

Campaña de conciencia ambiental: “Sé parte de la solución, no parte de la contaminación”

Environmental awareness campaign: “Be part of the solution, not part of the pollution”

<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0216>

Marta Lema Cachinell^{1*}

<https://orcid.org/0000-0002-1403-336X>
marta.leva@formacion.edu.ec

Pavel Omar Defranc Balanzategui¹

<https://orcid.org/0000-0002-2796-9829>
pavel.defranc@formacion.edu.ec

Allison Alejandra Mora Medina¹

<https://orcid.org/0009-0008-4945-3699>
allison.mora@formacion.edu.ec

Recibido: 28/05/2023

Aceptado: 15/09/2023

RESUMEN

El Proyecto de investigación realizado por la comunidad emprendedora del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, consiste en el diseño de una serie de estrategias de marketing para dar a conocer y posicionar sus emprendimientos, especialmente aquellos generados sobre el proyecto de vinculación denominado “Campaña de conciencia ambiental; “Sé parte de la solución, no parte de la contaminación”. Para el logro de este objetivo, se implementa una metodología basada en la Observación, y la revisión teórica. Este proyecto no está terminado, es por ello que se presenta un avance de lo alcanzado hasta el momento. En el mismo orden de ideas, se menciona que los recursos utilizados están conformados por personas, documentos y equipos de cómputo. De los cuales se conformó un equipo de trabajo cuyos responsables son: un Coordinador de proyectos de Vinculación y un Docente, contando con la participación de los estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico con nivel equivalente a Tecnología Superior, Tecnología Superior en Administración y Tecnología Superior en Marketing. Es muy importante resaltar igualmente que el grupo beneficiario estará conformado por los Moradores del Sector Garay 2 y la comunidad académica del Instituto Universitario de Formación. Gracias a estos primeros pasos se concluye que La conciencia ambiental se logra mediante una educación basada en valores, compromiso, trabajo en equipo y cooperación, de forma que cada uno de los participantes adquiriera conocimientos ambientales y aprendan a utilizar los desechos sólidos como materia prima para la elaboración de un nuevo producto.

Palabras claves: Contaminación ambiental, sensibilización, educación, reciclaje.

1. Instituto Tecnológico Universitario de Formación (UF)- Ecuador

* Autor de correspondencia: marta.leva@formacion.edu.ec

ABSTRACT

The research Project carried out by the entrepreneurial community of the Higher Technological Institute of Administrative and Commercial Vocational Training, consists of the design of a series of marketing strategies to publicize and position their ventures, especially those generated on the linkage project called “Environmental awareness campaign; “Be part of the solution, not part of the pollution.” To achieve this objective, a methodology based on Observation and theoretical review is implemented. This project is not finished, which is why a preview of what has been achieved so far is presented. In the same order of ideas, it is mentioned that the resources used are made up of people, documents and computer equipment. Of which a work team was formed whose managers are: a Liaison Project Coordinator and a Teacher, with the participation of students of Graphic Design careers with a level equivalent to Higher Technology, Higher Technology in Administration and Higher Technology. in Marketing. It is also very important to highlight that the beneficiary group will be made up of the Residents of the Garay 2 Sector and the academic community of the University Training Institute. Thanks to these first steps, it is concluded that Environmental awareness is achieved through an education based on values, commitment, teamwork and cooperation, so that each of the participants acquires environmental knowledge and learns to use solid waste as raw material for the development of a new product.

Keywords: Environmental pollution, awareness, education, recycling

INTRODUCCIÓN

El Proyecto de investigación realizado por la comunidad emprendedora del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, consiste en el diseño de una serie de estrategias de marketing para dar a conocer y posicionar sus emprendimientos, especialmente aquellos generados sobre el proyecto de vinculación denominado “Campaña de conciencia ambiental; “Sé parte de la solución, no parte de la contaminación”.

En primer lugar, dentro de las estrategias consideradas destaca el servicio de asesoría integral, la cual permite perfeccionar las acciones que se han venido realizando, logrando corregirlas y de esa forma obtener que sus negocios puedan consolidarse y permanecer con el paso del tiempo, ya que en opinión de Solórzano-López & Verduga-Pino (2021) “no se trata sólo de enseñar a crear un negocio, también apunta a desarrollar habilidades creativas, que a su vez promuevan un sentido de autorrealización personal basado en satisfacer las necesidades y deseos de la colectividad.” (p.173), resaltando igualmente que la importancia de los emprendimientos radica en la capacidad de las mismas de generar nuevos empleos, contribuyendo favorablemente a la producción del país y activando de manera positiva la economía tanto local como nacional, es por esto la importancia de la asesoría integral, ya que se implementa un control en los niveles de producción que permiten corregir las debilidades, destacar las fortalezas y garantizar una mejor participación en el mercado productivo y laboral. (Solórzano-López & Verduga-Pino, 2021).

En segundo lugar, este proyecto busca fomentar la conciencia del reciclaje a través de una campaña de concientización, herramienta de creatividad expresada en el uso que cada estudiante le atribuye al material reciclado y el desarrollo personal, proporcionando una educación basada en valores, compromiso, trabajo en equipo y cooperación, de forma que cada uno de los participantes adquieran conocimientos ambientales y aprendan a utilizar los desechos sólidos como materia prima para la elaboración de un nuevo producto. En este sentido es importante conocer que según Coreaga (citado en Sanmartín-Ramón *et al*, 2017):

El reciclaje consiste en dar un aprovechamiento a los residuos sólidos que se generan y obtener de estos una materia prima que pueda ser incorporada de manera directa a un ciclo de producción o de consumo. El proceso de reciclaje es una actividad que conlleva a la utilización de energía para obtener nuevos productos en una planta recicladora (p.38).

Igualmente es necesario destacar lo expresado por Aguilar-Rojas & Iza (ob cit), los cuales indican que “la importancia del reciclaje radica en evitar la tala indiscriminada de árboles, disminuir la contaminación en el aire, agua, suelo y, por último, vivir en un planeta libre de contaminación” (p.38). Finalmente, entre los propósitos de la campaña, se considera informar a la población acerca de los sectores beneficiados, las habilidades y destrezas de nuestros estudiantes, motivándolos a aprender y a desarrollar sus ideas y reconociendo al mismo tiempo la importancia que tiene el cuidado del medio ambiente y el sentido de pertenencia con la preservación del entorno, a través de una campaña de concientización.

Dentro del mismo marco de ideas y contribuyendo con el Plan de Desarrollo “Creación de Oportunidades 2021-2025”, de acuerdo al Eje transición ecológica, en el Objetivo 11, que indica: Conservar, restaurar, proteger y hacer un uso sostenible de los recursos naturales, se formula el objetivo general de este proyecto, el cual consiste en promover la cultura de las 3R y el aprovechamiento de los residuos sólidos a través del diseño de una campaña de concientización.

MARCO TEÓRICO

En atención al auge que ha representado en los últimos años la creación y desarrollo de los emprendimientos en la gran mayoría de los países de Latinoamérica, se han puesto en funcionamiento una serie de proyectos que apoyan y proyectan este tipo de actividad, ya que las mismas representan un gran avance que involucra todos los sectores de la sociedad, entre los cuales incluyen el sector económico, productivo, social y educativo. En el plano económico es indiscutible que los emprendimientos contribuyen a la activación de manera positiva en la producción local, regional y nacional, a través de nuevas formas de producción y a la generación de nuevos empleos. Tal como lo expresan Solórzano-López & Verduga-Pino (2021):

El emprendimiento es la capacidad y voluntad que tiene una persona o grupo de personas para desarrollar y administrar un nuevo negocio, junto con los riesgos que esto implica, con el fin de generar ganancias y satisfacer las necesidades del consumidor, contribuyendo principalmente al desarrollo local, incrementando la productividad y generando mayores fuentes de empleo que permiten mejorar el nivel de vida de los emprendedores del territorio, sus familias y la población en general (p.173).

Por otra parte, Monzón-Campos & Torres-Ortega (2021), resaltan la influencia positiva de los emprendimientos en el sector social educativo, al expresar que la figura de emprendedor social surge de la necesidad de personas capaces de enfrentar las crisis económicas, sociales y hasta ecológicas que han tenido que enfrentar muchos países a nivel latinoamericano y mundial, pero de una manera más creativa e innovadora. Destacando igualmente que, contando con un determinado perfil, se pueden crear programas de formación de emprendimientos dedicados a los jóvenes como fuente de prometedoras iniciativas que fomenten y realcen esta actividad de forma inteligente e innovadora. Por esta motivación surge el Proyecto de investigación realizado por la comunidad emprendedora del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, basada en el diseño de una serie de estrategias de marketing para dar a conocer y posicionar sus emprendimientos, especialmente aquellos generados sobre el proyecto de vinculación denominado “Campaña de conciencia ambiental; “Sé parte de la solución, no parte de la contaminación”. En concordancia con esta acción, García-Rojo (2022) destaca “la influencia de la comunicación ambiental en la publicidad, desde sus orígenes hasta hoy en día, los cambios que se han ido generando y los nuevos conceptos que han surgido a favor de la protección al medio ambiente” (p.7). En este mismo orden de ideas, Olivera-Carrillo (2023) expone que:

La cultura ambiental es un proceso que implica el compromiso de impartir actitudes y valores en las comunidades universitarias ya sean local, nacional e internacional, con el fin de tomar acciones responsables por ello se ha tomado en cuenta modificar las conductas mediante una campaña social. (p.8).

De lo cual se infiere que se destaca una vez más la importancia de los emprendimientos sociales en el ámbito educativo y sobre todo en el nivel universitario, ya que se crean compromisos basados en valores adquiridos desde el hogar y a través del paso por los demás niveles educativos, en lo que si bien se imparte el amor y el cuidado por el medio ambiente y por la naturaleza, no se promueven aún las acciones pertinentes para realizar los cambios sociales que se requieren para poder hacer realidad las campaña de conciencia pública en referencia a este tipo de temas.

Dentro de las primeras estrategias consideradas en el proyecto de investigación denominado Campaña de Conciencia Ambiental: “Sé parte de la solución.

No parte de la contaminación”, destaca el servicio de asesoría integral, la cual permite perfeccionar y corregir las acciones realizadas, buscando de esa manera la consolidación de sus negocios y su permanencia en el tiempo.

Al respecto García-Estela (2016) puntualiza el concepto de asesoría integral como el conjunto de acciones en material legal, contable, fiscal, etc., y otros servicios periódicos necesarios para toda empresa en desarrollo o persona que realice una actividad empresarial, cuyo fin es el de orientar acerca de los aspectos que se deben tener en cuenta para poder llevar a cabo con éxito las planificaciones que se formulan, los elementos y herramientas con los que se cuentan y las vías a utilizar de la forma más idónea, estas asesorías se deben realizar por personal capacitado para cada área, con el propósito de alcanzar de manera eficaz y eficiente todos los objetivos.

Otra de las estrategias a implementar lo constituye la promoción del reciclaje a través de una campaña de concientización, herramienta de creatividad expresada en el uso que cada estudiante le atribuye al material reciclado y el desarrollo personal.

Es así como Edquen-Muñoz (2023) expone que “La educación referida al medioambiente y la ecología se ha convertido en la mejor manera para adoptar y transformar nuevos comportamientos que nos permitirán una sostenibilidad a los procesos que se están desarrollando” (p.IX), este proceso se logra en el transcurso del tiempo y por medio de recursos que contribuyan al desarrollo de esta actividad de manera efectiva.

En concordancia a lo anterior y sustentando lo expuesto por el precitado autor, Noroña-Negrete (2023), argumenta que existe una clara falta de cultura cívica y participación por parte de los ciudadanos, que deben ser mejorados desde un punto de vista colaborativo y asociado, para que de esa manera contribuyan al mejoramiento y una mayor conciencia y educación ambiental. De allí que Vanegas-Mosquera & Riascos-Sinisterra (2022) fundamentan lo antes referido con la siguiente afirmación:

Es imperante la necesidad de establecer procesos de educación, desde temprana edad y reeducación ambiental, de tal manera que permita a los individuos generar un estado de conciencia que le permita valorar el medio como un agente vital que requiere cuidado y acciones específicas desde una perspectiva de una relación sustentable y sostenible entre hombre y naturaleza. Para ello, los procesos educativos, deben generar la interacción entre el medio y los estudiantes, a partir de la identificación de problemas contextuales y la determinación de las respectivas acciones (p.2457).

Por su parte, Moreno-Sánchez *et al* (2023), al exponer que “la conciencia ambiental es la capacidad del individuo de reconocer la importancia de los elementos esenciales que presenta el mundo que lo rodea para conservar, cuidar y mejorar el medioambiente con conductas ambientales desde el activismo y la educación” (p.2411) conviene igualmente en considerar que “ Existe un vacío del conocimiento sobre el impacto de la conciencia ambiental en la responsabilidad social universitaria por ello la necesidad de realizar la investigación en el nivel superior” (p.2412), por cuanto “el fin de la educación ambiental es fomentar un estilo de vida acorde con la sostenibilidad, para conseguir este propósito es necesario aumentar el nivel de conocimiento de los ciudadanos, investigadores, instituciones, entre otros” (p.2413).

Todo esto se logra mediante una educación basada en valores, compromiso, trabajo en equipo y cooperación, de forma que cada uno de los participantes adquieran conocimientos ambientales y aprendan a utilizar los desechos sólidos como materia prima para la elaboración de un nuevo producto. En el mismo ámbito referencial, Crisanchó-Triana & Ninco-Hernández (2023), indican que:

El reciclaje es la acción de consumo responsable de mayor uso en los hogares, en comparación con el reúso y la reducción; esto puede ser porque el costo de reciclar es menor que el costo de reducir y reutilizar, sobre todo en productos de consumo rápido, donde el material de empaque es de fácil clasificación y desecho. (Barr *et al*, Escario *et al* y Mason *et al*; citados en Crisanchó-Triana & Ninco-Hernández, 2023, p.195).

Por otra parte, Gil-Palacios (2023), considera el reciclaje como una maniobra fundamental en la vida del ciudadano que se debe fomentar desde temprana edad y en todos sus ámbitos de convivencia (hogar, escuela, comunidad, etc.), promoviendo una buena utilización de los recursos y la cultura del reúso de estos mediante la reducción de residuos, disminución de ruidos y cuidado del agua y el suelo, todo con el fin de conservar el medio ambiente. En referencia a la gestión de residuos sólidos, Obando-Galvis (2023) la clasifica como una disciplina en la cual se instituye un control en la “generación, almacenamiento, recolección, transferencia y transporte, procesamiento y evacuación” (p.3) de este tipo de desechos, con el fin de contribuir con los principios de salud pública, de la conservación y la estética ambiental, entre otros. Argumentado asimismo que:

La sociedad no consume materiales, sino que solamente los usa y los retorna al medio ambiente de una manera degradada. Los materiales utilizados para la manufactura de los bienes industriales provienen de los materiales vírgenes, que se toman del medio ambiente, de los materiales recuperados o reciclados y de los materiales industriales que se reutilizan por la industria (Ob cit., p.3)

Al momento de hablar del reciclaje es necesario tomar en cuenta que aun cuando este tema es un tópico que se ha venido manejando desde hace muchos años en muchos ámbitos sociales, también es cierto que, las personas conocen de la existencia de diferentes tipos de clasificación de basuras; sin embargo, no saben identificarlas o realizar esta clasificación de manera correcta por lo cual queda constancia que existe un problema en la correcta difusión de la información. (Cuéllar-Pulgarín, 2023)

De igual manera, entre los propósitos de la campaña se considera informar a la población acerca de los sectores beneficiados, las habilidades y destrezas de nuestros estudiantes, motivándolos a aprender y a desarrollar sus ideas. Es por ello que Sánchez & Lafuente, y Meyer, citados en Saza-Quintero *et al*, (2021) acotan que “Durante el ciclo académico los individuos tienen la posibilidad de acercarse a contenidos curriculares que permiten generar conductas protectoras del medio ambiente relacionadas con el reciclaje, consumo responsable, participación en actividades y organizaciones medioambientales, entre otras” (p.68).

Todo esto considerando que el sector educativo universitario juega un papel fundamental en el proceso de transformación del individuo relacionados con el fomento y la difusión de la cultura del reciclaje y reconociendo al mismo tiempo la importancia que tiene el cuidado del medio ambiente, ante lo cual Cantero-Galarcio & Hernández-Hernández (2021), expresan que:

En la historia reciente, en los procesos de resignificación cultural de los pueblos indígenas, ha cobrado importancia el quehacer ambiental y la educación, como herramientas para evitar la destrucción de sus territorios ancestrales y el incumplimiento de los acuerdos pactados con los entes gubernamentales (p.3).

Asimismo, el sentido de pertenencia con la preservación del entorno, es preciso a través de la difusión de diversas estrategias, tales como una campaña de concientización denominada campaña de conciencia ambiental: “sé parte de la solución, no parte de la contaminación”.

Según Rodríguez-Merino (2021), este tipo de campaña forman parte de “la publicidad de concienciación social, (la cual) es la realizada por organismos sin ánimo de lucro, que buscan concienciar y generar un cambio social” (p.8). añadiendo al respecto que “La clave para que este tipo de campañas sean exitosas, es que generen un sentimiento en el espectador, que atraiga su atención y provoque algo” (ob cit.).

Una vez realizado un breve preámbulo del proyecto de investigación, y de todas las estrategias diseñadas para ejecutarlo de manera efectiva, es necesario establecer el objetivo general de este trabajo, el cual consiste básicamente en promover la cultura de las 3R, de éste han surgido numerosos conceptos y del mismo se toman como ejemplo el enfoque realizado por Tejada (citado en Entsakua-Tsejem, 2023), el cual sostiene que:

Las “3RS” consisten en: reducir: a través del accionar de prácticas responsables se disminuye la cantidad de basura generada por el hombre (...). El termino reutilizar, es modificar en sus formas las cosas viejas dándole utilidad y atracción, (...). Reciclar consiste en procesar un desecho para un nuevo uso, por ejemplo, restos de comida, convertirlos en abono orgánico (p.23).

En el mismo orden de ideas Peña-Rivera & Mayhua-Matamoros (2023) en referencia a la técnica de las 3R, exponen que consiste en:

Colocar en práctica el rehusar, reducir y reciclar, es aplicar cada una de las formas para cuidar el medio ambiente, lo cual implica la utilización de materiales que ya no se utilizan y que aún puedan servir al hombre viendo la mejor manera de utilizarlos (p.37).

METODOLOGÍA

Para el logro de este proyecto, se implementa una metodología basada en la Observación, la cual se considera que es estructurada debido a que se cuenta con una guía de investigación elaborada previo al momento de realizar la misma con el objetivo de captar la información de manera más organizada. Siendo la observación igualmente de tipo directa, ya que fue realizada por el equipo de trabajo de forma participante.

Según Arias (citado en Vizcaino-Zuñiga *et al*, 2023) las guías de observación.

Son instrumentos de investigación utilizados para recopilar datos de manera sistemática y estructurada durante observaciones en un entorno determinado. Estas fichas son herramientas que permiten a los investigadores registrar información relevante sobre eventos, comportamientos, características o patrones que se observan directamente. A través de las fichas de observación, se documenta de manera detallada lo que ocurre en un contexto específico, lo que puede ser fundamental en diversos campos (p.9745).

Otra metodología que se utilizará es la Encuesta, mediante un cuestionario aplicado a la comunidad académica de UF con el objetivo de conocer sus criterios acerca de la cultura ambiental.

Esta herramienta se utiliza para recopilar información y datos de manera sistemática y estructurada.

Ambos son instrumentos que consisten en una serie de preguntas diseñadas para obtener respuestas de los participantes con el fin de recopilar información sobre sus opiniones, actitudes, conocimientos, experiencias o características demográficas (Arias, citado en Vizcaino-Zuñiga *et al*, 2023).

En referencia al universo y muestra que se empleará será el universo con el que se cuenta para el desarrollo de la investigación está conformado por los 1267 estudiantes, y tomando en cuenta el tamaño de la población, se aplicará un muestreo no probabilístico por conveniencia en el que se consideran 50 encuestados.

Las diferentes actividades planificadas se establecieron en un cronograma, establecidas en un calendario siguiendo el orden de los objetivos, expresados en el cuadro que se presenta a continuación. Del objetivo general se desprenden tres objetivos específicos, conformados a su vez por una serie de actividades relacionadas con las estrategias pautadas. Específicamente en el segundo objetivo, se llevó a cabo una actividad relacionada con la elaboración de manualidades artísticas con el material recolectado mediante una campaña con los estudiantes del Instituto Tecnológico de Formación. 3R.

Según Arenas-Figueroa & Muñoz-Hernández (2023). Se trata de encontrar maneras atrayentes por medio de las cuales logren explorar su creatividad divirtiéndose en el proceso y que puedan realizar un aprovechamiento útil de los residuos que estén a su alcance. Adicionalmente, se ve la necesidad de involucrar a los padres para reforzar los conocimientos adquiridos en el aula y llevar a cabo un trabajo en equipo de manera que se concientice desde las primeras edades sobre la importancia de la educación ambiental y el respeto hacia el medio ambiente (p.54).

RESULTADOS

Esta investigación aún está en proceso, es por ello que presentamos como resultados el cronograma que se espera seguir en los próximos meses con el fin de lograr el propósito propuesto en esta investigación

**Tabla 1.
Cronograma general de Actividades**

| | AÑO 2022 | | AÑO 2023 | | | | | | | | | | | | AÑO 2024 | | | | | |
|--|----------|----|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----------|---|---|---|---|---|
| | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Objetivo 1: Diagnosticar conocimientos y prácticas en torno al manejo de las 3R por parte de los estudiantes del UF. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 1.1: Realizar el diagnóstico general de la situación de uso responsable del reciclaje. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 1.1.1: Realizar Encuestas dirigidas a los estudiantes UF. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 1.1.2: Análisis y tabulación de las encuestas. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo 2: Desarrollar sentido de conciencia ambiental a través de la regla de 3R. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 2.1: Diseño de material publicitario para la campaña ambiental. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 2.2: Elaborar manualidades artísticas con el material recolectado mediante una campaña con los estudiantes del Instituto Tecnológico de Formación. 3R. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 2.3: Presentación sobre la importancia de Reciclar - Reutilizar – Reducir. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Actividad 2.2.1: Elaboración de diapositivas y selección de grupos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 2.3: Elaboración de una botella gigante para que coloquen botellas vacías. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 2.4: Exposición en los cursos reciclaje UF incentivando que coloquen sus botellas vacías. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo 3: Motivar a los jóvenes a emprender con material reciclado impulsando la independencia financiera. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 3.1: Reunión con los estudiantes socialización campaña externa a la comunidad. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 3.2: Visitas a los colegios para exposición de la campaña. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 3.2.3: Elaboración e impresión de diseños gráficos para la campaña para la comunidad general. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Actividad 3.3: Feria de Emprendimiento con materia de Reciclaje. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CONCLUSIONES

Los emprendimientos se consideran actividades socio-productivas que han logrado posicionarse, al crear oportunidades de producción con las estrategias y las herramientas correctas, tomando en cuenta que el emprendimiento nace de acuerdo con la manera en que las personas tienen en mente una idea de negocios, enfocándola con la demanda de su entorno, así como el mercado disponible que solicita su oferta. La figura de emprendedor social surge de la necesidad de personas capaces de enfrentar las crisis económicas, sociales y hasta ecológicas que han tenido que enfrentar muchos países a nivel latinoamericano y mundial, pero de una manera más creativa e innovadora. La conciencia ambiental se logra mediante una educación basada en valores, compromiso, trabajo en equipo y cooperación, de forma que cada uno de los participantes adquieran conocimientos ambientales y aprendan a utilizar los desechos sólidos como materia prima para la elaboración de un nuevo producto.

Las campañas de concientización son actividades sociales cuyo objetivo es promover el cambio social o cambio de comportamiento por parte de un conjunto de individuos en beneficio del resto de la sociedad. Entre los problemas ambientales de mayor importancia es el manejo de los residuos sólidos, ya que constituyen una amenaza no solo para el ambiente sino también para la salud, para lo cual se requiere de una serie de estrategias para solucionar este tipo de situaciones. La técnica como conocida como la cultura de las 3R consiste en una serie de acciones tendentes a reducir de manera significativa los efectos negativos que produce el uso incorrecto de la disposición de residuos sólidos. Estas tres R son las iniciales de las acciones Reducir, Reutilizar y Reciclar.

REFERENCIAS

Arenas-Figueroa, A.J. & Muñoz-Hernández, M.J. (2023). Una estrategia didáctica para promover la reutilización de residuos y fortalecer habilidades artísticas en niños. [Tesis, Universidad Autónoma de Bucaramanga – UNAB]. Recuperado de:

https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/20181/2023_Tesis_Maria_Jose_Mu%C3%B1oz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Cantero-Galarcio, E., & Hernández-Hernández, E. (2021). Identificación de saberes ancestrales en la etnia Emberá Katío sobre el cuidado del medioambiente. *Praxis & Saber*; 12(31): [ISSN 2216-0159 e-ISSN 2462-8603]. Recuperado de: <https://doi.org/10.19053/22160159.v12.n31.2021.11436>
- Cristancho-Triana, G.J. & Ninco-Hernández, F.A. (2023). El consumo responsable y su influencia en las actividades de reciclaje en el hogar: Un estudio exploratorio. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*; N° 69:190-220 [ISSN: 0124-5821]. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/1942/194274896009/194274896009.pdf>
- Cuellar-Pulgarin, A.T. (2022). Centro de procesos de reciclaje de las 3R para mejorar las condiciones productivas de los recicladores en la localidad de Kennedy, Bogotá. [Proyecto integral de grado, Fundación Universidad de América]. Recuperado de: <https://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/8782>
- Edquen-Muñoz, S. (2023). Programa de sensibilización medioambiental para generar conciencia ecológica en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Santos Villalobos Huamán – Yauyucán – Santa Cruz – Cajamarca – 2016. [Tesis Doctoral, Universidad Nacional “Pedro Ruiz Gallo”]. Recuperado de: <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8165/BC-4524%20EDQUEN%20MU%C3%91OZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y> García -Estela
- Entsakua-Tsejem, G. (2023). Fortalecimiento de las actitudes ambientales mediante la técnica de las “3rs” en escolares de la Institución Educativa Primaria N° 16323, Comunidad Pumpu, Imaza, Amazonas, 2021. [Tesis, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. Recuperado de: <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/3164/Entsakua%20Tsejem%20Gilbert.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García-Rojo, N. (2022). COMUNICACIÓN ECOLÓGICA: Del greenwashing a la publicidad transparente. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54792/TFG-N.%201943.pdf?sequence=1>
- Gil-Palacios, S.M. (2022). Reciclaje como estrategia didáctica para la conversación del ambiente dirigido a estudiantes del CDI sea colors. [Proyecto de grado, Fundación Universitaria Los Libertadores]. Recuperado de: https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/5791/Gil_Sandra_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Monzón-Campos, J.L. & Torres-Ortega, J.A. (2021). Emprendimiento social en la formación profesional: el caso del País Vasco. *Revesco*; (137): 1-18. [ISSN: 1885-8031]. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.73862>
- Moreno-Sánchez, V.E., Nuñez-Vara, F., Palacios-Garay, J.P. & Valdez-Asto, J.L. (2023). Conciencia ambiental en la responsabilidad social universitaria. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*; 7(31): 2411 - 2421 [ISSN: 2616-7964 ISSN-L: 2616-7964]. Recuperado de: <https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/1228>

- Noroña-Negrete, D.A. (2023). Campaña de concientización sobre el manejo responsable de residuos sólidos urbanos en la ciudad de Quito, a través de la difusión de contenido audiovisual enactivo, mediante el uso de plataformas digitales en la Web 3.0 [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Recuperado de: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9238/1/T4044-MCE-Noro%C3%B1a-Campa%C3%B1a.pdf>
- Obando-Galvis, W.C. (2023). Informe Plan de Práctica: Gestión y manejo en residuos sólidos. [Trabajo de Grado, Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria]. Recuperado de: https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/4809/Wendys%20Carolina%20Obando%20Galvis.%2010.11.2023.%20REV_7.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Olivera-Carrillo, E.P. (2023). Propuesta de campaña social para comunicar las acciones de la brigada ambiental de la Universidad Señor de Sipan. [Tesis, Universidad Señor de Sipan]. Recuperado de: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/11197/Olivera%20Carrillo%20Estefany%20Del%20Pilar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peña-Rivera, K. & Mayhua-Matamoros, L.I. (2023). Estrategias metodológicas para desarrollar conciencia ambiental en niños y niñas de la I.E. N° 528 Acoria – Huancavelica [Tesis, Universidad Nacional de Huancavelica]. Recuperado de: <https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1dafefc2-9d60-4854-be7d-424514b174c4/content>
- Rodríguez-Merino, P. (2021). Concienciación medioambiental en el ámbito de la contaminación automovilística. análisis de la campaña de Akatu: una propuesta de mejora. [Disertación, Universidad de Valladolid]. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/48780/TFG-N.%20201711.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Saza-Quintero, A.F., Sierra-Barón, W. & Gómez-Acosta, A. (2021). Comportamiento proambiental y conocimiento ambiental en universitarios: ¿el área de conocimiento hace la diferencia? Rev. CES Psico; 14(1): 64-84. [ISSN: 2011-3080]. Recuperado de: <https://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/5674>
- Sanmartín Ramón, G.S., Zhigue Luna, R.A., & Alaña Castillo, T. P. (2017). El reciclaje: un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. Universidad y Sociedad; 9 (1): 36-40. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Solórzano-López, M.A. & Verduga-Pino, A.M. (2021). El emprendimiento y su relación con el desarrollo local de la parroquia Bachillero, cantón Tosagua, provincia de Manabí. Pol. Con.;63(6):170-196. [ISSN: 2550 - 682X] Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8219410.pdf>
- Vizcaino-Zuñiga, P.I., Cedeño-Cedeño, R.J. & Maldonado-Palacios, I.A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar; 7(4). Recuperado de: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658