



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



#### **ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y LA INCIDENCIA EN EL MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS DE LA SUB UNIDAD DE GESTIÓN AMBIENTAL EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO 2023**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. JAIR RONALDO MELO CASQUINO**

**Bach. ANA LELIA VIZCARRA OHA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**PUNO – PERÚ**

**2024**



## Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y LA  
INCIDENCIA EN EL MANEJO DE RESIDUOS  
SÓLIDOS DE LA SUB UNIDAD DE GESTIÓN  
AMBIENTAL EN LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO 2023**

AUTOR

**JAIR RONALDO MELO CASQUINO ANA L  
ELIA VIZCARRA OHA**

RECuento DE PALABRAS

**16092 Words**

RECuento DE CARACTERES

**85969 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**88 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**10.5MB**

FECHA DE ENTREGA

**May 13, 2024 11:39 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**May 13, 2024 11:41 AM GMT-5**

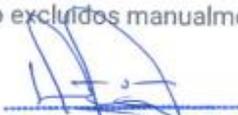
### ● 19% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

  
Dr. Misuro Octavio Tapia Cruz  
COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN  
E.P. CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

  
Dr. Javier Elías Mamani Gamarras  
DOCENTE



## DEDICATORIAS

*A mis padres Maximo Melo Alcos y Gladys Casquino Cornejo, quienes son parte fundamental en mi vida, con mucho amor y cariño, les dedico todo mi esfuerzo, en reconocimiento a todo el sacrificio puesto para que yo pueda estudiar; a mi madre por la comprensión de todos mis errores y darme fuerza para poder seguir adelante. A mi padre porque a pesar de las adversidades siempre guio mi vida y mi camino profesional.*

*A Abel mi hermano, por la comprensión que siempre tuvo hacia mis negativas actitudes, gracias a él puedo culminar mi meta, gracias a ellos por confiar siempre en mí, los quiero mucho.*

**Jair Ronaldo Melo Casquino**



*A mis padres Lucio Vizcarra Estela y Agustina Antonia Oha Romero quienes son pilares fundamentales en mi vida, con mucho amor y cariño, les dedico todo mi esfuerzo, en reconocimiento a todo el sacrificio puesto para que yo pueda estudiar; a mi mamá quien es mi fortaleza y nunca dejó de ayudarme, hasta en la cosa más mínima estuvo preocupada por mi carrera. A mi papá que cada día que llegaba me preguntaba cómo me había ido, escuchaba mis locuras y sobre todo quien es la inspiración para formarme profesionalmente.*

*A Jorge y José, mis queridos hermanos gracias por su apoyo incondicional y por ser la razón principal de sentirme tan orgullosa de culminar mi meta, gracias a ellos por ser mi mayor fuente de inspiración, los quiero mucho hermanitos.*

**Ana Lelia Vizcarra Oha**



## AGRADECIMIENTOS

A Dios, quien con su bendición llenó siempre nuestras vidas y la de nuestras familias, por guiarnos a lo largo de nuestras vidas por el camino del bien.

A mi alma mater Universidad Nacional del Altiplano - Puno por habernos formado profesionalmente, a nuestros docentes de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

A nuestros jurados D.Sc. Mario Luis García Tejada, Lic. Romel Alfredo Montesinos y D.Sc. Walker Ernesto Aragon Cruz, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación y apoyo incondicional formando parte de esta investigación.

Agradecemos a nuestro asesor de tesis D.Sc. Javier Elias Mamani Gamarra, por haber aceptado que solicitemos de su amplio conocimiento y por habernos guiado durante todo el proceso de desarrollo de la tesis.

Agradecemos también al Ing. José Luis Vizcarra Oha por darnos su apoyo y su conocimiento durante la ejecución de la elaboración de tesis.

A nuestras familias por el apoyo emocional, a nuestros amigos quienes nos acompañaron en nuestra hermosa etapa universitaria.

A los miembros de la Sub Unidad de Gestión Ambiental, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, al Blgo. Cesar Lipa Luque, Blga. Katia Pillco Mamani y la Sec. Tamara Lazo Chávez, por el apoyo y colaboración en la realización de esta tesis.

**Bach. Ana Lelia Vizcarra Oha**

**Bach. Jair Ronaldo Melo Casquino**



# ÍNDICE GENERAL

	Pág.
<b>DEDICATORIAS</b>	
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b>	
<b>ÍNDICE DE ACRÓNIMOS</b>	
<b>RESUMEN .....</b>	<b>14</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>17</b>
<b>1.2. FORMULACIÓN DE PROBLEMA.....</b>	<b>18</b>
1.2.1. Pregunta General .....	18
1.2.2. Preguntas específicas .....	18
<b>1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>19</b>
1.3.1. Hipótesis General .....	19
1.3.2. Hipótesis Específicas .....	19
<b>1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>20</b>
1.5.1. Objetivo General .....	20
1.5.2. Objetivos Específicos.....	20



## CAPÍTULO II

### REVISIÓN LITERARIA

<b>2.1.</b>	<b>ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>21</b>
2.1.1.	Nivel internacional .....	21
2.1.2.	Nivel nacional .....	22
2.1.3.	Nivel local .....	25
<b>2.2.</b>	<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>25</b>
2.2.1.	Comunicación .....	25
2.2.2.	Tipos de comunicación.....	26
2.2.3.	Elementos de la comunicación.....	27
2.2.4.	Herramientas de comunicación .....	28
2.2.5.	Comunicación informativa.....	29
2.2.6.	Estrategias de comunicación .....	30
2.2.7.	Estrategia de socialización .....	31
2.2.8.	Estrategias de sensibilización.....	32
2.2.9.	Comunicación audiovisual .....	33
2.2.10.	Comunicación impresa.....	35
2.2.11.	Comunicación interpersonal.....	35
<b>2.3.</b>	<b>MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>37</b>
2.3.1.	Incidencia .....	37
2.3.2.	Incidencia social.....	37
2.3.3.	Residuos sólidos.....	38
2.3.4.	Clasificación de residuos sólidos .....	38
2.3.5.	Política ambiental.....	39
2.3.6.	Política ambiental de la Sub Unidad de Gestión Ambiental .....	39



2.3.7. Indicadores de políticas ..... 39

### CAPÍTULO III

#### MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN ..... 40

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN..... 40

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN ..... 40

3.4. UBICACIÓN GEOGRÁFICA..... 40

3.5. POBLACIÓN ..... 41

3.6. MUESTRA..... 41

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN ..... 42

    3.7.1. Técnica ..... 42

    3.7.2. Instrumento ..... 43

### CAPÍTULO IV

#### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS ..... 44

V. CONCLUSIONES..... 67

VI. RECOMENDACIONES..... 69

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 71

ANEXOS..... 76

**Área:** Comunicación para el desarrollo

**Tema:** Estrategias en Comunicación para el Desarrollo

**Fecha de sustentación:** 22 de mayo 2024



## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1.</b> Vista de datos: Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social. ....	80
<b>Figura 2.</b> Vista de variables: Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social. ....	80
<b>Figura 3.</b> Vista de datos: Escuela Profesional de Ciencias Biológicas. ....	81
<b>Figura 4.</b> Vista de variables: Escuela Profesional de Ciencias Biológicas. ....	81
<b>Figura 5.</b> Vista de datos: Escuela Profesional de Ingeniería Agrícola. ....	82
<b>Figura 6.</b> Vista de variables: Escuela Profesional de Ingeniería Agrícola. ....	82



## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1.</b> Herramientas de comunicación .....	29
<b>Tabla 2.</b> Manejo de las estrategias comunicacionales o medios de difusión.....	44
<b>Tabla 3.</b> Nivel sobre el manejo de documentaciones. ....	45
<b>Tabla 4.</b> Nivel de comunicación e información sobre el manejo de residuos sólidos. .....	46
<b>Tabla 5.</b> Nivel sobre la producción de videos y fotografías informativas sobre el manejo de residuos sólidos.....	48
<b>Tabla 6.</b> Nivel sobre la producción del material para redes sociales en el manejo de residuos sólidos. ....	49
<b>Tabla 7.</b> Nivel sobre la producción de spots y programas para televisión en el manejo de residuos sólidos.....	50
<b>Tabla 8.</b> Nivel sobre la producción de volantes en el manejo de residuos sólidos..	52
<b>Tabla 9.</b> Nivel sobre la producción de gigantografías en el manejo de residuos sólidos.....	53
<b>Tabla 10.</b> Nivel sobre la producción de afiches en el manejo de residuos sólidos....	54
<b>Tabla 11.</b> Nivel sobre la producción de trípticos en el manejo de residuos sólidos..	55
<b>Tabla 12.</b> Nivel sobre las charlas en el manejo de residuos sólidos .....	56
<b>Tabla 13.</b> Nivel acerca de las campañas de sensibilización en el manejo de residuos sólidos.....	57
<b>Tabla 14.</b> Nivel acerca de los cursos talleres en el manejo de residuos sólidos. ....	58
<b>Tabla 15.</b> Nivel de las capacitaciones sobre el manejo de residuos sólido.....	59
<b>Tabla 16.</b> Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre el monitoreo de las actividades.....	60



<b>Tabla 17.</b>	Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos en las evaluaciones de actividades. ....	61
<b>Tabla 18.</b>	Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, del trabajo en gestión ambiental. ....	62
<b>Tabla 19.</b>	Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, en la implementación de la política ambiental. ....	63
<b>Tabla 20.</b>	Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos; en la formación ambiental de la población universitaria. ....	64
<b>Tabla 21.</b>	Rango sobre el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre investigación ambiental hacia la población universitaria. ....	66



## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo 1.</b> Matriz de consistencia.....	77
<b>Anexo 2.</b> Instrumento .....	78
<b>Anexo 3.</b> Validación .....	79
<b>Anexo 4.</b> Base de datos Importados al SPSS.....	80
<b>Anexo 5.</b> Panel fotográfico .....	83
<b>Anexo 6.</b> Declaración jurada de autenticidad de tesis .....	85
<b>Anexo 7.</b> Autorización para el depósito de tesis ene l repositorio institucional .....	87



## ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

<b>MINAN:</b>	Ministerio del Ambiente
<b>RAI:</b>	Red Ambiental Interuniversitaria
<b>SUGA:</b>	Sub unidad de Gestión Ambiental
<b>RSM:</b>	Residuos Sólidos Municipales



## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación denominado “Estrategias comunicacionales y la incidencia en el manejo de residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno 2023” cuyo objetivo de la investigación es analizar las Estrategias comunicacionales y la incidencia en el manejo de los residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano – Puno 2023, en la metodología se tomará el enfoque Cuantitativo, planteando como tipo de investigación básica de nivel descriptivo, teniendo estos estudios como principal propósito detallar las propiedades, características, perfiles de grupos, comunidades, objeto o cualquier fenómeno, luego procede con la recolección de datos de la variable de estudio y estos son medidos. Sampieri, (2014). El diseño de investigación, es un diseño no experimental transversal siendo un diseño de recolección de datos en un solo momento y solo una vez, para luego describirlas en la investigación. Arias, (2020). En este diseño, tenemos un muestreo por conglomerado. para realizar el estudio se considera una población de 1500 estudiantes entre 3 escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. El cálculo del tamaño de la muestra se considera un nivel de confianza de 90% y un margen de error de 7%, teniendo como resultado de muestra de estudio a 120 estudiantes entre varones y mujeres, de la Escuela Profesional de biología (40), Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social (40) Escuela Profesional de Ingeniería Agrícola (40), ubicado en la región Puno, provincia de Puno y distrito de Puno. Los resultados esperados son conocer el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos de las estrategias comunicacionales de la sub unidad de Gestión ambiental en los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

**Palabras clave:** Estrategias Comunicacionales, Incidencia, Residuos sólidos.



## ABSTRACT

In this research titled "Communication strategies and the impact on the management of solid waste of the Environmental Management Sub Unit at the National University of the Altiplano - Puno 2023" whose research objective is to analyze the Communication strategies and the impact on the management of solid waste of the Environmental Management Sub Unit at the National University of the Altiplano – Puno 2023, the methodology will take the Quantitative approach, posing as a Type of basic research at a descriptive level, with these studies having the main purpose of detailing the properties , characteristics, profiles of groups, communities, objects or any phenomenon, then proceeds with the collection of data on the study variable and these are measured. Sampieri, (2014). The research design is a non-experimental cross-sectional design, being a data collection design at a single moment and only once, to then describe them in the research. Arias, (2020). In this design, we have cluster sampling. To carry out the study, a population of 1,500 students is considered among 3 professional schools of the National University of the Altiplano. The calculation of the sample size is considered to have a confidence level of 90% and a margin of error of 7%, resulting in a study sample of 120 male and female students from the Professional School of Biological Sciences (40), Professional School of Social Communication Sciences (40) Professional School of Agricultural Engineering (40), located in the Puno region, province of Puno and district of Puno. The expected results are to know the level of incidence in the management of solid waste of the communication strategies of the Environmental Management subunit in the students of the National University of the Altiplano-Puno.

**Keywords:** Communication Strategies, Advocacy, Solid Waste.



# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca analizar las estrategias comunicacionales y la incidencia en el manejo de residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno 2023. Esta investigación se enmarca dentro del enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, de diseño no experimental, asimismo, para obtener la muestra se aplicó un muestreo por conglomerado de 120 estudiantes de 3 escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario con una medición de escala de Likert. También, es preciso informar que en esta investigación no se tuvo

El esquema de la investigación se encuentra estructurada de la siguiente manera:

Capítulo I, se detalla la introducción, se presenta la formulación del problema, la hipótesis de investigación, finalmente los objetivos planteados.

Capítulo II, se encuentra el marco teórico, que contiene: antecedentes a nivel internacional, nacional y local, así como la recolección y explicación de diferentes teorías y antecedentes de anteriores investigaciones relacionada a nuestro tema y el marco conceptual.

Capítulo III, se presenta los materiales y métodos, el diseño de la investigación, la población y la muestra de estudio, también las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Capítulo IV, se desarrolla los resultados y discusión de la investigación, en donde se evalúa la hipótesis planteada, se analiza y discute los resultados con una reflexión



crítica y finalmente se presenta las conclusiones y recomendaciones de la investigación a las que se llegó, finalmente se encuentran las referencias bibliográficas y anexos.

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El incorrecto manejo de los residuos sólidos está perjudicando la salud y los entornos cercanos de las sociedades, agravando e incrementando también la problemática del cambio climático. Los recursos que tenemos deben usarse y reutilizarse continuamente, de manera que no terminen en los vertederos municipales de las ciudades. El manejo adecuado de los residuos sólidos debe tener un punto de vista económico, cultural, social y de salud ya que desechos no recogidos y mal eliminados tienen un impacto significativo en la salud pública.

El costo que aborda este problema para soluciones a futuro es más elevado que elaborar estrategias más sencillas pero efectivas incidiendo a la población en el correcto manejo de los residuos sólidos

Históricamente la problemática de los residuos sólidos y su debido manejo, siempre fue un tema controversial a nivel global, ya que, a pesar de diferentes propuestas para posibles soluciones frente a este problema, según el informe del banco Mundial para el año 2050 los residuos sólidos crecerán en un 70% a menos que se opten medidas urgentes. En este sentido, los países de ingreso alto de residuos sólidos son a región de Asia oriental, que generan más de un tercio (34 %) de los desechos del mundo, y el Pacífico genera casi un cuarto (23 %) del total.

De acuerdo a cifras del Ministerio del Ambiente (MINAM, 2020), en el Perú se generaron 7.9 millones de toneladas de Residuos Sólidos Municipales (RSM). De los cuales un 76.4% son residuos aprovechables, no obstante, solo un 0.98% fueron valorizados como residuos que, si se reaprovecharon, es decir, es notable la falta de



cultura ambiental en el país, Estos temas y problemáticas, tienen que ver con el cuidado del medio ambiente, los mismos tienen que ser tratados mucho más énfasis, es por ello que es de suma importancia instruir en temas de manejo de residuos sólidos y su correcto manejo.

En la región Puno, específicamente en la ciudad de Puno se presenta la problemática de gestión de Residuos Sólidos Municipales (RSM). Ya que, en los últimos años se ha magnificado a problemas de gobernabilidad frente a temas ambientales y esto ha conllevado a conflictos sociales y preocupación en la salud de la población. Con esta investigación desde la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, buscamos generar un cambio de actitud dentro de la universidad para que esto tenga efecto en la sociedad de Puno.

Para ello buscamos analizar las Estrategias comunicacionales y la incidencia en el manejo de los residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno -2023.

## **1.2. FORMULACIÓN DE PROBLEMA**

### **1.2.1. Pregunta General**

¿Como son las Estrategias comunicacionales y la incidencia en el manejo de los residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano – Puno 2023?

### **1.2.2. Preguntas específicas**

- ¿Qué estrategias comunicacionales empleadas por la Sub Unidad de Gestión ambiental tiene mayor impacto en el manejo de los residuos sólidos en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno - 2023?



- ¿Cuál es el nivel de incidencia de las estrategias comunicacionales en el manejo de los residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno - 2023?

### **1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Hipótesis General**

Las estrategias comunicacionales de la Sub Unidad de Gestión ambiental son limitadamente aceptadas, por consecuencia no tendría la incidencia esperada en el manejo de residuos sólidos en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno - 2023.

#### **1.3.2. Hipótesis Específicas**

- Las estrategias comunicacionales que tienen mayor impacto serían las redes sociales y esto no tendría un largo alcance en la difusión y afectaría en la incidencia del manejo de residuos sólidos en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno - 2023.
- El nivel de incidencia de la Sub Unidad de Gestión ambiental, sería baja porque no estaría mejorando el manejo de los residuos sólidos en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno - 2023.

### **1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

En el presente trabajo de investigación se busca analizar las estrategias comunicacionales, y su aplicación en las campañas de la sub unidad de Gestión Ambiental, tener conocimiento sobre estas estrategias serán en beneficio para mejorar el manejo adecuado de los residuos sólidos dentro de la Universidad Nacional del Altiplano



de Puno. Así mismo permitirá conocer la opción de mejora del manejo y disposición de los residuos sólidos y eso ayudará a los estudiantes a tener una buena cultura ambiental y poder transmitir estos conocimientos a la sociedad.

Se tiene como hipótesis que la Sub Unidad de Gestión ambiental no maneja adecuadamente las estrategias comunicacionales para un mejor manejo de residuos sólidos hacia los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, la elección de medios de comunicación como estrategias comunicacionales para la interacción con los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, es de suma importancia para que los mensajes realizados mediante las campañas y actividades puedan tener el alcance e incidencia esperado.

## **1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. Objetivo General**

Analizar las estrategias comunicacionales y la incidencia en el manejo de residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno - 2023.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Analizar que estrategias comunicacionales empleadas por la Sub Unidad de Gestión ambiental tienen mayor impacto en el manejo de los residuos sólidos en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno - 2023.
- Analizar el nivel de incidencia de las estrategias comunicacionales en el manejo de los residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno - 2023.



## CAPÍTULO II

### REVISIÓN LITERARIA

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

##### 2.1.1. Nivel internacional

Cuaspad, Naranjo, & Sierra (2022) En su tesis titulada “Propuesta Estratégica de Comunicación para la Clasificación de Residuos Sólidos dentro de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium con la comunidad educativa durante el período 2022.01” se plantea generar una propuesta de comunicación pertinente que propicie en la comunidad educativa de la fundación Universitaria Católica lumen Gentium, así como la conciencia amplia y profunda acerca de la separación de los residuos sólidos en las instalaciones de la institución, entre los puntos que plantea está desarrollar un proceso de diagnóstico sobre la cultura de recolección y clasificación de residuos sólidos, también la identificación de falencias y fortalezas desde la relación de la comunidad educativa con un método cuantitativo de investigación, y por último se propone el diseño de una propuesta de estrategia de comunicación que permita fortalecer completamente las estrategias implementadas previamente en el campus universitario. Los hallazgos que se encontraron en el presente trabajo permitieron identificar la percepción, de necesidades, debilidades y fortalezas que tiene la comunidad universitaria para implementar una estrategia de comunicación efectiva para cambiar el panorama de indiferencia, compromiso social y entorno del medio ambiente. El primer hallazgo que encontraron fue, la falta de conexión de la comunidad educativa con el medio ambiente, así como la falta de cultura ambiental y el acto de “imitación”, es decir, imitar los malos valores en cuanto a las actividades con el medio



ambiente, como, por ejemplo, la mala segregación de residuos sólidos, y malas prácticas de conservación del medio ambiente. En esta investigación se concluye que la propuesta de estrategia de comunicación implementada que se basa en la clasificación de residuos sólidos mediante colores, como el blanco: residuos aprovechables, el color verde: residuos aprovechables orgánicos y el color negro: residuos no aprovechables.

### **2.1.2. Nivel nacional**

Paredes (2022) en su tesis titulada “Estrategia de comunicación audiovisual y conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ambar, 2021”. Se plantea como objetivo general identificar la relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021, así mismo la metodología es de diseño no experimental transversal, teniendo un nivel correlacional y enfoque cuantitativo. En lo que se refiere a los resultados se obtuvo que al aplicar el estadístico de correlación de Rho Spearman un nivel de significancia que  $p=0.002$  es menor que el alfa 0.05, aceptando a la hipótesis general y rechazando a la hipótesis nula, así que se afirma que existe una relación entre la estrategia de comunicación audiovisual y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ámbar, 2021.

Cueva (2022) en su trabajo de investigación titulado “Estrategias de gestión ambiental para mejorar el manejo de residuos sólidos en la empresa production & export ramirez S.A.C; lima; año 2022” Se profundiza en un tema de vital importancia como es la gestión ambiental en las organizaciones, basándose en la forma de actuar en base al desarrollo sostenible y la preocupación por el medio ambiente durante el progreso de las actividades empresariales, lo cual se



enfoca desde una perspectiva normativa y de sensibilización ambiental para así concientizar a las organizaciones, donde es de tipo descriptiva propositiva con enfoque cuantitativo, diseño no experimental. De igual forma, en el proceso de obtención de datos, se obtiene una población de 50 personas y mediante el muestreo probabilístico se trabaja con una muestra de 32 trabajadores a través de la utilización de un cuestionario, en los resultados se encontró que es necesario el planteamiento de una propuesta orientada a estrategias organizacionales ambientales, todo esto para la empresa Production & Export Ramírez S.A.C. dentro de los puntos de acción se encuentra: la Implementación de un Sistema de Gestión Ambiental, así mismo, establecer un programa de Estrategias Ecoeficientes, también la creación de un comité de gestión ambiental y Crear un Plan Estratégico de Responsabilidad Social y Marketing Ecológico.

Martel et al. (2022) En su investigación titulada “Gestión de residuos sólidos y la cultura ambiental en el distrito de Ate, 2022” El objetivo principal es determinar qué relación existe entre la gestión de residuos sólidos y la cultura ambiental en el distrito de Ate, 2022. La metodología es un enfoque cuantitativo de tipo correlacional con un diseño no experimental transversal, en dicha investigación se tuvo como muestreo no probabilístico a 60 ciudadanos de la urbanización Tilda del distrito de Ate. Se tuvo como instrumento de medición 16 preguntas: variable 1 “gestión de residuos sólidos” y 21 preguntas en la variable 2 “cultura ambiental”. Teniendo en los dos instrumentos una escala ordinal. Como resultado se señaló que el 20% de ciudadanos encuestados está totalmente de acuerdo con el mejoramiento de la gestión de residuos sólidos y el 12% señala que está totalmente en desacuerdo con dicha gestión, de igual manera, el 16.7% de ciudadanos encuestados están de acuerdo que se debe reforzar la educación en



temas de cultura ambiental en jóvenes y adultos, un 18.0% señala estar en desacuerdo que la cultura ambiental es adecuada, llegando a la conclusión que si existe una relación significativa entre la gestión de residuos sólidos y la cultura ambiental en el distrito de Ate, 2022.

En la tesis de Coronel & Guzman (2021) “Estrategias de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Tupac Amaru – Chiclayo, usaron la metodología de enfoque cualitativo, entrevistas realizadas a 13 niños entre las edades de 10 y 11 años, y 5 profesionales en Comunicación para el Desarrollo para obtener todo punto de vista. Entre los resultados obtenidos tuvieron como primera impresión que los vecinos y ciudadanos del pueblo joven, ensucian las cuadras y calles donde viven a cualquier hora del día, dejando bolsas de basura fuera de sus hogares sin respetar los horarios de recojo establecidos por dicho municipio, así también se encontró basuras cerca de los jardines y escuelas denotando una falta de interés e información en cuanto a la cultura ambiental en dicha zona. Los resultados obtenidos en las 16 entrevistas a los 13 niños entre las edades de 10 y 11 años, se encontró que los niños si se daban cuenta de la contaminación generada en dicha zona, pero resaltaron que las autoridades y la misma población no se preocupan por mantener limpias las calles donde viven, los niños coincidieron que están dispuestos a informarse y aprender más sobre temas de separación de residuos sólidos y así también enseñar a sus amigos y familiares. En los resultados obtenidos en las guías de entrevista a los 5 especialistas en Comunicación para el Desarrollo, la mayoría coinciden que las personas deben colaborar y participar en los problemas ambientales de dicha zona, así para reducir los problemas de residuos sólidos, falta una gestión de convocatoria entre vecinos para tomar medidas de acción conjuntamente con las



autoridades del pueblo joven, desarrollando así estrategias de diálogo para un propio desarrollo.

### **2.1.3. Nivel local**

En la tesis presentada por Florez & Huanca (2018) “Estrategias comunicacionales y manejo de los residuos sólidos en la gestión medio ambiente de la ciudad de Azángaro 2018”, donde se realizó una investigación cuantitativa en la ciudad de Azángaro, realizando entrevistas y encuestas a 336 personas, dentro de ellas de 28 a 43 años 236 personas y de 44 a 60 años 100 personas. En dicha investigación llegaron a las siguientes conclusiones: primero que las estrategias comunicacionales informativas utilizadas son deficientes por el desconocimiento y desinterés en la elaboración y ejecución de estrategias, a falta de un profesional idóneo. Así mismo las estrategias comunicacionales empleadas son inadecuadas ya que no se prioriza la elaboración de materiales comunicacionales e informativos por falta de presupuesto, y por último que en la gerencia de servicios municipales y gestión ambiental no se maneja de forma adecuada el uso de estrategias comunicacionales por lo que la elaboración de materiales gráficos no tiene criterio ni conocimiento definido para las campañas y capacitaciones ambientales.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1. Comunicación**

La comunicación a tenido muchas definiciones, se ha llevado a debates y como acuerdos diferentes puntos de vista de que es la comunicación, sin embargo, podemos llegar a la conclusión que la comunicación es universal, se encuentra en todos lados, desde una mínima interacción entre dos personas o la interacción de



grandes masas de personas, para poder expresar sentimientos pensamientos o experiencias.

Se define la comunicación como un proceso por el cual se transmiten sentimientos, emociones y conocimientos de los seres humanos con su entorno, esta interacción lleva a construir lasos, relaciones, y experiencias distintas a la que la persona manifiesta. (Ríos, et al., 2020).

Paz (2012), “Se entiende como el proceso por el cual se transmite información, sentimientos, pensamientos, y cualquier otra cosa que pueda ser compartida” (p. 9).

La palabra comunicación se dice que es empleada para informar y compartir una manera de conexión con las personas, se usa la comunicación para dar a conocer que se estableció un contacto entre personas y esta conexión va acompañada de un mensaje que busca la trasmisión de mensajes para que la otra persona sea participe de este vínculo llamada comunicación, ya sea por medio de sentimientos, intereses o deseos. (Báez, 2000).

## **2.2.2. Tipos de comunicación**

### **2.2.2.1. Comunicación interpersonal**

Para Báez (2000), la comunicación interpersonal, es la comunicación que se da entre personas la cual tiene una interacción e intereses recíprocos, este tipo de comunicación puede ser entre dos o más personas, dicha interacción se puede llevar en grupos grandes o medianos, de la misma forma esta comunicación puede ser de manera formal o informal.



#### **2.2.2.2. Comunicación intrapersonal**

La comunicación intrapersonal es la comunicación con uno mismo, esta comunicación tiene una codificación de mensaje, el acto de comunicarse consigo mismo “el pensamiento”, este acto de comunicación interna nos ayuda a que podamos mantener una comunicación con nosotros mismos. La comunicación intrapersonal nos ayuda a que se realice una buena comunicación interpersonal. (Báez, 2000).

#### **2.2.2.3. La comunicación verbal**

La principal manera en la que nos expresamos en la palabra, las personas interactuamos mediante la palabra ya sea de forma oral o escrita. El lenguaje en general sirve para transmitir información, pero también podemos expresarnos sin decir nada.

#### **2.2.2.4. La comunicación no verbal**

Como muchos especialistas han llegado a la conclusión que el exceso de palabras entorpece el mensaje.

Al igual que Davis (2010), afirma que la palabra no representa en su totalidad el mensaje ni llega a la mitad de la misma, ya que se puede comunicar solo con la mirada con las manos con la interpretación de ritmos corporales. Todo esto conlleva a un código no verbal.

### **2.2.3. Elementos de la comunicación**

Los elementos de la comunicación tienen una vital importancia ya que son factores que pueden intervenir en el proceso de la comunicación.



De la misma manera para Paz (2012), “En la comunicación, todos los elementos son importantes si alguno faltara, el proceso quedaría incompleto y la comunicación no se realizaría; en realidad, cuando este proceso se completa sin problema, el ser humano se encuentra en una situación comunicativa” (p.14).

#### **2.2.3.1. Emisor y receptor**

El emisor y el receptor en cierto modo comparten la misma función, llamada “Emirec”, la condición para que se sitúe la comunicación es que ambas partes deben intervenir.

De igual modo para Paz (2012), nos dice que, aunque emisor y receptor sean semejantes, cada uno de ellos imprime un sello propio al mensaje ya que cada uno de estos tiene un punto de vista o factores distintos.

#### **2.2.3.2. Código**

El código se conoce como las reglas que podemos emplear en el acto o comunicar “El código es un sistema de signos con normas de uso y procedimientos, como el idioma inglés, el sistema de lectura braille, los pictogramas, las banderas, etc.” (Paz, 2012,p.16).

#### **2.2.4. Herramientas de comunicación**

Para Ríos et al. (2020), el significado de herramientas de comunicación se puede entender como los instrumentos, recursos, y medios que nos ayudan a desarrollar el proceso de la comunicación, siempre manteniendo el fin de establecer relaciones sociales ya que todo esto aporta al desarrollo social y comunitario.



Se pueden identificar herramientas comunicativas convencionales y no convencionales, así como sincrónicas y asincrónicas; como se observa en el siguiente cuadro:

**Tabla 1.**

*Herramientas de comunicación*

<b>Convencionales/ Tradicionales</b>	<b>No convencionales / No tradicionales</b>
Radio Prensa escrita (diarios, dominicales, semanarios, revistas) Televisión Cine Internet	Valla publicitaria, folletos, camisetas estampadas, talleres y mesas de conversación, veladas culturales, socio-drama o teatro popular, con cursos con niños, niñas y jóvenes de la comunidad (de dibujo y deportivos), murales, boletines, tarjetas, otros.
<b>Sincrónicos / Simultáneos</b>	<b>Asincrónicos / Diferidos</b>
Audio conferencias Chat Mensajería instantánea Vídeo conferencias Video llamadas	Comentarios en blogs y páginas web Cartas Correos electrónicos Foros en páginas web Wikis

Fuente: Estrategias de Comunicación Diseño, Ejecución y Seguimiento (Ríos et al., 2020)

**2.2.5. Comunicación informativa**

**2.2.5.1. Estrategias**

La estrategia es un patrón de decisiones de una organización u compañía, que determina y muestra los objetivos propósitos o metas, este proceso también genera políticas y planes para lograr dichas metas trazadas, así mismo ayuda a contextualizar la línea de trabajo de dicha organización y lo que intenta ser o busca a futuro todo esto en contribución a las personas involucradas y la población. (Rivera & Malaver, 2011)



## **2.2.6. Estrategias de comunicación**

### **2.2.6.1. Matriz de persuasión de william mcguire**

William Mcguire da a conocer un modelo de inputs/outputs, esto en base a una teoría de persuasión, en esta teoría encontramos dos tipos de variables, las variables independientes y las dependientes, donde las variables independientes están bajo control de la organización, básicamente son los elementos que están en el proceso de comunicación, por otro lado, las variables dependientes son las cuales no se tiene control alguno, es decir son respuesta al fenómeno bajo percepciones e interpretaciones (Rodriguez et al., 2002).

### **2.2.6.2. Mercadeo social**

Este es un modelo más manipulador, pero da herramientas importantes basado en técnicas de mercadeo comercial, utilizadas en campañas educativas donde nace el nombre de mercadeo social. Es el diseño donde la implementación y control de proyectos con el fin de incrementar la aceptación de ideas o practicas sociales, a pesar de tener muchos conceptos de mercadeo pueden ser aplicables en una campaña social, siempre teniendo en cuenta que el cambio del mercado comercial al ámbito social (Rodriguez et al., 2002).

### **2.2.6.3. Educación con entretenimiento**

Es modelo donde la principal herramienta es la combinación sistemática del entretenimiento y a educación, dando lugar a una estrategia



denominada eduentretenimiento, este modelo también puede ser aplicado en formatos como la radio, teatro, música, etc.

La comunicación estratégica es un instrumento cuya función es facilitar la ejecución de ciertas metas esperadas y también conceden un concepto a las actividades que se realizan hacia el público meta, con el fin de crear vínculos para que puedan determinar un equilibrio entre hechos e ideas, este instrumento también ayuda a crear el significado a los servicios o productos, esto genera un vínculo entre organización y la comunidad. (Egas & Yance, 2018)

“Una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente” (Ríos et al., 2020, p.20).

Para (Rafael, 2008, p. 251), sostiene que “La comunicación estratégica sirve para encauzar el poder de la comunicación y así incidir en los resultados de la partida que estamos jugando en la orientación que marcan nuestros objetivos”.

### **2.2.7. Estrategia de socialización**

La socialización muchas veces es un proceso en el cual un individuo es regido bajo ciertas reglas de una sociedad, estas mismas determinan el grado de socialización del individuo, se puede dar casos donde esta interacción en la sociedad puede verse reducida, ya sea por distintos factores, pero principalmente la pérdida de comunicación del individuo hacia la sociedad.



La socialización desde un enfoque socio-comunicacional, afirma que es un proceso el cual permite vivir en sociedad, así mismo, afirma que parte de la socialización es la comunicación interna ya que esto constituye a la posible interacción con la sociedad en la que vive. (Díaz, 1988). En ese sentido la forma en la que se le pueda transmitir un mensaje a un sujeto derivará como este forme parte de una sociedad “socialización” ya que un individuo no nace siendo miembro de la sociedad propiamente dicha.

Según Vincenty (2003), es un proceso el cual consiste principalmente en un aprendizaje social, el individuo aprende a comportarse de forma apropiada a la colectividad en la cual se encuentra, esta colectividad inflige un número de componentes de sanción a ciertas conductas con premios o castigos.

#### **2.2.8. Estrategias de sensibilización**

Para (Barriga, 2007, p.140 citado por Delgado, 2021) “las estrategias de sensibilización y atención se definen como los procedimientos o recursos utilizados por los docentes para lograr aprendizajes significativos en los alumnos” (p.9).

Delgado (2021) Como su palabra lo indica sensibilizar implica agudizar los sentidos para percibir los estímulos que activan el cerebro, despertando emociones, generando sentimientos, ideas, pensamientos, que junto con la atención se genera la capacidad de concentrarse en esos estímulos relevantes, convirtiéndose en un proceso cognitivo. Por ello toda estrategia de sensibilización en el aprendizaje debe ser coherente, en primer lugar, a la concepción pedagógica que sobrelleva la institución educativa y, en segundo lugar, con los componentes



de la planificación curricular, específicamente, a los objetivos de aprendizaje y a los contenidos (p.9).

## **2.2.9. Comunicación audiovisual**

### **2.2.9.1. Producción audiovisual**

Conocemos que la producción audiovisual es un proceso creativo y logístico para tener un producto final, ya sea para cine o televisión, pero ahora en la actualidad también se relaciona a los productos audiovisuales al uso de las redes sociales.

En ese sentido para Ortiz (2018) La producción audiovisual es un trabajo complejo, requiere de un proceso de planificación para cada etapa, así mejorar para que las metas tengan un mejor alcance, cada producto audiovisual tiene distintas etapas como la realización de un guion, seguimiento y control para el cumplimiento del plan de trabajo, pero principalmente conocer el mercado al cual está dirigido esto requiere poder conocer las motivaciones, deseos y aspiraciones de nuestro público objetivo.

### **2.2.9.2. Redes sociales**

Las redes sociales son sistemas poderosos para establecer relaciones todo esto aporta a una generación y distribución de contenido de forma inmediata, todo aporta a un desarrollo de inteligencia colectiva o por el contrario a una idiotez colectiva, un uso correcto se puede utilizar para obtener datos personales para ser utilizados en campañas comerciales o sociales según las necesidades (Durango, 2014)



### **2.2.9.3. Facebook**

Facebook es la red social que más cantidad de usuarios activos tiene a nivel global, así mismo, es una red social con mayor crecimiento en la región de América Latina. Entre las principales oportunidades que ofrece a las organizaciones es la creación de páginas de fans (*Fanpages*), ya que son perfiles públicos de mayor alcance que permite a las organizaciones, marcas, instituciones o figuras públicas, mantener e incrementar su presencia en las redes sociales y relevancia en la comunidad. (Zeler, 2017)

### **2.2.9.4. Tik tok**

Se trata de una plataforma digital que consiste en la creación y edición de clips de vídeos cortos que no comprenden más de un minuto de duración para posteriormente subirlos a la red y compartirlos, además, cuenta con una sección de mensajería que permite la comunicación entre usuarios. Incorpora una gran variedad de efectos creativos y una gran variedad de géneros musicales ante la posibilidad de incorporar música a los vídeos. Es una plataforma social donde se comparten contenidos muy diversos con una forma de expresión diferente. (Bermejo, 2021, p.20).

### **2.2.9.5. Youtube**

Esta plataforma audiovisual que permite al usuario subir contenido, con la ventaja de organizar los videos en su lista, integra con mucha facilidad contenidos a otras redes sociales para así planificar su segmentación. (Costa & Piñeiro, 2014)



## **2.2.10. Comunicación impresa**

### **2.2.10.1. Producción de volantes**

Para Rico (2009) la producción de volantes puede ser considerada un medio de comunicación no formal, pero no cabe duda que su efectividad puede llegar a ser positiva, la publicidad de mano en mano puede llegar a gran parte de público a veces con resultado inesperados. El volante publicitario es una forma de realizar publicidad de una manera libre, pero en su mayoría de veces eficientemente, ya que es una publicidad que llega de forma directa al cliente.

### **2.2.10.2. Producción de afiches.**

El afiche es uno de los medios de comunicación escritos más grandes de nuestra cultura visual, su principal combinación entre imagen y texto fortalece el mensaje que se trata de transmitir en un equilibrio donde el texto o la imagen llaman la atención, la imagen muestra y el texto explica. (Copello, 2004)

## **2.2.11. Comunicación interpersonal**

Hoy la información impresa o gráfica tiene un papel muy importante en los mensajes de los medios impresos, este recurso permite enviar un mensaje más claro, con innovación y moderno acorde de las necesidades el que realiza el mensaje, hoy en día el público está acostumbrado a informarse a través de imágenes esto hace que sea más interactivo. (Cortés & Sánchez, 2008)



### **2.2.11.1. Charlas**

La palabra charla se designa a aquella conversación, que generalmente ostenta tintes amistosos e informales, y que uno mantiene con otro individuo o con varios, que hacen las veces de interlocutores, con la misión de comentar algún tema, ponerlo, o tomar conocimiento de algo, entre otras cuestiones. También puede equipararse a la significación de conferencia, en el sentido de que una persona pueda hacer una disertación oral ante un público determinado. (Villegas, (s/f),p.1).

### **2.2.11.2. Talleres**

Durante el taller se llevan a cabo dinámicas, prácticas y experiencias que buscan compartir, comparar, analizar, comprobar, crear y de esa forma construir el conocimiento. Se usan diversos tipos de presentaciones, además de materiales para hacer las dinámicas, se trabaja en grupo, así como de forma individual. Para los talleres, tampoco existen máximos o mínimos de tiempo, sin embargo, suelen ser de al menos 3-4 horas para dar espacio suficiente para vivir una experiencia que genere un aprendizaje significativo (Valdez, 2023, p.14).

### **2.2.11.3. Capacitaciones**

Guiñazú (2004) La capacitación es aquel proceso por el cual la empresa u organización desarrolla capacidades de aprendizaje en sus miembros, de acuerdo a las demandas o necesidad requeridas, esto a través de una guía para modificar los conocimientos, habilidades y actitudes, siempre con el objetivo de enfrentar y resolver problemas del mismo trabajo.



#### **2.2.11.4. Campaña**

Una campaña es un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo. Una campaña se diseña, como parte de una estrategia, para lograr un conjunto de objetivos y resolver algún problema crucial. Lo que hace que un grupo de mensajes constituya una campaña es su origen en una misma estrategia. (Chávez & Martel, 2005, p.1).

#### **2.2.11.5. Feria**

Rodriguez et al. (2013) Mencionan que las ferias comerciales se remontan hacia las antiguas civilizaciones como la egipcia, la griega o la romana, la evolución de la feria a lo largo de los siglos se fue adaptando de acuerdo a las necesidades económicas, empresariales y sociales.

### **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

#### **2.3.1. Incidencia**

Tapia (1994) Define a incidencia; se puede apreciar como una magnitud cuantifica la dinamicidad de ocurrencia o respuesta a un determinado suceso o evento en una población determinada.

#### **2.3.2. Incidencia social**

Materiales educativos ALBOAN (2011) “Entendemos por incidencia social la acción de los grupos y colectivos sociales orientados a influir en actores y actoras, organizaciones y/o instituciones con capacidad de decisión especialmente en políticas de tipo social” (p.13).



### **2.3.3. Residuos sólidos**

Para Say (2012) El crecimiento de las grandes industrias y la tecnología crearon un propiciado cambio en el hábito de consumo y producción, teniendo como consecuencia el incremento de desechos los cuales pueden ser sólidos, líquidos y gaseosos, quienes contaminan a la naturaleza y a los hábitats conformados por suelo, agua y aire teniendo efectos negativos en los seres vivientes y su entorno.

Vesco (2006) Define como “Residuos sólidos son cualquier producto, sustancia o materia que es resultado de la actividad humana y también de la naturaleza que ya no tiene más utilidad para la actividad que se generó”.

Elias (2012) “Residuo es aquella sustancia u objeto generado por una actividad productiva o de consumo, de la que hay que desprenderse por no ser objeto de interés directo de la actividad principal” (p.18).

### **2.3.4. Clasificación de residuos sólidos**

Residuos sólidos orgánicos: “Es todo desecho de origen biológico, alguna vez estuvo vivo o fue parte de un ser vivo, por ejemplo: hojas, ramas, cáscaras y semillas de frutas, huesos y sobras de animales, etc.”. (Say, 2012).

Residuos sólidos inorgánicos: Es todo desecho que tiene origen no biológico, estos pueden ser o tener, un origen industrial u otro proceso no natural, por ejemplo: plástico, cauchos, telas sintéticas, etc. (Say, 2012).



### **2.3.5. Política ambiental**

El Ministerio del Ambiente – MINAM (2009) define que la Política Nacional del Ambiente se presenta a la ciudadanía en cumplimiento del mandato establecido en el artículo 67° de la Constitución Política del Perú y en concordancia con la legislación que norma las políticas públicas ambientales.

### **2.3.6. Política ambiental de la Sub Unidad de Gestión Ambiental**

La Política Ambiental aprobada mediante la Resolución Rectoral N° 1110-2023-R-UNA y el Plan Ambiental 2023–2025, la Universidad Nacional del Altiplano establece herramientas gerenciales que garantizan la oferta de productos y servicios con calidad ambiental, la mejora continua en su desempeño ambiental y la formación integral de profesionales preparados para abordar los retos del milenio con enfoque en la responsabilidad social y el desarrollo sustentable. Tiene como objetivo principal fortalecer la implementación y desarrollo de políticas ambientales como un agente promotor y actor en la construcción de una cultura ambiental sostenible, incorporando organizadamente las acciones al sistema de trabajo de la institución.

### **2.3.7. Indicadores de políticas**

- Eje de política: Gobierno
- Eje de política: Gestión ambiental
- Eje de política: Educación formativa ambiental
- Eje de política: Investigación ambiental
- Eje de política: Proyección social y extensión de la cultura ambiental



## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se desarrolló desde un enfoque cuantitativo, ya que tiene un proceso secuencial y probatorio, con una característica de recolección de datos que fundamentan la medición de variables desde una deducción lógica, los datos recolectados serán analizados con métodos estadísticos (Sampieri, 2014). Asimismo, por “la utilización de datos numéricos para comprender fenómenos, establecer patrones y, en muchos casos, predecir resultados futuros” (Hinojosa et al., 2024, p. 129).

#### 3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En el diseño no experimental, nuestras variables no están expuestas al estímulo experimental, son estudiados de forma natural sin alterar el fenómeno y no se manipulan las variables del estudio (Arias, 2020)

#### 3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación fue de tipo descriptivo, en este tipo de estudios se tiene como principal objetivo conocer propiedades características de grupos o comunidades o cualquier fenómeno de estudio, en un proceso de recolección de datos de las variables y su posterior medición (Sampieri, 2014)

#### 3.4. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La ubicación geográfica de este estudio es la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, se analiza las estrategias comunicacionales de la Sub Unidad de Gestión



Ambiental de dicha universidad, que se encuentra en la provincia y departamento de Puno.

### 3.5. POBLACIÓN

Para realizar el estudio se considera una población de 1500 estudiantes entre 3 escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano, siendo éstas las escuelas profesiones de **Biología**, Escuela Profesional de **Ciencias de la Comunicación Social**, Escuela Profesional de **Ingeniería Agrícola**, teniendo el conocimiento previo que las matrículas de cada una de estas escuelas llegó al número aproximado de 500 alumnos matriculados por escuela en el semestre 2023 II, entre varones y mujeres las cuales se encuentran en la provincia y departamento de Puno.

### 3.6. MUESTRA

La muestra es de 120 alumnos: Estudiantes entre varones y mujeres, de la Escuela Profesional de Biología (40), Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social (40) Escuela Profesional de Ingeniería Agrícola (40), se llega a este número de muestra luego de aplicar la fórmula que se presenta a continuación tomando datos estadísticos y contemplando nuestra población

fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

**n** = Tamaño de muestra buscado



$N$  = Tamaño de la Población o Universo

$Z$  = Nivel de Confianza (NC)

$e$  = Margen de error

$p$  = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

$q = (1 - p)$  = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

$n = ?$

$N = 1,500$

$Z = 90\% - 1,645$

$e = 7\% - 0.7$

$p = 50\% - 0.5$

$q = 50\% - 0.5$

### 3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

#### 3.7.1. Técnica

La encuesta: en el presente trabajo investigación se tomó como técnica de investigación la encuesta, podemos decir que la encuesta consiste principalmente en la obtención de datos. Esta técnica esta direccionada a las personas que conforman parte de la muestra, quienes brindan su percepción del fenómeno de estudio.



### 3.7.2. Instrumento

#### Cuestionario escala Likert

En esta investigación se utilizó un cuestionario de escala Likert, teniendo como autores a los realizadores de esta investigación, en este instrumento se realizó 20 interrogantes, para estudiantes de 3 carreras profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, distribuidas entre sus dimensiones e indicadores que permitan obtener una información más estandarizada. se usó el cuestionario en una escala Likert, para que la población estudiada indique el grado de evolución de la siguiente manera:

Su grado de Muy malo (1) Malo = (2), Regular = (3), Bueno = (4), Muy bueno = (5).



## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. RESULTADOS

Tabla 2.

*Manejo de las estrategias comunicacionales o medios de difusión.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	2	0	5	4,2
Malo	5	2	2	9	7,5
Regular	19	26	18	63	52,5
Bueno	8	10	16	34	28,3
Muy bueno	5	0	4	9	7,5
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

#### Interpretación

En el cuadro presentado, de la tabla 2 de la pregunta 1 donde se cuestiona, Cómo considera el manejo de las estrategias comunicacionales o medios de difusión que utiliza la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno , demuestra que un 52,5% consideran que el manejo de las estrategias son **regulares**, así mismo un 28,3% de estudiantes mencionan el manejo de las estrategias comunicacionales como **buenas**, además se encuentra un 7,5% que lo califica de muy **bueno**; sin embargo otro 7,5% lo califica de **malo**, y por último 4.2% consideran de **muy malo** el manejo de las estrategias comunicacionales de la Sub Unidad de Gestión Ambiental.

De acuerdo a los resultados la mayoría de estudiantes consideran las estrategias comunicacionales en un nivel **regular**, este resultado muestra una diferencia a la hipótesis



planteada, donde suponemos que el manejo de las estrategias comunicacionales o medios de difusión son de manera limitada, podríamos decir que, la realización de los medios de difusión de la SUGA no tienen el impacto esperado, porque a pesar de las actividades brindadas solo existe un 7,5% que considera que estas estrategias son efectivas, en consecuencia no se logra el cumplimiento de los objetivos en el manejo de residuos sólidos en los estudiantes.

**Tabla 3.**

*Nivel sobre el manejo de documentaciones.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	1	3	2	6	5
Malo	9	9	3	21	17,5
Regular	17	13	18	48	40
Bueno	10	12	16	38	31,6
Muy bueno	2	0	0	2	1,6
Perdida	1	3	1	4	4,2
	39	37	39	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### Interpretación

En el cuadro presentado, de la tabla 3 de la pregunta 2 donde se cuestiona, Cómo cree usted que es el manejo de documentaciones de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 40% considera de **regular** el manejo de documentación de la (SUGA), así mismo, un 31,6% menciona que la documentación es **buen**a, por el contrario un 17,5% califica de **mala** dicha estrategia , del mismo modo un 5% califica de **muy malo**, de igual modo pero en menor porcentaje



encontramos un 1,6% que considera **muy buena**, por último se encontró un 4,2% que representa a 4 encuestados que desconocen y no respondieron dicha pregunta.

Sabemos que la documentación es un medio formal de comunicación, Honig (2022) menciona, que las empresas carecen de procesos eficientes en la gestión de documentación. Nuestros resultados se asemejan este concepto, esto de acuerdo a los resultados mostrados anteriormente, en relación a nuestra hipótesis planteada donde suponemos que el manejo de documentación de la (SUGA) era de una maneja limitada o poco eficaz, encontramos una semejanza , un dato no menor que encontramos es que solo un 1,6% de los encuestados indicaron que el manejo de documentación es de un nivel alto o eficaz, esto demuestra las dificultades que se tiene para realizar y garantizar una comunicación formal con las escuelas profesionales y las diferentes áreas que existen en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, ya que todo esto contribuye al cumplimiento de los objetivos estratégicos ambientales contemplados en la Sub Unidad de Gestión Ambiental.

**Tabla 4.**

*Nivel de comunicación e información sobre el manejo de residuos sólidos.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	0	0	3	2,5
Malo	9	11	2	22	18,3
Regular	11	13	14	38	31,6
Bueno	14	14	17	45	37,5
Muy bueno	3	1	7	11	9,1
Perdida	0	1	0	1	0,9
	40	39	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.



## Interpretación

En el cuadro presentado, de la tabla 4 de la pregunta 3 donde se cuestiona. Cómo califica el nivel de comunicación e información sobre el manejo de residuos sólidos, de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano hacia la población universitaria, se demuestra que un 37,5% considera **bueno** el nivel de comunicación e información sobre el manejo de residuos sólidos, un 31,6% lo califica de **regular** y un 18,3% califica de **malo**, por último un 9,1% califica de **muy bueno**, y un 2,5 califica de **muy malo** el nivel de comunicación e información, por otro lado se encontró un 0,9% quien representa a 1 encuestado que desconocen o no opina y no respondió la pregunta.

En relación a lo encontrado, donde los resultados fueron de forma positiva, podemos deducir que la (SUGA) está empleando de manera adecuada la comunicación e información hacia la población universitaria; sin embargo, (Valls, 2021) nos indica que una de las funciones de la comunicación e información es solucionar problemas para poder tomar decisiones y mejorar nuestras necesidades. De acuerdo a lo mencionado formulamos que se debe resaltar la importancia de esta dimensión para desarrollar una mejor retroalimentación con la población universitaria, ya que un dato a resaltar es que el 18,3% de encuestados califican de malo el nivel de comunicación e información, este es un porcentaje negativamente elevado considerando la importancia de la misma para el cumplimiento de objetivos, específicamente la formación de profesionales con una cultural ambiental, esto detallado en el plan anual de la Suga.

**Tabla 5.**

*Nivel sobre la producción de videos y fotografías informativas sobre el manejo de residuos sólidos*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	0	1	1	0,8
Malo	9	5	2	16	13,3
Regular	14	19	14	47	39,1
Bueno	15	14	17	46	38,3
Muy bueno	2	2	6	10	8,3
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### Interpretación

En el cuadro presentado, de la tabla 5 de la pregunta 4 donde se cuestiona, Cómo califica la producción de videos y fotografías informativas sobre el manejo de residuos sólidos, de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 39,1% considera **regular** nivel la producción de videos y fotografías informativas sobre el manejo de residuos sólidos , un 38,3% lo califica de **bueno** y un 13,3% califica de **malo**, por último un 8,3% califica de **muy bueno**, y un 0,8 califica de **muy mala** la producción de videos y fotografías informativas.

De acuerdo a los resultados expuestos, , se encuentra que la producción de materiales audiovisuales ya sean videos o fotografías, son de un nivel regular, recordemos que en la producción audiovisual podemos encontrar, reportajes, entrevistas, documentales o producciones fotográficas informativas, Todo con el objetivo de mejorar la difusión de la información sobre las actividades de una organización o institución ,



podemos concluir que la (SUGA) no está aprovechando de manera positiva esta estrategia comunicacional, este tipo de estrategia nos permite transmitir mensajes claros y de fácil comprensión hacia nuestro público objetivo, de acuerdo a los resultados solo un 8,3% estaría captando de manera positiva los mensajes audiovisuales de la Sub Unidad de Gestión Ambiental.

**Tabla 6.**

*Nivel sobre la producción del material para redes sociales en el manejo de residuos sólidos.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	0	0	0	0
Malo	5	4	3	12	10
Regular	22	19	22	63	52,5
Bueno	11	15	10	36	30
Muy bueno	2	2	5	9	7,5
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 6 de la pregunta 5 donde se cuestiona, Cómo califica la producción del material para redes sociales, sobre el manejo de residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 52,5% califica **regular** la producción del material para redes sociales , un 30% lo califica de **bueno** y un 10% lo califica de **malo**, por último un 7,5% lo califica de **muy bueno**, nadie considera **muy mala** la producción del material para redes sociales.



En los resultados se halló que la opinión sobre la producción del material para redes sociales, sobre el manejo de residuos sólidos de la (SUGA) es medianamente eficaz, pero con datos a un próximo crecimiento esto debido al hallazgo de un 30% que opina de una forma positiva, de acuerdo con nuestra hipótesis planteada, donde suponemos que las estrategias comunicacionales se emplean mayormente en las redes sociales, llegamos a una semejante conclusión. No obstante, a pesar de mostrar resultados favorables, solo un 7,5% opina las producciones por redes sociales son muy buenas, realizando el análisis desde este punto de vista esto se puede considerar como un problema, dado que en la actualidad las estrategias de social media, son una de las herramientas de mayor uso para la difusión de mensajes, y hallar un porcentaje tan bajo en la aprobación de éstas, debe suponer una preocupación en el cumplimiento de la difusión e información de los objetivos de la Sub Unidad de Gestión Ambiental.

**Tabla 7.**

*Nivel sobre la producción de spots y programas para televisión en el manejo de residuos sólidos.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	1	1	2	1,6
Malo	4	6	7	17	14,1
Regular	24	23	18	65	54,1
Bueno	10	8	11	29	24,1
Muy bueno	2	2	3	7	5,8
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.



## Interpretación

En el cuadro presentado, de la tabla 7 de la pregunta 6 donde se cuestiona, Cómo califica la producción de spots y programas para televisión sobre el manejo de residuos sólidos, de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 54,1% califica de **regular** la producción de spots y programas para televisión sobre el manejo de residuos sólidos, un 24.1% lo califica de **bueno**, un 14.1% lo califica de **malo**, por último un 5.8% lo califica de **muy bueno** y un mínimo de 1.6% de **muy malo**.

De acuerdo a los resultados obtenidos se halló la calificación de un nivel regular a la producción de sport y el programa televisivo, este mismo se denominada como “Acción Ambiental”, tiene como objetivo principal generar cambios de actitud en los televidentes, este programa tiene el tiempo de trasmisión de “1 hora” semanalmente; teniendo en cuenta el objetivo y el tiempo de trasmisión destinado al programa se encuentra una respuesta positiva. Recomendamos la mejora en la realización de esta herramienta por el potencial encontrado, debido a que solo un 5,8% considera muy bueno esta estrategia, se podría tomar medidas de mejora y fortalecimiento, como el aumento progresivo de horas de trasmisión, y el uso de redes sociales para la difusión del programa.

**Tabla 8.**

*Nivel sobre la producción de volantes en el manejo de residuos sólidos.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	2	0	5	4,1
Malo	8	6	12	26	21,6
Regular	13	24	15	52	43,3
Bueno	15	6	11	32	26,6
Muy bueno	0	1	2	3	2,5
Perdida	1	1	0	2	1,7
	39	39	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 8 de la pregunta 7 donde se cuestiona, Cómo considera la producción de volantes sobre el manejo de residuos sólidos que realiza la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 43,3% califica **regular** la producción de volantes sobre el manejo de residuos sólidos, un 26,6% lo califica de **bueno**, un 21,6% lo califica de **malo**, por último, un 4,1% lo califica de **muy malo** y un 2,5% de **muy bueno**, un mínimo de 1,7% no tiene conocimiento.

En los resultados expuestos, se encuentra una calificación de un nivel regular, esto en cuestión a la producción de volantes sobre el manejo de residuos sólidos, recordemos que una de las principales características de los volantes, son la distribución masiva e inmediata dándonos una difusión del mensaje directo “en la palma de su mano”, señalado esto podemos analizar que a pesar de encontrar una respuesta positiva o regular a la



producción de volantes, encontramos solo un 2,5% que opina que esta estrategia es adecuada, el uso de volantes supone a una alternativa diferente en cuanto a otras formas de difusión de información ya que permite realizarla masivamente y presupuesto económico menor.

**Tabla 9.**

*Nivel sobre la producción de gigantografías en el manejo de residuos sólidos.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	2	3	1	6	5
Malo	6	4	7	17	14,1
Regular	15	21	14	50	41,6
Bueno	13	9	15	37	30,8
Muy bueno	4	3	3	10	8,3
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 9 de la pregunta 8 donde se cuestiona, Cómo considera la producción de gigantografías sobre el manejo de residuos sólidos que elabora la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 41,6% califica **regular** la producción de gigantografías sobre el manejo de residuos sólidos, un 30,8% lo califica de **bueno**, un 14,1% lo califica de **malo**, por último, un 8,3% lo califica de **muy bueno** y un 5% de **muy malo**.

De acuerdo a lo antes mencionado se llega a la conclusión que el uso de gigantografías como herramienta de comunicación tiene un impacto de regular aceptación, recordemos que una de las principales funciones de las gigantografías es la



atracción e impacto para mostrar determinado mensaje, para la mejora de esta herramienta se puede aprovechar los lugares estratégicos como las puertas de entrada o espacios comunes para una mayor visibilidad, esto en la búsqueda de la mejora en la eficacia de las funciones de dichas herramientas.

**Tabla 10.**

*Nivel sobre la producción de afiches en el manejo de residuos sólidos.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	3	2	5	4,1
Malo	6	5	4	15	12,5
Regular	16	23	13	52	43,3
Bueno	17	8	18	43	35,8
Muy bueno	1	1	3	5	4,1
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 10 de la pregunta 9 donde se cuestiona, Cómo considera la producción de afiches sobre el manejo de residuos sólidos que produce la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 43,3% califica **regular** la producción de afiches sobre el manejo de residuos sólidos, un 35,8% lo califica de **bueno**, un 12,5% lo califica de **malo**, por último, un 4,1% lo califica de **muy bueno y muy malo**.

De acuerdo a los resultados encontrados determinamos que, si bien se encuentra un impacto medio en la población universitaria, se debe mejorar la producción los afiches como herramienta de comunicación y difusión, dado que se encuentra solo un 4.1% que

consideran de eficaz la realización de las mismas, se debería considerar la mejora los contenidos con información que sea llamativa y que cautive al lector, con el uso equilibrado entre imágenes y texto.

**Tabla 11.**

*Nivel sobre la producción de trípticos en el manejo de residuos sólidos.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	3	2	5	4,16
Malo	9	2	5	16	13,3
Regular	17	23	18	58	48,3
Bueno	13	9	13	35	29,16
Muy bueno	1	2	2	5	4,1
Pérdida	0	1	0	1	0,9
	40	39	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### Interpretación

En el cuadro presentado, de la tabla 11 de la pregunta 10 donde se cuestiona, Cómo considera la producción de trípticos sobre el manejo de residuos sólidos que diseña la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 48,3% califica **regular** la producción de trípticos sobre el manejo de residuos sólidos, un 29,16% lo califica de **bueno**, un 13,3% lo califica de **malo**, por último, un 4,1% lo califica de **muy bueno** y **muy malo**. Un mínimo de 0,9% no opina.

De acuerdo a lo mencionado se encontró que casi la mitad de la población estudiada indica que esta herramienta tiene un impacto regular, los trípticos son un material de apoyo fácil y práctico de entender para quien lo lea, esta herramienta se puede utilizar cuando se busca dar mayor información sobre determinado tema, en este caso el



manejo de residuos sólidos, de acuerdo a los resultados se sugiere la mejora en la utilización de trípticos informativos, todo en mejora y cumplimiento de los objetivos como la formación ambiental dentro de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

**Tabla 12.**

*Nivel sobre las charlas en el manejo de residuos sólidos*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	3	1	4	3,3
Malo	7	4	7	18	15
Regular	15	17	9	41	34,1
Bueno	15	15	17	47	39,1
Muy bueno	3	1	6	10	8,3
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### Interpretación

En el cuadro presentado, de la tabla 12 de la pregunta 11 donde se cuestiona, Cómo define las charlas sobre el manejo de residuos sólidos que brinda la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 39,1% define de **buena** las charlas sobre el manejo de residuos sólidos, un 34,1% lo define de **regular**, un 15% lo define de **malo**, por último, un 8,3% lo define de **muy bueno** y un mínimo de 3,3% lo define de **muy malo**.

En los resultados encontrados se resalta la aceptación hacia esta estrategia, hallar una reacción positiva supone una gran oportunidad de aprovechamiento y mejora para el reforzamiento de las fortalezas de la Sub Unidad de Gestión Ambiental, dado que, las charlas son útiles para brindar información general a un grupo grande de personas, como



en este caso la universidad. En este hallazgo y de manera positiva se encontró a solo un 3,3% que opinan que esta estrategia es muy mala.

**Tabla 13.**

*Nivel acerca de las campañas de sensibilización en el manejo de residuos sólidos.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	3	1	4	3,3
Malo	8	5	5	18	15
Regular	18	16	12	46	38,3
Bueno	11	13	19	43	35,8
Muy bueno	3	3	3	9	7,5
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 13 de la pregunta 12 donde se cuestiona, Cómo define las campañas de sensibilización sobre el manejo de residuos sólidos que brinda la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 38,3% define de **regular** las campañas de sensibilización sobre el manejo de residuos sólidos, un 35,8% lo define de **bueno**, un 15% lo define de **malo**, por último, un 7,5% lo define de **muy bueno** y un mínimo de 3,3% lo define de muy malo.

En los resultados encontrados se califica con un impacto regular a las campañas de sensibilización , para realizar el análisis tenemos que tener en cuenta que las campañas tiene como objetivo crear sensibilización y conciencia, esto en relación al eje de políticas ambientales, educación formativa ambiental que cuenta la Sub Unidad de Gestión ambiental, si bien es cierto se tiene una respuesta medianamente favorable esta estrategia



debe ser una de las que mejor debe manejar , esto en cumplimiento al lineamiento y objetivo antes mencionado.

**Tabla 14.**

*Nivel acerca de los cursos talleres en el manejo de residuos sólidos.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	3	1	4	3,3
Malo	8	6	5	19	15,8
Regular	18	20	11	49	40,8
Bueno	12	10	16	38	31,6
Muy bueno	2	1	6	9	7,5
Pérdida	0	0	1	1	0,9
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 14 de la pregunta 13 donde se cuestiona, Cómo define los cursos talleres sobre el manejo de residuos sólidos que brinda la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 40,8% define de **regular** los cursos talleres sobre el manejo de residuos sólidos, un 31,6% lo define de **bueno**, un 15,8% lo define de **malo**, por último, un 7,5% lo define de **muy bueno** y un mínimo de 3,3% lo define de **muy malo**.

En los resultados encontrados resalta la calificación de un nivel de impacto regular a los cursos talleres, esta estrategia puede ser utilizada para realizar la difusión de manera más formal, la difusión de información como la política ambiental, el plan anual ambiental, el plan de manejo de residuos sólidos, etc. Se encuentra solo un 7,5% que



opina que el impacto de esta estrategia es muy alto, se considera un porcentaje menor teniendo en cuenta la importancia de la misma.

**Tabla 15.**

*Nivel de las capacitaciones sobre el manejo de residuos sólido.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	2	0	2	1,6
Malo	6	5	5	16	13,3
Regular	17	23	15	55	45,8
Bueno	13	8	14	35	29,1
Muy bueno	3	2	6	11	9,1
Pérdida	1	0	0	1	0,9
	39	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 15 de la pregunta 14 donde se cuestiona, Cómo define las capacitaciones sobre el manejo de residuos sólidos que brinda la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 45,8% define de **regular** las capacitaciones sobre el manejo de residuos sólidos, un 29,1% lo define de **bueno**, un 13,3% lo define de **malo**, por último, un 9,1% lo define de **muy bueno** y un mínimo de 1,6% lo define de muy malo.

En los resultados encontrados destaca la calificación de un nivel de impacto regular a las capacitaciones sobre el manejo de residuos sólidos. Recordemos que las capacitaciones son un conjunto de actividades didácticas que están orientadas a ampliar los conocimientos, o las aptitudes y habilidades; bajo esta premisa solo se encuentra un



9,1% que opina que el impacto de esta estrategia es muy alto, se considera un porcentaje menor teniendo en cuenta la importancia de la interacción con la población universitaria.

**Tabla 16.**

*Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre el monitoreo de las actividades.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	1	1	2	4	3,3
Bajo	11	5	8	24	20
Medio	20	24	26	70	58,3
Alto	4	7	4	15	12,5
Muy alto	3	2	0	5	4,1
Pérdida	1	1	0	2	1,7
	39	39	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### Interpretación

En el cuadro presentado, de la tabla 16 de la pregunta 15 donde se cuestiona, Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre el monitoreo de las actividades de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 58,3% califica **medio** el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre el monitoreo de las actividades de la (SUGA), un 20% califica de **bajo** y un 12,5% califica de **alto**, por último un 4,1% califica de **muy alto**, y un 3,3% menciona que el nivel de incidencia es **muy bajo**, en este ítem se encontró a 2 encuestados que representan el 1,7% quienes no respondieron la pregunta.

De acuerdo a lo mencionado, encontramos que los monitoreos de actividades que se realiza hacia la población universitaria, tienen un nivel de incidencia medio,



recordemos que el monitorio de actividades dentro de la universidad, nos ayuda a cumplir y regular normativas ambientales, como el cumplimiento del plan de manejo de residuos sólidos, de acuerdo a esta información solo un 4,1% considera que esto se maneja de forma positiva, esto supone que la opinión de los alumnos frente a esta estrategia no tiene un alto grado de aceptación.

**Tabla 17.**

*Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos en las evaluaciones de actividades.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	3	0	2	5	4,1
Bajo	13	11	3	27	22,5
Medio	18	17	27	62	51,6
Alto	4	7	7	18	15
Muy alto	1	3	1	5	4,1
Pérdida	1	2	0	3	2,5
	39	38	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 17 de la pregunta 16 donde se cuestiona, Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre las evaluaciones de actividades brindadas por la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 51,6% califica **medio** el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre las evaluaciones de actividades de la (SUGA), un 22,5% califica de **bajo** y un 4,1% califica de **alto**, por último un 4,1% califica de **muy bajo**, y un 4,1% menciona que el nivel de incidencia es **muy alto**.



De acuerdo a lo mencionado, encontramos que las evaluaciones de las actividades en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, tienen un nivel de incidencia medio, esta estrategia nos ayuda a conocer las debilidades de la población universitaria en temas de manejo de residuos sólidos, para así poder diseñar estrategias para el fortalecimiento de capacidad y el desarrollo de acciones para una mejora en los estudiantes así mismo, encontramos que un 22,5 considera que estas evaluaciones tienen un nivel de incidencia bajo, esto supone una debilidad para el cumplimiento de objetivos en los ejes de política de formación ambiental.

**Tabla 18.**

*Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, del trabajo en gestión ambiental.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	3	0	2	5	4,1
Bajo	13	11	3	27	22,5
Medio	18	17	27	62	51,6
Alto	4	7	7	18	15
Muy alto	1	3	1	5	4,1
Pérdida	1	2	0	3	2,5
	39	38	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 18 de la pregunta 17 donde se cuestiona, Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, del trabajo en gestión ambiental por parte de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 51,6% califica de **medio** el nivel de incidencia el trabajo en gestión ambiental de la (SUGA), un 22,5% califica de **bajo** y un 15% califica de **alto**,



por último un 4,1% califica de **muy alto**, y un 4,1% menciona que nivel de trabajo en gestión ambiental es **muy bajo**, en este ítem se encontró a 3 encuestados que representan el 2,5% quienes no respondieron a la pregunta.

Recordemos que la función en gestión ambiental es un proceso permanente que va orientado a la administración de intereses y recursos a la política ambiental, en ese sentido, encontramos que el nivel de incidencia de los trabajos en gestión ambiental es de un nivel medio, donde también se encuentra un 22,5% que consideran el nivel de incidencia bajo, estos resultados reflejan el déficit de difusión de todas las actividades en gestión ambiental.

**Tabla 19.**

*Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, en la implementación de la política ambiental.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	1	1	2	4	3,3
Bajo	18	9	6	33	27,5
Medio	19	21	27	67	55,8
Alto	2	8	5	15	12,5
Muy alto	0	1	0	1	0,8
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

### **Interpretación**

En el cuadro presentado, de la tabla 19 de la pregunta 18 donde se cuestiona, Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, en la implementación de la política ambiental de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 55,8% califica de **medio** el nivel de incidencia la



implementación de la política ambiental de la (SUGA), un 27,5% lo califica de **bajo** y un 12,5% lo califica de **alto**, por último un 3,3% califica de **muy bajo**, y un 0,8% menciona que nivel de trabajo en gestión ambiental es **muy alto**.

En los resultados encontrados se considera con un nivel de incidencia medio a la implementación de la política ambiental en el manejo de residuos sólidos, recordemos que sus principales funciones son: la fomentación y preservación del medio ambiente, también la formación de estudiantes con una sólida cultura ambiental, teniendo en cuenta estos datos podemos analizar que un 27,5% de encuestados indican que estas políticas tienen un nivel de incidencia baja en los estudiantes, por lo tanto no estaría logrando el cumplimiento de los objetivos y solo un 0,8% indican que estas políticas tienen un nivel de incidencia eficaz.

**Tabla 20.**

*Nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos; en la formación ambiental de la población universitaria.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	2	2	3	7	5,8
Bajo	15	5	7	27	22,5
Medio	19	25	23	67	55,8
Alto	4	5	7	16	13,3
Muy alto	0	3	0	3	2,5
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.



## Interpretación

En el cuadro presentado, de la tabla 20 de la pregunta 19 donde se cuestiona, Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, en la formación ambiental de la población universitaria por parte de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 55,8% califica de **medio** el nivel de incidencia en la formación ambiental de la población universitaria de la (SUGA), un 22,5% califica de **bajo** y un 13,3% califica de **alto**, por último un 5,8% lo califica de **muy bajo**, y un 2,5% menciona que el nivel de incidencia es **muy alto**.

La formación ambiental es uno de los principales objetivos detallados en la política ambiental de la SUGA, de acuerdo a los resultados antes mencionados, se encuentra que la formación ambiental tiene un nivel de incidencia medio en el manejo de residuos sólidos, en ese contexto si la formación ambiental es una de las acciones directas con los estudiantes, el encontrar solo un 2,5% que indican que el nivel de incidencia es alto, es un dato alarmante porque al plantear la formación ambiental, también se trabaja la incorporación de temas ambientales en el plan de estudios de las diferentes escuelas profesionales.



**Tabla 21.**

*Rango sobre el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre investigación ambiental hacia la población universitaria.*

Nivel	E.P. de Ciencias de la Comunicación Social	E.P de Biología	E.P de Ingeniería Agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	7	4	4	15	12,5
Bajo	9	9	8	26	21,6
Medio	20	24	20	64	53,3
Alto	4	2	8	14	11,6
Muy alto	0	1	0	1	0,8
	40	40	40	120	100

Fuente: Elaboración propia basada en el procesamiento y análisis de los datos recolectados.

En el cuadro presentado, de la tabla 21 de la pregunta 20 donde se cuestiona, Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre investigación ambiental hacia la población universitaria, por parte de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano, se demuestra que un 53,3% califica de **medio** el nivel de incidencia sobre investigación ambiental hacia la población universitaria de la (SUGA), un 21,6% califica de **bajo** y un 12,5% lo califica de **muy bajo**, por último un 11,6% lo califica de **alto**, y un 0,8% menciona que el nivel de incidencia es **muy alto**.

De acuerdo a los resultados hallados, se menciona que la investigación ambiental tiene un nivel de incidencia medio en el manejo de residuos sólidos, las funciones de la investigación ambiental son: la conservación y protección ambiental y el uso sostenible de los recursos naturales, si dentro de la universidad solo un 0,8% consideran que los resultados de la investigación ambiental en la incidencia de los alumnos es eficaz, que beneficios se puede proporcionar a la sociedad puneña en temas ambientales.



## V. CONCLUSIONES

**PRIMERA.** Los resultados donde se opinan sobre cómo son las estrategias comunicacionales y la incidencia en el manejo de residuos sólidos, se encontró que los alumnos califican de un nivel regular y bueno, sin embargo un hallazgo preocupante es que la mínima parte opina que estas estrategias sean eficaces en su totalidad, de acuerdo a nuestra hipótesis donde suponemos que las estrategias comunicacionales son limitadamente aceptadas se encuentra un mínima diferencia, recordemos que las estrategias comunicacionales son las herramientas que se utilizan para poder lograr los objetivos y metas, por lo que se concluye que la SUGA no utiliza adecuadamente las de estrategias comunicacionales y esto afecta negativamente pretensiones de mejora institucional.

**SEGUNDA.** Se encontró que las estrategias comunicacionales que logran tener un mayor impacto en el manejo de residuos sólidos, se visualizaron que las charlas informativas poseen un porcentaje de respuesta positiva (buena), demostrando que esta estrategia tiene una gran repercusión en el manejo de residuos sólidos de la población universitaria; de la misma forma, se encuentra un nivel de respuesta de regular, hacia la realización de spots y programas para televisión y la producción de material para redes sociales. En comparación a nuestra hipótesis planteada donde proponemos que las redes sociales, logran un alcance mayor hacia la población universitaria, puesto que solo un 7,5% opina de la misma manera que nuestra hipótesis.

**TERCERA.** El nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, tiene una incidencia media, para este análisis se utilizó la dimensión de gestión



ambiental con sus indicadores como: los monitoreos, evaluaciones, trabajo de gestión ambiental, formación e investigación ambiental. En la opinión de los encuestados de todos estos indicadores destaca de forma positiva la incidencia en la formación ambiental, si bien es cierto los resultados no se comparan a nuestra hipótesis donde se plantea que el nivel de incidencia sería bajo, el encontrar sólo un 2,5% de aprobación donde prevalece la opinión de que el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos es alto es un dato preocupante, debido a la importancia de los indicadores en el manejo de residuos sólidos.



## VI. RECOMENDACIONES

**PRIMERA.** Mejorar y fortalecer de las estrategias comunicacionales, teniendo en cuenta que estas no sólo son para el buen manejo de los residuos sólidos, sino también el fortalecimiento de las estrategias comunicacionales en todas las actividades que realizan la (SUGA), puesto que la principal función estas actividades o estrategias comunicacionales es informar, comunicar y educar a la población universitaria, para el cumplimiento de los lineamientos que desarrolla la política ambiental, contribuyendo a la incidencia positiva en la población universitaria, para así obtener un mejor manejo de residuos sólidos y en consecuencia por el cumplimiento de las políticas ambientales la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, lograría posicionarse entre las mejores universidades ecoeficientes del país declaradas por la Red Ambiental Interuniversitaria – Interuniversitaria Perú (RAI).

**SEGUNDA.** De acuerdo a las estrategias comunicacionales con mayor impacto en el manejo de residuos sólidos, Se recomienda dar más énfasis en la producción de material impreso en las campañas sobre manejo de residuos sólidos, dado que se encontró un nivel bajo de respuesta positiva a estos aspectos, como la producción de volantes, gigantografías, afiches, trípticos. De la igual manera mejorar la producción de material para redes sociales o televisión, si bien es cierto la respuesta de la población universitaria fue de un nivel regular en la mayoría de los aspectos, opinamos que se puede lograr un mayor alcance y por ende repercusión en la población universitaria. Por otro lado, se recomienda el fortalecimiento



las charlas informativas dado que, se encontró un grado mayor de aceptación a estas estrategias.

**TERCERA.** De acuerdo al nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, donde se mostró un nivel de incidencia regular, es imprescindible la mejora de los aspectos como los monitoreos, evaluaciones, trabajo de gestión ambiental y esencialmente la formación e investigación ambiental en la población universitaria, dado que todos estos puntos influyen en una incidencia positiva sobre el manejo de residuos sólidos y todas los lineamientos que se deben cumplir en la (SUGA), siempre teniendo como premisa el beneficio de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, y un cambio de cultura ambiental en toda la población universitaria, todo esto genera beneficio institucional y de la misma forma crea consciencia ambiental de la universidad hacia la región de Puno.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, J. (2020). Proyecto de Tesis, guía para elaboración . Jose Luis Arias Gonzales.
- Báez, C. (2000). La Comunicacion Efectiva. Búho.
- Bermejo, E. (2021). Impacto de la Red Social Tik Tok: Influencia como Medio de Comunicación desde el confinamiento por Covid-19; Grado en Periodismo; Universidad de Sevilla. Repositorio Institucional. Obtenido de [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126185/PER\\_BERMEJOS%C3%81N\\_CHEZ\\_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126185/PER_BERMEJOS%C3%81N_CHEZ_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chávez, N., & Martel, R. (2005). Taller de Campañas de Comunicación . Obtenido de Universidad Centroamericana José Cañas, UCA: <https://canchicken.files.wordpress.com/2011/05/campaa-publicidad.pdf>
- Copello, M. (2004). El afiche como paradigma de la comunicaión. 1(4), 112-113.
- Coronel, B., & Guzman, Z. (2021). “Estrategias de comunicación para promover la separación de los residuos sólidos en el pueblo joven Tupac Amaru – Chiclayo; Tesis para obtener el Título de Licenciado; Universidad Católica Santo toribio de Mongrovejo. Repositorio Institucional. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4341/1/TL\\_CoronelPuellesBella\\_GuzmanMusayonZayra.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4341/1/TL_CoronelPuellesBella_GuzmanMusayonZayra.pdf)
- Cortés, R., & Sánchez, I. (2008). La infografía en los medios impresos estudio descriptivo de la infografía en el diario la nación. 1(1), 1-2.
- Costa, C., & Piñeiro, T. (2014). Estrategias de Comunicación Multimedia . UOC.
- Cuaspad, Y., Naranjo, P., & Sierra, J. (2022). Propuesta estratégica de comunicación para la clasificación de residuos sólidos dentro de la fundación Universidad Católica Lumen Gentium con la comunidad educativa durante el período 2022-1; tesis de título; Fundación Universitaria Católica Lúmen Gentium. Repositorio



Institucional. Obtenido de  
[https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2397/PROPOSTA\\_ESTRATEGICA\\_COMUNICACION\\_PARA\\_CLASIFICACION\\_RESIDUOS\\_SOLIDOS\\_DENTRO\\_FUNDACION\\_UNIVERSITARIA\\_CATEGORICA\\_LAMEN\\_GENTIUM\\_COMUNIDAD.pdf?sequence](https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2397/PROPOSTA_ESTRATEGICA_COMUNICACION_PARA_CLASIFICACION_RESIDUOS_SOLIDOS_DENTRO_FUNDACION_UNIVERSITARIA_CATEGORICA_LAMEN_GENTIUM_COMUNIDAD.pdf?sequence)

Cueva, M. (2022). “Estrategias de gestión ambiental para mejorar el manejo de residuos sólidos en la empresa production & export ramirez S.A.C; lima; año 2022” : Tesis para optar título; Universidad Privada del Norte. Repositorio Institucional. Obtenido de  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32763/Cueva%20Valle%20Maryorie%20Rosa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Davis, F. (2010). La comunicación No Verbal. FGS.

Delgado, N. (2021). Estrategias de sensibilización y atención para la participación activa del aprendizaje en las Ciencias Sociales en la Unidad Educativa Fransisco Pacheco de la ciudad Portoviejo en el periodo 2021 - 2022, Universidad San Gregorio de Portoviejo. Repositorio Institucional. Obtenido de  
<http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/2381/1/Manual%20de%20estrategias%20de%20sensibilizaci%C3%B3n%20y%20atenci%C3%B3n%20para%20el%20aprendizaje%20activo%20de%20los%20estudiantes%20del%20%C3%A1rea%20de%20Ciencias%20Sociales.pdf>

Diaz, M. (1988). Socialización Sociabilización y Pedagogía (Universidad Nacional de Colombia). Repositorio Intitucional. Obtenido de  
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/maguare/article/view/14221/15009>

Durango, A. (2014). Las Redes Sociales . IT Campus Academy .



- Egas, E., & Yance, K. (2018). Estrategias de Comunicación Interna para Fortalecer la Identidad Corporativa de una Empresa de Seguridad Ubicada en la ciudad de guayaquil - Ecuador. *Revista Espacios*, 39(24), 5-6.
- Elias, X. (2012). *Reciclaje de residuos industriales*. Díaz de Santos, S.A.
- Florez, Y., & Huanca, A. (2018). *Las estrategias comunicacionales que se emplean en el manejo de residuos sólidos en la gestión medio ambiental de la ciudad de Azángaro 2018: tesis de título Profesional; Universidad Nacional del Altiplano. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://tesis.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/10716?show=full>*
- Guiñazú, G. (2004). *Capacitación efectiva en la empresa*. *Invenio*, 7(12), 103-104.
- Hinojosa, J., Mamani, J., & Catacora, E. (2024). *Proyecto de tesis: Guía práctica para la investigación cuantitativa*. *Científica Digital*. doi:10.37885/978-65-5360-556-5
- Honig, J. (27 de Diciembre de 2022). *¿qué es la Gestión Documental?* Obtenido de DocuWare: <https://start.docuware.com/es/blog/que-es-la-gestion-documental>
- Martel, E., Begazo, L., Sánchez, S., & Sánchez, M. (2022). *Gestión de residuos sólidos y la cultura ambiental en el distrito de Ate, 2022*. *TecnoHumanismo*, 2(6), 89-90.
- Materiales educativos ALBOAN. (2011). Marra, S.L.
- Ministerio del Ambiente - MINAM. (2009). Supergráfica E.I.R.L.
- Ortiz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. RUA Universidad de Alicante.
- Paredes, H. (2022). *“Estrategia de comunicación audiovisual y conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Ambar, 2021; Tesis Doctoral; Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6987/Tesis%20Hemerson%20Rostay%20Paredes.pdf?sequence=5&isAllowed=y>*



- Paz, V. G. (2012). comunicación Organizacional. Red Tercer Milenio.
- Rafael, P. (2008). Estrategias de Comunicación. Ariel. S.A.
- Rico, J. (2009). El volante: Análisi de un producto del diseño gráfico ( tesis de licenciatura) Universidad de Guadalajara. Repostorio Institucional. Obtenido de <https://riudg.udg.mx/bitstream/20.500.12104/21054/1/LCUAAD00179FT.pdf>
- Ríos, E., Páez, H., & Bardos, j. (2020). Estrategias de Comunicación Diseño, Ejecución y seguimiento . REDIPE.
- rivera, h., & Malaver, M. (2011). ¿Qué estudia la estrategia? Universidad del Rosario.
- Rodriguez, A., Muñoz, A., & Gonzáles, D. (2013). Historia, definición y legislación de las ferias comerciales. Obtenido de Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XLVI 449-466: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4183934.pdf>
- rodriguez, C., Obregón, R., & Vega, J. (2002). Estrategias de Comunicación para el Cambio Social. Raquel Escobar.
- Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación; 6ta edición. INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Say, A. (2012). Manejo de la basura y su clasificación . Universidad de San Carlos Guatemala .
- Tapia, J. (1994). Incidencia: concepto, terminología y análisis dimensional . Programa de Publicaciones. Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS), 140-141.
- Valdez, A. (19 de septiembre de 2023). Curso, taller, conferencia, seminario o diplomado... ¿cuál es la diferencia? Obtenido de Linked in: <https://es.linkedin.com/pulse/curso-taller-conferencia-seminario-o-diplomado-cu%C3%A1>
- Valls, A. (14 de Octubre de 2021). ¿Cuál es la diferencia entre información y comunicación? Obtenido de DIARIO DE NAVARRA:



<https://www.diariodenavarra.es/noticias/negocios/dn-management/2021/10/14/diferencia-informacion-comunicacion-504003-2541.html>

Vesco, L. (2006). Residuos sólidos urbanos: su gestión integral en Argentina. Universidad Abierta Interamericana .

Villegas, J. ((s/f)). La charla. Villegas .

Vincenty, C. (2003). Socialización, Lenguaje y Educación: una mirada desde el enfoque de género. Revista de Antropología Experimental, 1(03), 1-2. Obtenido de <http://revista.ujaen.es/huesped/rae/articulos2003/vicenty2003.pdf>

Zeler, I. (2017). Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de américa latina, Tesis Doctoral, Universitat Rovira I Virgili. repositorio intitucional. Obtenido de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/462203/TESI.pdf>



## ANEXOS



### Anexo 1. Matriz de consistencia

OBJETIVO	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
<p>Analizar las Estrategias comunicacionales y la incidencia en el manejo de residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano – Puno 2023</p>	<p>Estrategias Comunicacionales</p>	<p>Comunicación informativa</p> <p>Comunicación audiovisual</p> <p>Comunicación impresa</p> <p>Comunicación interpersonal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo de estrategias comunicacionales.</li> <li>- Manejo de documentación dentro de la universidad.</li> <li>- Comunicación e información con la población universitaria.</li> <li>- Producción de videos y fotografías informativas.</li> <li>- Producción de material para redes sociales.</li> <li>- Producción de spots y programas para TV.</li> </ul> <p>Producción de volantes. Producción de gigantografías. Producción de afiches. Producción de Trípticos.</p> <p>Charlas. Campañas de sensibilización. Cursos talleres. Capacitaciones.</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>
	<p>Incidencia en el manejo de residuos sólidos.</p>	<p>Dinamicidad Respuesta</p> <p>Gestión ambiental residuos sólidos</p>	<p>Monitoreos. Evaluaciones.</p> <p>Gestión ambiental. Política ambiental. Formación ambiental Investigación ambiental</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>



## Anexo 2. Instrumento

### Cuestionario escala likert

Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
1	2	3	4	5

AFIRMACIONES		1	2	3	4	5
1	¿Cómo considera el manejo de las estrategias comunicacionales o medios de difusión que utiliza la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
2	¿Cómo cree usted que es el manejo de documentaciones de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano, tiene conocimiento acerca de algún convenio con su escuela profesional?					
3	¿Cómo califica el nivel de comunicación e información sobre el manejo de residuos sólidos, de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano hacia la población universitaria?					
4	¿Cómo califica la producción de videos y fotografías informativas sobre el manejo de residuos sólidos, de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
5	¿Cómo califica la producción del material para redes sociales, sobre el manejo de residuos sólidos, de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
6	¿Cómo califica la producción de spots y programas para televisión sobre el manejo de residuos sólidos, de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
7	¿Cómo considera la producción de volantes sobre el manejo de residuos sólidos que realiza la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
8	¿Cómo considera la producción de gigantografías sobre el manejo de residuos sólidos que elabora la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
9	¿Cómo considera la producción de afiches sobre el manejo de residuos sólidos que produce la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
10	¿Cómo considera la producción de trípticos sobre el manejo de residuos sólidos que diseña la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
11	¿Cómo define las charlas sobre el manejo de residuos sólidos que brinda la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
12	¿Cómo define las campañas de sensibilización sobre el manejo de residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
13	¿Cómo define los cursos talleres sobre el manejo de residuos sólidos que realiza la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
14	¿Cómo define las capacitaciones sobre el manejo de residuos sólidos, que brinda la Sub Unidad de Gestión Ambiental de la Universidad Nacional del Altiplano?					
15	¿Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre el monitoreo de las actividades de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano?					
16	¿Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre las evaluaciones de actividades brindadas por la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano?					
17	¿Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, del trabajo en gestión ambiental por parte de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano?					
18	¿Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos, en la implementación de la política ambiental de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano?					
19	¿Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos; en la formación ambiental de la población universitaria por parte de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano?					
20	¿Cuál es el nivel de incidencia en el manejo de residuos sólidos sobre investigación ambiental hacia la población universitaria, por parte de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en la Universidad Nacional del Altiplano?					



### Anexo 3. Validación

**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y Nombre del experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del instrumento
Dulro César Palomino Asqui	Universidad Nacional del Altiplano	Cuestionario Escala Likert	JAIR RONALDO MELO CASQUINO

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20				Regular 21-40				Buena 41-60				Muy Buena 61-80				Excelente 81-100						
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100			
1. CLARIDAD	Es formulado con lenguaje apropiado.																				X			
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.																					X		
3. ACTUALIDAD	Está acorde a los cambios de la tecnología educativa.																					X		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																					X		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.																					X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar el servicio educativo.																					X		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos.																					X		
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.																					X		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																					X		

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

---

**IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

Puno, diciembre 2023	40197968		957567439
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del Experto Informante	Teléfono N°

## Anexo 4. Base de datos Importados al SPSS

**Figura 1.**

*Vista de datos: Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.*

Ciencias de la Comunicación.sav [Conjunto\_de\_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17	Item18	Item19	Item20	Item21	Item22	Item23
1	Regular	Bueno	Malo	Malo	Regular	Malo	Regular	Muy Bueno	Malo	Malo	Regular	Malo	Regular	Regular	Muy Bueno	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Muy Alto
2	Malo	Regular	Bueno	Regular	Malo	Malo	Muy Malo	Regular	Regular	Bueno	Malo	Regular	Malo	Regular	Regular	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bajo
3	Muy Malo	Muy Malo	Muy Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Medio								
4	Regular	Malo	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Malo	Regular	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Bajo								
5	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
6	Malo	Muy Bueno	Malo	Muy Bueno	Regular	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Medio								
7	Muy bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
8	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Medio								
9	Muy bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bajo								
10	Muy bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bajo								
11	Muy bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
12	Regular	Regular	Regular	Malo	Regular	Regular	Malo	Regular	Medio														
13	Regular	Malo	Malo	Malo	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Alto								
14	Malo	Regular	Malo	Malo	Regular	Regular	Regular	Malo	Regular	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Medio								
15	Regular	Malo	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Alto								
16	Regular	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bajo								
17	Muy Malo	Malo	Muy Malo	Malo	Regular	Regular	Malo	Muy Malo	Regular	Malo	Regular	Regular	Regular	Malo	Bueno								
18	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Muy Alto								
19	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bajo								
20	Regular	Regular	Malo	Malo	Regular	Regular	Regular	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Alto								
21	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Medio								
22	Regular	Malo	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bajo								
23	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno								

**Figura 2.**

*Vista de variables: Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.*

Ciencias de la Comunicación.sav [Conjunto\_de\_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Item1	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Item2	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	Item3	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	Item4	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	Item5	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Item6	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Item7	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	Item8	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Item9	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	Item10	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	Item11	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	Item12	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	Item13	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	Item14	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	Item15	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	Item16	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	Item17	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	Item18	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	Item19	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	Item20	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
21											
22											
23											
24											

**Figura 3.**  
*Vista de datos: Escuela Profesional de Ciencias Biológicas.*

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16
1	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Malo	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Muy Malo	Bueno	Bueno	Regular	Medio	
2	Muy Malo	Malo	Malo	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Regular	Muy Bueno	Muy Bajo	
3	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bajo	
4	Regular		Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Medio	
5	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Medio	
6	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Medio	
7	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Medio	
8	Regular	Muy Malo	Malo	Malo	Malo	Regular	Regular	Regular	Malo	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Alto	
9	Regular	Muy Malo	Malo	Regular	Malo	Regular	Regular	Malo	Malo	Muy Malo	Malo	Regular	Malo	Bueno	Alto	
10	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Malo	Muy Malo	Muy Malo	Muy Malo	Muy Alto	
11	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Medio	
12	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Medio	
13	Muy Malo	Muy Malo		Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Regular	Malo	Malo	Malo	Alto	
14	Regular	Malo	Bueno	Bueno	Regular	Malo	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Alto	
15	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Medio	
16	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Malo	Malo	Malo	Malo	Medio	
17	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Medio	
18	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Medio	
19	Regular	Malo	Malo	Regular	Regular	Malo	Regular	Malo	Regular	Malo	Regular	Regular	Regular	Bueno	Medio	
20	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Medio	
21	Regular	Malo	Malo	Regular	Muy Bueno	Muy Bueno	Regular	Regular	Muy Bueno	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Regular	Malo	Bajo	
22	Bueno	Malo	Malo	Regular	Malo	Muy Malo	Bueno	Muy Malo	Muy Malo	Muy Malo	Regular	Bueno	Malo	Regular	Medio	
23	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Medio	

**Figura 4.**  
*Vista de variables: Escuela Profesional de Ciencias Biológicas.*

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Item1	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Item2	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	Item3	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	Item4	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	Item5	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Item6	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Item7	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	Item8	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Item9	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	Item10	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	Item11	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	Item12	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	Item13	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	Item14	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	Item15	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	Item16	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	Item17	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	Item18	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	Item19	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	Item20	Númerico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
21											
22											
23											
24											

**Figura 5.**  
*Vista de datos: Escuela Profesional de Ingeniería Agrícola.*

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16
1	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Malo	Regular	Malo	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Medio	
2	Malo	Malo	Regular	Regular	Regular	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Malo	Regular	Malo	Medio
3	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Malo	Malo	Regular	Malo	Regular	Malo	Regular	Regular	Malo	Malo	Medio
4	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Bajo
5	Regular	Bueno	Malo	Bueno	Regular	Regular	Malo	Malo	Malo	Regular	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Muy Bajo
6	Regular	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Malo	Regular	Regular	Bueno	Bajo	
7	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Medio
8	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bajo
9	Bueno	Regular	Muy Bueno	Muy Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bajo	M
10	Muy bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Malo	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bajo	M
11	Regular	Regular	Bueno	Regular	Malo	Regular	Malo	Malo	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bajo	
12	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Malo	Regular	Regular	Regular	Regular	Malo	Malo	Malo	Regular	Medio	
13	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Malo	Medio
14	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Medio	
15	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Medio
16	Bueno	Regular	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Medio	
17	Malo	Muy Malo	Regular	Bueno	Regular	Regular	Malo	Bueno	Muy Malo	Malo	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Medio	
18	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Medio
19	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Medio
20	Regular	Regular	Malo	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Muy Bueno	Regular	Medio	
21	Muy bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Malo	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Alto	
22	Bueno	Regular	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Malo	Malo	Muy Malo	Malo	Alto	
23	Regular		Bueno	Regular	Regular	Regular	Malo	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bajo	

**Figura 6.**  
*Vista de variables: Escuela Profesional de Ingeniería Agrícola.*

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Item1	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Item2	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	Item3	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	Item4	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	Item5	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Item6	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Item7	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	Item8	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Item9	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	Item10	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	Item11	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	Item12	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	Item13	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	Item14	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	Item15	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	Item16	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	Item17	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	Item18	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	Item19	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	Item20	Numérico	8	2		{1,00, Muy ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
21											
22											
23											
24											

## Anexo 5. Panel fotográfico



Aplicación del instrumento de investigación–cuestionario



Aplicación del instrumento de investigación–cuestionario



## Anexo 6. Declaración jurada de autenticidad de tesis



Universidad Nacional  
del Altiplano Puno



Vicerrectorado  
de Investigación



Repositorio  
Institucional

### DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Jair Ronaldo Melo Casquino,  
identificado con DNI 78014814 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado  
Ciencias de la Comunicación Social

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:  
“ Estrategias Comunicacionales y la incidencia en el manejo  
de residuos sólidos de la Sub Unidad de Gestión Ambiental en  
la Universidad Nacional del Altiplano - Puno 2023 ”

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 09 de mayo del 20 24

FIRMA (obligatoria)



Huella



## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo ANA LELIA VIZCARRA OHA,  
identificado con DNI 70653084 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:

“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y LA INCIDENCIA EN EL MANEJO DE  
RESIDUOS SÓLIDOS DE LA SUB UNIDAD DE GESTIÓN AMBIENTAL EN LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO 2023”

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 9 de MAYO del 2024

  
FIRMA (obligatoria)



Huella



## Anexo 7. Autorización para el depósito de tesis en el repositorio institucional



Universidad Nacional  
del Altiplano Puno



Vicerrectorado  
de Investigación



Repositorio  
Institucional

### AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Jair Ronaldo Melo Casquino,  
identificado con DNI 78014814 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado

Ciencias de la Comunicación Social,

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:

“Estrategias Comunicacionales y la Influencia en el manejo  
de residuos Sólidos de la Sub Unidad de Gestión Ambiental  
en la Universidad Nacional del Altiplano - Puno 2023”

para la obtención de  Grado,  Título Profesional o  Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos”) que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 09 de Mayo del 20 24

FIRMA (obligatoria)



Huella



## AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo ANA LELIA VIZCARRA OHA  
identificado con DNI 70653084 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL  
informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:

“ ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y LA INCIDENCIA EN EL MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS DE LA SUB UNIDAD DE GESTIÓN AMBIENTAL EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO 2023 ”

para la obtención de  Grado,  Título Profesional o  Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos”) que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 9 de MAYO del 2024

  
FIRMA (obligatoria)



Huella