tu futuro, pero ¿Sin el planeta se puede?

→ Por qué esperar a que sea tarde. ¿Qué puedes hacer ahora?

→ Tienes la capacidad de sentir ¿Por qué no le das tú corazón al planeta?

## **Eje de campaña**

Busca llevar al target a la reflexión, haciendo uso de las palabras “y si” para cuestionar, así también, de frases que centran al hombre como ente pensante y racional.

## **5.8 Propuesta de materiales**

### **5.8.1 Publicidad ATL:**

→ Utilizar Periódico, Radio y Televisión USAC.

→ Vallas Publicitarias:

Estas deben de ser elaboradas de manera rústica (o imitación de la misma), con material reciclable. Deben de simular que son los árboles, los que desean dar el mensaje. Se colocará sobre algunos de los árboles del campus central, lienzos de madera con mensajes reflexivos.

## Imagen 2

### Ejemplo de colocación de publicidad rústica



Fuente: elaboración propia, con fines demostrativos de publicidad ATL

### 5.8.2 Publicidad BTL:

→ Stickers en el Suelo:

Uno en cada una de las entradas de la USAC (Periférico y Petapa) Estos deben generar la impresión de que al pasar sobre ellos se caerá a un basurero. La ilusión tiene que estar acompañada de un mensaje reflexivo.

## Imagen 3

### Ejemplificación de sticker en el suelo



Fuente: elaboración propia, con fines demostrativos de publicidad ATL

→ Stickers en la puerta de los Sanitarios:

Sin duda alguna es un lugar que todos visitan, por ello se plantea el colocar material publicitario de concientización Ambiental en la puerta de los sanitarios de las unidades académicos en donde se encuentra el Target.

→ Publicidad Móvil:

En la parte trasera de los buses internos de la USAC.

### **5.8.3 Publicidad ETL:**

→ Redes Sociales

Hacer uso del sistema de redes sociales que posee la Universidad, para potenciar y reforzar la publicidad que circule en medios impresos, auditivos y audiovisuales.

→ Mailing

Utilizar la base de datos de la USAC, para poder llegar a cada estudiante de primer ingreso, por medio de sus correos electrónicos, y así poder enviar semanalmente banners publicitarios.

## **5.9 Período de la campaña**

El tema de educación ambiental, es y será un tema que siempre tendrá vigencia, debido a su eminente importancia en la existencia de todo ser vivo. Cada estudiante sancarlista debe de estar dotado de una conciencia ambiental, lamentablemente no todos la poseen, es por ello que se propone esta campaña de educación ambiental dirigida especialmente para estudiantes de primer ingreso.

Esta campaña se debe ejecutar en tres fases, dichas fases distribuidas en tres meses diferentes y separados equitativamente.

¿Por qué?

Porque si únicamente se realiza una sola vez, eso no logrará generar una conciencia en el estudiante, será algo que solo estará presente unos días y luego esa reflexión se esfumará. Pero si se reincide una y otra vez, se logrará mentalizar en el estudiante la importancia del tema, persuadiendo en sus actitudes y actividades.

¿Qué meses utilizar?

Febrero: porque es el primer mes completo que el estudiante está dentro de las instalaciones de la U.

Mayo: porque es el último mes completo que el estudiante asiste a clases regulares, antes de finalizar el primer semestre.

Octubre: porque en el mes anterior (septiembre) la publicidad nacional se ha enfocado en crear un espíritu patriótico en el ciudadano, entonces el estudiante ya está trabajado y vulnerable a demostrar amor a su país. Así también se acercan las fiestas navideñas, época en donde el amor, la paz, etc., etc. Y todos esos sentimientos se encuentran en el ambiente.

El mensaje debe de prevalecer en cada uno de los meses en que se ejecutará la campaña, más no las imágenes, deben de variar para lograr impactar y llamar la atención del target.

### **5.9.1 Presupuesto:**

No se cuenta con fondos para ello, por esto se debe de buscar y gestionar un financiamiento a empresas y/o entidades que se encuentren interesadas en que la juventud adquiera una consciencia ambiental.

Así también se deben de formar alianzas, para atraer y facilitar la accesibilidad de patrocinio, beneficiando a ambas partes, tanto a la USAC como a las empresas que sirvan de patrocinio.

**Cuadro 4**  
**Financiamiento interno y externo**

INTERNO	EXTERNO
<p>Los gastos que absorberá la USAC de forma directa, serán aquellos que no implique un desembolso del capital con el que cuenta, sino más bien incluyan un trabajo adicional de lo que realizan cotidianamente.</p>	<p>Aquellos gastos en los cuales se debe de buscar un financiamiento externo, para poder sufragar gastos. Se deben de establecer alianzas que beneficie a ambas partes, tanto patrocinador como patrocinado deben de quedar satisfechos.</p>
<p><b>Publicidad que incluye</b></p>	<p><b>Publicidad que incluye</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ TV USAC</li> <li>→ Radio USAC</li> <li>→ Periódico el Tiempo</li> <li>→ Redes sociales</li> <li>→ Mailing.</li> <li>→ Autorización de publicidad móvil, con los buses internos de la USAC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Valla publicitaria, en madera directamente o bien, imitación madera.</li> <li>→ Stickers en el piso, vinil adhesivo de piso.</li> <li>→ Stickers en puertas, vinil adhesivo.</li> <li>→ Publicidad móvil, vinil vehicular.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al financiamiento interno, las autoridades de la USAC deben de consentir la utilización y el aprovechamiento de los medios de comunicación que se manejan dentro de la USAC. Cada uno de estos medios deben de agregar dentro de su programación habitual, espacios para que la campaña de educación ambiental sea difundida a los estudiantes sancarlistas, durante el período establecido.

A continuación, algunos ejemplos de alianzas que se pueden formar en relación al financiamiento externo.

- Por cada cinco stickers en puertas patrocinados, se le concede el derecho de colocar uno propio.
- Al patrocinar stickers en piso, se agregará su logo en todos los medios publicitarios que se empleen.

Las alianzas varían en relación al acuerdo en que se llegue en ambas partes, tanto patrocinado como patrocinador. En donde uno y otro tendrán que ceder a tal punto de que el beneficio sea para ambos.

**Tabla 15**  
**Presupuesto de gastos externos**

No.	Medio publicitario	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1.	ATL: valla publicitaria	Corte digital para pegar en piezas, imitación madera (0.41X0.61 cmtrs).	150	Q 137.56	Q 20,634.00
2.	BTL: stickers en el suelo	Impresión en Vinil adhesivo con gráfica de piso, 3M para alto tráfico y asfalto. (garantía 3 meses, 1.5x2 mts )	2	Q 2,250.00	Q 4,500.00
3.	BTL: stickers en puertas	Vinil adhesivo en alta resolución, laminado. (0.71 x 1.52)	75	Q 156.00	Q 11,700.00
4.	BTL: publicidad móvil	Vinil Vehicular ritrama laminado, sin instalación. Para ser colocado en la parte trasera del transporte interno de la USAC (2x2.5)	12	Q 1,375.00	Q 16,500.00
<b>Total</b>					<b>Q 53,334.00</b>

Fuente: elaboración propia, en base a datos obtenidos en cotización CMYK. Agosto 2014.

## CONCLUSIONES

1. El estudiante sancarlista de primer ingreso, sí posee interés sobre el tema de educación ambiental. El 98% de la población encuestada manifestó su inquietud por el tema, contestando a las preguntas planteadas, además un 92% se tomó el tiempo de justificar las mismas, evidenciando así, el interés que se tiene por parte de la mayoría de los encuestados. (Ver tabla 15, gráfica 13).
2. El deterioro ambiental es un problema del cual están conscientes los estudiantes de primer ingreso de las carreras sociales humanísticas. El 92% está enterado de las consecuencias que ésta problemática acarrea. (Ver tabla 6 y gráfica 4). Sin embargo, no cuentan con un concepto claro y completo respecto al tema del medio ambiente. (Ver tabla 16, gráfica 14).
3. Los estudiantes encuestados, en su mayoría, admitieron ser parte contribuyente del deterioro ambiental. El 62% afirma que a menudo hace uso de utensilios que a corto o bien, largo plazo terminan dañando el medio ambiente. (Ver tabla 10, gráfica 8)
4. Los esfuerzos que se han hecho dentro de la USAC por crear conciencia ambiental han sido poco significativos, ya que el 63% considera que la USAC no promueve una educación ambiental y el 32% que considera que la USAC si ha contribuido, tiene sus dudas al respecto, evidenciándolo al utilizar en sus respuestas adverbios de duda, tales como: tal vez, quizás, a lo mejor, entre otros. (Ver tabla 9, gráfica 7)
5. El 97% de los estudiantes que fueron encuestados, se encuentra en la mejor disposición y ánimo de trabajar en pro del medio ambiente. Tienen claro que la condición de su entorno está en riesgo, si no se trabaja por mejorarla todo empeorará en el futuro. (Ver tabla 12, gráfica 10).

6. Crear una campaña de educación ambiental dentro de la USAC, es una medida con la que la Universidad puede contribuir grandemente a fomentar conciencia dentro de la población estudiantil, con la cual el 94% de la población encuestada estuvo de acuerdo. (Ver tabla 14, gráfica 12).

## RECOMENDACIONES

1. Se debe de aprovechar el interés que el estudiante de primer ingreso posee sobre el tema del medio ambiente, al encontrarse vulnerables con el tema, será más accesible el influenciarles mediante la ejecución de campañas de educación ambiental.
2. La Universidad de San Carlos de Guatemala debe de velar porque dentro del pensum de estudios y programas de semestre se incluya información teórica y práctica sobre el medio ambiente, para que el estudiante pueda estar informado, evitando que por ignorancia continúe cometiendo los mismos errores.
3. La educación ambiental debe de ser un tema que se promueva de manera periódica, para lograr cambiar la forma de pensar del estudiante, por ende generar un cambio en su forma de actuar. Es por ello que las autoridades de la USAC deben de invertir tiempo, recursos y esfuerzos para lograrlo.
4. La Universidad debe de esforzarse por crear conciencia ambiental dentro del estudiantado, hacer presencia como la institución que es, marcando la diferencia y logrando cambios positivos.
5. Se debe de aprovechar el nivel de consciencia que el estudiante tiene respecto al deterioro ambiental, para potencializarlo y lograr que contribuyan cada vez más a que las consecuencias que arrastra el descuido del medio ambiente disminuyan.
6. Las autoridades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, deben de reflejar interés por el cuidado y conservación del medio ambiente, generando proyectos, campañas publicitarias, a favor del medio ambiente, de manera significativa, para que impacte al estudiante y contribuya a generar cambios de conducta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ancona Peniche, Ignacio de Jesús Ancona; Mena Arana, Eduardo; Zapeta Villalobos, Gabriela. Ecología y Educación Ambiental. México. 2004; Editorial Universidad Autónoma de Yucatán. 233 p.
2. Aramburu Ordozgoiti, Francisco. Medio Ambiente y Educación. Madrid, España. Editorial Síntesis S. A. 254 p.
3. Atlas Visual de las Ciencias 1999 España: Editorial Océano. 496 p.
4. Autodidáctica Océano Color; tomo 5. 1998. España: Editorial Océano, 2780 p.
5. Báez Evertsz. 2000. La Comunicación Efectiva. República Dominicana, Búho. 1era Edición. 272p.
6. Ballina Talento, Amanda. 2008. Introducción a la Semiología. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. 1era. Edición. 55p.
7. Barker Alan. 2001. Como mejorar la comunicación. Barcelona, España. Editorial Gedisa S.A. 1era. Edición. 187p.
8. Cicerone Daniel S, Sánchez-Proañó Paula, Reich Silvia. Contaminación y Medio Ambiente. Colección Ciencia Joven. Buenos Aires. Editorial EUDEBA. 210 p.
9. Colección Monografías de Educación Ambiental. N. 1. 2003. Conocimientos Básicos en Educación Ambiental. Barcelona, España. Editorial GRAÓ, IRIF S.L. 207 p.
- 10.DDB. La Creatividad Social. Cómo Crear Contenidos que Incentiven el Diálogo entre las Personas y las Marcas. The Yellow Papers Series. Barcelona. 10p.
- 11.Dewey, J. Democracy and Education: An Introducción to the Philosophy of Education, McMillan, Nueva York, 1916. Traducción castellana: Las Fuentes de una ciencia de la educación. Dewey, J. 1971. "Democracia y Educación". Buenos Aires
- 12.Don E. Schultz y Stanley I. Tannenbaum 1992. Elementos Esenciales de la Estrategia Publicitaria. México: Gráficas Monte Albán, S.A. de C.V. 132p.
- 13.Ecología Ambiental No. 9. Educación Ambiental para la vida. 1995; Editorial Biblioteca Nacional, INPARQUES, MARNR. Ediciones Divulgativas. Caracas, Venezuela.

14. Engels, Federico. 1884. Origen de la Familia, La Propiedad Privada y El Estado. Hottingen Zürich. Traducción al Castellano por Editorial Progreso Moscú. 109 p.
15. Fermoso Estébanez, Panceano 1988. Teoría de la Educación. Madrid, España: Editorial Trillas. 506 p.
16. Ferré Trezano, José María. "Enciclopedia de Marketing y Ventas". Grupo Océano. 2004; Barcelona, España. Primera edición. 460p.
17. Gálvez Ramírez, Eliseo. 2001. Comunicación Ambiental: Su Efecto en la Conservación Ecológica, Estudio de Caso en Dos Comunidades de la Reserva de Biosfera Sierra de la Minas. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
18. García Sánchez, Miguel Ángel 2011. La Caja de las Palabras Exactas. Claves que Marcan la Diferencia en las Estrategias de Comunicación de las Organizaciones. 58 p.
19. Gutiérrez Pérez, José 1995. La Educación Ambiental Fundamentos Teóricos, propuestas de transversalidad y orientaciones extra curriculares. Madrid, España; Editorial La Muralla, S.A. 310 p.
20. Larson Charles U. 1986. Persuasión. Co. Belmont, Calif. 4ta. Edición. 349p.
21. Ley de Educación Nacional. Decreto número 12-91 del Congreso de la República de Guatemala 1,991.
22. Martínez Ichaj, Claudia Martínez. 2010. Elementos Jurídicos que debe contener una Ley que Fomente la Educación Ambiental en Guatemala. Tesis Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales, Abogado y Notario. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.
23. Massoni Sandra. 2007. Estrategias Los desafíos de la Comunicación en un mundo fluido. Argentina, Homo Sapiens. 1era. Edición. 224p.
24. Melgar, Luis Alexander 2010. La Publicidad Vista por los Profesionales de la Mercadotecnia y la Comunicación. Octava Edición. Guatemala: Editorial USAC. 56 p.
25. Moore Rut. Los Ciclos y La Diversidad. 1978. Las Funciones de la Tierra. México. Ediciones Nubar. 149 p.

26. O'Guinn Thomas, Allen Chris y Semenik Richard. 1999. Publicidad y Comunicación Integral de Marca. International Thomson. 585p.
27. Organización de las Naciones Unidas. La Educación Ambiental, Las grandes orientaciones de la Conferencia de Tbilisi. Paris 1980: Editorial Presses. 107 p.
28. Papi Gálvez, Natalia y Orbea Mira, Jesús. 2011. Comunicación Institucional Eficaz en Igualdad de Género. Sensibilizar en Corresponsabilidad, Claves y Recomendaciones. Asociación de la Comunicación Publicitaria ACP. 36p.
29. Pardo, A. (1995): la Educación Ambiental como proyecto. ICE-Horsori. Barcelona.
30. Roy H. Williams. The Wizard of Ads. Austin Texas. Traducción de Luis López. El Mago de la Publicidad. 2009. Guatemala. 228 p.
31. Saravia Meda, Hugo 2010. Campaña Publicitaria, cómo estrategia de Comunicación para el Jardín Botánico del Centro de Estudios Conservacionista. Tesis Licenciatura en Ciencias Económicas, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas
32. Solórzano Cifuentes, Jonatan Manuel. 2009. Estudio de la Campaña Publicitaria "Tu Eres la Ciudad" de la Municipalidad de Guatemala, en la Población Guatemalteca del Área Metropolitana. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
33. Spiegel, Murray Ralph; Larry J. Stephens. 2009. Estadística. 4ta edición. México. Mc Graw-Hill. 736p.
34. Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto 2008. 20 Lecciones de Filosofía. Villa Nueva, Guatemala. 5ta. Edición; Ediciones ECCO. 286p.
35. Wells W., J. Burnett y S. Moriarty. 1996. Publicidad, Principios y Prácticas. México, Prentice Hall. 7ma. Edición 2007. 624p.
36. Whitehead, Alfred North "Los fines de la educación". Buenos Aires. Paidós. 1957.
37. Zepeda López, Guillermo "Derecho a un Medio Ambiente Sano". Costa Rica, San José. Segunda Edición.

## E-Grafía

38. Diccionario de la Real Academia Española. [www.rae.es](http://www.rae.es) (Consultado el 12 de marzo de 2012)
39. Hernández Carballido, Flor Alejandrina (2004) “Los Fines de la Educación. Invitación a conocer la filosofía de Alfred North Whitehead” [en línea]. Revista Digital Universitaria. 31 de enero de 2004, <<http://www.revista.unam.mx/vol.4/num7/art20/art20.htm>> [Consulta: 22 de marzo de 2012].
40. Morales Reyes, Heredia Ginette. [Heredia.morales@gmail.com](mailto:Heredia.morales@gmail.com) sección estadística USAC. 25 de febrero de 2013. Personal e-mail. Fecha de consulta 25 de febrero de 2013)
41. Nahle, Nasif. 1999. *Ecología*. ©Biology Cabinet Organization. Obtenido el 15 de marzo de 2012, de <http://www.biocab.org/Ecologia.html>
42. Universidad de San Carlos de Guatemala (<http://www.usac.edu.gt>)
43. Villarruel Caisapanta, Alex. (2011) “La Estrategia Publicitaria, Investigación Publicitaria de la Comunicación” Universidad Israel Facultad de Diseño Gráfico. [en línea] Consulta el 12 de marzo de 2012 (<http://www.slideshare.net/apcvx/estrategia-publicitaria-4414714>)

**ANEXOS**



Sexo: F M	Edad:	Unidad Académica:	Semestre:
Ocupación:		Cargo:	Jornada de Estudio:

Le agradeceré enormemente que responda las siguientes preguntas, sus respuestas serán de gran ayuda para la elaboración de mi tesis. ¡Gracias!

1. ¿Sabe usted qué es el medio ambiente?

Si No  
¿Qué es?

---



---

2. ¿Sabe cuáles son las consecuencias del deterioro ambiental?

Si No  
¿Cuáles son?

---



---

3. ¿Cree que los guatemaltecos poseen conciencia ambiental?

Si No  
¿Por qué?

---



---

4. ¿Ha hecho algo por mejorar el medio ambiente?

Si No  
¿Qué ha hecho?

---



---

5. ¿Considera usted, que dentro de la USAC se promueve una educación ambiental?

Si No  
¿Por qué?

---



---

6. ¿Se considera parte del problema del deterioro ambiental?

Si No  
¿Por qué?

---



---

7. ¿Quién es el responsable de proteger el medio ambiente?

Organizaciones Privadas Organizaciones del Estado Todos Otros \_\_\_\_\_

8. ¿puede usted contribuir a mejorar el medio ambiente?

Si No  
¿Cómo?

---



---

9. ¿Cómo visualizas el medio ambiente a futuro?

Igual Mejor Peor  
¿Por qué?

---



---

10. ¿Considera que la USAC podría contribuir a la mejora del medio ambiente a través de una campaña de concientización?

Si No

**Cotización No.**

8108



Guatemala, 28 de agosto de 2014 Atención:

Celese Ruiz

Proyecto: Varios

Estimada srita. Ruiz,

Detalle información solicitada:

Cantidad	Material	Dimensiones	Acabados	Unitarios	Precio
1	Vinil	1.5 x 2	Impresión con vinil adhesivo, con gráfica de piso 3M, para alto tráfico y asfalto.	Q 2,250.00	Q 2,250.00
50	Vinil	0.71 x 1.52	Impresión en vinil adhesivo en alta resolución.	Q 91.00	Q 4,549.91
50	Vinil	0.71 x 1.52	Impresión en vinil adhesivo en alta resolución, laminado.	Q 156.00	Q 7,799.92
1	Vinil	2 x 2.51	Impresión en vinil vehicular 3M si instalación.	Q 1000.00	Q 1,000.00
1	Vinil	2 x 2.51	Impresión en vinil vehicular 3M laminado, si instalación.	Q 1,750.00	Q 1,750.00
1	Vinil	2 x 2.51	Impresión en vinil vehicular RITRAMA, sin instalación.	Q 750.00	Q 775.00
1	Vinil	2 x 2.51	Impresión en vinil vehicular laminado RITRAMA, sin instalación.	Q 1375.00	Q 1375.00
1	Corte digital	0.41 x 0.61	Corte digital para pegar en piezas imitación, 2 colores	Q 137.56	Q 137.56

Sus pagos puede realizarlos con tarjeta de crédito visa y credomatic. Se manejan visa cuotas.

Forma de Pago de contado. Sub Total Q 19,612.38

Descuento

TP

Total Q 19,612.38

13calle12-96zona11•BodexOf.3D2440-0037