



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Jorge Reynaldo Tenorio Puelles, identificado con DNI N° 73964198 egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en Comerciantes de Ilo"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Jorge Tenorio Puelles
FIRMA

DNI: 73964198....

FECHA: 20 de Diciembre del 2018.



Jorge Tenorio Puelles



Jorge Tenorio Puelles

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Vicerectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------------------------------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Juan Alexander Terrones Carranza, identificado con DNI N° 70162826 egresado de la Escuela Profesional de CC. CC. de la Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de concurrencia sobre cult. Amb. en los comerciantes de Huaracho"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

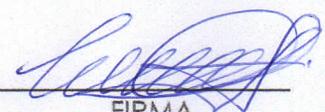
.....

.....

.....

.....

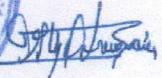
.....


FIRMA

DNI: 70162826

FECHA: 20 de 12 del 2018









Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Trujillo	Vicerectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	----------	--------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

**“EFECTO DE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN EN LA MEJORA DEL NIVEL DE
CONOCIMIENTO SOBRE CULTURA AMBIENTAL EN LOS
COMERCIANTES DE HUANCHACO – 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORES:

Tenorio Puelles, Jorge Reynaldo

Terrones Carranza, Iván Alexander

ASESORES:

Raúl Rivero Ayllón

Dra. Rosa Patricia Gálvez Carrillo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

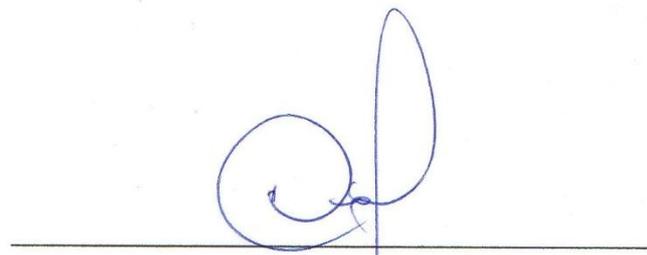
Trujillo – Perú

2018

PÁGINA DE JURADO



Dra. Rosa Patricia Gálvez Carrillo
Presidente



Mg. Daniel Oblitas Pinillos
Secretario



Lic. Giovanna Beltrán Peláez
Vocal

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada al único Dios presente entre nosotros, el que ama, el que no juzga, el que acepta. A mis padres, esos seres maravillosos que me dieron la vida en esta tierra, porque sin ellos no hubiese sido posible nada, porque sin sus consejos y su respaldo, no estaría escribiendo una dedicatoria de tesis, porque con su amor han logrado formarme para ser mejor persona. A mis hermanas por el compañerismo y la complicidad. A mis amigas y amigos que he ido conociendo desde la infancia hasta ahora, por el cariño y confianza. Infinitas gracias.

Iván Alexander Terrones Carranza.

Dedico la presente tesis en primer lugar a Dios, quien siempre guía mi camino. A mi madre por ser el impulso de mi carrera y mi trabajo, a mi padre por el apoyo en la realización de mis sueños. A mi abuelo, quien me enseñó a ser la persona de bien que soy y una de las razones principales por las que hago todo lo que hago en mi vida. A mi prima Sandra, a mi sobrina y a mi sobrino con quienes siempre cuento para lo que se necesite en todo momento. Muchísimas gracias.

Jorge Reynaldo Tenorio Puelles.

AGRADECIMIENTO

Nuestro sincero agradecimiento a la Universidad Privada César Vallejo por la excelente formación académica que nos ha brindado, a los docentes que han pasado por nuestras aulas y son parte de lo que somos ahora, a los asesores de proyecto y desarrollo de tesis por el apoyo y disposición.

A la Municipalidad Distrital de Huanchaco por los ambientes prestados y los permisos brindados para las actividades que han sido parte del desarrollo de nuestra tesis.

A la Asociación de comerciantes de artesanía “Quibisich” de Huanchaco por su disposición para participar de las actividades desarrolladas como parte de este trabajo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Jorge Reynaldo Tenorio Puelles e Iván Alexander Terrones Carranza, con documento nacional de identidad N° 73964198 y N° 70162826 respectivamente, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación - Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaramos bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, diciembre 2018

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presentamos ante ustedes la Tesis titulada **“EFECTO DE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA MEJORA DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE CULTURA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES DE HUANCHACO – 2018”**, la misma que sometemos a vuestra consideración y esperamos que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de **LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	4
PRESENTACIÓN	5
ÍNDICE	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad Problemática	9
1.2. Trabajos previos	11
1.3. Teorías relacionadas al tema	13
1.4. Formulación del Problema	23
1.5. Justificación del estudio	23
1.6. Hipótesis	25
1.7. Objetivos	25
II. MÉTODO	25
2.1. Diseño de investigación	25
2.2. Variables, Operacionalización	26
2.3. Población y muestra	28
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	28
2.5. Métodos de análisis de datos	30
2.6. Aspectos éticos	30
III. RESULTADOS	31
IV. DISCUSIÓN	34
V. CONCLUSIONES	38
VI. RECOMENDACIONES	39
VII. REFERENCIAS	40
ANEXOS	41

RESUMEN

La tesis titulada “Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de Huanchaco – 2018”, sea desarrollado con el objetivo de determinar el efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en el nivel de conocimientos sobre cultura ambiental de los comerciantes del balneario de Huanchaco, variables que fueron descritas de acuerdo a los aportes teóricos sobre estrategias de comunicación de Kotler (1998), comunicación participativa de Sagua (2015), y paradigmas de cambio de comportamiento de Contreras (2000); y apoyadas con conocimientos adquiridos durante nuestros estudios universitarios, que ayudaron a que nuestra investigación de tipo pre experimental, para el cual se aplicó instrumentos de medición pre test - post test a 22 comerciantes del balneario para procesar de esa manera los datos obtenidos mediante la ayuda de herramientas estadísticas, llegando a la conclusión que la aplicación de estrategias de comunicación para mejorar el nivel de cultura ambiental de los comerciantes del balneario de Huanchaco es eficaz porque sí logra un efecto significativo en el proceso de aprendizaje de nuevos conocimientos siendo comprobado gracias a la aplicación de la D de Cohen en los resultados del pre y post test, dando como resultado, un efecto de 0.74, estando dentro de la escala de un resultado considerable.

Palabras Claves: Estrategias de comunicación, cultura ambiental, contaminación, medio ambiente.

ABSTRACT

The thesis titled “Effect of the application of communication strategies in the improvement of the level of knowledge on environmental culture in the traders of Huanchaco – 2018”, is developed with the objective of determining the effect of the application of communication strategies in the level of knowledge on environmental culture of the traders of Huanchaco spa, variables that were described according to the theoretical contributions on communication strategies of Kotler (1998), participative communication of Sagua (2015), and paradigms of change of behavior of Contreras (2000); and supported with knowledge acquired during our university studies, which helped our pre-experimental type research, for which pre-test - post test measuring instruments were applied to 22 spa dealers to process in this way the data obtained through the aid of statistical tools, reaching the conclusion that the application of communication strategies to improve the level of environmental culture of the merchants of Huanchaco spa is effective because it achieves a significant effect in the learning process of new knowledge being verified thanks to the application of the D of Cohen in the results of the pre and post test, giving as a result, an effect of 0.74, being within the scale of a considerable result.

Key Words: Communication strategies, environmental culture, pollution, environment.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

A lo largo de los años, uno de los problemas sociales con mayor representación en el Perú es la contaminación ambiental, identificado como uno de los más graves. A diario se observa que los desperdicios son arrojados en las calles, parques, ríos y playas por los mismos ciudadanos. El motivo es que han ido adoptando un estilo de vida fácil, en dónde no hay espacio para el pensamiento de las ganas de cuidar el ambiente. Lamentablemente, esta adopción de estilo de vida negativo trae consecuencias; si bien es cierto en un inicio parece algo inofensivo, con la cantidad de personas que siguen esta mala costumbre, pero con el paso de los años, se agrava la situación y conlleva a desenlaces que deterioran tanto el ambiente como la salud de manera irreversible, en muchos casos.

Una de las zonas más afectadas en la ciudad de Trujillo es el balneario de Huanchaco, esto es preocupante, ya que se trata de un lugar turístico importante en la región La Libertad. En Huanchaco se realizan constantemente eventos que causan una aglomeración de desperdicios que se esparcen por toda la playa. Los visitantes que suelen ir al balneario no demuestran su cultura ambiental, pues arrojan sus desperdicios en cualquier parte de la playa.

Este balneario es el centro principal de servicios turísticos y recreativos de la Provincia de Trujillo, ya que por mes llegan cerca de 20 mil turistas, según la Gerencia de Desarrollo Económico Local y la Subgerencia de Turismo de la municipalidad distrital de Huanchaco, pero se puede observar un panorama que causa alarma, debido a la falta de cultura ambiental por parte de los pobladores y visitantes, así como la falta de preocupación por parte de las autoridades municipales por brindar información a los ciudadanos para que aprendan a cuidar su propia playa.

Al analizar las consecuencias que hasta el momento se han dado a raíz de la contaminación ambiental, se observa que en los últimos años muchas aves como los guanayes y especies marinas vienen muriendo, lo que está originando una inminente destrucción de ecosistemas.

Según los estudios que se realizan periódicamente para comprobar el nivel de contaminación de la playa de Huanchaco, los resultados son cada vez más alarmantes y las consecuencias son peores tanto para los pobladores y visitantes como para las especies

marinas. Un ejemplo de la terrible situación en la que se encuentra es que en el primer día del año 2017 se llegaron a retirar hasta 40 toneladas de residuos sólidos y se estima que por día se llega a acumular un promedio de 17.3 toneladas según el Plan de manejo de residuos sólidos en Huanchaco 2016 – 2021, realizado por la Gerencia de Salud y Gestión Ambiental de la Municipalidad distrital de Huanchaco. La misma fuente indica que en la temporada de verano del 2018 se ha generado 20 toneladas de residuos por parte de los bañistas y comerciantes, según su investigación, siendo los desechos más comunes los orgánicos, papel cartón, vidrio y plástico.

En un estudio realizado por la Dra. Eliza Narváez Arana en el año 2016, se midió el nivel de conciencia ambiental en los visitantes de la playa de Huanchaco, en donde se evaluaron tres aspectos: la conciencia ambiental, la conciencia cognitiva y la conciencia afectiva. Los resultados indicaban que el 86% de los observados tienen un nivel bajo en conciencia ambiental, el 90% tiene un nivel bajo cognitivo y 82.5% un nivel de conciencia ambiental afectiva baja, lo cual nos lleva a la conclusión que hace falta enfocarnos en este problema diagnosticado en Huanchaco y generar un cambio.

Con el pasar de los años esta problemática se va a intensificar y causará una mayor contaminación, además de la muerte de un número importante de especies marinas en la orilla del litoral lo que podría originar un posible contagio de enfermedades. Además de ser una zona contaminada y descuidada donde será imposible la recreación y la pesca. Por ende, disminuirá el nivel de turistas visitantes a este balneario.

Frente a esta problemática la comunicación juega un rol importante, pues permite enviar y recibir mensajes significativos y puede ser usada como una herramienta para intervenir en asuntos sociales si se emplea de manera adecuada. Las estrategias que se pueden usar son múltiples debido a las ramas que posee este campo y de acuerdo con el problema que se va a intervenir.

Al respecto consideramos que el desarrollo de estrategias de comunicación a través de diversas actividades ayudaría a promover un cambio en la conciencia de los pobladores y visitantes de la playa de Huanchaco. Esto con la ayuda de autoridades municipales, organizaciones ambientales, medios de comunicación, la misma población y, sobre todo con la participación de comerciantes de la zona, ya que son los más afectados si las visitas continúan disminuyendo.

1.2. Trabajos previos

Existen proyectos realizados por parte de estudiantes, autoridades y organizaciones en los que aplican estrategias de comunicación para mejorar el cuidado y la conservación ambiental y que se han desarrollado con el fin de que las personas muestren responsabilidad y compromiso con el ambiente.

Como ejemplo tenemos la investigación de Rengifo, B. (2012) titulada “La Educación Ambiental una estrategia pedagógica que contribuye a la solución de la problemática ambiental en Colombia” con un tipo de investigación cualitativa, etnográfica. Teniendo como base la aplicación de encuestas semi estructuradas a un público de 85 participantes, se llegó a la conclusión que la educación ambiental, como estrategia pedagógica, es una opción importante para comprender el entorno y usarlo adecuadamente. También se propone destacar un nuevo enfoque educativo enfocado en la investigación trabajo en conjunto, y gestión integral del entorno. Y que es necesario informar, capacitar, sensibilizar a través de las estrategias pedagógicas para dar solución a los problemas ambientales, también es importante investigación acción participativa, trabajo de campo, talleres, grupos ecológicos, campañas ecológicas, que deben promover el desarrollo de conciencia sobre los ciclos de la naturaleza.

En la investigación de Cárdenas G. (2010) realizada en Venezuela, investigación cualitativa con método investigación – acción, cuya finalidad fue la de promover la educación ambiental en base a la creación de estrategias pedagógicas y de sensibilización en la Escuela Técnica Agropecuaria “El Algarrobo”, utilizando entrevista como instrumento de recolección de datos, realizando preguntas abiertas y personales, tuvo como objeto de estudio 52 participantes, habiendo llegado a la conclusión que si bien es cierto se concluyó con el periodo de prueba y los resultados fueron favorables, la continuación de la aplicación vivencial del curso es fundamental, ya que sin el contenido sensorial y sólo teórico no se podrá lograr el cambio que se espera. Y el enfoque de los cambios debería comenzar en la participación y compromiso conjunto de todos.

De igual manera en Guatemala en el año 2012, se propuso el Diseño de una Campaña de Comunicación Social para la promoción del manejo alternativo de desechos sólidos dirigido a centros educativos en San Lucas Sacatepéquez. En su investigación nos señala la importancia de estimular a los niños a no cometer actos que desfavorezcan al ambiente, sino por lo contrario a cuidarlo. Asimismo, explica que los medios deberían trabajar para

mejorar los problemas ambientales como parte de su rol de informar a la población de manera consciente.

Finalmente, concluye señalando que los estudiantes con quienes trabajó en su investigación mostraban actitudes positivas frente a los problemas de contaminación ambiental. Y poniendo énfasis en que la responsabilidad de mantener limpia la comunidad es de todos los habitantes, por ello los cambios de comportamiento se debe generar desde cada persona y en conjunto.

En el año 2013, en Perú se realizó una propuesta completa para el trabajo docente en el II ciclo del nivel inicial basándose en la sensibilización ambiental. El fin de este proyecto era informar a los ciudadanos a través de los niños sobre la realidad ambiental, para que de esta forma se le pueda concienciar y así pueda crear sus propias estrategias para el cuidado de su entorno. Se concluyó que los niños de educación inicial pueden tener buenas actitudes ambientales a partir de actividades vivenciales que los relacione con su entorno natural.

Un estudio de García, H. (2012) en su investigación “Estrategias pedagógicas y actitudes hacia el cuidado del medio ambiente en estudiantes de Tarapoto” de tipo cuasi experimental con diseño pre test - post test, se llevó a cabo con una muestra de 120 estudiantes del nivel secundaria, aplicando una escala de Licker para la medición de los indicadores; entre sus conclusiones aclara que antes del experimento, los participantes tendieron a permanecer con actitud neutral; mientras que después de la aplicación de las estrategias los estudiantes presentaron mayor predisposición a ubicarse en la aceptación.

Por otro lado, la ONG Trazo en el año 2016 creó también en Perú una campaña denominada “No seas basura con tu playa”, la cual tiene como finalidad crear conciencia en los ciudadanos y que colaboren en la preservación del ambiente, en los asistentes a las playas representativas de Chorrillos como Pescadores, La Herradura y Agua Dulce.

Como parte de la campaña se llevó a un grupo de voluntarios que visitaron las playas de la Costa Verde informando a los vecinos sobre los agentes contaminantes que perjudican a los balnearios y además se les brindó bolsas biodegradables para que en ellas depositen sus residuos sólidos.

Además, contó Fernando Velasco, encargado de la ONG Trazo, que “La falta de concientización y colaboración en el cuidado del ambiente es una problemática constante en las distintas playas de la costa del país”, por lo que es necesario desarrollar campañas que contribuyan a la reconstrucción de valores ambientales.

Recientemente, en el año 2017 una iniciativa para una campaña de limpieza la tuvo el Club de Pesca Deportiva SurfCasting de Trujillo, iniciando en sus actividades el recojo de basura en la playa de Huanchaco, los voluntarios de todas las edades realizaron la campaña de limpieza por iniciativa y dinero propio. La idea no es solo la de recolectar la basura involucra un tema de sensibilización e información sobre cuidado del medio ambiente, agentes que contaminan a las playas, como reducir los desechos, por ello se visitó a los vecinos de la playa, los pescadores artesanales y también a los ambulantes que llegan y no cuidan de manera correcta la playa.

Cabe indicar que esta campaña también fue incentivada para generar un cambio de conducta para las autoridades y buscar una propuesta concreta en donde se incluyan herramientas sostenibles para evitar la depredación de especies marinas y un sistema ordenado de recojo de basura teniendo mayor consideración los fines de semana donde más personas visitan dicho balneario.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Para la comprensión de la investigación es necesaria tratar conceptual y teóricamente cada una de las variables de estudio.

➤ Estrategias de comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual hay un intercambio de información entre dos o más personas para llegar a una comprensión y entendimiento mutuo, esto según el Diccionario de la Real Academia Española (2014).

Herrera & Duarte (2016), indican que las estrategias de comunicación forman parte de la planificación que sistematiza a los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, y los instrumentos que se va a poner en desarrollo en un periodo determinado.

Para Benítez (2013), si queremos desarrollar soluciones a través de estrategias de comunicación, debemos establecer puntos que nos ayuden a resolver el problema.

Esto se puede dar a través del análisis de la situación actual, se deben plantear adecuadamente los objetivos de comunicación, se debe identificar el público al que se quiere sensibilizar a través de qué canal vas a enviar el mensaje, programar las acciones a realizar y finalmente evaluar los resultados para futuras nuevas soluciones.

León & Pérez (2013) señalan que las estrategias que emplea la comunicación se deben adecuar a las necesidades de cada público al que se dirige y basarse en sus creencias, actitudes y valores.

Es un proceso complejo en el que se debe analizar, planificar, diseñar y ejecutar un plan, a fin de que comprenda a los diferentes públicos que se debe satisfacer a través del programa seleccionado y elaborado, esto lo define Mariani, L (2010).

Según Kotler (1998), la comunicación social es un conjunto de estrategias desarrolladas como una técnica para cambiar la conducta de una parte de la población. La finalidad es concienciar sobre alguna problemática y brindar alternativas de cambio o de solución de los problemas. Existen muchos casos en que se intenta aplicar una campaña de comunicación social como en temas de derechos humanos, uso de drogas, temas de salud, etc. Como parte de su aplicación se busca promover valores y actitudes utilizando técnicas similares al lenguaje publicitario (no promocionan productos, promocionan información e ideas).

Respecto al estudio de Pérez (2004), indica que una campaña de comunicación social se define como una forma de gestión estratégica en la que se debe entender, pronosticar y mejorar problemas que tenga el público objetivo.

Las principales características son:

- Enfoque: De la realidad y de quienes son las personas para las que se trabaja y se realiza el proyecto.
- Interactividad: Tener una relación fluida entre empresa y cliente, es hablar de una “relación bidireccional”, donde haiga un intercambio de información con ligereza. La empresa debe saber que quién tiene la razón es el cliente.
- Individualización: Hablar de individualización es referirnos a la técnica de análisis que logra un conocimiento detallado del “perfil del cliente”, no como un grupo, sino como persona.

- **Teorías de la comunicación**

- Teoría de la comunicación participativa

Contreras (2000) define a la teoría de la comunicación participativa como una perspectiva de la comunicación para el desarrollo que se enfoca en la participación ciudadana como eje fundamental de la realización de los proyectos, marcada por el argumento de mundialización. Este modelo de comunicación, según Barbero (2010), permite hacer comunicación basándose en las necesidades e intereses de los grupos socioculturales, así como a sus protagonistas, mediante la planificación de propuestas que contribuyan a mejorar su presencia e incidencia tanto en los procesos de desarrollo y de toma de decisión, como en los medios de comunicación. De esta forma, hace posible que espacios y relaciones de poder sean más equitativos en donde las personas compartan experiencias, información, sentimientos y propuestas para crecer individual y colectivamente.

Según la Organización de las Naciones Unidas - ONU (2011), la combinación de procedimientos de diálogo con enfoques de medios de masas, sirven para generar un cambio social, y así se incrementa la relación fundamental que lleva al desarrollo, la escasez de facilitar la colaboración y el empoderamiento de las personas que viven en zonas vulnerables.

- Modelos de cambio de comportamiento a través de la comunicación

En cada modelo, se estudian las razones por las cuales el comportamiento puede ser tan cambiante a través de la comunicación en todas sus expresiones. Para Sagua (2015), el cambio de comportamiento se produce como una respuesta a las persuasiones en el contexto en que se encuentren sujetos. Estos modelos se centran en cada contexto en el que se puede producir un cambio de conducta, y estos son:

Modelo individual

Para definir este modelo, Becker (1977) enfatiza que las personas combinan distintas porciones de información y a partir de ello crean reglas. Dentro de este modelo tenemos las etapas de cambio, las creencias, y el proceso de información del consumidor, como factores involucrados para la toma de decisiones y cambio de actitud.

Modelo interpersonal

Involucra al individuo y a su entorno social, que influye para el desarrollo de ciertas actitudes. Dentro de este modelo, se encuentra la teoría de aprendizaje, que se enfoca en cómo el comportamiento humano se explica en términos de una teoría dinámica recíproca

y de tres vías en la cual los factores personales, las influencias ambientales y el comportamiento interactúan continuamente. Este concepto ha sido desarrollado por Bandura & Rotter (1986).

Modelo comunitario

Para Mosquera (2003), este modelo ayuda a comprender cómo funcionan y cambian los sistemas sociales, y cómo pueden introducirse estrategias en las comunidades, a fin de generar sensibilización. Este modelo incorpora una perspectiva ecológica, e involucra entidades que buscan ayudar a la sociedad.

- **Diseño de estrategias de comunicación**

- Mensaje de comunicación

Castelló (2012), indica que la elaboración del mensaje deberá ser entendible en la relación del emisor y el receptor, ya que dicha coincidencia resultará determinante en la posibilidad de la campaña de comunicación. Asimismo, explica que el mensaje, surge como el único vínculo explícito entre los dos polos fundamentales del proceso comunicativo, que son el anunciante y el público objetivo.

- Discurso de mensaje

Las estrategias de comunicación deben tener gran impacto en la sociedad, y para ello se debe elaborar un discurso contundente, con un mensaje explícito para que entendible de una manera directa en el público objetivo de la campaña. De esta manera, podemos causar conciencia en temas de corte ambiental, a través de un estímulo comunicacional.

- Estilo de comunicación

Con estilos se refiere a la amplia variedad de métodos publicitarios como recursos para desarrollar una campaña publicitaria del tipo que se requiera aplicar, basándose siempre en los objetivos y en el contexto.

Estilo emocional

Lo emocional causa más impacto que lo racional, porque nos conecta con alguna experiencia, nos asocia afectivamente con la marca. En la actualidad, se recurre mucho a este recurso porque permite ligar una marca con el consumidor de una manera más sensible y humana. Sobre esto, los publicistas Kenneth & Donald (2010),

dicen que la mayoría de los creativos creen que el uso de la publicidad emocional es la clave de la lealtad a una marca o campaña de comunicación. Los recursos emocionales llegan al lado más creativo del cerebro, sin embargo, la fusión de ambas partes proporciona una buena experiencia e información. Los elementos visuales de los anuncios son importantes en los recursos emocionales, así como los datos que deben brindar. De aquí parte el gran éxito que ha tenido este estilo publicitario en muchas campañas de la historia.

Estilo Informativo – educativo

El estilo informativo forma parte de la publicidad racional. Gracias al mensaje que emplea este estilo publicitario, se puede explicar de una forma sencilla y clara, las características del producto o servicio anunciado.

- Difusión de estrategias de comunicación

Pérez (2004), considera que las necesidades en los individuos se modifican progresivamente, por lo que se debe buscar el bienestar de la sociedad de manera constante. La comunicación para el desarrollo se concentra en la mejora de las condiciones de vida de la comunidad, a través de la aplicación de las estrategias comunicativas. En una campaña de comunicación es considerada como una alternativa que engloba muchas estrategias que permiten el cambio social.

Las estrategias de comunicación pueden ser difundidas a través de diversos canales, en el cual se va a dar a conocer el mensaje. La elección de los medios de difusión se basa en el objetivo del mensaje, la cobertura de personas a quienes queremos llegar tomando en cuenta el lugar, y al presupuesto. Es importante que el proceso de entrega del mensaje sea el más fácil de llegar y recibir para que los resultados sean óptimos.

• **Plan de Medios**

Corrales y Hernández (2009), señalan que los medios de comunicación surgen como respuesta a una carencia social, con la finalidad de incentivar el intercambio de ideologías y promover eventos específicos.

- Medios de comunicación impreso

Es una forma de hacer publicidad que utilizan los medios de comunicación para impresos físicos, y tiene la ventaja de emplear aspectos visuales que llaman la atención de quien lo ve. Estos medios pueden ser diarios, vallas publicitarias, revistas, entre otros, sin embargo, tienen la desventaja de ser costosos para publicitar un programa o campaña. En cambio, se tiene también medios impresos más personales y con bajo costo como los folletos informativos, brochure, trípticos, dípticos, que permiten la independencia de un producto social. La elección depende de los objetivos planteados y el público analizado.

- Redes sociales

González, R, Martínez, A, y Arrieta, B, definen a las redes sociales como fuentes tecnológicas que permiten la interacción social, gracias a su sistema abierto y en construcción permanente que involucra a personas que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

Tenemos entre esas redes sociales principales a Facebook, Twitter, Instagram, y YouTube.

Las redes sociales sirven como un medio de difusión gratuito, y es una plataforma que además llega a muchas personas a nivel internacional.

La elección de red o redes sociales que se empleen en el producto social debe ser de acuerdo con los objetivos y al público estudiado.

➤ **La cultura ambiental**

Miranda (2013), señala que la cultura ambiental, es la forma como los seres humanos se relacionan con el ambiente, y para comprenderla se debe comenzar por el estudio de los valores; estos, a su vez, determinan las creencias y las actitudes y, finalmente, todos son elementos que dan sentido al comportamiento ambiental.

Plumwood (2002), indica que la cultura ambiental establece ciertos parámetros de relación y reproducción social con relación al lugar donde viven. Las actitudes individuales tienen una gran influencia en los comportamientos individuales de consumo y de participación ambiental.

Es así como, Miranda (2013), resalta en este aspecto que la relación hombre-contexto debe estar respaldada en la dependencia del hombre con su

ambiente, y en dicha relación está expreso el conjunto de formas, tradiciones y contextos.

También, acerca de la conciencia ambiental Acebal (2010), propone que para que una persona tome un compromiso firme con la mejora del ambiente sostenible es fundamental que desarrolle un alto grado de conciencia ambiental a partir de las dimensiones cognitiva, afectiva, activa y conativa. Estos niveles van a actuar de forma conjunta y dependen del ámbito en el que se desarrolla, enfocándose en lo social, cultural, geográfico, económico, y educativo en el que el individuo se encuentra (p. 50).

- **Educación ambiental**

Las costumbres, los estilos y condiciones de vida, nos forman como individuos en una sociedad. La importancia de una base de conocimientos y prácticas ambientales tiene que ver con los resultados de los riesgos ambientales a los que estamos expuestos.

Para el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático - IPCC (2014), la expulsión de gases tóxicos de efecto invernadero ha ido en aumento desde la época preindustrial, esto luego del incremento de fábricas cada vez más especializadas y del crecimiento económico y demográfico. Como consecuencia, las concentraciones atmosféricas de dióxido de carbono, metano y otros gases cada vez tienen resultados más fuertes en por los últimos años. Estos efectos se han detectado en todo el sistema climático y es muy probable que hayan sido la causa principal del calentamiento detectado a partir de la segunda mitad del siglo XX.

Según la Organización Mundial de la Salud - OMS (2012), hasta 7 millones de personas mueren a causa de la contaminación atmosférica y lo que esta desencadena, esto viene a ser que 1 de cada 8 personas que mueren en el mundo lo hacen por la culpa de la contaminación. Este es un resultado alarmante, ya que duplica el resultado anticipado que se tenía y es por ello, que se buscan cambios urgentes para preservar la calidad ambiental y reducir las muertes y enfermedades en el mundo.

Para prevenir los problemas causados por nuestros malos hábitos ambientales, se requiere una educación ecológica coherente y sólida.

- Creencias ambientales

Las creencias determinan tus acciones, y son el conjunto de ideas que han obtenido durante su formación y las han asumido como ciertas.

Miranda (2013) señala que las creencias se refieren a aspectos cognitivos, interaccionistas, evaluativos, informativos, culturales o individuales, que persuaden una acto o actitud a favor o en contra del ambiente.

- Actitudes ambientales

La actitud de cada individuo se desarrolla a partir de las creencias y valores. Miranda (2013), indica que las actitudes ambientales tienen una gran influencia sobre el comportamiento cuando no existe algún estímulo que genere impedimento, sobre todo en temas de participación ambiental.

- Hábitos ambientales

Los hábitos ambientales, según Saldaña & Messina (2014), son conductas aprendidas a través de vivencias, y afectadas por el entorno en que se desarrollan las personas. Estas conductas se basan en normas que contribuyen con el ambiente.

- Comportamiento ambiental

Es importante crear un compromiso con el ambiente. Miranda (2013), explica que el comportamiento ambiental es el conjunto de actividades humanas cuya intención es contribuir a la protección de los recursos naturales.

Una conducta ecológica responsable, resulta de la comprensión de valores, creencias y actitudes que benefician al ambiente, logrando una intención proambiental.

- **Gestión de residuos sólidos**

Son residuos sólidos aquellas sustancias o productos que ya no requerimos pero que algunas veces pueden ser aprovechados.

El Ministerio del Ambiente (2016), señala que la gestión de residuos sólidos es toda actividad técnica administrativa de programación, coordinación, concertación, diseño, aplicación y valoración de políticas, técnicas y programas de acción de administración apropiado de los residuos sólidos del ámbito de gestión municipal o no municipal, tanto a nivel nacional, regional como local.

- Clasificación de residuos sólidos

En la Universidad San Carlos de Guatemala, se pudo reconocer que la clasificación de residuos sólidos se da según su composición, tiempo que tarda en degradarse, y su origen.

Clasificación de la basura según su composición:

-Basura Orgánica: Es todo desecho de origen biológico, alguna vez estuvo vivo o fue parte de un ser vivo.

-Basura Inorgánica: Es todo desecho de origen no biológico, es decir, de origen industrial o algún otro proceso no natural.

Según el tiempo que tardan sus materiales en degradarse:

- Desechos biodegradables: Se descomponen en forma natural en un tiempo relativamente corto.

- Desechos no biodegradables: No se descomponen fácilmente, sino que tardan mucho tiempo en hacerlo.

Según su origen:

- Residuos Sólidos Urbanos (RSU): Son las basuras que producimos diariamente en nuestras casas, tiendas, oficinas, mercados, restaurantes, calles, etc.

- Residuos Tóxicos y Peligrosos (RTP): Son los producidos en procesos industriales y que deben ser gestionados de forma especial.

- Las 5 erres ecológicas

Las 5 erres ecológicas son un camino para mejorar nuestra cultura ambiental, conforman un proceso con un solo fin, que es el disminuir las consecuencias de lo que causa la contaminación ambiental. Esta regla ambiental comenzó en el año 2004 con la iniciativa del primer ministro de Japón, Junichiro, quien propuso las tres erres: reducir, reutilizar y reciclar, pues pretendía crear una sociedad con más conciencia ambiental. Y desde el 2016, la organización ecologista Greenpeace ha popularizado la regla de las 5 erres ecológicas, añadiendo las reglas de reparar y regular. Así definimos cada erre:

Reutilizar, refiere que se debe volver a usar los instrumentos en estado de desuso, que aún nos puede servir en otros casos.

Reducir, refiere que se debe dejar el consumismo de lado, al menos el que involucre tanto desperdicio de recursos no orgánicos, para que de esta forma se generen menos residuos.

Reparar, refiere que se debe arreglar los objetos que pueden tener otra función.

Reciclar, refiere que se pueden reparar, pero a través de un proceso más técnico, ciertos residuos separados por su origen.

Regular, refiere que se debe disciplinar la gestión de residuos.

- **Agentes contaminantes**

La clasificación entre los desechos se establece por el estado de su materia, es decir entre sólidos o líquidos, ambos usan los ríos y playas como medio de propagación y en ambos se encuentran agentes tóxicos. Entre los mayores contaminantes encontramos los químicos usados para propósitos agrícolas y desechos industriales. Las investigaciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, y el Ministerio del Ambiente, MINAM, se enfocan en los relaves mineros, aguas servidas y actividad agrícola INEI (2013). Estas son detalladas y concisas; pero no consideran los desechos físicos que han sido arrojados por basurales, además establece que los residuos sólidos son un agente primario en la contaminación marina.

- Consecuencias de la contaminación

Algunos se pueden percibir a simple vista, como el daño directo a los grupos humanos y a otros seres vivos. Estos eventos son cubiertos por la prensa y se pueden encontrar en diversas fuentes de información todos los años. Pero existen otros eventos que no son detectados a menos que se investigue a profundidad. Esto sucede porque, a pesar del origen local, la dispersión permite la extensión de los contaminantes hasta presentar efectos a nivel macro escala. Un claro ejemplo son los parches de basura y los sumideros temporales. Ambos son referidos en los textos del CPPS y diversas ONG. Las campañas de prevención y limpieza buscan mitigar el impacto, pero aún falta mayores avances para anular los diversos efectos negativos en nuestro medio.

- Daños en ecosistemas marinos.

El efecto de la contaminación marina en el ecosistema de los mares ha sido estudiado por investigadores de organizaciones mundiales desde mediados de los años 80, Odell (1987); Geraci & Lonsbury (1993). Cabe señalar dentro de estos estudios el trabajo del Instituto de Investigación Marina Algalita de Estados Unidos. En sus investigaciones se ha visto como la contaminación persistente se vuelve parte de la dieta diaria de muchas especies, causando su muerte. También ha señalado que la contaminación orgánica (aguas servidas) promueve la formación de mareas rojas,

llamadas así por la alta concentración de algas de ese color. Estas son altamente nocivas pues reducen la cantidad de oxígeno y, por consiguiente, la formación de plancton, dañando la cadena alimenticia y propiciando la formación de bacterias patógenas o biotoxinas.

1.4. Formulación del Problema

Según el decano del Colegio de Licenciados en Turismo, Fernando Cruz, la cantidad de visitas turísticas de Huanchaco ha descendido en un 40%, esto debido a un grave problema de contaminación, por un mal desarrollo y omisión de prácticas ambientales individuales, que preocupa a las asociaciones de comerciantes formales del balneario, pues este problema les ha afectado en el número de ventas de sus artículos o productos. Al mismo tiempo, la Gerencia de Salud y Gestión Ambiental de la Municipalidad distrital de Huanchaco, señala que, en la temporada de verano del 2018, se ha generado 20 toneladas de residuos por parte de los bañistas y los mismos comerciantes, según su investigación, siendo los desechos más comunes los orgánicos, papel cartón, vidrio y plástico.

Por ello, se considera que, a través del contacto directo que tienen los comerciantes con las personas, se puede informar y educar a la población.

Entonces, ¿la aplicación de estrategias de comunicación, lograrán la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes del balneario de Huanchaco?

1.5. Justificación del estudio

Como punto de inicio, es de conocimiento que existen leyes que ordenan el cuidado de las playas en el Perú como la ley N° 26856 que declara las playas como un bien de uso público, lo cual indica que no puede ser adquirido por sectores privados y por ende se infiere que debe ser cuidado por todos. Asimismo, la ley N° 30590 promueve la recuperación, conservación y mantenimiento de las playas.

Lo que se planteó fue la planificación y el desarrollo de estrategias de comunicación que ayuden a mejorar el nivel de conocimiento sobre cultura ambiental de los comerciantes del balneario de Huanchaco y a través de ello, los visitantes y pobladores puedan observar los resultados y los asimilen poniéndolos en práctica. Este balneario es de los más

representativos de la región La Libertad y de no poner en práctica una solución, afectará gravemente la economía de Huanchaco pues da una mala imagen a los turistas que llegan a visitarla.

A partir de este estudio se pretende también, motivar a los profesionales de Ciencias de la Comunicación para que lleven a cabo proyectos de tipo social, dónde puedan proponer y desarrollar soluciones, claramente desde el campo comunicacional:

Teórica

Este proyecto de investigación se justificó en la necesidad de promover un cambio de comportamiento en la sociedad aplicando la teoría de la comunicación participativa, que facilita la identificación de las necesidades relacionadas con la problemática, fomentando así la participación y ejecución de los procesos de desarrollo. Asimismo, se aplicó la teoría del modelo de cambio de comportamiento, que explica la dinámica del proceso de los cambios de actitudes, conocimientos y creencias.

Metodológica

Se establecieron criterios que permitan orientar el desarrollo de soluciones desde el campo comunicacional a un problema social, considerando el tipo y diseño de investigación, instrumentos de recolección de datos y los procesos de análisis de resultados.

Práctica

Esta investigación vino a representar una oportunidad importante, ya que muestra el desarrollo de soluciones desde el campo comunicacional en un problema social, como lo es la contaminación por residuos sólidos en las playas de Huanchaco. De esta forma se muestra la implicancia de las actitudes de las personas, así como la relación de su identidad cultural con el problema analizado.

Relevancia

La aplicación satisfactoria de esta investigación ha logrado tener un efecto directo en la población de Huanchaco, lo que podría ser un punto de inicio para utilizar una parecida metodología en otras localidades con contextos similares, además de contar con el respaldo de las autoridades para que se tome la debida importancia al problema.

Contribución (aporte social)

A través del desarrollo del proyecto de investigación se crea una sociedad con conciencia crítica al momento de desarrollar ciertas actitudes que influyen en la responsabilidad ambiental.

1.6. Hipótesis

Ho: La aplicación de las estrategias de comunicación no mejorará el nivel de cultura ambiental de los comerciantes del balneario de Huanchaco.

H1: La aplicación de las estrategias de comunicación mejorará el nivel de cultura ambiental de los comerciantes del balneario de Huanchaco.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General:

Determinar el efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en el nivel de conocimiento sobre cultura ambiental de los comerciantes del balneario de Huanchaco, 2018.

1.7.2. Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico sobre el conocimiento inicial en el tema de cultura ambiental en los comerciantes del balneario de Huanchaco.
- Diseñar las estrategias de comunicación que ayuden a la mejora de la cultura ambiental en los comerciantes del balneario de Huanchaco.
- Aplicar las estrategias de comunicación para la mejora de la cultura ambiental en los comerciantes del balneario de Huanchaco.
- Evaluar los resultados del conocimiento en el tema de cultura ambiental en los comerciantes del balneario de Huanchaco, después de haber aplicado las estrategias de comunicación.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Enfoque de investigación: Cuantitativo

Diseño Pre-experimental: pretest - posttest.

Se basa en colocar un estímulo a un conjunto de personas, después emplear una medición de una o más variables para determinar cuál es el nivel del grupo de estas variables.

Diagrama:

GU 01----- X -----02

Donde:

GU: Grupo único.

01: Medición preexperimental de la variable dependiente.

X: Es el tratamiento.

02: Medición post experimental de la variable dependiente.

Como se puede observar en el diagrama, se trabajó con un grupo único para aplicar el pre test, en este caso a 22 comerciantes ubicados en la Av. La Rivera en Huanchaco, luego como tratamiento ejecutaron estrategias de comunicación, finalmente se midió la variable dependiente, en este caso el nivel de cultura ambiental.

2.2. Variables, Operacionalización

Variable independiente: Estrategias de comunicación.

Variable dependiente: Nivel de conocimiento sobre cultura ambiental.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Estrategias de comunicación (Independiente)	Forman parte de la planificación que sistematiza a los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, y los instrumentos que se va a poner en desarrollo en un periodo determinado. Herrera & Duarte (2016)	Se realizó mediante la técnica de una guía de observación, entrevistas y focus group.	Teorías de la comunicación	Teoría participativa
				Modelos de cambio de comportamiento
			Diseño de estrategias	Mensaje de la campaña
				Estrategia de la campaña
				Discurso de la campaña
				Difusión de la campaña
			Plan de medios	Medios de comunicación impreso
Redes sociales				
Nivel de conocimiento sobre cultura ambiental (Dependiente)	Es la forma como los seres humanos se relacionan con el ambiente bajo parámetros pro-ambientalistas. Miranda, L (2013)	Se midió a través de una prueba objetiva realizada a partir de entrevistas a expertos. (Pretest – Post test)	Educación ambiental	Creencias ambientales
				Actitudes ambientales
				Hábitos ambientales
				Comportamiento ambiental

			Gestión de residuos sólidos	Clasificación de residuos sólidos
				Las 5 erres ecológicas
			Agentes contaminantes	Consecuencias de los contaminantes
				Daños en ecosistemas marinos

2.3. Población y muestra

Como población para aplicar la campaña, se determinó trabajar con comerciantes del balneario de Huanchaco que pertenecen a distintas asociaciones, sean de artesanía, de comida, etc. Los participantes son comerciantes cuyas edades comprenden entre los 25 y 55 años, son progresistas del sector socioeconómico C, en su mayoría solteros o convivientes.

TIPO DE MUESTREO: No probabilístico, por conveniencia.

MUESTRA DEL ESTUDIO: Comprende 22 comerciantes con los que se trabajó el mismo estudio pretest y post test.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Las técnicas de recolección de datos que ayudaron a medir el nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de la playa de Huanchaco son la prueba objetiva, el focus group, la entrevista y la guía de observación.

Cuadro de técnicas e instrumentos de recolección de datos	
Técnica	Instrumento
Interrogación	<ul style="list-style-type: none"> • El instrumento utilizado fue una prueba objetiva realizada en base a los indicadores de la variable “Nivel de cultura ambiental” del cuadro de operacionalización de variables. • La prueba objetiva fue tomada en un mismo público, tanto en el pre test como en el post test, para así poder contrastar los resultados teniendo en cuenta las estrategias de comunicación como un impulsador del cambio de respuestas.
Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> • Las preguntas en la guía de entrevista fueron creadas para tener un panorama más claro en cuanto a la problemática. • Se les aplicó a expertos en temas de cuidado ambiental y que además tienen conocimiento sobre el estado social de la zona afectada con la finalidad de fortalecer el diagnóstico de la realidad de la zona de acción.
Observación	<ul style="list-style-type: none"> • Las escalas de observación tienen como finalidad verificar el compromiso de cada uno de los participantes en la realización de los talleres. • Además, se encuentra una apreciación del desempeño y compromiso alcanzado en base a las sesiones preparadas sobre la importancia del cuidado del ambiente.

Focus group	<ul style="list-style-type: none"> Las preguntas en la guía de moderador se realizaron con el propósito de fortalecer de manera conjunta las estrategias de comunicación que se desarrollaron.
-------------	---

Previo a la utilización de estos instrumentos de recolección de datos, se validó el nivel de confiabilidad de la prueba objetiva y la guía de observación mediante la revisión de tres diferentes especialistas en temas de comunicación, cultura ambiental y metodología.

2.5. Métodos de análisis de datos

Los datos recogidos tras la aplicación del instrumento en el pretest y el posttest, fueron contrastados utilizando la prueba de D de Cohen mediante el programa SPSS versión 25.

2.6. Aspectos éticos

La investigación fue sustentada bajo los fundamentos de la ética, se consideró el consentimiento informado, se mantuvo la veracidad de los datos recolectados y la información que fue procesada, el respeto a la propiedad intelectual, a la biodiversidad y al medio ambiente.

Por otro lado, se ha contado con el apoyo y autorización de la Municipalidad de Huanchaco para la realización de las actividades desarrolladas. De ser factible, se podría dar paso a una sostenibilidad con las estrategias y poder repetirse cada cierto tiempo.

III. RESULTADOS

TABLA 01: Pre y post test del nivel de conocimientos de los comerciantes de Huanchaco en educación ambiental.

NIVELES	EDUCACIÓN AMBIENTAL			
	Pre-Test		Post-Test	
	Nº	%	Nº	%
ALTO	6	27%	14	64%
MEDIO	10	46%	7	32%
BAJO	6	27%	1	4%
Total	22	100%	22	100%

FUENTE: CONSOLIDADOS DE RESULTADOS DE APLICACIÓN DE LOS ÍTEMS

Interpretación: Como precisa la tabla 01, en un inicio el nivel de conocimientos de los comerciantes de Huanchaco en educación ambiental fue medio con un 45%, mientras que un 27% tenía nivel alto y el último 27% tenía un nivel bajo. Sin embargo, en el post tes los resultados muestran una mejoría, pues el 64% de comerciantes muestran un nivel alto de conocimientos en educación ambiental, un 32% muestra nivel regular y finalmente un 5% tiene un nivel bajo.

TABLA 02: Pre y post test del nivel de conocimientos de los comerciantes de Huanchaco sobre la gestión de residuos sólidos.

NIVELES	GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS			
	Pre-Test		Post-Test	
	Nº	%	Nº	%
ALTO	2	9%	16	73%
MEDIO	17	77%	6	27%
BAJO	3	14%	0	0%
Total	22	100%	22	100%

FUENTE: CONSOLIDADOS DE RESULTADOS DE APLICACIÓN DE LOS ÍTEMS

Interpretación: Como precisa la tabla 02, en el pretest el nivel de conocimientos de los comerciantes sobre la gestión de residuos sólidos era medio con un 77%, mientras que un 14% tenía un bajo nivel de conocimientos y solo el 5% tenía un nivel alto. Sin embargo, en el post test se observa que un 73% tiene un alto nivel de conocimientos sobre gestión de residuos sólidos, un 27% muestra un nivel medio y se logró que ningún comerciante tenga bajo nivel sobre este tema.

TABLA 03: Pre y post test del nivel de conocimientos de los comerciantes de Huanchaco sobre los agentes contaminantes.

NIVELES	AGENTES CONTAMINANTES			
	Pre-Test		Post-Test	
	Nº	%	Nº	%
ALTO	2	9%	7	32%
MEDIO	6	27%	13	59%
BAJO	14	64%	2	9%
Total	22	100%	22	100%

FUENTE: CONSOLIDADOS DE RESULTADOS DE APLICACIÓN DE LOS ÍTEMS

Interpretación: Como precisa la tabla 03, en el pretest el nivel de conocimientos de los comerciantes sobre los agentes contaminantes era bajo con un preocupante 64%, mientras que un 27% tenía nivel medio y tan solo un 9% tenía nivel alto. Luego de aplicar las estrategias de comunicación los resultados cambian, pues en el post test un 59% muestra un nivel medio, un 32% un nivel alto y un 9% un nivel bajo.

TABLA 04: Resultado general del pre y post test aplicado.

NIVELES	RESULTADO GENERAL DEL PRE Y POST TEST			
	Pre-Test		Post-Test	
	Nº	%	Nº	%
ALTO	2	9%	13	59%
MEDIO	3	14%	9	41%
BAJO	17	77%	0	0%
Total	22	100%	22	100%

FUENTE: CONSOLIDADOS DE RESULTADOS DE APLICACIÓN DE LOS ÍTEMS

Interpretación: Como precisa la tabla 04, el nivel de conocimientos de manera general sobre cuidado del medio ambiente en un inicio era bajo con un preocupante 77%, un 14% de comerciantes estaba en nivel medio, y solo el 9% de ellos tenía un nivel alto. Al aplicar el post test luego de desarrollar las estrategias de comunicación se mejoran los resultados, pues un 59% de comerciantes muestra un alto nivel y al otro 41% en un nivel medio.

Tamaño del efecto aplicando D de Cohen:

EFECTO D DE COHEN							
<p>Fórmula:</p> $d = \frac{M_1 - M_2}{\sqrt{\frac{SD_1^2 + SD_2^2}{2}}}$ $r = \frac{d}{\sqrt{((D^2) + 4)}}$ <p>© easycalculation.com</p> <p>Donde, d = Valor d de Cohen (Diferencia de Medias Estandarizada), M1,M2 = Valores Medios del Primer y Segundo Conjunto de Datos, SD1,SD2 = Desviación Estándar del Primer y Segundo Conjunto de Datos, r = Efecto Tamaño.</p>							
$d = 15.00 - 8.73 / \sqrt{[(1.95)^2 - (3.56)^2] / 2}$							
VALOR D DE COHEN						2.18	
$r = 2.17 / \sqrt{((D_2) + 4)}$							
EFECTO TAMAÑO (r)						0.74	CONSIDERABLE
TAMAÑO DE EFECTO	0,00	0,01 - 0,2	0,21 - 0,4	0,41 - 0,6	0,61 - 0,8	0,81 - 1,00	
ESCALA	POBRE	LEVE	ACEPTABLE	MODERADA	CONSIDERABLE	CASI PERFECTA	

Interpretación: La escala de la D de Cohen, indica que el efecto es pobre cuando alcanza 0,00 de tamaño, es leve cuando alcanza entre 0,01 y 0,2 de tamaño, es aceptable cuando alcanza entre 0,21 y 0,4 de tamaño, es moderada cuando alcanza entre 0,61 y 0,8 de tamaño, y es casi perfecta cuando alcanza entre 0,81 y 1,00 de tamaño. Aplicando la fórmula en los resultados de la prueba objetiva, teniendo en cuenta los promedios, el coeficiente de variación y la desviación estándar del pre y post test, el efecto de la presente investigación es considerables, obteniendo 0,74 de tamaño.

IV. DISCUSIÓN

En la Tabla 01, se puede observar que en un inicio el nivel de conocimientos de los comerciantes de Huanchaco en educación ambiental fue medio con un 46%, mientras que un 27% tenía nivel alto y el último 27% tenía un nivel bajo. Sin embargo, en el post tes los resultados muestran una mejoría, pues el 64% de comerciantes muestran un nivel alto de conocimientos en educación ambiental, un 32% muestra nivel regular y finalmente un 4% tiene un nivel bajo. Para ello existen conceptos sobre los paradigmas de cambio de comportamiento a nivel comunitario, Mosquera (2003), indica que este modelo ayuda a comprender cómo funcionan y cambian los sistemas sociales y cómo pueden introducirse estrategias en las comunidades a fin de generar sensibilización. Este patrón incorpora una perspectiva ecológica e involucra entidades que buscan ayudar a la sociedad. Sin embargo, desde la perspectiva individual, Becker (1977) enfatiza que las personas combinan distintas porciones de información y a partir de ello crean reglas. Dentro de este modelo tenemos las etapas de cambio, las creencias, y el proceso de información del individuo como factores involucrados para la toma de decisiones y cambio de actitud. Un resultado parecido obtuvo la investigación de Rengifo, B. (2012) titulada “La Educación Ambiental una estrategia pedagógica que contribuye a la solución de la problemática ambiental en Colombia” donde se llegó a la conclusión que la educación ambiental, como estrategia pedagógica, es una opción importante para comprender el entorno y usarlo adecuadamente. Aunque no usaron una metodología parecida a la presente investigación, se concluyó en que es necesario informar, capacitar, sensibilizar a través de las estrategias pedagógicas para dar solución a los problemas ambientales, así como es importante realizar investigaciones de acción participativa, trabajos de campo, talleres, grupos ecológicos, campañas ecológicas, para que se promueva el desarrollo de conciencia sobre los ciclos de la naturaleza.

En la tabla 02, observamos que en el pretest el nivel de conocimientos de los comerciantes sobre la gestión de residuos sólidos era medio con un 77%, mientras que un 14% tenía un bajo nivel de conocimientos y solo el 5% tenía un nivel alto. Sin embargo, en el post test se observa que un 73% tiene un alto nivel de conocimientos sobre gestión de residuos sólidos, un 27% muestra un nivel medio y se logró que ningún comerciante tenga bajo nivel sobre este tema. Esta área de la Cultura Ambiental abarca claramente a la sociedad, por lo que existen conceptos sobre los modelos de cambio de comportamiento desde la perspectiva interpersonal, pues involucra al individuo y a su entorno social, que influye para el desarrollo

de ciertas actitudes. Dentro de este modelo se encuentra la teoría de aprendizaje, que se enfoca en cómo el comportamiento humano se explica en términos de una teoría dinámica recíproca y de tres vías en la cual los factores personales, las influencias ambientales y el comportamiento interactúan continuamente. Este concepto ha sido desarrollado por Bandura & Rotter (1986). En la investigación de Cárdenas G. (2010) realizada en Venezuela, investigación cualitativa con método investigación – acción, cuya finalidad fue la de promover la educación ambiental en base a la creación de estrategias pedagógicas y de sensibilización en la Escuela Técnica Agropecuaria “El Algarrobo”, se utilizó la entrevista como instrumento de recolección de datos y se llegó a la conclusión que el enfoque de los cambios debería comenzar en la participación y compromiso conjunto de todos. Mientras que, en Guatemala en el año 2012, se propuso el Diseño de una Campaña de Comunicación Social para la promoción del manejo alternativo de desechos sólidos, dirigido a centros educativos en San Lucas Sacatepéquez. En su investigación, se señala la importancia de estimular a los niños a no cometer actos que desfavorezcan al ambiente, asimismo, se señala que los estudiantes con quienes trabajó en su investigación, mostraban actitudes positivas frente a los problemas de contaminación ambiental. Y poniendo énfasis en que la responsabilidad de mantener limpia la comunidad es de todos los habitantes, por ello los cambios de comportamiento se debe generar desde cada persona y en conjunto con quienes lo rodean.

En la tabla 03, en el pre test el nivel de conocimientos de los comerciantes sobre los agentes contaminantes era bajo con un preocupante 64%, mientras que un 27% tenía nivel medio y tan solo un 9% tenía nivel alto. Luego de aplicar las estrategias de comunicación los resultados cambian, pues en el post test un 59% muestra un nivel medio, un 32% un nivel alto y un 9% un nivel bajo. Para ello, la teoría de comunicación participativa trabaja como agente de cambio en temas de importancia en un grupo social, Contreras (2000) define a la teoría de la comunicación participativa como una perspectiva de la comunicación para el desarrollo que se enfoca en la participación ciudadana como eje fundamental de la realización de los proyectos marcada por el argumento de mundialización. Existen iniciativas en Perú de asociaciones como la ONG Trazo en el año 2016, que desarrolló una campaña denominada “No seas basura con tu playa”, la cual tiene como finalidad crear conciencia en los ciudadanos y que colaboren en la preservación del ambiente en los asistentes a las playas representativas de Chorrillos como Pescadores, La Herradura y Agua Dulce. Como parte de la campaña se llevó a un grupo de voluntarios que visitaron las playas

de la Costa Verde, informando a los vecinos sobre los agentes contaminantes que perjudican a los balnearios y además brindaron bolsas biodegradables para que en ellas depositen sus residuos sólidos. Fernando Velasco, encargado de la ONG Trazo, indicó que la falta de concientización y colaboración en el cuidado del ambiente es una problemática constante en las distintas playas de la costa del país por lo que es necesario desarrollar campañas que contribuyan a la reconstrucción de valores ambientales. Recientemente, en el año 2017, otra iniciativa para una campaña de limpieza la tuvo el Club de Pesca Deportiva SurfCasting de Trujillo, realizando una campaña de limpieza por iniciativa y dinero propio del club y de algunos voluntarios. La idea no es solo la de recolectar la basura, involucra un tema de sensibilización e información sobre cuidado del medio ambiente, agentes que contaminan a las playas, como reducir los desechos, por ello se visitó a los vecinos de la playa, los pescadores artesanales y también a los ambulantes que llegan y no cuidan de manera correcta la playa.

En la tabla 04, el nivel de conocimientos de manera general sobre cuidado del medio ambiente en un inicio era bajo con un preocupante 77%, un 14% de comerciantes estaba en nivel medio, y solo el 9% de ellos tenía un nivel alto. Al aplicar el post test luego de desarrollar las estrategias de comunicación se mejoran los resultados, pues un 59% de comerciantes muestra un alto nivel y al otro 41% en un nivel medio. Para ello, existen definiciones sobre la teoría de comunicación participativa, que respaldan a la investigación, Barbero (2010), indica que este paradigma permite hacer comunicación basándose en las necesidades e intereses de los grupos socioculturales, así como a sus protagonistas, mediante la planificación de propuestas que contribuyan a mejorar su presencia e incidencia tanto en los procesos de desarrollo y de toma de decisión, como en los medios de comunicación. De esta forma, hace posible que espacios y relaciones de poder sean más equitativos en donde las personas compartan experiencias, información, sentimientos y propuestas para crecer individual y colectivamente. Por otro lado, la Organización de las Naciones Unidas - ONU (2011), señala que la combinación de procedimientos de diálogo con enfoques de medios de masas sirve para generar un cambio social y de esta forma se incrementa la relación fundamental que lleva al desarrollo y la escasez de facilitar la colaboración y el empoderamiento de las personas que viven en zonas vulnerables. Respecto a investigaciones, en el Perú, se realizó una propuesta completa para el trabajo docente en el II ciclo del nivel inicial, basándose en la sensibilización ambiental, en el año 2013. El fin de este proyecto era informar a los ciudadanos, a través de los niños, sobre la realidad ambiental y de esta forma,

se le pueda concienciar y se puedan crear sus propias estrategias para el cuidado de su entorno. Se concluyó que los niños de educación inicial pueden tener buenas actitudes ambientales, a partir de actividades vivenciales que los relacione con su entorno natural. Mientras que un estudio de García H. (2012), en su investigación “Estrategias pedagógicas y actitudes hacia el cuidado del medio ambiente en estudiantes de Tarapoto” de tipo cuasi experimental, con diseño pre test - post test, se llevó a cabo con una muestra de 120 estudiantes del nivel secundaria, aplicando una escala de Licker para la medición de los indicadores; entre sus conclusiones aclara que antes del experimento, los participantes tendieron a permanecer con actitud neutral, mientras que después de la aplicación de las estrategias, los estudiantes presentaron mayor predisposición a ubicarse en la aceptación.

V. CONCLUSIONES

1. Se determinó que la aplicación de estrategias de comunicación para mejorar el nivel de cultura ambiental de los comerciantes del balneario de Huanchaco es eficaz porque sí logra un efecto significativo en el proceso de aprendizaje de nuevos conocimientos.
2. Se comprobó que no existe un suficiente conocimiento sobre el cuidado del medio ambiente a partir de los resultados de las entrevistas y de la primera prueba objetiva aplicada. Asimismo, estos instrumentos sirvieron para determinar que Educación Ambiental, Gestión de residuos sólidos y Agentes contaminantes, son las áreas de la Cultura Ambiental que se deberían tratar dentro de las estrategias a aplicar.
3. El diseño de la planificación de las estrategias de comunicación que fue desarrollado, se realizó gracias a un *focus group* con los 22 comerciantes del balneario de Huanchaco que deseaban participar de las actividades que se programarían a partir de esta técnica. Estas estrategias fueron los talleres de capacitación sobre los temas de Cultura Ambiental, las charlas informativas que realizadas por los comerciantes capacitados hacia pequeños negocios del balneario para que contribuyan a cuidado del medio ambiente, la creación de *merchandising* (polos y bolsas de tela ecológicas), una campaña de limpieza en la orilla del balneario, y la creación de un *fanpage* manejado en ocasiones por ellos mismos para difundir las actividades realizadas, y así el mensaje sea de mayor alcance.
4. Gracias a la aplicación de las estrategias mencionadas, se logró que los comerciantes, se involucren e involucren a las personas que están a su alrededor, solicitando nuevas actividades que contribuyan al cuidado del medio ambiente.
5. A través de la prueba objetiva aplicada al final del desarrollo de las estrategias de comunicación, se determinó que los comerciantes han mejorado el nivel de conocimientos sobre Cultura Ambiental, esto se comprueba gracias a la aplicación de la D de Cohen en los resultados del pre y post test, dando como resultado, un efecto de 0.74, estando dentro de la escala de un resultado considerable.

VI. RECOMENDACIONES

1. A las autoridades locales de Huanchaco, poner mucho énfasis en esta problemática que tiene años de presentarse y creando estragos irreparables en la zona. Tener en cuenta que la población está ansiosa por realizar un trabajo conjunto y cooperativo en el rescate de este balneario, pero se necesita instrucción y preparación sobre el tema para poder realizarlo.
2. A los pobladores de Huanchaco y en general a toda persona que vaya en calidad de visitante al balneario, el cuidado del balneario es trabajo de todos y debe realizarse con o sin el interés de las autoridades; el trabajo conjunto de la población puede hacer un cambio significativo en esta problemática.
3. A los comerciantes de Huanchaco, cuidar el balneario debe convertirse en una prioridad y el continuar con las actividades realizadas ayudará al cambio, el conocimiento adquirido en este poco tiempo debe intensificarse y también debe ser compartido; además que el uso de elementos amigables con el medio ambiente es una buena iniciativa en la lucha contra esta problemática.
4. A los investigadores, es necesario continuar con las actividades para no perder la motivación de los comerciantes y lograr que una mayor cantidad de públicos se una y conozca de qué forma puede aportar contra la problemática de la contaminación en el balneario, además de continuar con los siguientes pasos de para lograr un cambio de comportamiento permanente en toda la población. Asimismo, se sugiere proponer estudios de tipo cuasi experimental en investigaciones de la misma línea.

VII. REFERENCIAS

- Acebal, M. (2010). Conciencia Ambiental y Formación de Maestras y Maestros. [Tesis]. Universidad de Málaga. Recuperado de: <http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/323/8/978-84-9747-606-5.pdf>
- Bandura & Rotter (1986). Comunicación y salud: teorías, modelos y prácticas.
- Barbero, J. M. (01 de 03 de 2010). Comunicación participativa para el desarrollo. Periodistas: mediadores o intermediarios. Obtenido de tucomunidadinfo: <https://tucomunidadinfo.wordpress.com/tag/jesus-martin-barbero/>
- Becker, E. (1977). Teorías de comportamiento.
- Benítez Moreno, R. (13 de 01 de 2013). <http://www.benitezrafa.es>. Obtenido de Todo muy singular. Marketing Digital, People Analytics, Algo de Psicología y curiosidad por un tubo...: <http://www.benitezrafa.es/como-desarrollar-una-estrategia-de-comunicacion-en-8-pasos/>
- Cárdenas, G. (2010). Estrategias pedagógicas y de sensibilización en la educación ambiental. Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”. Venezuela. Obtenido de: <https://docplayer.es/17912472-Estrategias-pedagogicas-y-de-sensibilizacion-en-la-educacion-ambiental-autora-lcda-ma-gabriela-cardenas-tutora-dra.html>
- Castelló, E. (2002). El mensaje publicitario o la construcción retórica de la realidad social. Obtenido de ull.es: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/2002castellooctubre5201.htm>
- Contreras Sierra, E. R. (2013). The concept of strategy as a basis for strategic planning. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte Colombia.
- Corrales & Hernández (2010). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. México: Revista razón y palabra.
- González, R., Martínez, A., & Arrieta, B. (2009). Las redes sociales en ayuda de pequeñas y medianas empresas. Málaga, España: Universidad de Málaga.
- Huanchaco, M. D. (2016). Plan de manejo de residuos sólidos de Huanchaco 2016 - 2021. Trujillo: Municipalidad Distrital de Huanchaco.
- Herrera Castro, M., & Duarte Ruiz, Y. (2016). Creatividad empresarial: Automatización del proceso de ventas. Managua, Nicaragua: UNAN.

- Kennet & Donald (2010). Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing. México.
- Kotler, P. (1998). Principles of Marketing. Chicago, USA.
- Mariani, L. (2010). Communication strategies, Learning and teaching how to manage oral interaction. www.learningpaths.org.
- Ministerio del ambiente. (2016). Plan nacional de gestión integral de residuos sólidos 2016 - 2024. Perú.
- Miranda Murillo, L. M. (2013). Cultura ambiental: un estudio desde las dimensiones de valor, creencias, actitudes y comportamientos ambientales.
- Mosquera, M. (2003). Comunicación en Salud: Conceptos, Teorías y Experiencias. OPS. Organización Panamericana de la Salud.
- Narváez Arana, E. (2016). Conciencia ambiental de los visitantes a la playa de huanchaco - la libertad. Trujillo, Perú: Universidad Católica de Trujillo “Benedicto XVI”.
- ONU. (2011). Comunicación para el desarrollo. Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Nueva York, Estados Unidos: QUO Bangkok.
- Pérez Romero, L. A. (2004). Marketing social, teoría y práctica. Ciudad de México: Pearson.
- Plumwood, V. (2002). Environmental Culture. New York, USA: Routledge.
- Rengifo, B., et al. (2012). La Educación Ambiental una estrategia pedagógica que contribuye a la solución de la problemática ambiental en Colombia. Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/06-BRengifo.pdf>
- Sagua, T. (09 de 02 de 2015). laenciclopediagalactica. Obtenido de Teorías y Modelos de Cambio de Comportamiento: <http://laenciclopediagalactica.info/2015/02/09/teorias-y-modelos-de-cambio-de-comportamiento/>
- Saldaña Durán, C., & Messina Fernández, S. (2014). Cultura ambiental. Ciudad de México: Ecorfan.
- Seguí León, G. C., & Pérez Bruno, H. R. (2013). Estrategia de marketing social propuesta en la comunidad rural vivero. Pinar del Río, Cuba: Revista USAL.
- Universidad San Carlos de Guatemala, F. (s.f.). Manejo de la basura y su. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

ANEXOS

-Anexo 01: Plan de actividades

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR EL NIVEL DE
CONOCIMIENTO SOBRE CULTURA AMBIENTAL EN LOS
COMERCIANTES DE HUANCHACO – 2018

EQUIPO DE TRABAJO

Tenorio Puelles, Jorge.
Terrones Carranza, Alex.

Trujillo, Perú
2018

INTRODUCCIÓN

Entre los problemas sociales encontrados en el Perú, identificamos a la contaminación ambiental como uno de los más graves. A diario, se observa que los desperdicios son arrojados en las calles por los mismos ciudadanos, este ejercicio es más fácil y menos incómodo ya que en sus opciones no está guardar estos residuos hasta encontrar un bote de basura cercano o hasta llegar a casa, y este es un ejemplo minúsculo frente a acciones significativas que erróneamente se suele cometer en una sociedad como la nuestra.

Una de las zonas más afectadas en la ciudad de Trujillo, es el balneario de Huanchaco, y esto es preocupante ya que se trata de un lugar turístico importante en la región La Libertad. En Huanchaco, se realizan constantemente eventos, que causan una aglomeración de desperdicios que se esparcen por toda la playa. Los visitantes que suelen ir al balneario no demuestran su cultura ambiental, pues arrojan sus desperdicios en cualquier parte de la playa.

Este balneario, es el centro principal de servicios turísticos y recreativos de la provincia de Trujillo, ya que, por mes, llegan cerca de 20 mil turistas, según la Gerencia de Desarrollo Económico Local y la Subgerencia de Turismo de la municipalidad distrital de Huanchaco; pero al observar este panorama problemático, causa alarma, esto debido a la falta de cultura ambiental por parte de los pobladores y visitantes.

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

REALIDAD PROBLEMÁTICA.

Basándonos en las consecuencias que hasta el momento se han dado a raíz de la contaminación ambiental en el balneario de Huanchaco, se observa que, en los últimos años, muchas aves como los guanayes y especies marinas vienen muriendo, lo que está originando una inminente destrucción de ecosistemas.

Según los estudios que se realizan periódicamente para comprobar el nivel de contaminación de la playa de Huanchaco, los resultados son cada vez más alarmantes y las consecuencias son peores tanto para los pobladores y visitantes como para las especies marinas. Como ejemplo tenemos que en el primer día del año 2017 se llegaron a retirar hasta 40 toneladas de residuos sólidos y se estima que por día se llega a acumular un promedio de 17.3 toneladas, según el Plan de manejo de residuos sólidos en Huanchaco 2016 – 2021, realizado por la Gerencia de Salud y Gestión Ambiental de la Municipalidad distrital de Huanchaco.

En un estudio realizado por la Dra. Eliza Narváez Arana en el año 2016, se midió el nivel de conciencia medioambiental en los visitantes de la playa de Huanchaco, en donde se evaluaron tres aspectos: la conciencia ambiental, la conciencia cognitiva y la conciencia afectiva. Los resultados indicaban que el 86% de los observados tienen un nivel bajo en conciencia ambiental, el 90% tiene un nivel bajo cognitivo y 82.5% un nivel de conciencia ambiental afectiva baja, lo cual nos lleva a la conclusión que hace falta enfocarnos en este problema diagnosticado en Huanchaco, y generar un cambio.

Con el pasar de los años, esta problemática se va a intensificar gradualmente, y causará una mayor contaminación, además de la muerte de un número importante de especies marinas en la orilla del litoral, lo que podría originar un posible contagio de enfermedades. Además de ser una zona contaminada y descuidada donde será imposible la recreación y la pesca. Por ende, disminuirá el nivel de turistas visitantes a este balneario.

Frente a esta problemática, la comunicación juega un rol importante, pues es una actividad que permite enviar y recibir mensajes significativos, y que puede ser

usada como una herramienta para intervenir en asuntos sociales, si se emplea de manera adecuada. Las estrategias que se pueden usar son múltiples, debido a las ramas que posee este campo, y de acuerdo con el problema que se va a intervenir.

Al respecto, consideramos que una campaña de publicidad social ayudaría a promover un cambio en la conciencia de los pobladores y visitantes de la playa de Huanchaco. Esto con la ayuda de autoridades municipales, organizaciones ambientales, medios de comunicación, la misma población, y, sobre todo, con la participación de asociaciones de comerciantes de la zona, ya que son los más afectados si las visitas disminuyen.

DELIMITACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Desde la Óptica de **Fuente especificada no válida.**, para el comienzo del proceso de una investigación, es importante delimitar el espacio geográfico y el tiempo. Esto es importante para planificar los objetivos de la investigación y la resolución del problema que se estudia.

- **La delimitación referida al espacio:**

Av. La Rivera, distrito de Huanchaco.

- **La delimitación referida al tiempo:**

El presente proyecto será realizado en un lapso aproximado de 5 meses y está dirigido a los comerciantes, para que, a través de ellos, los visitantes y pobladores tomen conciencia de las acciones no ambientales que cometen.

FODA

- **Fortalezas**

- El compromiso de los comerciantes en el desarrollo de la campaña.
- El buen estudio previo a nuestro público para determinar sus gustos y preferencias.

- Los espacios donde se desarrollará la campaña se encuentran cerca a nuestro público objetivos.
- **Oportunidades**
 - El respaldo por parte de la Municipalidad Distrital de Huanchaco para la realización de las actividades.
 - El apoyo del Centro de escucha y acogida de la MPT, para el desarrollo de los talleres informativos brindados por su equipo de profesionales.
- **Debilidades**
 - El bajo presupuesto con el que se cuenta para la realización de la campaña.
 - Poco tiempo para desarrollar todas las actividades planificadas.
- **Amenazas**
 - El clima puede variar y ser contraproducente para la realización de alguna de las actividades.
 - Actividades establecidas por la Municipalidad Distrital de Huanchaco que puedan cruzarse con nuestros talleres.
 - Inseguridad ciudadana.

2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Promover el cuidado del medio ambiente en los pobladores de Huanchaco, mediante la participación de los comerciantes del balneario en las actividades planificadas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar talleres de capacitación sobre el tema del cuidado del medio ambiente con los comerciantes.
- Fomentar las prácticas ambientales responsables a través de charlas informativas, brindadas por los comerciantes capacitados, hacia colegios y negocios locales.

- Realizar una actividad de limpieza con la participación de los comerciantes y bañistas.
- Difundir las actividades de la campaña a través de las redes sociales para que el mensaje se expanda.

3. PÚBLICO OBJETIVO

Comerciantes del balneario de Huanchaco, ubicados en la avenida La Ribera. Identificados con el distrito de Huanchaco a nivel cultural.

- **Género:** Femenino y masculino.
- **Ciclo de vida:** Jóvenes y adultos.
- **Clase social:** C-D.

4. MENSAJE

4.1. Promesa.

El desarrollo de una campaña de comunicación promoverá el cuidado del medio ambiente en los pobladores y visitantes del balneario, generando un cambio que beneficia en tema turístico y cultural a través de la aplicación de estrategias de comunicación.

4.2. Soporte de la promesa.

Todos deben ser parte del cambio, generando menos residuos, compartiendo los conocimientos sobre el cuidado del medio ambiente con nuestro entorno, etc.

4.3. Tono comunicacional.

Se usará un tono coloquial, con lenguaje simple y cotidiano.

Mensaje principal.

Todos con Huanchaco.

Logo de la campaña:



5. ESTRATEGIA

En Huanchaco, distintas entidades han desarrollado campañas de limpieza cada cierto tiempo, sin embargo, no se ha visto algún cambio a largo plazo. “Todos por Huanchaco”, es una campaña que involucra una serie de actividades realizadas de la mano de los comerciantes artesanos y de comercio de alimentos, ya que ellos tienen contacto directo con los pobladores, visitantes y turistas. Los comerciantes son el modelo que lo que ven los demás, por ello, sus actitudes en cuanto al cuidado del medio ambiente, debe ser óptimo.

Esta campaña busca desarrollar un efecto multiplicador del mensaje, primero capacitando a los comerciantes, para que ellos en compañía de nosotros, recorran negocios locales, para que se genere la buena práctica de acciones ambientales.

Asimismo, una de las actividades más importantes, es “Todos por Huanchaco ¡Challenge!”, dónde usamos las redes sociales para difundir videos con consejos que ayuden al cuidado al medioambiente y así los usuarios busquen replicar estas acciones. Concluyendo esta actividad con una competencia de limpieza, dónde cada comerciante que participa de esta campaña buscará a un visitante del balneario, para recoger la mayor cantidad de residuos en un tiempo determinado.

6. SELECCIÓN DE MEDIOS

Público	Mensaje / Objetivo	Medios interpersonales (personalizados y grupales)	Medios de apoyo
Comerciantes	Informarles sobre las consecuencias de la contaminación ambiental y capacitarlos para que posteriormente ellos desarrollen charlas informativas en negocios locales.	-Talleres informativos. -Capacitaciones.	- Material Impreso. - Diapositivas en PowerPoint.
Negocios locales	Informarles sobre las consecuencias de la contaminación ambiental, y las prácticas que pueden aplicar individualmente.	- Charlas informativas.	- Material impreso (afiches).
Público en general	Informar sobre las actividades de la campaña. Difundir prácticas ambientales que pueden aplicar individualmente, a través de las publicaciones que se realicen en la página de Facebook.	-Página de Facebook.	- Videos. - Fotos. - Piezas gráficas.

7. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Actividades de la Campaña “Todos por Huanchaco”					
Nombre de la actividad	Descripción	Objetivo y población definida	Actividad específica	Fecha y hora	Lugar
Testimonio	Testimonio sobre el estado actual de contaminación en Huanchaco por parte del poblador Percy Valladares Huamanchumo, quien preside la casa de la cultura y turismo del distrito de Huanchaco.	Poblador con conocimiento amplio sobre el problema de contaminación en Huanchaco.	Entrevista	Lunes 15 de octubre a las 9am.	Biblioteca Municipal de Huanchaco (Casa de madera)
"Concientización sobre el estado de contaminación de Huanchaco"	Desarrollo del tema de contaminación en Huanchaco, aclarando las dudas de los comerciantes sobre las estrategias a realizar y compartiendo ideas y experiencias para poder lograr una retroalimentación de información. -Agentes contaminantes de balnearios.	Comerciantes pertenecientes a asociaciones en Huanchaco (Artesanos, vendedores de comida)	Taller informativo	Lunes 22 de octubre de 8:30 am. a 10:30 am.	Biblioteca Municipal de Huanchaco (Casa de madera)

<p>"Prevención de problemas sociales"</p>	<p>Capacitación sobre las formas de prevención de problemas sociales como la contaminación ambiental, y como tratarlo con la población.</p>	<p>Representantes de asociaciones de artesanos y comerciantes de comida.</p>	<p>Conversatorio</p>	<p>Miércoles 24 de octubre de 8:30 am. a 10:30 am.</p>	<p>Biblioteca Municipal de Huanchaco (Casa de madera)</p>
<p>"Habilidades blandas y conciencia ambiental"</p>	<p>Especialista del Centro de Escucha y Acogida, Psic. Sayra Gerónimo, comparte formas de comunicación asertiva para tratar con el cliente y poder transmitir mejor el mensaje de cuidar el medio ambiente, además de exponer la importancia de tomar conciencia en el tema medioambiental.</p>	<p>Comerciantes pertenecientes a asociaciones en Huanchaco (Artesanos, vendedores de comida)</p>	<p>Taller de capacitación</p>	<p>Lunes 29 de octubre de 8:30 am. a 10:30 am.</p>	<p>Biblioteca Municipal de Huanchaco (Casa de madera)</p>
<p>"Cultura ambiental, aplicando los conocimientos"</p>	<p>Se capacita a los comerciantes en puntos básicos que ayudan al entorno a mejorar sus actitudes ambientales y de esta forma contribuye a la</p>	<p>Comerciantes pertenecientes a asociaciones en Huanchaco (Artesanos, vendedores de comida)</p>	<p>Taller de capacitación</p>	<p>Miércoles 31 de octubre de 8:00 am. a 10:30 am.</p>	<p>Biblioteca Municipal de Huanchaco (Casa de madera)</p>

	<p>mejora del cuidado del medio ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Clasificación de residuos. -Aplicación de las cinco erres. 				
<p>Charlas informativas a negocios locales de balneario</p>	<p>Los comerciantes con los conocimientos adquiridos realizarán charlas informativas a dueños o representantes de negocios locales cercanos al balneario, con el fin que se tomen acciones para la disminución de residuos.</p>	<p>Dueños de negocios locales de Huanchaco.</p>	<p>Charlas informativas</p>	<p>Del 05 al 09 de noviembre de 2pm a 5pm.</p>	<p>Diversos negocios locales de Huanchaco.</p>
<p>Todos por Huanchaco ¡Challenge!</p>	<p>Videos con la participación de los comerciantes participantes serán difundidos en el fanpage creado, que busca que los usuarios copien las acciones que se dan en cada publicación.</p>	<p>-Usuarios de Facebook que siguen la campaña.</p>	<p>-Videos.</p>	<p>Del 12 al 16 de noviembre a las 9:30am.</p>	<p>La orilla del balnario de Huanchaco (Av. La Ribera).</p>
			<p>-Piezas gráficas.</p>	<p>Contenido semanal.</p>	<p>Página de Facebook: www.fb.com/TodosPorHuanchaco</p>

	<p>Todos por Huanchaco ¡Challenge!, concluye con una competencia de limpieza, dónde los comerciantes que participan buscarán a un visitante del balneario para que en equipo junten la mayor cantidad de residuos en un tiempo de una hora y media.</p>	<p>-Visitantes del balneario. -Comerciantes que participan de la campaña.</p>	<p>-Campaña de limpieza.</p>	<p>Sábado 17 de noviembre a las 9:00am.</p>	<p>La orilla del balneario de Huanchaco (Av. La Ribera).</p>
<p>Repartir bolsas de tela ecológicas a los bañistas.</p>	<p>Recorrer la av. La Rivera, y repartir bolsas de tela a los bañistas para incentivar a dejar de usar plástico.</p>	<p>-Visitantes del balneario y comerciantes.</p>	<p>-Activación.</p>	<p>Sábado 17 de noviembre al mediodía.</p>	<p>Av. La Ribera.</p>

EXPLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Estrategia 1: Talleres informativos y de capacitación sobre el buen manejo de residuos sólidos y habilidades blandas.



Características:

- Se trataron temas de:
 - Habilidades blandas para una mejor llegada a los compradores.
 - Cuidado ambiental y gestión de residuos sólidos.
- Se llevó a cabo con los comerciantes del balneario de Huanchaco.
- Lo realizaron diferentes especialistas, quienes dominan tanto los temas de habilidades blandas como de cuidado ambiental.

Estrategia 2: Difusión por redes sociales (Vídeos de consejos y piezas gráficas)



Se creó la página de Facebook “Todos por Huanchaco” donde se publicó el proceso de realización de las estrategias y contiene:

- Las fotos de los talleres realizados.
- Piezas gráficas con consejos para un mejor cuidado del ambiente.
- Unos vídeos cortos donde los comerciantes comparten mensajes con el público.
- La transmisión en vivo de la campaña final de recolección de basura para que se sumen nuevas personas.

Estrategia 3: Creación y colocación de material gráfico impreso (afiches).



- En los afiches se muestran frases referentes al cuidado ambiental, con mensajes redactados por los mismos comerciantes.
- Se colocaron en los alrededores del balneario de Huanchaco (tiendas, restaurantes y parques).

Estrategia 4: Visitas a bodegas



- Los comerciantes de Huanchaco realizaron visitas a diferentes bodegas cercanas al balneario.
- En estas visitas se realizó una breve descripción de los beneficios de recomendar el uso de bolsas de tela.
- Se pidió a los otros comerciantes a sumarse en el cuidado del medio ambiente.

Estrategia 5: Campaña de recolección de desechos (Todos Por Huanchaco - Challenge)



- La campaña de recolección de desechos se realizó en conjunto a los comerciantes, quienes se encargaron de hacer participar a los habitantes y turistas.
- En parejas recogieron la mayor cantidad de basura posible.
- Finalmente, la pareja que reunió mayor cantidad de desechos se llevó un premio.

Estrategia 6: Repartir bolsas de tela ecológicas a los bañistas.



- El recorrido por la av. La Rivera, se dio con el fin de repartir bolsas de tela a los bañistas para incentivar a dejar de usar plástico.

8. RECURSOS Y PERMISOS

Para la realización de la campaña se contará con el uso de:

CÓDIGO DEL CLASIFICADOR MEF	DESCRIPCIÓN	TIPO DE ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO TOTAL S/.
PAPELERÍA GENERAL, ÚTILES Y MATERIALES DE OFICINA				
2.3.15.12	Afiches		50	50.00
	Cartulina especial A4	Certificados	22	44.00
	Impresiones		1000	100.00
	Anillado		20	100.00
	Folder		12	12.00
	SUBTOTAL			
OBREROS CON CONTRATO A PLAZO FIJO				
	Camarógrafo		1	100.00
	Editor		1	100.00
	Colaboradores	Spot (almuerzos pasajes)	5	100.00
	SUBTOTAL			
ALQUILER DE OTROS BIENES Y ACTIVOS				
	Cámara		2	300.00

	Trípode		1	50.00
	SUBTOTAL			350.00
MOVILIDAD PARA TRASLADO DE TRABAJADORES				
2.1.21.21	Transporte	Pasajes a Huanchaco	80 por investigador (40 ida y 40 vuelta x s/1.50)	240.00
	SUBTOTAL			240.00
VESTUARIO, ACCESORIOS Y PRENDAS DIVERSAS				
2.3.12.11	Polos		50	600.00
	Bolsas ecológicas de tela		100	500.00
	SUBTOTAL			1100.00
ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CONSUMO HUMANO				
2.3.11.11	Alimentos y bebidas	Alimentos (Almuerzos investigadores)	20 por investigador	200.00
		Refrigerios en talleres		300.00
		Alimentos (Premios como parte de la campaña)	Servilletas ecológicas y 2 torta	150.00
	SUBTOTAL			650.00
TOTAL				S/. 2,946.00

-Para realizar la campaña se requerirá a un permiso de la Municipalidad de Huanchaco para contar con el apoyo y con la seguridad del caso.

-Esta campaña será financiada por los investigadores en su totalidad.

9. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	CRONOGRAMA				
	2018				
	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Análisis situacional.					
Contactar foco de estudio.		14-15			
Aplicar prueba inicial.		20			
Testimonio de poblador (entrevista).			15		
Realizar focus group con comerciantes para establecer actividades específicas de la campaña de publicidad social.			20		
Crear fanpage de la campaña.			22		
Desarrollar talleres de capacitación a los comerciantes: Habilidades Blandas y Conciencia Ambiental, Prevención de problemas sociales, Cultura Ambiental.			22, 24, 29 y 31		
Charlas informativas a negocios locales.				05 al 09	
Grabar videos para fanpage en el balneario.				12 al 16	
Realizar una competencia de limpieza con comerciantes y visitantes del balneario de Huanchaco. (Campaña de limpieza)				17	
Recorrer la av. La Rivera, y repartir bolsas de tela a los bañistas.					
Aplicar prueba final				19	
Analizar resultados de la campaña.					
Presentar resultados de la campaña.					

-Anexo 02: Validación de estrategias de comunicación

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO				
<p>Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018</p>				
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN			
OBJETIVO	<p>PROMOVER EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN LOS POBLADORES DE HUANCHACO, MEDIANTE LA PARTICIPACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL BALNEARIO EN LAS ACTIVIDADES PLANIFICADAS.</p>			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	<p><i>OJEDA DÍAZ LINO CRISTIAN</i></p>			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	<p><i>MAESTRIA EN RECURSOS PÚBLICOS</i></p>			
VALORACIÓN				
MUY BUENO	BUENO 	REGULAR	MALO	MUY MALO
FIRMA DEL EVALUADOR				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN			
OBJETIVO	PROMOVER EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN LOS POBLADORES DE HUANCHACO, MEDIANTE LA PARTICIPACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL BALNEARIO EN LAS ACTIVIDADES PLANIFICADAS.			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	<i>Chávez Díaz Karim Jacobelin</i>			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	<i>Do. Comunicación Social</i>			
VALORACIÓN				
MUY BUENO ✓	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO
FIRMA DEL EVALUADOR 				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
OBJETIVO	PROMOVER EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN LOS POBLADORES DE HUANCHACO, MEDIANTE LA PARTICIPACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL BALNEARIO EN LAS ACTIVIDADES PLANIFICADAS.
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Rodriguez Arabache Julio Antonio
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Magister

VALORACIÓN

MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO

FIRMA DEL EVALUADOR


 Julio Antonio Rodriguez Arabache
 LICENCIADO EN ESTADISTICA
 COESPE Nº 547

-Anexo 03: Estructura de la Guía de observación.

GUÍA DE OBSERVACIÓN

1. SITUACIÓN O ELEMENTO PARA OBSERVAR: Participación en el desarrollo de talleres y aplicación de campaña medio ambiental.
2. OBJETIVO: Tener registro de asistencia y participación en la campaña que busca mejorar el nivel de cultura ambiental de los comerciantes del balneario de Huanchaco, a través de la creación de una campaña social, en el año 2018.
3. DATOS GENERALES

NEGOCIO:	
REPRESENTANTE:	
EDAD DEL REPRESENTANTE:	
GRADO DE INSTRUCCIÓN:	

NOMBRE DEL TALLER O ACTIVIDAD					
HORA DE TALLER:					
FECHA DE TALLER:					
LUGAR DONDE SE REALIZÓ EL TALLER:					
NIVEL DE PARTICIPACIÓN DEL REPRESENTANTE:	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO
OBSERVACIONES:					

4. TALLERES

N° Taller	Tema
1	<p>"Concientización sobre el estado de contaminación de Huanchaco"</p> <p>Descripción: Se desarrolla el tema de la contaminación en Huanchaco, aclarando las dudas de los comerciantes sobre la campaña a realizar y compartiendo ideas y experiencias para poder lograr una retroalimentación de información sobre el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos que causa la contaminación de la playa de Huanchaco. <ul style="list-style-type: none"> ○ En los negocios. ○ En la salud de las personas.
2	<p>"Prevención de problemas sociales"</p> <p>Descripción: Capacitación sobre las formas de prevención de problemas sociales como la contaminación ambiental, y como tratarlo con la población.</p>
3	<p>“Habilidades blandas y conciencia ambiental”</p> <p>Descripción: Especialista del Centro de Escucha y Acogida, Psic. Sayra Gerónimo, comparte formas de comunicación asertiva para tratar con el cliente y poder transmitir mejor el mensaje de cuidar el medio ambiente, además de exponer la importancia de tomar conciencia en el tema medioambiental.</p> <p>Tips para convertir tu negocio en uno ecológico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Los turistas prefieren consumir en negocios ecológicos? • Incentivar el cuidado del medio ambiente en los consumidores locales. • Utilizar estrategias para cuidar el medio ambiente.
4	<p>“Cultura ambiental, aplicando los conocimientos”</p> <p>Descripción: Se capacita a los comerciantes en puntos básicos que ayudan al entorno a mejorar sus actitudes ambientales y de esta forma contribuye a la mejora del cuidado del medio ambiente.</p>

-Clasificación de los residuos sólidos en hogares y establecimientos:

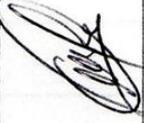
- ¿Por qué es bueno clasificar los residuos?
- Los colores que se usan según el tipo de contaminante.
- Las 5 erres ecológicas
 - Reciclar.
 - Reutilizar.
 - Reducir.
 - Reparar.
 - Regular.

-Anexo 04: Validación de guía de observación

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO				
Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018				
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	GUÍA DE OBSERVACIÓN			
OBJETIVO	REGISTRAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS COMERCIANTES EN LAS ACTIVIDADES PLANIFICADA			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Chavez Díaz Karinn Jacovelín			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Dra. Comunicación Social			
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR 				

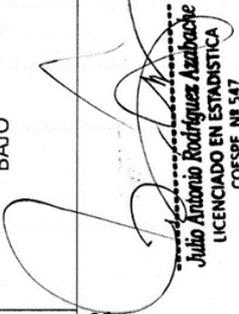
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	GUÍA DE OBSERVACIÓN			
OBJETIVO	REGISTRAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS COMERCIANTES EN LAS ACTIVIDADES PLANIFICADA			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Solano Sare, Amado Alb dias			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Magister Gestión Ambiental			
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR 				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	GUÍA DE OBSERVACIÓN			
OBJETIVO	REGISTRAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS COMERCIANTES EN LAS ACTIVIDADES PLANIFICADA			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Rodríguez Azabache Julio Antonio			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Magister			
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR  Julio Antonio Rodríguez Azabache LICENCIADO EN ESTADÍSTICA COESPE Nº 547				

-Anexo 05: Diseño de prueba objetiva.

PRUEBA OBJETIVA

OBJETIVO: Descubrir el nivel de conocimiento individual de cada comerciante en temas de contaminación y cuidado ambiental.

Nombre: _____

I. Hallar la pareja correcta (1pt. cada par correcto)

- | | |
|-----------------------|-------------|
| • Plásticos y latas | a) Verde |
| • Vidrio | b) Amarillo |
| • Papel y cartón | c) Gris |
| • Desechos peligrosos | d) Azul |
| • Resto de desechos | e) Rojo |

II. ¿De qué forma le darías un nuevo uso a una botella de plástico desechada?

_____ ¿Al

momento de depositar los envases en distintos contenedores, qué es mejor? (1pt.)

- a) Que los envases estén vacíos
- b) No importa si los envases están vacíos o llenos
- c) Que los envases estén llenos o muy sucios.

III. ¿Cuál de estas acciones no pertenece a la regla de las 5 erres de la sostenibilidad?
(1pt.)

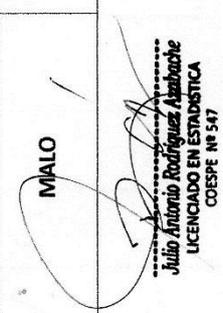
- a) Reparar
- b) Regular
- c) Respetar
- d) Reciclar

IV. ¿A qué se refiere en cuidado del medio ambiente cuando se habla de reciclar?

- a) Refiere a que se debe disciplinar la gestión de residuos.
- b) Refiere que se debe volver a usar los objetos en estado de desuso.
- c) Refiere a que se debe dejar el consumismo de lado, al menos a lo que involucra desechos inorgánicos.

- V. ¿A qué se refiere en cuidado del medio ambiente cuando se habla de reducir?
- a) Refiere que se debe arreglar los objetos que pueden tener otra función.
 - b) Refiere que se debe volver a usar los objetos en estado de desuso.
 - c) Refiere que se debe dejar el consumismo de lado, al menos que involucre tanto desperdicio de recursos inorgánicos.
- VI. Mencione 2 agentes contaminantes de la playa de Huanchaco (2pt.)
- a)
 - b)
- VII. Mencione 3 artículos contaminantes que se pueden reciclar (3pt.)
- a)
 - b)
 - c)
- VIII. ¿Cuál es el tiempo promedio de degradación de una botella de plástico? (1pt.)
- a) 20 años
 - b) 120 años
 - c) 700 años
- IX. De los siguientes, ¿Cuál es un buen hábito ambiental? (1pt.)
- a) Dejar la basura en las calles 3 horas antes que pase el camión que la recoge.
 - b) Juntar toda la basura de sus casas en un solo depósito.
 - c) Promocionar los locales comerciales con volantes o folletos.
 - d) Guardar los desechos para botarlos en casa en lugar de arrojarlos a las calles.
- X. Mencione 3 efectos que puede tener la contaminación en la playa de Huanchaco de continuar sin hacer nada.
- a)
 - b)
 - c)

-Anexo 06: Validación de prueba objetiva

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO			
Título: Estrategias de comunicación en la mejora del nivel de cultura ambiental de los comerciantes de Huanchaco - 2018			
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	PRUEBA OBJETIVA		
OBJETIVO	MEDIR EL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS COMERCIANTES DEL BALNEARIO DE HUANCHACO		
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Rodríguez Azabache Julio Antonio		
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Magister		
VALORACIÓN			
MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MUY MALO
FIRMA DEL EVALUADOR			
 JULIO ANTONIO RODRÍGUEZ AZABACHE LICENCIADO EN ESTADÍSTICA COESPE N° 517			

Clasificación de residuos sólidos	<p>3. ¿Al momento de depositar los envases en distintos contenedores, qué es mejor? (1pt.)</p> <p>a) Que los envases estén vacíos</p> <p>b) No importa si los envases están vacíos o llenos</p> <p>c) Que los envases estén llenos o muy sucios.</p>	✓	✓	✓
Las 5 erres ecológicas	<p>4. ¿Cuál de estas acciones no pertenece a la regla de las 5 erres de la sostenibilidad? (1pt.)</p> <p>a) Reparar</p> <p>b) Regular</p> <p>c) Respetar</p> <p>d) Reciclar</p>	✓	✓	✓
	<p>5. ¿A qué se refiere en cuidado del medio ambiente cuando se habla de reciclar?</p> <p>a) Refiere a que se debe disciplinar la gestión de residuos.</p> <p>b) Refiere que se debe volver a usar los objetos en estado de desuso.</p> <p>c) Refiere a que se debe dejar el consumismo de lado, al menos a lo que involucra desechos inorgánicos.</p>	✓	✓	✓

GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

NIVEL DE CULTURA AMBIENTAL

<p>6. ¿A qué se refiere en cuidado del medio ambiente cuando se habla de reducir?</p> <p>a) Refiere que se debe arreglar los objetos que pueden tener otra función.</p> <p>b) Refiere que se debe volver a usar los objetos en estado de desuso.</p> <p>c) Refiere que se debe dejar el consumismo de lado, al menos que involucre tanto desperdicio de recursos inorgánicos.</p>	Las 5 erres ecológicas	GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS	<p>7. Mencione 2 agentes contaminantes de la playa de Huanchaco (2pt.)</p> <p>a)</p> <p>b)</p>	Contaminantes sólidos y líquidos	AGENTES CONTAMINANTES	<p>8. Mencione 3 artículos contaminantes que se pueden reciclar (3pt.)</p> <p>a)</p> <p>b)</p> <p>c)</p>	
---	------------------------	-----------------------------	--	----------------------------------	-----------------------	--	--

NIVEL DE CULTURA AMBIENTAL

AGENTES CONTAMINANTES	Contaminantes sólidos y líquidos	<p>¿Cuál es el tiempo promedio de degradación de una botella de plástico? (1pt.)</p> <p>a) 20 años b) 120 años c) 700 años</p>	✓	✓	✓
EDUCACIÓN AMBIENTAL	Actitudes ambientales	<p>De los siguientes, ¿Cuál es un buen hábito ambiental? (1pt.)</p> <p>a) Dejar la basura en las calles 3 horas antes que pase el camión que la recoge. b) Juntar toda la basura de sus casas en un solo depósito. c) Promocionar los locales comerciales con volantes o folletos. d) Guardar los desechos para botarlos en casa en lugar de arrojarlos a las calles.</p>	✓	✓	✓
CONSECUENCIAS DE LA CONTAMINACIÓN	Daños en ecosistemas marinos	<p>Mencione 3 efectos que puede tener la contaminación en la playa de Huanchaco de continuar sin hacer nada.</p> <p>a) b) c)</p>	✓	✓	✓

NIVEL DE CULTURA AMBIENTAL

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018

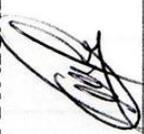
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	PRUEBA OBJETIVA			
OBJETIVO	MEDIR EL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS COMERCIANTES DEL BALNEARIO DE HUANCHACO			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	SOTO DEZA NANCA MERCEDES			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	DOCTORA EN CIENCIAS BIOLÓGICAS			
VALORACIÓN				
MUY BUENO	BUENO ✓	REGULAR	MALO	MUY MALO
FIRMA DEL EVALUADOR 				

<p>Clasificación de residuos sólidos</p>	<p>3. ¿Al momento de depositar los envases en distintos contenedores, qué es mejor? (1pt.)</p> <p>a) Que los envases estén vacíos</p> <p>b) No importa si los envases están vacíos o llenos</p> <p>c) Que los envases estén llenos o muy sucios.</p>			<p>Las 5 erres ecológicas</p>	<p>4. ¿Cuál de estas acciones no pertenece a la regla de las 5 erres de la sostenibilidad? <i>desde el punto de vista ciudadano?</i> (1pt.)</p> <p>a) Reparar</p> <p>b) Regular</p> <p>c) Respetar</p> <p>d) Reciclar</p> <p>e) Reducir</p>				<p>5. ¿A qué se refiere en cuidado del medio ambiente cuando se habla de reciclar?</p> <p>a) Refiere a que se debe disciplinar la gestión de residuos.</p> <p>b) Refiere que se debe volver a usar los objetos en estado de desuso uso.</p> <p>c) Refiere a que se debe dejar el consumismo de lado, al menos a lo que involucra desechos inorgánicos.</p>		
<p>GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS</p>											
<p>NIVEL DE CULTURA AMBIENTAL</p>											

<p>6. ¿A qué se refiere en cuidado del ambiente cuando se habla de reducir?</p> <p>a) Refiere que se debe arreglar los objetos que pueden tener otra función.</p> <p>b) Refiere que se debe volver a usar los objetos en estado de desuso.</p> <p>c) Refiere que se debe dejar el consumismo de lado, al menos que involucre tanto desperdicio de recursos inorgánicos.</p>	<p>7. Mencione 2 agentes contaminantes de la playa de Huanchaco (2pt.)</p> <p>a)</p> <p>b)</p>	<p>8. Mencione 3 artículos contaminantes que se pueden reciclar (3pt.)</p> <p>a)</p> <p>b)</p> <p>c)</p>
<p>Las 5 erres ecológicas</p>	<p>Contaminantes sólidos y líquidos</p>	
<p>GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS</p>	<p>AGENTES CONTAMINANTES</p>	
<p>NIVEL DE CULTURA AMBIENTAL</p>		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	PRUEBA OBJETIVA			
OBJETIVO	MEDIR EL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS COMERCIANTES DEL BALNEARIO DE HUANCHACO			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Solano Sare , Amado Ab dias			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Magister Gestión Ambiental			
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR				
				

Clasificación de residuos sólidos	<p>3. ¿Al momento de depositar los envases en distintos contenedores, qué es mejor? (1pt.)</p> <p>a) Que los envases estén vacíos</p> <p>b) No importa si los envases están vacíos o llenos</p> <p>c) Que los envases estén llenos o muy sucios.</p>	✓	✓	✓	✓	✓
Las 5 erres ecológicas	<p>4. ¿Cuál de estas acciones no pertenece a la regla de las 5 erres de la sostenibilidad? (1pt.)</p> <p>a) Reparar</p> <p>b) Regular</p> <p>c) Respetar</p> <p>d) Reciclar</p>	✓	✓	✓	✓	✓
	<p>5. ¿A qué se refiere en cuidado del medio ambiente cuando se habla de reciclar?</p> <p>a) Refiere a que se debe disciplinar la gestión de residuos.</p> <p>b) Refiere que se debe volver a usar los objetos en estado de desuso.</p> <p>c) Refiere a que se debe dejar el consumismo de lado, al menos a lo que involucra desechos inorgánicos.</p>	✓	✓	✓	✓	✓

GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

NIVEL DE CULTURA AMBIENTAL

	GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS	Las 5 erres ecológicas	<p>6. ¿A qué se refiere en cuidado del medio ambiente cuando se habla de reducir?</p> <p>a) Refiere que se debe arreglar los objetos que pueden tener otra función.</p> <p>b) Refiere que se debe volver a usar los objetos en estado de desuso.</p> <p>c) Refiere que se debe dejar el consumismo de lado, al menos que involucre tanto desperdicio de recursos inorgánicos.</p>	✓	✓	✓	✓	✓
	AGENTES CONTAMINANTES	Contaminantes sólidos y líquidos	<p>7. Mencione 2 agentes contaminantes de la playa de Huanchaco (2pt.)</p> <p>a)</p> <p>b)</p> <p>8. Mencione 3 artículos contaminantes que se pueden reciclar (3pt.)</p> <p>a)</p> <p>b)</p> <p>c)</p>	✓	✓	✓	✓	✓
NIVEL DE CULTURA AMBIENTAL								

AGENTES CONTAMINANTES	EDUCACIÓN AMBIENTAL	CONSECUENCIAS DE LA CONTAMINACIÓN
Contaminantes sólidos y líquidos	Actitudes ambientales	Daños en ecosistemas marinos
<p>¿Cuál es el tiempo promedio de degradación de una botella de plástico? (1pt.)</p> <p>a) 20 años b) 120 años c) 700 años</p>	<p>De los siguientes, ¿Cuál es un buen hábito ambiental? (1pt.)</p> <p>a) Dejar la basura en las calles 3 horas antes que pase el camión que la recoge. b) Juntar toda la basura de sus casas en un solo depósito. c) Promocionar los locales comerciales con volantes o folletos. d) Guardar los desechos para botarlos en casa en lugar de arrojarlos a las calles.</p>	<p>Mencione 3 efectos que puede tener la contaminación en la playa de Huanchaco de continuar sin hacer nada.</p> <p>a) b) c)</p>

NIVEL DE CULTURA AMBIENTAL

-Anexo 07: Estructura del focus group.

FOCUS GROUP

Objetivo:

El focus group será de gran importancia, debido que a partir de ello se establecerán actividades y acciones que se deben emplear en el balneario de Huanchaco como parte de la campaña de comunicación para que las actitudes y hábitos ambientales mejoren.

Grupo de interés:

Comerciantes de artesanía y alimentos entre los 25 y 55 años.

Muestra:

La elección de los participantes del Focus Group es por conveniencia. La muestra se estructura del siguiente modo:

GUÍA DEL MODERADOR

I. Presentación

- a. Presentación de los moderadores.
- b. Motivo de la reunión.
- c. Presentación de los Integrantes

II. Explicación Introductoria para la Sesión de Grupo

- a. Reglas de la dinámica, como: solicitar la opinión levantando la mano y no desviarse del tema.
- b. La sesión será grabada.

III. Rompimiento de hielo

Se realizará la siguiente pregunta buscando enlazarla al propósito de la investigación

1. ¿Sus negocios se han visto afectados por la contaminación ambiental en Huanchaco?

IV. Preguntas generales o de apertura

2. ¿Se han realizado actividades para mejorar este problema?
3. ¿Qué actividades crees que se podrían hacer para mejorar este problema?
4. ¿Qué medios de comunicación se podrían emplear para estas actividades?

V. Preguntas de transición

Para llevar a cabo estas preguntas se presentará a los participantes el logo del nombre de la campaña en 3 estilos.

5. ¿Qué opinan del nombre de esta propuesta de campaña? ¿qué otro nombre de campaña podría ser atractivo, que se relacione con este tema?
6. ¿Qué estilo de logo te agrada más?

VI. Preguntas Específicas

Antes de realizar este tipo de preguntas se les proporcionó a los participantes un listado de actividades que se podrían realizar en la campaña.

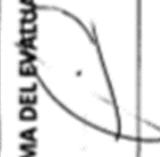
7. ¿Estas actividades pueden mejorar el problema?
8. ¿Participarías de estas actividades?

VII. Preguntas de Cierre

9. ¿Creen que esta campaña mejorará el problema? ¿Por qué?
10. ¿Consideras importante abordar este problema y solucionarlo con este tipo de campañas?

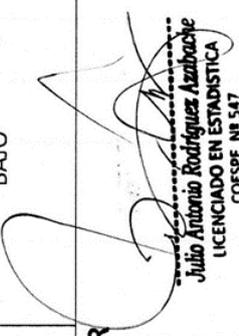
Agradecimiento por la Participación

-Anexo 08: Validación de la estructura del focus group.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO				
<p>Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018</p>				
NOMBRE DEL INSTRUMENTO		FOCUS GROUP		
OBJETIVO		<p>DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN QUE SE REALIZARÁN PARA PROMOVER EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE</p>		
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR		<p>OJEDA DÍAZ LINO CRISTIAN</p>		
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR		<p>MAESTRIA EN RECURSOS PÚBLICOS</p>		
VALORACIÓN				
MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO
	✓			
<p>FIRMA DEL EVALUADOR</p> 				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	FOCUS GROUP		
OBJETIVO	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN QUE SE REALIZARÁN PARA PROMOVER EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE		
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Rodríguez Azabache Julio Antonio		
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Magister		
VALORACIÓN			
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR  Julio Antonio Rodríguez Azabache LICENCIADO EN ESTADÍSTICA COESPE Nº 547			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título: Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	FOCUS GROUP
OBJETIVO	DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN QUE SE REALIZARÁN PARA PROMOVER EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Chavez Días Karinn Jacovelín
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Dra. Comunicación Social
VALORACIÓN	
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> MUY ALTO </div>	ALTO
	MEDIO
	BAJO
	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR	

-Anexo 09: Testimonio de poblador del balneario sobre el problema de contaminación ambiental.

¿Cuál es el problema en Huanchaco?

En el tema del problema ambiental en Huanchaco, el tema es muy amplio, ya que parece que quisieran convertir a Huanchaco como distrito turístico en un distrito cloaca. Porque lamentablemente Huanchaco está siendo atacado ambientalmente por todos lados, viendo por el lado sur, una contaminación muy grave por el río Moche, vertiendo residuos químicos que llegan ahí por parte de las mineras, en Salaverry que tiene otro tipo de fluidos contaminantes, dejadas por las embarcaciones grandes, también en Buenos Aires por defenderse de la fuerza del mar han comenzado a acumular desmonte en la orilla, lo cual contiene también basura y que cuando pasa el mar, lava el desmonte y toda esa basura llega a la playa de Huanchaco, es por ello que cuando las olas llegan a la orilla de Huanchaco, llega con todo tipo de basura, si vamos por el lado norte encontramos las pozas de totora completamente contaminadas gracias a las pozas de oxidación que tiene Sedalib en el lado del cerro la Virgen y también por el afloramiento y aumento de la napa de agua también causada por las mismas pozas, porque ahí están cultivando todo un bosque de eucalipto que lo hace Sedalib. También la contaminación que causan las granjas al norte, algunas incluso rellenan parte de playa con estiércol de aves y las moscas que genera esta granja es enorme, hay tiempo en que la gente que vive en la zona de los Tumbos y el Boquerón se llenan tanto de moscas muertas que las sacan en mucha cantidad. Por otro lado, también las pozas del cerro la Virgen, no son solo de Huanchaco, sino que también contienen los desechos de los demás distritos y son arrojados al mar. Y el mal llamado relleno sanitario que también se encuentra en Huanchaco al igual que un par de rellenos clandestinos que también se encuentran en el distrito. Existen también carboneras dentro del distrito que generan contaminación, principalmente en Víctor Raúl y El Milagro, también tenemos el otro tema de la napa de agua que está elevándose, si la poza de oxidación está generando que el fluido contaminante avance a través de la tierra y contamine la parte baja como son los totorales, imagínense como será el pozo de agua de Huanchaco que nos abastece.

Nos comentaba que hablaron con distintos alcaldes por muchas gestiones. ¿Cuál fue la respuesta que recibieron por parte de ellos?

Se les expuso el tema de cómo estamos siendo afectados, pero solo quedaron en conversaciones, pero ahora esperamos que el nuevo alcalde tome atención y que entienda

que se está afectando a Huanchaco tanto en el tema ambiental como en el tema económico, y pues realizar los trámites necesarios para poder bloquear los contaminantes que llegan a Huanchaco.

En caso de que las autoridades no hagan caso. ¿Qué se plantea?

Lo que nos queda es organizarnos como sociedad civil y tomar el toro por las astas y nosotros mismos darle solución a lo que las autoridades no pueden cambiar. Hay un grupo de amigos con quienes nos organizamos para realizar trabajos de mejoramiento y lo que nos hace falta son personas que se nos unan y presupuesto.

Para usted, el tema de la contaminación, ¿En qué medida afecta a los comerciantes?

Afecta bastante, porque el balneario no solo se mantiene por el tema pesca, si bien es cierto es conocido por el tema del caballito de totora y la pesca artesanal la cual el turista puede venir y ver y pues eso genera ingresos económicos y obviamente si los turistas dejan de venir por el tema contaminante, pues los ingresos disminuirán si es que vienen a Huanchaco solo de paso y no para quedarse lo cual no genera el mismo ingreso.

En cuanto a las campañas que han pasado por Huanchaco. ¿Cree que han tenido buenos resultados?

Particularmente me parece loable las ganas de instituciones u organizaciones por realizar las campañas de limpieza, pero yo discrepo porque tú limpias la playa y a los 5 o 10 minutos la playa vuelve a estar sucia, el mar está cargado de basura y vuelve a dejar basura, tenemos que atacar la contaminación por el sur de Huanchaco, bloqueando el ingreso de la basura y comenzar a retirarla.

Cree que con una campaña de concientización. ¿Las autoridades verán la realidad y actuarán?

Yo pienso que sí y que se debe comenzar con las escuelas y universidades porque son las que más se enfocan en estos temas, trabajar con otras instituciones a veces conlleva el fracaso porque no terminan obteniendo algún beneficio económico y no les interesa el tema, pero si se genera una buena campaña de concientización se debe poder realizar un cambio. Todos por Huanchaco. Gracias.

-Anexo 10: Lista de preguntas para entrevistas a expertos del tema medioambiental.

¿A qué se debe la contaminación por residuos sólidos en el balneario de Huanchaco?

1. ¿A quiénes afecta este problema?
2. ¿Qué rol consideras que cumplen los dueños de los establecimientos comerciales de Huanchaco, respecto al problema?
3. ¿Qué puede pasar en unos años, si este problema continúa?
4. ¿Qué rol han cumplido las campañas realizadas que han tratado de terminar con este problema?
5. ¿Qué rol cumplen las autoridades, respecto a este problema?
6. ¿Las actitudes y hábitos ambientales de los pobladores, tiene que ver con este problema?
7. ¿Cómo se pueden mejorar los malos hábitos ambientales?
8. ¿Cuál es la importancia de clasificar los residuos sólidos?
9. ¿Cuál es la importancia de aplicar las 5 erres a nuestra vida diaria?
10. ¿En nuestra ciudad, se aprovecha los residuos clasificados en algunas organizaciones?
11. Finalmente. ¿Qué aspectos se debe mejorar para que el problema se detenga?

-Anexo 11: Entrevista al biólogo Amado Solano Sare (responsable de pesca artesanal en IMARPE).

1. ¿Cuál considera que es la mayor causa de contaminación en el balneario de Huanchaco?

Huanchaco tiene una playa la cual está mal vista por causa de erosión costera desde hace muchos años por diferentes causas, dentro de ellas el tema de contaminación continua tanto por el rio Moche, como por las pozas de sedimentación en Covicorti. Existe también presencia de residuos sólidos principalmente el plástico y la pregunta es ¿de dónde viene ese plástico? Algunas habitantes de la zona de Buenos Aires indican que podría ser como desecho del terminal pesquero, pero por fuente de ellos, indican que lo que se eliminan son desechos líquidos, y este vendría a ser uno de los causantes de la contaminación, por otra parte, la misma gente que no tiene cultura ambiental y no dejan los desechos sólidos en los depósitos instalados en la playa, dan el mal ejemplo para que muchos concurrentes que llegan boten sus desechos al mar. Este es un mal que creo yo con una buena campaña, capacitación, sensibilización va a hacer que las personas que lleguen puedan hacer un cambio, no va a ser a corto plazo, pero sí harán que el daño disminuya.

2. ¿A quién considera que afecta este problema?

Directamente a la gente que viene a la playa, que viene para utilizar los espacios para bañarse, pero por otro lado también los recursos que son afectados en la zona. Justamente por la eliminación de desechos tanto de empresas específicas, canales de regadío, se ven las diferentes fuentes de contaminación que dan como resultado afectados los recursos de la zona costera y la que llega a la playa y la que vive cerca.

3. ¿Qué rol consideras que cumplen los dueños de los establecimientos comerciales de Huanchaco, respecto al problema?

Ellos realmente no tanto, porque los que viven de la playa son los pescadores artesanales y los comerciantes que se dedican a la artesanía. No observamos que ellos no sean los que contaminen, y más aún podrían convertirse en los afectados, ya que con las playas llenas de plásticos y con mal aspecto es lógico que las personas no vengan. Pero no solamente hay el problema de los contaminantes sino también la erosión costera que son consecuencia de la misma contaminación.

4. ¿Qué puede pasar en unos años, si este problema continúa?

Los totorales se han convertido en unos basureros, está comprobado que la contaminación de la zona costera por medio de los vientos, llevan estos residuos sólidos hasta ahí y dentro de este lugar hay plástico, vidrio y como consecuencia a esto ya no habrá totora, ya no habrá caballito de totora, ya no habrá turismo y ya no habrá comercio. El turismo que se genera en Huanchaco lo hace el caballito de totora, no lo hacen los comerciantes ni los restaurantes. Además, playa como para bañarse Huanchaco no es, porque como vemos está llena de piedras que hacen difícil el entrar y disfrutar. Por otro lado, los pescadores artesanales desaparecerían ya que en algún momento la cantidad de pescados va a ser nula.

5. ¿Qué rol han cumplido las campañas realizadas que han tratado de terminar con este problema?

Pues hasta ahora la limpieza de playas es continua y la Municipalidad no puede ser criticada por eso, pero hay muchas más cosas que se pueden hacer; para nosotros los ecologistas, el tema de la erosión costera es importante, es demasiado importante y no se le da el debido tratamiento por parte de autoridades y volvemos a que, si no se trata ese problema, los totorales se desaparecerán. Hay que ver el problema desde varios factores para disminuir la cantidad de residuos tanto líquidos como sólidos que se vierten al mar. El problema se agrava por el incremento poblacional, ya que, si bien es beneficioso para la economía, es todo lo contrario para la ecología porque Trujillo no está preparada para tratar la basura.

6. ¿Qué rol cumplen las autoridades, respecto a este problema?

Las autoridades tienen la obligación con las instituciones que conocen los temas de contaminación y poder trabajar de la mano, pero la verdad es otra, puesto que cada vez que se conversa con ellos y se les dice las cosas como son y de cómo se puede cambiar, lo toman de la peor forma y no lo quieren hacer, por el hecho que el cuidado de medio ambiente no vende para los políticos. Lamentablemente hasta que esto se dé no va a haber un cambio significativo y no vamos a avanzar.

7. ¿Las actitudes y hábitos ambientales de los pobladores, tiene que ver con este problema?

Claro que sí, como docente de Cultura Ambiental, lo que inculcamos a los jóvenes en nuestro curso es que todo lo que se aprende se transmita en casa, ya que esa es la manera en que se

conozca el problema y también se conozca la solución, padres, hermanos, familiares deben conocer hábitos y conductas que nos permitan tener en cuenta que se debe cuidar el medio ambiente. Podría ser un poco diferente si tomamos modelos de otros países en los que la basura en lugar de ser un problema es un negocio y sacan provecho de eso, acá en Perú no existen plantas de tratamiento de residuos y no se han creado por diversos motivos, que, si no fuera así, la realidad fuera otra y el problema de la contaminación no existiría.

8. ¿Cómo se pueden mejorar los malos hábitos ambientales?

Con educación, que comience en casa, a los hijos inculcares buenos hábitos y en base a ello poner en prácticas las erres ecológicas para disminuir el problema de la contaminación.

9. ¿Cuál es la importancia de clasificar los residuos sólidos?

Desde el punto de vista ecológico es muy bueno, porque al momento de la segregación de los residuos ayuda a separar y a seleccionar. Pero qué bueno sería que esto sea real, puesto que si en casa es separada pero cuando pasa el camión de basura todo es juntado, y al llevarlo al botadero de residuos, todo se junta. Así que nuevamente llegamos al tema de autoridades, si esto cambiara y el tránsito de la basura fuera el idóneo, el problema disminuiría.

10. ¿Cuál es la importancia de aplicar las 5 erres a nuestra vida diaria?

Las erres deben quedar como un hábito de vida, justamente con el problema del calentamiento climático, los árboles son el principal aliado que se tiene y la reducción de la tala de estos, es lo que se debería tomar siempre en cuenta, y poder reusar o reciclar para compensar estas materias. Y a las personas se les debería enseñar y repetir en todo momento estos puntos para que cambien el chip.

11. ¿En nuestra ciudad, se aprovecha los residuos clasificados en algunas organizaciones?

Lamentablemente como te digo, los residuos no son aprovechados como se debería, de alguna forma los recicladores aportan a la separación de residuos, pero no lo hacen de la forma en que deberían, porque al momento de seleccionar los cartones o plásticos, el resto de los desechos son dejados por las calles fuera de sus bolsas y eso origina contaminación; pero, más allá de eso no se aprovecha.

12. Finalmente. ¿Qué aspectos se debe mejorar para que el problema se detenga?

Primero tener una autoridad que se ponga los pantalones y que contrate a personas capaces y con los conocimientos que puedan aportar una mejora a la zona, tanto en la parte

tecnológica para la disminución de residuos sólidos como en la parte activa en la realización de campañas que lleguen a las personas.

Anexo12: Entrevista al Ing. Químico, Civil con maestría en Ing. Ambiental Fernando Alfaro Jiménez

1. ¿Cuál considera que es la mayor causa de contaminación en el balneario de Huanchaco?

La despreocupación de la población y de las autoridades. La gente contamina aun sabiendo, los efectos que van a tener y las autoridades no tienen un plan para detener esa contaminación la cual debería darse desde las escuelas.

2. ¿A quién considera que afecta este problema?

En realidad, todos somos afectados en mayor o menor grado, es decir en este caso las personas con menores recursos tienen un efecto directo sin ningún tipo de amortiguamiento, la gente bota su basura en algún descampado, luego esta se descompone, las autoridades no se hacen cargo y esto produce enfermedades tanto gastrointestinales como dermatológicas en los vecinos y comienza el círculo de contaminación que nace a raíz de la pobreza, y la autoridad no hace nada por corregirlo.

3. ¿Qué puede pasar en unos años, si este problema continúa?

Estamos ya en una etapa en la que tú no puedes ir a veranear o tomar el sol tranquilamente porque puedes sufrir algún tipo de enfermedad a la piel, lo cual antiguamente no ocurría, o si te quieres meter a bañar en el mar, por la cantidad de plásticos o basura que existen, en algún momento de tu actividad te vas a encontrar con algún desperdicio que están flotando en el mar y si a eso agregamos el desecho residual a los cuerpos de agua las cosas se van empeorando y cada día estamos empeorando la situación y todo eso a raíz de nuestra poca conciencia ambiental.

4. ¿Qué rol han cumplido las campañas realizadas que han tratado de terminar con este problema?

En Huanchaco hay varios esfuerzos principalmente de gente particular que en algunos casos se organizan y otros no, pero que al final quieren contribuir con mejorar el medio ambiente, hacen reclamos para que las aguas residuales no se viertan directamente al mar, cosa que ya no está ocurriendo y en gran parte la población organizada ayudó en eso tomando conciencia, en el tema de la basura estaba pendiente y nosotros hemos contribuido para hacer un bosque de árboles en la zona conocida como “El Tablazo”, convertido ya en un pulmón para la ciudad y que tiene proyectado ir incrementándose de manera paulatina.

El ritmo de contaminación va a mucha más velocidad que el cuidado que se tiene, mientras la contaminación va a 100 por así decirlo, el cuidado va a 10, lo que indica que esto no está ganando la partida porque falta la presencia de las autoridades, ellos se preocupan mucho más por la infraestructura gris y no hacen infraestructura verde (parques, zonas ecológicas) y las pocas zonas que existen como zonas protegidas, están justamente desprotegidas por el poco interés que se tiene.

5. ¿Qué rol cumplen las autoridades, respecto a este problema?

La solución es que exista una política agresiva de concientización de las personas, por ello la gente tiene que saber que, si no se resuelve este problema ahorita, va a afectar a mis hijos y a mis nietos.

El rol más importante que tienen las autoridades es un rol promotor, salir a la calle a decir, no contaminen y mostrar que ellos no lo hacen.

6. ¿Cuál es la importancia de clasificar los residuos sólidos?

El tema de clasificar es súper importante, para poder reusar, reciclar y el tema de reducir que es muy importante para disminuir la cantidad de residuos sólidos que son botados y el poder clasificarlos va a disminuir considerablemente el tema de la contaminación y a la vez a las personas que se dedican a este rubro también les puede ayudar y generar un beneficio económico, por lo tanto gana el mundo en general porque se reduce la contaminación y ganan las personas porque se genera algún tipo de recurso.

7. ¿Cuál es la importancia de aplicar las 5 erres a nuestra vida diaria?

Algunos esfuerzos de las personas por clasificar sus residuos no son acogidos por la autoridad, todos los municipios deberían tener en cuenta la selección de los desechos sólidos para su correcta reutilización. Y ese debería ser un tema ya generalizado y nada cambiará mientras no tengamos la cultura y el conocimiento para poder clasificar u reutilizar.

8. Finalmente. ¿Qué aspectos se debe mejorar para que el problema se detenga?

Nosotros tenemos bastante legislación ambiental, pero el problema es que no se aplica, entonces nosotros si comenzamos a aplicar al menos la tercera parte de las leyes ambientales que existen, la realidad va a cambiar bastante, cuando la gente sea realmente sancionada e incluso privada de su libertad por contaminar, se van a dar cuenta la importancia que tiene.

-Anexo 13: Desarrollo del focus group.

Transcripción Focus Group:

Moderadores: Buenos días, bienvenidos, hoy nos hemos reunido para hablar del tema de contaminación, en qué estado se encuentra Huanchaco y cómo nos afecta como comerciantes, pobladores y visitantes, y qué podemos hacer contra ello. Ustedes tienen contacto con los turistas, visitantes locales, entonces de ustedes también depende el tema de la educación sobre el cuidado de la playa, para que ustedes demuestren que saben de este tema y puedan aconsejar a recoger la basura. Entonces, el tema es concientizar a los pobladores porque a nadie le conviene una zona llena de basura ya que la gente que visite Huanchaco lo vera así y no le va a gustar y preferirán ir a otras playas a comprar por ello es algo que nos perjudica a todos.

Mi nombre es Alex y mi nombre es Jorge.

Huanchaco es una playa muy conocida a nivel mundial, entonces la artesanía es uno de los principales atractivos que tiene esta playa, entonces la idea es que los visitantes no dejen de venir.

Para conocernos todos nos vamos a presentar.

PRESENTACIÓN

- Lilian
- Mario
- Frank
- Milagros
- Jorge
- Modesta
- Juana
- Mónica
- Fernando
- Luis

Fernando: En varias ocasiones cuando, el turista nacional en su mayoría llega comiendo su helado, lo que hace es tirarlo en cualquier lado, cuando les digo que lo recojan y lo depositen en un tacho la gente se enoja y responden mal. ¿Cuál sería la forma de hablarles?

Moderadores: Justamente en la siguiente cita con ustedes tendremos un taller en el veremos el tema de habilidades blandas y en que aprenderemos la mejor manera de comunicarnos y tratar a los visitantes, eso nos ayudará porque se relaciona con el tema de conciencia ambiental. Los turistas normalmente guardan su basura o lo toman y lo arrojan en un tacho cercano, mientras que los visitantes no lo hacen nada de eso. Y en el caso de los pobladores ¿Qué sucede?

Fernando: Los turistas cuidan la playa, los visitantes cercanos se ve muy poco que lo hagan y los pobladores del mismo Huanchaco sí dan un buen cuidado a la playa.

Mónica: En el caso del poblador huanchaquero sí cuida su playa, ellos tienen conciencia de los riesgos que se corren al continuar con sus malas prácticas ambientales. En su mayoría es el visitante quien no cuida la playa.

¿Qué consideran que pueden hacer para cambiar esto?

Modesta: Pues nosotros actuamos desde nuestros puestos diciéndoles por aquí puede arrojar la basura y señalándole las bolsas donde pueden depositarlas, pero siempre hay quienes tiran la basura cuando uno no se da cuenta, incluso en nuestros puestos dejan la basura encima de la mesa, tanto niños como adultos.

Jorge: Esto sucede por falta de educación e información por parte de las autoridades quienes deberían mejorar la formación ecológica que reciben los niños y no solo en escuelas sino en medios de comunicación también porque es algo que influye y poder todos aprender.

Moderador: ¿Entonces un spot comercial podría funcionar para llamar la atención y se pueda concientizar a las personas en la mejora de Huanchaco?

Liliana: Yo considero que esto viene desde casa, cada uno tiene una educación y en base a ello es que cada uno actúa en las calles, los medios de todas maneras ayudan a la difusión. También se puede realizar una difusión en las calles, en los micros o taxis, porque también las personas cuando están en los micros botan la basura por la ventana y con un cartel grande para que lo vean y con colores vistosos y si es que lo ponen en televisión debería ser más frecuente para que realmente tenga un impacto en la población.

Modesta: Antiguamente había ese tipo de señalización en las tiendas, sacaban los tachos y ponían carteles que indicaban dónde tirar la basura, pero les hablo de hace 15 años, ahora se

ha perdido eso y la gente no sabe dónde tirar la basura. Ahora son muy pocos los que hacen eso, se ha perdido eso poco a poco.

Con respecto al uso del plástico. ¿Ustedes continúan utilizándolos o qué hacen?

Mónica: Ahora estamos tratando de usar esas bolsas y estamos usando de tela porque los mismos turistas también no quieren llevarse esas bolsas.

Moderador: Respecto a la campaña trabajaremos todos juntos y para comenzar necesitamos establecer un nombre para la campaña y les tenemos dos opciones que queremos que ustedes evalúen y nos digan con cual quisieran trabajar. Una es “Todos por Huanchaco” y “Yo cuido mi playa Challenge”. La segunda iría enfocada en que la palabra “Challenge”, que significa reto, se ha puesto de moda últimamente con los videos que se viralizan por las redes y funcionan muy bien para captar la atención.

¿Cuál creen ustedes que podría ser la mejor?

- Lilian: Yo cuido mi playa Challenge
- Mario: Todos por Huanchaco
- Frank: Todos por Huanchaco
- Milagros: Yo cuido mi playa Challenge
- Jorge: Yo cuido mi playa Challenge, porque generaliza el tema del cuidado a cualquier playa a la que llegue. (De aquí sale la idea de hacer polos y crear un logo)
- Modesta: Todos por Huanchaco porque hay algunos que no saben inglés
- Juana: Todos por Huanchaco porque nosotros que vivimos en Huanchaco debemos saber que la campaña va dirigida a nosotros
- Mónica: Todos por Huanchaco
- Fernando: Yo cuido mi playa Challenge por el significado de ser un reto
- Luis: Todos por Huanchaco
- Luz: Todos por Huanchaco
- Percy: Yo haría una fusión de nombres “Yo cuido Huanchaco”
- Ofilio: Todos por Huanchaco

Finalmente quedó como nombre “Todos por Huanchaco”.

Moderador: Ahora vamos a mostrarles dos imágenes para el logo. Y el ganador por mayoría de votos fue el B al cual se le deben realizar unos cambios como en la tipografía y el color, agregándole también el mensaje en inglés para los turistas.

Moderador: Como estábamos hablando hace un rato, nos mencionaron que los medios de comunicación son importantes para la difusión y el interés a la campaña entonces ustedes qué otras opciones proponen para realizar.

Percy: Se pueden utilizar las redes sociales para llegar a más gente, se pueden compartir las experiencias de lo que hacemos y podemos llamar a más gente a apoyar y unirse a la campaña.

Jorge: Se puede hacer un vídeo de aquí, algo que impacte y que como dice Percy llame a más personas para que se unan.

Moderador: Esas dos son muy buenas ideas y de todas maneras vamos a considerar hacerlas y ver el rumbo por el que las llevaríamos, porque existen muchos tipos de videos y como parte de la campaña y aprovechando las redes sociales podremos usarlas.

Liliana: Podemos también hacer algo físico, podemos reunir personas para hacer limpieza en la playa, también ir a las tiendas y conversar con los dueños para recibir un apoyo o que ellos también ingresen a la campaña y puedan conversar con los ciudadanos del cuidado del medio ambiente y de la playa.

Moderador: Justo pensando en eso, podríamos hacer algo así como un concurso, por eso salió la idea de ponerle el Challenge, queríamos saber si es que les interesa y lo ven como algo positivo y quisieran hacerlo.

Luis: Yo lo veo algo bueno y no he visto que se haya hecho, al menos en esta playa no, yo creo que es una buena idea y podemos hacerlo.

Moderador: Bueno, hoy hemos podido compartir muy buenas ideas y experiencias, para poder realizar esta campaña con éxito, les hacemos la invitación desde ya para la primera reunión el día lunes 22 en la biblioteca municipal. Los agregamos todos al grupo de Whatsapp para mantenernos en contacto.

Muchas gracias por el apoyo y esperamos su compromiso con la campaña y con Huanchaco.

-Anexo 14: Fanpage de la campaña.

Página Bandeja de e... Notificaciones 6 Estadísticas Herramientas... Administrar a... Configuración Ayuda



Todos por Huanchaco
@TodosPorHuanchaco

- Inicio
- Eventos
- Opiniones
- Información
- Videos
- Fotos
- Publicaciones
- Fmleons



Te gusta Siguiendo Compartir

+ Agregar un botón

Crear publicación En vivo Evento Oferta Empleo

Escribe una publicación...

Foto/video Sentimiento/... Estoy aqui

Comunidad en Trujillo

Invita a amigos a que indiquen que les gusta tu página

A Rosa Patricia Gálvez Carrillo, Andrea Santos



Todos por Huanchaco

Publicado por Alex Terrones [?]
Te gusta esta página · 5 h ·

Usamos bolsas ecológicas de tela, porque con ello contribuimos a reducir la contaminación al generar menos residuos, y a ahorrar energía y materias primas. 🌱💡
#TodosPorHuanchaco

We use ecological bags, because with it, we contribute to reduce the pollution by generating less trash, and to save energy and raw materials. 🌱💡
#EverybodyForHuanchaco

Etiquetar foto Agregar ubi... Editar

3 4 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

Presiona "Enter" para publicar.

Todos por Huanchaco
Publicado por Alex Terrones [?] · 20 h · 🌐

Hoy se llevó a cabo la reunión con la presencia de la especialista del Centro de Escucha y Acogida, Psic. Sayra Gerónimo, y representantes de asociaciones de artesanía y comercio de alimentos, dónde se tocó el tema de "Prevención de problemas sociales". 🙌
¡Huanchaco va a cambiar!
📌#TodosPorHuanchaco📌

Today the meeting was held with the presence of the specialist of "Centro de escucha y acogida", psyd. Sayra Gerónimo, and representatives of associations of crafts and food trade... Ver más

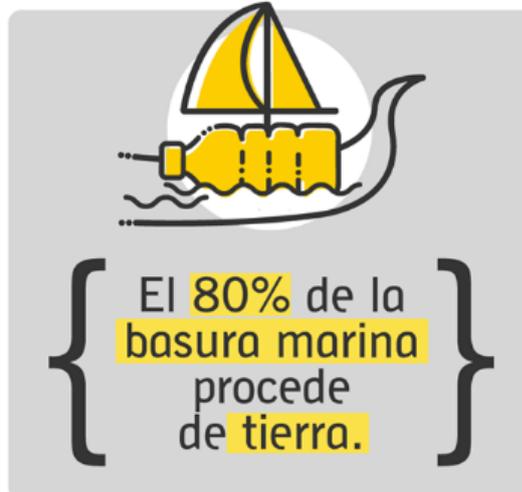



Todos por Huanchaco compartió una publicación.
Publicado por Alex Terrones [?] · Ayer a la 01:41 · 🌐

Más de 100 mil especies mueren cada año por el plástico que contamina el mar y en unos 30 años, habrá más plástico que peces en el mar, según cifras de las Naciones Unidas. Dejemos de usar plástico y tratemos de reemplazarlo. 🚫

#AdiósPlástico
#TodosPorHuanchaco

More than 100 thousand species die each year from plastic that contaminates the sea and in about 30 years, there will be more plastic than fish in the sea, according to information from the United Nations. Let's stop us... Ver más



Todos por Huanchaco
Publicado por Alex Terrones [?] · 23 de octubre a las 18:42 · 🌐

Ayer, dimos inicio a los talleres de "Concientización sobre el estado de contaminación de Huanchaco", a los comerciantes artesanos de la asociación "Quibisich", ya que ellos tienen contacto directo con los pobladores, visitantes y turistas del balneario. Estos talleres son parte de su capacitación para que ellos mismos lleven el mensaje de cuidar el medio ambiente a los distintos colegios de Huanchaco. 🙌

📌#TodosPorHuanchaco
📌#TalleresInformativos... Ver más




-Anexo 15: Piezas gráficas para redes sociales.

5 CONSEJOS PARA CUIDAR NUESTRA PLAYA



#TodosPorHuanchaco

1

USA BLOQUEADORES QUE NO SE
DILUYAN EN EL AGUA
DE OTRA FORMA CONTAMINARÁN AL MAR



#TodosPorHuanchaco

2

NO ARROJES LA BASURA
AL SUELO

BUSCA CONTENEDORES DONDE DEPOSITARLA



#TodosPorHuanchaco

3

NO REALICES FOGATAS
EN LA PLAYA

**PUES GENERA MÁS CONTAMINACIÓN Y
PERJUDICA NUESTRA SALUD**



#TodosPorHuanchaco

4

SI LLEVAS A TU MASCOTA
NO OLVIDAR
RECOGER SUS NECESIDADES ANTES DE RETIRARSE



#TodosPorHuanchaco

5

LLEVAR BOTELLAS
NO DE VIDRIO
PORQUE PUEDE CAUSAR ACCIDENTES



#TodosPorHuanchaco

COMPARTE

EL MENSAJE CON TODOS TUS AMIGOS
Y CUIDEMOS JUNTOS NUESTRA PLAYA



Una persona botando basura por la
ventana del carro.

Yo:



¿Cuánto tiempo tarda en descomponerse?



#TodosPorHuanchaco
#EverybodyForHuanchaco

-Anexo 16: Merchandising de Todos por Huanchaco (polos y bolsas).



**#TodosPorHuanchaco
#EverybodyForHuanchaco**



#TodosPorHuanchaco
#EverybodyForHuanchaco

-Anexo 17: Modelos de certificados para participantes de las actividades que fueron parte de la presente investigación.



#TodosPorHuanchaco
#EverybodyForHuanchaco



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO


CERTIFICADO

otorgado a:

Liliana Gonzalez Puclia

Por su **sobresaliente** participación en los talleres de capacitación sobre los temas "Concientización sobre el estado de contaminación de Huanchaco", "Habilidades blandas y conciencia ambiental" y "Cultura Ambiental: Gestión de residuos sólidos", además de formar parte de las actividades realizadas como parte de la campaña "Todos por Huanchaco", realizado entre el mes de setiembre y diciembre del año 2018.

Alex Terrones Carranza
COMUNICADOR SOCIAL
ORGANIZADOR DE LA CAMPAÑA

Jorge Tenorio Puelles
COMUNICADOR SOCIAL
ORGANIZADOR DE LA CAMPAÑA

Lupe Carretero Obando
COORDINADORA TÉCNICA
DEL PROGRAMA PREVENTIVO
DEVIDA

Sayra Gerónimo Vásquez
PSICÓLOGA Y ESPECIALISTA
COMUNITARIA EN TEMAS PREVENTIVOS
SOCIALES

