



**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO
GRÁFICO EMPRESARIAL**

TESIS

**PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA
COMUNICAR LAS ACCIONES DE LA BRIGADA
AMBIENTAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE
SIPAN**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ARTES & DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

Autor(a):

Bach. Olivera Carrillo Estefany Del Pilar

ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-5472-1565>

Asesor(a):

Mg. Karl Friederick Torres Mirez

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6623-936X>

Línea de Investigación:

Comunicación y Desarrollo Humano

Pimentel – Perú

2023

Propuesta de Campaña Social para comunicar las acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipan

Aprobación del jurado

Dra. PELAEZ CAVERO JULIA BEATRIZ

Presidente del Jurado de Tesis

MG. BRAVO ADANAQUÉ CINTHYA

Secretario del Jurado de Tesis

DR. OTERO GONZALES CARLOS ALBERTO

Vocal del Jurado de Tesis


DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Artes & Diseño Gráfico Empresarial** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro (amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA COMUNICAR LAS ACCIONES DE LA BRIGADA AMBIENTAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

OLIVERA CARRILLO ESTEFANY DEL PILAR	DNI: 73318227	

Pimentel, 15 de junio de 2023.

NOMBRE DEL TRABAJO

PASAR TURNITIN OLIVERA.pdf

AUTOR

ESTEFANY DEL PILAR OLIVERA CARRILLO

RECuento de palabras

17053 Words

RECuento de caracteres

91299 Characters

RECuento de páginas

75 Pages

Tamaño del archivo

1.7MB

Fecha de entrega

Jun 30, 2023 12:00 PM GMT-5

Fecha del informe

Jun 30, 2023 12:01 PM GMT-5

● **21% 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
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

Dedicatoria

Dedico este logro especialmente a Dios por es el quien nunca me desamparó y me ha mostrado que el esfuerzo y la fe es la unificación para lograr lo que uno desea.

A mi padre José Santos Olivera, a mi hermana Yovana Olivera porque gracias a ellos he logrado a ser profesional y a mi madre Marcelina Carrillo por qué han estado bendiciéndome y acompañándome en todo momento desde el cielo.

A mi esposo e hija que me ha demostrado que si uno quiere puede y que nada se consigue esperando con los brazos cruzados.

Mis amigas que me a acompañaron en los momentos en la carrera profesional.

Olivera Carrillo Estefany del Pilar

Agradecimiento

El agradecimiento muy cordial a la facultad de Humanidades y de la carrera de Artes y Diseño Gráfico Empresarial a la Dra. Peláez Cavero Julia Beatriz que impartió sus conocimientos que han servido en el diario para la labor de la información. Al Mg. Karl Friederick Torres Mirez que a pesar de las dificultades y adversidades que se presentaron en el tiempo de elaboración de tesis supo comprender y me ayudó en su culminación.

A los expertos en diseño y campañas que nos dieron su apoyo para poder realizar un trabajo de calidad con información verídica.

A los participantes por su colaboración.

Olivera Carrillo Estefany del Pilar

Resumen

El impacto de esta investigación buscó comunicar las acciones de la Brigada Ambiental a través de una campaña social en estudiantes y docentes de la Universidad Señor de Sipán. Se planteó bajo el paradigma naturalista y una metodología cualitativa; fue de nivel descriptivo. Se usó la técnica de entrevista y focus group con los instrumentos: Guía de entrevista y guía de tópicos para una campaña social ambos ya validados, y a los que se sometió a pruebas de confiabilidad. Se aplicó el focus group a 8 estudiantes como muestra de los cuales 5 fueron de género femenino y 3 de género masculino.

La variable dependiente campaña social cuenta con dos pres categoría: marketing social y comunicación visual ambos compuestos sucesivamente por sus rasgos como el manual de campaña social; mensaje, composición, tipografía, color y fotografía.

La segunda variable Brigada Ambiental cuenta con tres pre categoría: Responsabilidad Social Universidad, Política Ambiental USS y acciones de la Brigada Ambiental ambos compuestos sucesivamente por sus rasgos como modelo de gestión Responsabilidad Social Universidad; los compromisos de la Política Ambiental USS y Acción 1: Promoción, comunicación y difusión de la política ambiental USS y Acción 02: Programa de cultura ambiental organizacional.

En conclusión se pudo apreciar por parte de la muestra que existe un gran desconocimiento sobre las acciones de la Brigada Ambiental sin embargo, el tema del reciclaje, su importancia y el compromiso de la comunidad sipanense se cuenta con el conocimiento y aporte de los estudiantes y docentes, lo que favorece el desarrollo de una cultura ambiental.

Palabras claves

Brigada Ambiental, comunicación, acciones y campaña social.

Abstract

The impact of this research sought to communicate the actions of the Environmental Brigade through a social campaign in students and teachers of the Universidad Señor de Sipán. It was proposed under the naturalist paradigm and a qualitative methodology; It was descriptive level. The technique of interview and focus group was used with the instruments: Guide of interview and guide of topics for a social campaign both already validated, and to which it was put under tests of reliability. The focus group was applied to 8 students as a sample, of which 5 were female and 3 male.

The dependent variable social campaign has two pres category: social marketing and visual communication both composed successively by their features such as the social campaign manual; message, composition, typography, color and photography.

The second variable Environmental Brigade has three pre-categories: Social Responsibility University, Environmental Policy USS and actions of the Environmental Brigade both composed successively by their features as management model Social Responsibility University; the commitments of the USS Environmental Policy and Action 1: Promotion, communication and dissemination of the USS environmental policy and Action 02: Organizational environmental culture program.

In conclusion it was possible to see on the part of the sample that there is a great lack of knowledge about the actions of the Environmental Brigade, however, the issue of recycling, its importance and the commitment of the Sipán community is counted on by the knowledge and contribution of the students and teachers, which favors the development of an environmental culture.

Keywords

Environmental Brigade, communication, actions and social campaign.

ÍNDICE	
Dedicatoria	3
Agradecimientos	4
Resumen	7
Abstract	8
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Realidad problemática	
1.2. Formulación del problema	
1.3. Objetivos	
1.4. Teorías relacionadas al tema	
II. MATERIAL Y MÉTODO	
2.1. Tipo de estudio y diseño de investigación	
2.2. Escenario de estudio	
2.3. Caracterización de sujetos	
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	
2.4.1 Técnicas de recolección de datos	50
2.4.2 Instrumentos de recolección de datos	51
2.5. Procedimientos para la recolección de datos	
2.6. Procedimiento de análisis de datos	
2.7. Criterios éticos	
III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
3.1 Resultados	58
3.2 Discusión de resultados	59
3.3 Aporte práctico	60
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
4.1 Conclusiones	71
4.2 Recomendaciones	74
REFERENCIAS	89
ANEXOS	94

I.- INTRODUCCIÓN

1.1.- Planteamiento del Problema.

La cultura ambiental es un proceso que implica el compromiso de impartir actitudes y valores en las comunidades universitarias ya sean local, nacional e internacional, con el fin de tomar acciones responsables por ello se ha tomado en cuenta modificar las conductas mediante una campaña social como menciona Rosal (2015) “Una campaña social es una campaña que indagar o generar el cambio comunitario y es liderada por un grupo o agente, cuyo objetivo es tratar de persuadir a los adoptantes para que acepten o cambien comportamientos o ideas” (p.41).

La realidad de esta problemática es asumir las soluciones sociales y ambientales que vivimos, por este motivo es necesario reflexionar sobre la importancia de las campañas ya que pretende dar a conocer el Medio Ambiente, el reciclaje, el cuidado de nuestros ecosistemas, las playas y entre otros temas que se pueden observar en un calendario ambiental (tabla9). Existen grupos voluntarios que realizan proyectos como brindar charlas informaciones ya sea por medio impresas o virtuales y a la vez nos comunica sus acciones para generar un cambio de conducta en nuestra comunidad universitaria. La Responsabilidad Social Universitaria tiene como rol primario dentro de la universidad ayudar a desarrollar las funciones de enseñanza, investigación y responsabilidad social para poder mitigarlos y cambiarlos Jiménez, et al.(2012) mencionó:

La implementación de la educación ambiental ha sido una exigencia para las universidades en el país; en respuesta a esta exigencia se han desarrollado Programas Ambientales Institucionales. Debido a que esta implementación responde a exigencias de organismos internacionales, más que a una preocupación local, los resultados esperados aún no son claros. Aun así, la Educación Ambiental es una posibilidad para las Universidades, porque permite asumir la responsabilidad de construir una ciudadanía ambiental.

México, Colombia, Ecuador, España son países que han trabajado con Responsabilidad Social Universitaria ayudando con campañas sociales desde 1972. En las diferentes

universidades se enfoca un impacto positivo en el medio ambiente, incluida la responsabilidad social en las universidades, ya que posibilita el desarrollo de estudiantes comprometidos éticamente con su entorno. Cabe señalar que la existencia de una nueva ley universitaria La Ley 32220 establece que “la responsabilidad social de las universidades es gestionar de manera eficaz y ética el impacto de las universidades en la sociedad.

En la Universidad Señor de Sipán, tiene como finalidad formar profesionales conscientes de una responsabilidad social ambiental. Para contribuir a ello es necesario conocer a nuestro grupo Brigada Ambiental USS.

Política Ambiental (2017) afirma que estos modelos de desarrollo deben promoverse para asegurar la sostenibilidad del mundo, a través de generaciones de prácticas equitativas, viables y sostenibles. En este contexto, las Instituciones Educativas Superiores tiene la responsabilidad social de impulsar los procesos educativos, tecnológicos y administrativos, a fin de formar una sociedad capaz de desarrollo sostenible

El problema de la Brigada Ambiental es que no lo identificamos, no lo conocemos no sabemos qué actividades realizan, quienes son, quienes los conforman, cuáles son sus nombre que proyectos realizan cuantos son o necesitaran de nuestra ayuda son muchas las preguntas. La cual es tema central de esta investigación es que vaya más allá; por la cual la campaña social aportara a la comunicación de las acciones de la Brigada Ambiental USS (p.01)

1.2.- Antecedentes de estudio.

1.2.1.-Internacional.

Martinez (2017), llevo a cabo una investigación que consistió en la indagación del Impacto Económico, Social y Ambiental de la Gestión de Residuos Sólidos Urbanos en viviendas cerradas de la Ciudad de Pereira. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo. Se empleó la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario de seis preguntas y una entrevista. Mediante esta investigación se llegó a la conclusión que las Herramientas que hacen que las personas respondan y las utilicen de manera muy efectiva al darse cuenta del potencial de recolección, uso y recuperación de residuos sólidos, creando el efecto de que son fundamentales para reducir los costos operativos y fortalecer la cultura ambiental del reciclaje. En cuanto al plan estratégico de manejo de residuos sólidos mediante la implementación del enfoque EAC, se determinó que las multas monetarias, los recicladores y la fortaleza institucional son más factibles.

Ballestas, Blanco y Gil (2016), Investigaron sobre el diseño de una campaña de reciclaje desde la fuente y aprovechamiento de los residuos sólidos en el barrio Villas de Aranjuez de Cartagena. Las técnicas e instrumentos fueron encuesta y entrevista, llegando a las conclusiones. 1. Que hoy en la actualidad, los arrabales Villas de Aranjuez no ha establecido una cultura o disciplina para el reciclaje. 2. Se determinó que una cantidad de los habitantes no tiene el entendimiento pertinente para un desarrollo de manejo de desechos sólidos y así se puede justificar la ausencia de cultura de reciclaje. 3. Se afirma que el desarrollo de esta campaña de reciclaje, basada en el diseño gráfico y desarrollo de actividades pedagógicas, puede ser utilizada para la población como método para gestionar una nueva cultura de compromiso y responsabilidad con el medio ambiente por medio de la práctica de reciclaje desde la fuente, para el aprovechamiento residuos sólidos que pueden ser reutilizados, tanto en casa como en industria para la re manufacturación.

Ruíz (2015) en su tesis de investigación llamada Propuesta de Campaña de Educación Ambiental para la Ciudad Universitaria. Se llegó a las conclusiones.

1. Estudiante de primer año de San Carista interesado en educación ambiental. En 1998, la población encuestada expresó su preocupación por la pregunta, mientras que respondiendo a las preguntas formuladas, más del 92% dedicó tiempo a justificarlas, demostrando así el interés que tiene la mayoría de los encuestados.
2. Las malas condiciones ambientales son un problema del que son conscientes los estudiantes de primer año de humanidades y ciencias sociales. El 92% conoce las consecuencias de este problema. Sin embargo, no tienen un concepto claro y completo del medio ambiente.
3. La mayoría de los estudiantes entrevistados admitió haber contribuido al deterioro del medio ambiente.
4. Los esfuerzos que se han realizado dentro de la USAC para concientizar al medio ambiente son insignificantes, ya que el 63% cree que la USAC no promueve la educación ambiental y el 32% cree que la USAC ha contribuido, sospecha.

Murillo (2015) en su proyecto de investigación llamada Campaña de educación ambiental para reducir la contaminación por desechos sólidos en el recinto la unión, del Cantón Durán. Se arribó a las siguientes Conclusiones.

1. Se analizó las condiciones ocasionadas por la contaminación ambiental por desechos, por parte de los habitantes del recinto la Unión Durán.
2. Determinando que los factores que influyen en la recolección de la basura en el recinto la unión.
3. Mostrando la importancia de la Educación Ambiental para el manejo de desechos.
4. Efectuando el mal manejo de la basura por parte de los habitantes.

Plua (2013) indica en su tesis titulado Campaña de Responsabilidad Social para dar a Conocer la importancia del reciclaje sector Sur Isla Trinitaria, cooperativa polo sur, Guayaquil – Ecuador. Llegando a concluir.

1. A través de mi investigación, pude observar y analizar cada punto importante en el desarrollo de este proyecto, la gente puede juzgar que todavía hay mucho conocimiento sobre el reciclaje así como la falta de conocimiento. Como su importancia y el ' compromiso que tenemos las personas con el medio ambiente sin embargo debido al error humano cada día más y más basura está en las calles y la degradación del

planeta es inevitable es una realidad. La realidad que con el tiempo esto se refleja, es hora de que la gente reutiliza la conciencia y empieza a pensar y analizar más sobre el reciclaje y las consecuencias que tendrá si no actúa rápido. 2. El desconocimiento es mayoritariamente por parte de las personas y es muy preocupante en esta etapa donde se piensa que hay una pequeña parte de la responsabilidad que es de uno mismo que la gente desconoce la importancia del reciclaje. 3. Una pequeña fracción de la población sabe, sabe o al menos sabe qué y qué es importante reciclar.

Van (2012) investigo sobre el Fortalecimiento de la Educación Ambiental en el centro educativo público de secundaria San Benito N° 1, período noviembre 2011-agosto 2012. Y se arribó a las siguientes conclusiones. 1. Hoy en día, los estudiantes y sus profesores pueden investigar los problemas ambientales y proteger el medio ambiente, porque tienen buenas bibliotecas, computadoras, escritorios y sillas, televisores, DVD y documentos. 2. Teniendo en cuenta el primer componente de educación ambiental relacionado con las necesidades ecológicas básicas, se desarrollaron actividades como talleres, dinámicas participativas sobre recursos naturales y áreas protegidas. 3. Se anima a los estudiantes a practicar en su comunidad educativa a través de actividades como forestación, desarrollo de viveros, huertos de frutas y ajeno, caminatas ecológicas, tableros de anuncios y otras actividades, actividades para mejorar la infraestructura del centro educativo.

1.2.2.-Nacional.

Hernández (2016) Realizo una investigación sobre el Estudio la propuesta de capacitación en Educación Ambiental no formal para la comunidad de la libertad, provincia de Santa Cruz, Cajamarca. El objetivo general fue una propuesta de capacitación en educación ambiental no formal para el desarrollo de capacidades de los líderes de las organizaciones, con el fin de potenciar el desarrollo rural sostenible de la comunidad de La Libertad. Cuenta con una metodológica de la investigación cualitativa. La población y muestra Se eligió como zona de estudio a la comunidad de La Libertad. Se arribó a las siguientes

conclusiones. 1. Determino que la educación ambiental no formal es una acción complementaria para obtener una educación completa donde los individuos establezcan relaciones y comportamientos armoniosos para preservar el buen medio ambiente. 2. La educación ambiental informal en las organizaciones, empresas y miembros sociales de la comunidad La Libertad se define que, el conocimiento y la acción que se realiza a nivel local no es suficiente para atender los grandes problemas ambientales que afectan a la comunidad. 3. No se definen organizaciones, requisitos, rutas y formas generales para desarrollar la formación en educación ambiental no formal, pero estos son facilitadores, según el contexto, las características de los educandos y la pedagogía, o bien debe ser establecido por un formador.

Novoa (2016) Investigo sobre el Análisis de la problemática de la explotación de los recursos naturales, la ecología y el medio ambiente en el Perú. Como objetivo principal fue identificar y analizar los principales factores y elementos que no permiten aprovechamiento racional y eficiente de los recursos naturales y su impacto en el medio ambiente, en sus aspectos económicos, sociales políticos del País. Se arribó a las siguientes conclusiones. 1. La biodiversidad del Perú se ve afectada por la sobreexplotación de los recursos acuáticos, la tala de los bosques amazónicos y la extracción de hidrocarburos. 2. El teorema de Coase apunta a formalizar la propiedad a nivel individual y / o corporativo. 3. El Estado, junto con las instituciones ambientales, tiene la responsabilidad de regular los recursos naturales y el medio ambiente, cuyo propósito es asegurar que las instituciones públicas o privadas que deseen beneficiarse de estos recursos cumplan con las leyes y reglamentos establecidos para el uso justo.

Baca (2015) realizo una investigación de la Responsabilidad Social Universitaria: propuesta conceptual y medición en el ámbito de una universidad privada de lima – Perú. Se arribo a las siguientes conclusiones. 1. Existe una prevalencia de información legal y política (Neglia et al., 2013). Como resultado, el tema de la responsabilidad social ha surgido desde el ámbito político y legal como un medio para regular el accionar de las organizaciones empresariales, por lo que no es de extrañar que el estudio sea académico, el arte reciente solo se preocupa por su identificación y caracterización. 2. En el panorama competitivo

actual donde la demanda determina la supervivencia de las empresas y cuando la oferta es muy fuerte, la RSE ha dejado de ser una obligación costosa y se ha convertido paulatinamente en una posibilidad estratégica para la empresa. 3. Dirigir un negocio socialmente responsable no significa renunciar a objetivos económicos, sino enriquecerse con otros objetivos. Desde un enfoque pragmático, una RSE bien gestionada puede incrementar la competitividad de las empresas. Pero como se señaló en el párrafo anterior, existen niveles de RSE, y ascender a cada nivel requiere preparación y desarrollo organizacional.

Rentería y Zeballos (2014) Investigaron sobre una propuesta de Mejora para la gestión estratégica del Programa de Segregación en la Fuente y Recolección Selectiva de Residuos Sólidos Domiciliarios en el distrito de Los Olivos, su objetivo principal fue realizar una propuesta de mejora para la gestión estratégica del Programa de Segregación en la Fuente y Recolección Selectiva de Residuos Sólidos Domiciliarios del distrito de Los Olivos. Se arribó con las conclusiones. 1. La importancia del manejo de los residuos sólidos domiciliarios radica en reducir la cantidad de residuos sólidos que van a los rellenos sanitarios para que puedan ser reutilizados con fines ambientales, sociales y económicos. 2. En 2011, el Ministerio del Ambiente desarrolló un programa de segregación en origen y recolección selectiva de residuos sólidos domésticos para que los gobiernos locales y provinciales lo implementen gradualmente dentro de su jurisdicción, para reducir la cantidad y niveles peligrosos de residuos sólidos mal manejados, y también para reducir la cantidad de residuos sólidos enviados a rellenos sanitarios.

1.2.3.-Local.

Paico (2017) para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas propuso un plan de marketing social para mejorar y concientizar una enseñanza ambiental en la ciudad de Chiclayo. La presente investigación concluyó en la ciudad de Chiclayo diseñando estrategias para el impulso de la concientización ambiental, y aclarando que la información y medios de

comunicación son los instrumentos motivacionales para lograr concientización el cambio de conducta y actitudes de la población frente al inadecuado manejo de residuos sólidos.

Otro estudio es de Muñoz (2016) titulado programa de aprendizaje sobre recolección de residuos sólidos para promover la Eco axiología en el conjunto habitacional de nuevo Mocce – provincia de Lambayeque, 2016. Se concluyó que los pobladores del conjunto habitacional Nuevo Mocce en Lambayeque contaban con una clasificación regular del grado de conciencia ecológica que ocurría durante la aplicación del pre-test, permitiendo así diseñar el diseño y aplicar el currículo de residuos sólidos recoger, consistente en un conjunto de actividades, trámites y recursos que utilizó responsablemente en el transcurso de varios días de sensibilización y sensibilización pública, se constató que el horario de funcionamiento de los recolectores de vehículos ha sido aceptado y respetado, que un interés genuino en Se ha asegurado el espacio verde, luego se mantuvo esta dinámica perpetuamente positiva a lo largo de la vida y se la extendió a sus descendientes.

Arboleda (2015) realizó una investigación en el mejoramiento de la Gestión Integral de Residuos Sólidos en la zona urbana del distrito de Motupe, Como objetivo general fue la adecuada diligencia de los desperdicios de la zona urbana del distrito de Motupe. Llegó a la conclusión 1. Eliminar la acumulación de desechos sólidos y contribuir a educar a la comunidad residencial para que conozcan la existencia de un área de manejo de desechos de la vida diaria. 2. Desde el punto de vista ambiental, se determina eliminar la contaminación del entorno urbano y generar un impacto positivo en el progreso ambiental, en la medida en que mejore la calidad del aire en la atmósfera y permita una mejor respiración. . 3. El olor del ambiente tendrá un impacto muy real en el medio ambiente ya que mejorará la situación ecológica de la zona, afectando el comportamiento mejorado de los beneficiarios. 4. El plan contribuirá a la gestión de factores ambientales como la escorrentía de aguas superficiales y subterráneas, libre de daños por lavado de líquidos, subproductos de acumulación y

descomposición de materia orgánica, y libre de contaminación de la tierra y el aire y la salud, y concluir que la alternativa elegida es el más adecuado para lograr la brecha positiva y lograr beneficios medibles, asegurando la sostenibilidad.

1.3.- Abordaje teórico.

1.3.1.-Teorías.

1.3.1.1.- Campaña Social.

Las Campañas Sociales, es la pieza fundamental que ayudan en nuestra sociedad, para desarrollar una campaña es importante obtener un análisis o diagnóstico del problema específico para luego saber de qué forma lo podemos combatir por lo tanto abarcaremos algunas teorías, cómo menciona Kotler y Roberto (1992).

La iniciativa de una campaña es inducir un cambio en la sociedad o para un grupo de agentes, para persuadir o modificar determinadas actitudes o prácticas de los individuos. El propósito de esto es proporcionar a las personas que buscan modificar el comportamiento de los adoptantes objetivo (p.7).

Los agentes de cambios buscan solucionar diferentes tipos de dificultades colectivas para buscar diversas maneras de erradicar los problemas que se presentan ante la sociedad cuya finalidad es que los adoptantes modifiquen sus actitudes y conductas Rosal(2015) afirma.

Una campaña social es una campaña que busca promover el cambio social a través de un grupo o individuos con el fin de persuadir a los destinatarios a cambiar comportamientos o ideas para beneficiar a la sociedad. La mayoría de las campañas sociales están dedicadas a temas sociales como; adicción, alcoholismo, drogadicción, violencia doméstica, problemas de salud, etc. (p.41)

Para Fernández (2015) “Las campañas de comunicación social se diseñan con el objetivo de convencer a un grupo de personas que acepten o cambien ciertas ideas, actitudes y opiniones sobre un determinado asunto relacionados con sus vidas” (p. 238).

Elementos de una Campaña Social según Kotler y Roberto (1992) menciono que:

- a. La causa: Los agentes de cambio creen que proporcionará una respuesta deseada a un problema social.
- b. El agente de cambio: Un individuo, una organización o una coalición está tratando de lograr un cambio social: esto encarna las campañas sociales.
- c. Los adoptantes objetivos: Individuos, grupos, incluso poblaciones enteras, son el objetivo de las llamadas de cambio de los especialistas en marketing.
- d. Los canales: Canales de comunicación y distribución a través de los cuales se intercambian y transmiten influencias y respuestas, entre agentes de cambio y adoptantes objetivos.
- e. La estrategia de cambio: Dirección y programa adoptado por un agente de cambio para inducir un cambio en las actitudes y el comportamiento de quienes aceptan el objetivo. (p.20).

a) Marketing Social.

El marketing social se define como el uso de las técnicas de la mercadotecnia para difundir ideas que beneficien a la sociedad, con el único objetivo de que la sociedad adopten ideas o comportamientos positivos y eviten actitudes que se consideran perjudiciales para Kotler y Roberto (1992) Afirma :

El marketing social fomenta ideas tanto como prácticas sociales. Su objetivo principal es modificar la conducta del sujeto (...) el marketing social procura apuntar a uno o más grupos de sujetos para una modificación de conductas. Consideremos por ejemplo una campaña de planificación familiar para difundir la importancia y distribución de los dispositivos anticonceptivos. Existen numerosos conjuntos de grupos definibles de diferente según la edad, el estatus socio-económico, en

ciudades, por ello el agente de marketing social debe distinguir la segmentación de un mercado, como las características socio-demográfico como la clase social, renta, educación. Edad, dimensioe familiar y en otros, y a la vez identificar las características de conducta, hábitos y también la toma de decisiones (p.32).

Existen estrategias y técnicas para estimular y favorecer al cambio social para que esta sea aceptada en un grupo determina dado para ello hay diversos caminos como la comunicación, el desarrollo del productos, distribución o estudio del mercado y precio.

El manual de campaña según Curiel (2012) menciona que: un instrumento muy útil para dar mejor manejo a una Campaña social y sentido de trabajo en equipo, es un formato en el que se puede registrar toda la información que se requiere para ello (...) como el nombre a la Campaña, una entidad patrocinada y colaboradoras, un objetivo, un slogan y un símbolo, (...) y adquirí material de comunicación disponible y un calendario de eventos (p, 05).

b) Comunicación visual.

La comunicación visual es un medio por la cual se brida información como por tipografía, dibujo, ilustración, color o publicidad en su libro de diseño gráfico. López (2014) menciona:

¿Cómo lo comunicará? Si bien es cierto reconocemos la técnica de pasar la información de boca en boca que es un medio verbal para llegar así a una persona o comunidad que sería una forma más común en nuestro entorno. Pero que pasa ¿Qué pasaría si utilizaras carteles, volantes o anuncios como vehículo estratégico para transmitir ese mismo mensaje? Entonces estaría utilizando un tipo de comunicación visual (p.21).

Los elementos de la comunicación visual son:

Color: El color es una percepción visual creada por la luz.y es uno de los recursos mas utilizados e importantes para un medio de comunicación

visual ya que por ese medio se puede persuadir a nuestro público objetivo entonces se puede decir que el color (Estrada, et al., 2011)

Fotografía: es un arte, técnica que es obtenida durante el impacto de la luz, es la herramienta alternativa que se ofrece a un fotógrafo o diseñador para explorar nuevas posibilidades. (Estrada, et al., 2011).

Mensaje: Alvares (2008) menciona que "El mensaje debe impactar, motivar y persuadir" (p.177).

Tipografía: Se puede definir como un conjunto ordenado que copia visualmente todos los caracteres de un idioma dado y representa el idioma utilizado en publicidad o marketing. En esta técnica básica se utilizan diferentes diseños y su finalidad es enfatizar lo que se quiere transmitir. (Estrada, et al., 2011)

Composición: Lesur (2009) La aceptación o decepción de la publicidad depende de este factor y enfatiza que debe ser única y atractiva; de lo contrario, no se notará. La gente necesita ser curiosa, necesita estar intrigada, necesita llamar su atención y despertar su interés. (p. 81)

Tipos de medios publicitarios:

Medios de publicidad tradicionales: Son la prensa, la radio y la tele. También se considera como medio de publicidad convencional o tradicional el internet. Un concepto muy abierto que considera la red como un único espacio en el que lanzar campañas publicitarias.

Medios digitales: También conocidos como medios no convencionales, en este grupo se pueden incluir un gran número de plataformas o canales en los que se puede lanzar publicidad, como por ejemplo: perfiles o usuarios en redes sociales, plataformas de vídeo, anuncios impresos en diferentes formatos.

Fan page: es una página creada para un canal de comunicación con fans dentro de la red social, son espacios que reúnen a personas interesadas sobre un tema o causa en común.

1.3.1.2.- Brigada Ambiental.

El Programa denominado “Brigada Ambiental”, es una acción que promueve DRSU de la Universidad Señor de Sipán. El plan de Acción de Política Ambiental (2016) hace referencia a la consolidación de la Brigada Ambiental como parte del modelo de gestión de la responsabilidad social universitaria y de la política ambiental de la USS.

En la Brigada Ambiental se pretende crear conciencia ambiental inicialmente en la comunidad académica de la USS y por ende en la Región Lambayeque. A través de estrategias educativas, campañas de protección ambiental, reciclaje, charlas y herramientas tecnológicas, para que nuestros estudiantes logren la sostenibilidad ambiental de su propio contexto empezando por un medio ambiente. Peláez (2018) menciona que:

¿Qué es una Brigada Ambiental? Se trata de un grupo voluntario que prepara y desarrolla acciones en torno al medio ambiente, con el objetivo principal de solucionar problemas ambientales en la comunidad y establecer modelos de conservación ambiental.

¿Por qué es importante ser Brigada Ambiental? Para ser parte de una red consciente que hace y promueve acciones responsables para la mejora de la educación y cultura ambiental.

Finalidad de la Brigadista Ambiental: Realizar actividades de educación ambiental y sensibilizar a las personas sobre el mal estado que se encuentra nuestro planeta a través de la contaminación del aire, el agua y el suelo, así como la pérdida de nuestra cobertura vegetal, provocada por la deforestación.

Perfil del brigadista: Amante del medio ambiente, responsable, trabajo en equipo, proactivo, vocación de servicio y alegre.

Actividades importante que desarrolla la Brigada Ambiental a: capacitación como Brigadista Ambiental, en manejo en residuos sólidos, participación activa en la ruta ambiental universitaria: conformar por tres

brigadistas que realizaran visitas al campus USS, juramentación, participación de talleres en reciclaje, representar a la brigada ambiental USS en actividades internas y externas de la comunidad.

Como se identifica a un brigadista ambiental de la USS: El diseño del chaleco es con cierre de plástico, 2 bolsillos en la parte superior derecha, 1 porta identificación en el lazo izquierdo de plástico, 2 bolsillos inferiores con broche, 2 franjas de seguridad, en la parte de atrás el logotipo bordado de la Brigada Ambiental. El material del chaleco es de poliéster.

Responsabilidad Social Universitaria.

La RSU es una práctica estratégica dentro de una estrategia empresarial orientada a generar beneficios para todos los interesados en la operación empresarial, como fue el caso de la USS, donde se presenta una guía en línea con la visión global bajo un comité de responsabilidad social. se crea el organismo regulador y se realiza la transición.

Modelo de Gestión de Responsabilidad Social Universitaria, USS (2016). DRSU presenta una guía de Responsabilidad Social Universitaria (RSU), en línea con las metas y ejes estratégicos delineados en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2016-2021 de la universidad, con la visión de gestión integral que desarrolla junto con la sociedad del comité de rendición de cuentas, establece la interoperabilidad y transparencia para llevar a cabo. Vulnerable a las observaciones de mejora continua relacionada con los procesos de gestión de la calidad. Se presenta como un modelo coherente, que demuestra tanto la coincidencia de la acción institucional y el discurso como la coherencia en todas las áreas de la universidad. (p. 03)

Ámbitos de la Gestión de DRSU (2016). Se enfoca en las siguientes áreas con actores y programas asociados inherentes al ejercicio de su responsabilidad social académica:

Ámbito de Gestión Institucional: la implementación y mejora del sistema de gestión administrativa de acuerdo con los estándares nacionales e internacionales con el fin de mejorar el comportamiento de la organización con responsabilidad social y ambiental. Ayuda a aumentar la conciencia y el compromiso de adherirse a los principios del

Enfoque de Responsabilidad Social de la Facultad y centrarse en los grupos de interés internos.

PARTICIPAN: Autoridades, directivos, administrativos y proveedores.

- Programa de afables prácticas laborales.
- Plan de acción ambiental.

El **Ámbito de Formación Académica**: Busca garantizar la calidad de los procesos de disciplina o aprendizaje sociales para la responsabilidad en los estudiantes y docentes como en la metodología, propuestas educativa, en su temática y en la organización curricular las modalidades para los estudiantes y docentes se pueden presentar por el medio de presencial y semi presencial. Este modelo de formación tiene como objetivo promover el desarrollo y gestión de un plan de estudios adecuado y a la vez promover su desarrollo pre social y vincularlos a carreras académicas profesionales con el fin de extender sus estudios en técnicas sostenibles, comunitarias e interdisciplinarias para avanzar. El enfoque RSU.

PARTICIPAN: Estudiantes y docentes.

- Proyectos de RSU que definen soluciones a problemáticas priorizadas por la comunidad.
- Resultados e impactos de los proyectos de RSU.

Ámbito de Investigación: Se buscará la articulación de ejes de investigación dentro de la universidad para mejorar la comprensión del desarrollo social sostenible a partir del ejercicio interdisciplinario, transdisciplinario, divulgativo y cívico.

PARTICIPAN: Personal docente investigador, estudiantes y egresados, organizaciones civiles, públicas o privadas.

- Fondos concursables en temas de incidencia pública.
- Resultados e impactos de los proyectos de investigación social y ambiental.

Ámbito de Extensión Universitaria: Se busca promover las acciones colectivas de proyectos con actores externos como la sociedad civil, el sector privado, el sector público, que aseguren el aprendizaje mutuo mediante el establecimiento de vínculos de capital

social para el desarrollo social sostenible. Los programas, proyectos y convenios contribuirán al desarrollo de la formación profesional y la investigación académica, y promoverán el enfoque de la Universidad en Responsabilidad Social.

PARTICIPAN: Los participantes son Administrativos, docentes, estudiantes, egresados, organizaciones sociales públicas o privadas, empresas, estado.

- Convenios de RSU de sostenibilidad financiera y manejo de recursos
- Proyectos con asesorías gratuitas.
- Planificación para las capacitaciones para la sociedad.

La Política Ambiental USS.

Universidad Señor de Sipan, nos orienta a la formación como profesionales a contribuir en este proceso como lo mencionan en el documento que:

Política Ambiental USS. (2017). En la USS se realiza las transformaciones en pedagogía, investigación y tecnológicos tienen como objetivo las capacitaciones laborales respetando al medio ambiente, sustentabilidad de las instituciones educativas superiores y de la colectividad en común, a través de la sensibilización ambiental y la práctica de prácticas ambientales sostenibles como en las operaciones diarias sus diferencias, establecer un compromiso con la implementación y sostenibilidad de la gestión ambiental. Sistema a través de la implementación de planes, programas y proyectos de gestión ambiental.

La política ambiental de la USS, acepta los siguientes acuerdos:

1. Fortalecer las medidas ambientales como parte integral de un plan de construcción de buenas instituciones, una política de calidad administrativa y un modelo de gestión de residuos sólidos.
2. Difundir la Política Ambiental de la universidad en diferentes niveles de la comunidad universitaria.
3. Implementar el Plan de Gestión Ambiental de la Universidad.
4. Establecer un programa de cultura ambiental de una organización para prevenir y minimizar los impactos negativos sobre el medio ambiente.

5. Integrar elementos de adaptación y mitigación del cambio climático en el plan de estudios de los programas escolares.
6. Promover servicios educativos, seminarios, congresos, conferencias, consultas y prácticas relacionadas con la temática ambiental a nivel universitario y de investigación.
7. Implementar proyectos de responsabilidad social comunitarios con la participación comunitaria universitaria, con orientación ambiental.
8. Evaluación de impactos ambientales en la universidad, de acuerdo con la normativa ambiental que le sea asignada en la universidad.
9. Comunicarse con fluidez a través del diálogo con organizaciones públicas y privadas que se ocupan de temas ambientales.(p.03)

Acciones de la Brigada Ambiental.

El proyecto participativo “Brigada Ambiental”, determina Así, como propuesta y resuelta en sus avances pertinentes como en primera estancia de acuerdo al comité ambiental tal como toda la participación de toda la comunidad universitaria, para gestionar las acciones de que están adecuados al entorno y protección del medio ambiental como el plan de acción de política ambiental USS, 2017 para su mayor implementación menciona las siguientes acciones alineado al plan regional ambiental 2015-2020, con la Red Ambiental Interuniversitaria (RAI) y al modelo de gestión de RSU USS, para la aplicación al entorno y la protección al ambiente con las siguientes:

Tabla 1

Acción 1: Promoción, comunicación y difusión de la política ambiental USS.

ÁMBITO DE RSU USS	ACCIÓN ESTRATÉGICA	META AL 2016	META AL 2017	META AL 2018	RESPONSABLES	RESULTADOS ESPERADOS 2016-2018	BENEFICIOS
Ámbito de gestión institucional	Contar con una política ambiental actualizada según la ley universitaria N°32220	Informe sobre asistencia a conferencias, foros ,redes sobre cultura ambiental y reuniones con autores comprometidos	10% de la población universitaria capacita en adecuación al entorno y protección al medio ambiente (docentes, estudiantes y administrativos).	20% de la población universitaria capacita en adecuación al entorno y protección al medio ambiente (docentes, estudiantes y administrativos).Formación de una brigada	-Rector -Dirección de responsabilidad social Universitaria -Gerencia general -Programa Académico de formación general -Programa académico -Parque científico tecnológico	Un plan de acción ambiental en el ámbito de la política ambiental de la USS y la ley Universitaria N° 32220 Una brigada ambiental organizada en todo nivel	-Comunidad universitaria -población local, regional, nacional e internacional

Nota. Recuperado de Plan de Acción de Política Ambiental USS, 2017 por Dirección de Responsabilidad Social Universitaria.

Tabla 2

Acción 02: Programa de cultura ambiental organizacional

ÁMBITO DE RSU USS	ACCIÓN ESTRATÉGICA	META AL 2016	META AL 2017	META AL 2018	RESPONSABLES	RESULTADOS ESPERADOS 2016-2018	BENEFICIOS
Ámbito de gestión institucional	Fortalecer el régimen universitario en el manejo de residuos sólidos.	Propuesta del programa administrativo de residuos sólidos con enfoque de responsabilidad socio-ambiental universitaria	Aprobación e implementación del programa de gestión de residuos sólidos con enfoque de responsabilidad socio-ambiental universitaria	Implementación y desarrollo del programa administrativo de residuos sólidos con enfoque de responsabilidad socio-ambiental universitaria	-Rector -Dirección de responsabilidad social Universitaria -Gerencia general	-Un plan de acción ambiental en el ámbito de la política ambiental de la USS y la ley Universitaria N° 32220 -Una brigada ambiental organizada en todo nivel	-Comunidad universitaria
Ámbito de formación académica	Promover la participación de la plana jerárquica, docentes, administrativos, estudiantes, personal de	Propuestas de cursos con competencias de la temática ambiental aplicados en el programa académico.	5% de curso de malla curricular con competencias de la temática ambiental aplicados en los programas académico.	10% de curso de malla curricular con competencias de la temática ambiental aplicados en los programas académico.	-Programa Académico de formación general -Programa académico.	Desarrollo de temáticas medio ambiental en Proyectos de USS.	-Comunidad universitaria -población local, regional, nacional e internacional.

	servicio de la USS en la desarrollo de la cultura, educación y ciudadanía ambiental.						
Ámbito de investigación	Promover la participación de administrativos, docentes y estudiantes de la USS en el desarrollo y ejecución del proyecto.	-----	Propuesta de investigación formativa para desarrollo de líneas base a través de los cursos de competencia socio ambiental.	Elaboración del diagnóstico ambiental USS que se constituya en línea base para desarrollo de proyectos de investigación.	-Programa Académico de formación general. -Programa académico. -Parque científico tecnológico.	Desarrollo de diagnóstico ambiental, análisis de impacto y plan de mejora.	-Comunidad universitaria -población local, regional, nacional e internacional.

Nota. Recuperado de Plan de Acción de Política Ambiental USS, 2017 por Dirección de Responsabilidad Social Universitaria

1.3.2.-Conceptos

1.3.2.1.- Campaña Social.

Sabemos que la sociedad requiere de solucionar o atender los problemas sociales para un beneficio propio para esto existen organizaciones que desarrollan y diseñan programas que pretenden desarrollar estrategias para ofrecer soluciones a estos problemas. De acuerdo a Castillo (2012) afirmo:

El objetivo de una campaña social es cambiar una costumbre en el comportamiento público, como el objetivo de incentivar y modificar para el bienestar social de un individuo o para un grupo de personas. Por este motivo, la mayoría de estos proyectos sociales son financiados por el gobierno (p. 307).

1.3.2.2.- Brigada Ambiental.

Orientación de la Brigada Ambiental

Comunicar las acciones de la Brigada Ambiental: **Acción 1:** Promoción, comunicación y difusión de la política ambiental USS y **Acción 02:** Programa de cultura ambiental organizacional.

Responsabilidad Social Universitaria.

Como se citó en Aldeanueva y Jiménez (2013) Es la capacidad de una institución universitaria para comunicar e implementar la competencia de principios y valores que serán simultáneamente generalizados (...) como gestión universitaria, docencia, investigación y extensión.

De acuerdo a la página web de la Universidad Señor de Sipán. Se puede evidenciar la opinión para una Responsabilidad Social Universitaria (2018) afirma que:

¿Para qué sirve? Forma parte de una sociedad sensible a la realidad y decide realizar innovaciones al respecto.

¿Cómo hacer RSU? A través de plan de RSU, involucrando a las personas de las áreas afectadas para el MODELO DE GESTIÓN USS Responsabilidad Social Universitaria las cuales son:

- Medio de Instrucción Académica.
- Medio de Investigación.
- Medio de Extensión Universitaria.
- Medio de Gestión Institucional.

Residuos sólidos.

Los residuos sólidos, constituyen aquellos materiales desechados las cuales son eliminadas y carecen de valor económico.

Ministerio del Ambiente (2016) menciona que " los desechos sólidos son todas aquellas sustancias o productos que ya no necesitamos pero que a veces podemos utilizar" (p.08)

Manejo de los residuos sólidos.

Control o eliminación de materiales producidos por la actividad humana

Instituto Nacional de Ecología SEMARNAP (1999) Asegura que “El manejo integral y sustentable de los residuos sólidos nos permite contar con métodos de recolección y tratamiento, donde los beneficios ambientales y la aceptación social se incorporan a un sistema de manejo práctico para cualquier área.” (p.09)

Manual de Brigadista ambiental USS (2017).

- La minimización de residuos sólidos se define como el acto de menor peligro y cantidad de los desechos sólidos, mediante cualquier estrategia, proceso, preventiva utilizada en la producción.
- Segregación, que implica el acto de agrupar los componentes y elementos de los desechos sólidos para ser gestionados de una forma determinada. El proceso de gestión de la separación debe comenzar en la fuente de producción (hogar, oficina, industrial, etc.).
- Se entiende por reutilización de residuos sólidos el proceso de recuperación de beneficios de bienes, artículos, elementos o partes de los mismos que forman residuos sólidos. Se reconoce como una técnica de reutilización: reciclar, recuperar o reutilizar.

- El almacenamiento se refiere a los medios y métodos utilizados para el almacenamiento temporal y la preservación de los desechos. Los desechos deben ser disminuidos de acuerdo a su naturaleza, teniendo en cuenta sus propiedades peligrosas.
- Comercialización laboral de productos, mercados, precios, publicidad y promociones, ubicaciones estratégicas en puntos de venta y distribución.
- El transporte se define como la actividad de trasladar residuos de un lugar a otro. Esta acción se regula de acuerdo con la naturaleza de los residuos que se transportan. Se denomina tratamiento a todo proceso, método o técnica que permita modificar las propiedades físicas, químicas o biológicas de los residuos sólidos, cuya finalidad es reducir o eliminar el riesgo potencial de daño nocivo para la salvación humana y el ecosistema.
- La transferencia de desechos sólidos es la técnica o proceso de almacenar temporalmente desechos sólidos y luego continuar transportándolos a un lugar autorizado para su tratamiento final.
- El tratamiento final es el proceso o actividad de tratamiento o disposición de residuos sólidos en un solo lugar como paso final en su manejo sostenible, higiénico y ecológico (p, 05)

“Una evaluación realizada por expertos en manejo de recursos naturales del gobierno regional de Lambayeque encontró que la región genera 601 toneladas de desechos sólidos por día y 215,29 toneladas por año que no se eliminan adecuadamente” Manay (2014).

El uso de las 3R.

La regla de las tres erres que se sintetiza de manera sencilla una serie de pautas para colaborar en la lucha del cuidado medioambiental: reducir el consumo al mínimo necesario, reutilizar material que todavía se pueda usar y reciclarlo convirtiendo el residuo en recurso para un fin reutilizable.

Borràs (2018) menciona que “Las 3R del ecosistema pretende cambiar nuestros costumbres, haciéndolos consientes y sostenibles. Por este motivo nos focalizamos en la reducción de residuos, con el fin de solucionar uno de los grandes problemas ecológicos en nuestra sociedad actual”

Reducir: El fin es realizar cambios de conductas hacia las personas para la vida cotidiana que se nos presenta a diario y así se pueda generar menos cantidad de residuos estos claros ejemplos pueden ser el uso innecesario de vasos o platos descartables, comprar productos que tengan una utilidad larga (pilas recargables), utilizar bolsas de telas o paja para las compra del mercado, el fin es comprar lo que es necesario, reducir es consumir todo aquello que no es importante.

Reusar: Es solo comprar lo necesario para poder reusarla y evitemos la propagación de la contaminación. El claro ejemplo está en las botellas retornables o el uso de las telas o paja para ir al mercado, también se puede realizar manualidad que sean originales y divertidas estos ejemplos son esenciales para contribuir de una manera positiva a este tema. Son pocas las personas que sabes que una botella plástica o pilas demoran 200 años para que se degrade.

Reciclar: Es la transformación de los residuos o son productos que se utilizan con fin útil, de esta manera no se incrementa la basura que se arroja. Otro fin de este tema es que nos solo tiene un fin útil, sino que esto puede llevar a una actividad rentables.

1.3.2.3.- Redes sociales

Las redes sociales son medios digitales públicos donde la comunidad pueda interactuar e intercambiar información (fotos, videos, cte.)

Facebook

Concepto: López (2012) afirma que Facebook es visto como un mutante digital. En la actualidad, tiene una amplia gama de instrumentos y adaptación, lo que le permite visualizar contenido en diferentes formatos visuales.

Métricas de Facebook

Ernoul, (2018) menciona que la cantidad de métricas de Facebook se miden en la cantidad de número de clics, comentarios, visualizaciones, ya sea de manera diaria, semanal, mensual, y anual, para poder observar cómo crece las páginas y como mejorarla. Las seis métricas son:

- El alcance: el número de personas que han visto la publicación en una determinada pagina
- Alcance Orgánico: registro de los seguidores y no seguidores que han visto cierta publicación
- Interacción: son aquellos fans que dieron clic en la cualquier parte de una publicación.
- Generadores de Historia: llamada antes personas hablando de esto, son las personas que dieron me gusta, compartir o comentaron la publicación.
- Porcentaje de Clics: es para medir la efectividad de las campañas.
- Comentarios Negativos: Es una acción negativa de un internauta.

Funciones de un Community Manager Marquina

Ahora el gestor de comunidades actúa para las funciones y planes acordados de redes sociales. Es el quien está a la vanguardia de la gestión de marca en línea. Las funciones y deberes son realizados por el community manager.

- Mira y escucha: las conversaciones en varias redes sociales pueden ser útiles para lograr objetivos estratégicos.
- Charla: Con los usuarios sobre su propio contenido o el contenido que han subido. Detecta conversaciones de interés y aporta perspectiva.
- Crear: Contenido de calidad para compartir con la comunidad. Debes presentarte como un experto en lo que se exhibe, pero ten cuidado de no dejarte engañar.
- Revisión: Lista de blogueros y tweets seguidos para acercar o alejar según el objetivo.

- Incentivar / Fortalecer: Asegurar que la comunidad no sea pasiva, provocando que los usuarios colaboren en recomendaciones o contenido.
- Análisis: Realizar un seguimiento de las acciones y comprobar si todo va bien o si hay margen de mejora. Para ello se utilizará el modelo KPI.

Medios publicitarios impresos

Banner: Los banners son piezas de propagandas que son insertados en las páginas web para la promoción de productos, servicios, o propagación de mensajes institucionales tratando de captar la atención de los usuarios para el reconocimiento de una marca. El fin es este medio es tener la interacción con el navegante.

Imagen: Es una pieza de información utilizada en campañas publicitarias, depende del contexto y comprensión de sus espectadores, cómo y dónde se encuentra su contexto en la comunidad, ya sea el económico, cultural o político en el que se expresa la intención y el que alienta decisiones de compra o comportamiento humano.

Fotografía: La fotografía publicitaria nació con el propósito de publicitar, promocionar y vender un producto

Medios publicitarios virtuales.

Post: Borges (2017) Se llama “Post” a las actualizaciones que se realiza en una página o blog. Esta puede contener texto, imágenes y vídeos.

Vídeo: Son ellos quienes abogan por promover la enseñanza y el aprendizaje con el fin de incrementar los conocimientos, desarrollar habilidades y competencias en diversos aspectos del desarrollo humano.

Gifs: Es la animación de una imagen que nos permite animar de forma consecutiva las imágenes en un archivo. Este archivo se puede integrar en redes sociales o en sitios web

Redacción publicitaria

Copy: Copy o mensaje es la pieza creativa y fundamental en la edificación de una identidad de una marca. Este se encarga de comunicar y persuadir a sus consumidores potenciales o a la sociedad para poder conectar de una manera directa, simple y clara la información a los usuarios y así persuadir al público objetivo la interpretación rápida de esta pieza publicitaria. En el copy se define la personalidad y el tono de la empresa o compañía en ella se describe las motivaciones, las sensaciones, las preocupaciones, los gustos y las creencias.

Hashtags: es un término asociado o insertado en redes sociales. El símbolo está representado por el numeral (#) antes de la frase.

Enlace : es un medio por la cual se puede consultar de modo rapido y directo es llamado tambien el posicionamiento pago, esto coinsiste en colocarlos en espacios publicitarios para colocar piezas publicitarias en buscadores o redes sociales. Carecen de diseño gráfico creativo y se compone exclusivamente de texto, integrado por título, descripción y una URL de destino a la que se vincula.

1.4.- Formulación del Problema.

¿Cómo informar acciones de Brigada Ambiental para expandir el programa a través de una propuesta de campaña social para la Comunidad académica de la Universidad Señor de Sipán?

1.5.- Justificación e importancia del estudio.

Esta investigación se realizó con la finalidad de dar a conocer el programa de la Brigada Ambiental y sus acciones a la población Sipanense para concientización y mejora de la educación y cultura ambiental.

La presente investigación se justificó como una contribución y antecedente para los futuros proyectos de los estudiantes de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial y para aquellos estudiantes que se inclinen por la línea de investigación de campañas sociales, como punto de partida en lo social, ecológico y ambiental con interés en las aplicaciones de campañas de comunicación social.

1.6.- Objetivos.

1.6.1. Objetivo general.

Elaborar una propuesta de campaña social para expandir el programa Brigada Ambiental y sus acciones en la comunidad académica de la Universidad Señor de Sipán.

1.6.2.- Objetivos específicos

Analizar el entorno sobre la expansión del programa Brigada Ambiental y sus acciones en los estudiantes del segundo ciclo de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial en la USS.

Identificar el tipo de medio publicitario para comunicar- las acciones de la Brigada Ambiental en Universidad Señor de Sipán

Generar una propuesta de campaña social para comunicar las acciones de Brigada Ambiental en la USS.

1.7.- Limitaciones.

La poca fuente bibliográfica que afronto la investigación fue una de las limitaciones para que esta sea planteada en el marco teórico (antecedentes de estudio y abordaje teórico). En este sentido, nos dedicamos a indagar información que abordara el enfoque, desde un punto más próximo, de las variables de investigación.

Campaña Social, Marketing Social, Comunicación Visual, Conciencia Ambiental, la Responsabilidad Social Universitaria y los residuos sólidos fueron el factor determinante para el desarrollo del estudio, ya que debido a los acontecimientos y consecuencias que trajo consigo, del grupo participativo como la Brigada Ambiental fue la falta de comunicación y reconocimiento que no se ha dado en la USS.

II.- MATERIAL Y MÉTODO

2.1.- Tipo de estudio y diseño de la investigación.

2.1.1.- Tipo de investigación.

Se fundamenta en el paradigma naturalista, con una metodología cualitativa no experimental por la cual la presente investigación tendrá en su contenido los datos de la manera más veraz posible, basará su aproximación en el estudio del marco de un conocimiento racional buscando llegar a la naturaleza profunda del fenómeno estudiado y se tratará de interpretarlos y explicarlos en éste proyecto de investigación.

Según Denzin y Lincoln (1994) La investigación cualitativa es una actividad que ubica al observador en el mundo. Incluye un conjunto de métodos interpretativos que visibilizan el mundo. Estas prácticas transforman el mundo, transformándolo en una variedad de representaciones, que incluyen notas de campo, entrevistas, conversaciones, fotografías, grabaciones y recuerdos. En este nivel, la investigación cualitativa implica un enfoque interpretativo y naturalista del mundo.

2.1.1.1.- Abordaje de investigación:

Es de tipo fenomenológica porque buscando arribar al fenómeno tal como los viven el grupo de actores que están aludidos a la investigación de la propuesta de campaña social para comunicar las acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán.

2.1.1.2.- Fenomenológica.

La fenomenología se interesa en la vida cotidiana de un ser humano obteniendo las características generales de ello. Para Fuster (como se citó Barbera y Inciarte 2012) “apuntaron que la fenomenología tiene sus orígenes en la palabra griega fenómenos que vendría a ser mostrarse a sí misma, poner en la luz o manifestar que puede volverse visible en sí mismo” (p. 4)

2.1.2.- Diseño de investigación.

A nivel general el diseño de investigación es no experimental porque estas se toman tal como se presentan en la realidad y no se manipularemos las variables y se tomarán tal como se observe en la realidad por que no se alejara de lo real de los hechos al interpretarlos.

2.2.- Escenario de estudio.

La investigación se realizó en la Universidad Señor de Sipán, se sabe que para una institución privada de educación superior debe tener y seguir las medidas de la Ley Ambiental en la Universidad N° 362220 es parte de la solución de Gestión de Responsabilidad Social.

Contar con una política ambiental, un plan de acción para las políticas ambientales y estrategias de apoyo con el Equipo de Medio Ambiente ayuda a promover la cultura ambiental de la organización, que se puede decir que es la clave para mejorar el programa de cultura ambiental de la organización de manera concurrente con esta iniciativa. Creará beneficios de valor académico y social. Finalmente, como sabemos en el escenario, se trata de la Universidad Señor de Sipán, por lo que cabe mencionar que dentro de esta universidad se generan residuos en general. Como en las aulas, talleres, laboratorios, despachos y pasillos. Como en el caso del papel y cartón reciclable, lato y botellas de aluminio. Se conoce que para estos materiales existen contenedores de diferentes colores y claramente delineados, ubicados principalmente en las intersecciones de los edificios alrededor del campus, donde los usuarios pueden depositar sus artículos. Los residuos generados en la cafetería son una fracción de los residuos orgánicos en la cafetería que la universidad tiene disponible para realizar proyectos de investigación y enlace académico. En términos de residuos orgánicos, no todos los residuos del jardín se utilizan para una buena segregación.

2.3.- Caracterización del sujeto.

2.3.1.- Actores.

Los actores serán los estudiantes del II ciclo académico de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Facultad de Humanidades y los docentes expertos de la Universidad Señor Sipán. El tipo de muestreo de esta investigación es no probabilístico en el caso de los estudiantes de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial porque los actores serán seleccionados a base de un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar. Para los docentes expertos serán elegidos por conveniencia ya que ellos cuentan con la mayor información en el plantel académico de la Universidad Señor de Sipán. La selección de muestreo de esta investigación es no probabilístico, por conveniencia y por oportunidad, Los criterios utilizados para los participantes fueron los siguientes:

Estudiantes y Docentes expertos de la Universidad Señor de Sipán.

- a. Estudiantes de 2 ciclo académico fueron elegidos por el curso de responsabilidad social ya que en ellos están más inversos en los temas sociales sean externas o internas de la Universidad Señor de Sipán. En cuanto a Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que “patrones de oportunidad: casos presentados al investigador por casualidad, justo cuando los necesita” (p.399).
- b. Docentes expertos en el tema del cuidado del medio ambiente ,residuos sólidos y encargados de una dirección de responsabilidad social universitaria, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Muestra de expertos En algunos estudios, se necesita la opinión de un experto individual sobre un tema. Estos patrones se encuentran a menudo en estudios cualitativos” (p.397)
- c. En general los participantes elegidos fueron por conveniencia dado que la muestra es no probabilística donde las muestras de la población se seleccionan solo porque están convenientemente debido a su velocidad, costo-efectividad y facilidad de disponibles para el investigador. Según Ochoa (2015), se selecciona una muestra de la población por simplicidad. En otras palabras, los individuos en este estudio fueron seleccionados no porque fueron seleccionados en base a criterios estadísticos, sino porque estaban disponibles.

2.3.2.- Pre categorías y operacionalización.

Para el análisis de variables dependiente e independiente hemos dividido su pre categoría y rasgos con sus respectivas técnicas. Las variables del presente proyecto es uno campaña social que esta estructura por mensaje, composición, color y fotografías, y la segunda variable son las acciones de la Brigada Ambiental que tiene como pre categoría a la Promoción, comunicación y difusión de la política ambiental USS y Programa de cultura ambiental organizacional (residuos sólidos por la cual esta se va a estructurar en manejo de los residuos sólidos, tipos de residuos sólidos y el uso de las 3R.)

Tabla 5:

Variables, pre categoría, rasgos y técnicas

Variables	Pre categoría	Rasgos	Técnica e instrumento de recolección de datos	
Variable Independiente: Campaña social	Marketing social	Manual de campaña social	focus group Guía de tópicos.	
	Comunicación visual	Mensaje		
		composición		
		tipografía		
		Color		
Fotografía				
Variable Dependiente: Brigada ambiental	Responsabilidad social universitaria	Modelo de gestión de la RSU USS (cuatro ámbitos)	Entrevistas Guía de Entrevistas	
	Política ambiental USS	Compromisos de la Política ambiental USS		
	Acciones de la Brigada ambiental	Acción 1: Promoción, comunicación y difusión de la política ambiental USS.		Organización de la Brigada Ambiental
		Acción 02: Programa de cultura ambiental organizacional		Residuos sólidos, manejo de residuos sólidos y el uso de las 3R

Fuente: Elaboración propia.

2.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

2.4.1.- Técnicas.

2.4.1.1.- Entrevista.

Entendemos por entrevista que es el encuentro entre dos o más personas entre el investigador y el informante, que tiene como finalidad comprender sus opiniones y la perspectiva del sujeto con respecto a las experiencias y situaciones vividas. La entrevista estructurada se usará para obtener respuestas más profundas y determinar el nivel de conocimiento del tema de una campaña social para comunicar las acciones de la Brigada Ambiental en la Universidad Señor de Sipan; los sujetos que serán cuestionados serán los docentes y expertos de la carrera de Artes y Diseño Gráfico Empresarial y Ciencias de la Comunicación del 2º ciclo académico de la presente Universidad. Esta técnica se realizará antes de lanzar la campaña social. Schettini y Cortazzo (2016) afirma que “Tradicionalmente, en investigación cualitativa, la entrevista se caracteriza por ser un proceso comunicativo que se da en un encuentro entre sujetos, previamente negociado y planificado” (p.19).

La entrevista estructurada es una herramienta uniforme que tiene preguntas cerradas que dejan muy poca aproximación al entrevistado para contestar con más amplitud. La razón de ello es que el entrevistador recopila datos muy organizados dentro de la propia investigación por tal razón utiliza un sistema de puntuación para dar un valor a cada pregunta con sus debidas respuestas. Al concluir dicha entrevista, el entrevistador obtendrá mejor información y análisis de la investigación. Esta herramienta tiene una previa elaboración por parte del entrevistado para así asegurar que la evaluación de los participantes sea muy apropiada a la investigación Díaz, Torruco, Martínez y Valeria (2013) afirma.

Entrevista estructurada: las preguntas se formulan primero, en un orden determinado, y contienen un conjunto de categorías u opciones que elige el sujeto. Se aplica rígidamente a todos los temas. Tiene la ventaja de estar sistematizado, facilitando la clasificación y análisis (p.163).

2.4.1.2.- Focus Group.

Para seguir con la investigación, hay que hacer una definición, porque se utilizó la técnica que servirá para la justificación del modelo de investigación. Para la realización del focus groups, nos guiaremos hacia dónde apuntar al momento de realizar el Análisis de resultados. Es así que daremos una pequeña reseña de qué se trata y porque es tan útil. Sabemos que el focus groups es una técnica cualitativa que estudia las actitudes y opiniones de la persona donde se pretende comunicar y motivar a los participantes a discutir acerca de conceptos o investigaciones ante servicio o producto ante nuevas campañas de comunicación de marketing ya sea de publicidad o social.

Las ventajas que nos permite obtener un Focus Group es un estudio de tus prospectos, recopila información, grabar vídeo y audio:

Según Sampieri, Collado y Lucio (2010) Se trata de reuniones de grupos pequeños o medianos (de tres a 10 personas) en las que los participantes discuten uno o más temas en un ambiente distendido e informal de conocimiento, bajo la dirección de un experto en un grupo dinámico. Además de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es generar y analizar sus interacciones.

La importancia de esta técnica es que los participantes deben interactuar, intercambiar ideas e influir entre sí durante la discusión y saber que no todos los participantes responderán todas las preguntas. Sin embargo, todo el mundo tiene la capacidad de hacerlo.

2.4.2.- Instrumentos.

2.4.2.1.- Guía de entrevista.

Se usará una guía de entrevista estructurada, contara con nueve preguntas con el fin de Describir los Conocimiento de los expertos acerca de la difusión y fomentación de los residuos sólidos del proyecto participativo Brigada Ambiental en Universidad Señor de Sipán. Este instrumento será grabado para la depuración de la información y su posterior análisis.

2.4.2.2.- Guía de tópicos.

Se usará una la guía de tópicos o temáticas abierta, contará con doce preguntas con el fin de Conocer las perspectivas y opiniones de los estudiantes del segundo ciclo de la carrera de Artes y Diseño Gráfico Empresarial de una campaña social para la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán. Este instrumento será grabado para la depuración de la información y su posterior análisis. Sampieri, Collado y Lucio (como se citó en Barbour, 2007)

Las guías temáticas son breves, con pocas preguntas o indicaciones. La clara brevedad de la guía es fuente de un trabajo minucioso en la selección y formulación de preguntas que fomenten una mayor interacción y profundidad en las respuestas. Al diseñar la guía, el investigador debe anticipar las posibles respuestas y reacciones de los participantes para optimizar la sesión (p.411).

2.4.3.- Validez.

La presente investigación fue validada por especialistas en el tema Medio Ambiental, Campaña Social y Responsabilidad Social Universitaria. Según Corral (2009)“ La validez del instrumento se basa en la medida de lo que debe medir. Al considerar la validez, es necesario verificar a ciencia cierta qué características se deben evaluar o estudiar para la investigación.

2.5.- Procedimientos para la recolección de datos.

El proyecto de investigación es de estudio Cualitativo para la "Propuesta de campaña social para comunicar las acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipan" supondrá el uso de información de parte de los estudiantes del II ciclo, de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Facultad de Humanidades y docentes expertos de la Universidad Señor de Sipan.

2.6.- Procedimiento de análisis de datos.

El análisis de los datos que se obtendrán de la investigación será acorde con los objetivos, el abordaje metodológico, y los sujetos de estudio planteados; Se obtendrá la recolección de datos mediante el uso de métodos, técnicas e instrumentos cualitativos para su medición, con el fin de obtener una información confiable para el desarrollo de la solución y desenlace del problema principal en nuestro marco teórico. La investigación cualitativa siguió los siguientes pasos:

Pasos:

- Paso 1. La elaboración del instrumento a utilizar (Guía de entrevista y Guía de Tópicos).
- Paso 2. Validación de los instrumentos por parte de tres especialistas en el tema. De la área de responsabilidad social universitaria, especialistas en campañas sociales y en el manejo de residuos sólidos de la Universidad Señor de Sipan.
- Paso 3. Solicitar el permiso y coordinar las entrevistas y focus group en la área de Dirección de Artes & Diseño Gráfico Empresarial.
- Paso 4. Aplicación del instrumento, en este caso las entrevistas de nuestra docente expertos; y guía de tópicos para los estudiantes del 2º ciclo de la facultad de humanidades en la comunidad sipanense.
- Paso 5. Registro de información de manera cualitativa por medio del instrumento.

2.7.- Criterios éticos.

En la investigación “Propuesta de campaña social para comunicar las acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán” se supuso el uso de información de parte de los participantes que prefirieron no ser mencionados en el presente trabajo, se guardó para con ellos los criterios de confidencialidad y anonimato de fuentes.

Para ello, en las entrevistas y focus group que se anexará en la investigación cambiaremos sus nombres así como los medios que representaban y se codificaran respectivamente por cada actor de la presenta investigación.

En cuanto a los datos encontrados, se guardó celosamente su criterio de inalterabilidad, resumiendo únicamente las respuestas dadas por los participantes la mayor parte del tiempo en “sus propias palabras”, teniendo cuidado de no cambiar el significado que quieren transmitir en transcripciones de entrevistas y del focus group.

2.8.- Criterios de Rigor científico.

Para la investigación “Propuesta de campaña social para comunicar las acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán” se utilizó los criterios de confiabilidad y validez de instrumentos sometiendo nuestros cuestionarios de entrevista y focus group a pruebas pilotos. Para la muestra, se han definido los criterios de exclusión e inclusión, tal y como se detallan líneas arriba (2.2 Escenario de estudio y 2.3 Caracterización de sujetos).

Como el tema que se aborda supone agenciarse de datos “delicados” que normalmente los participantes se niegan a ceder, malentendiendo lo que se espera de su reserva de información, contrario a los principios de transparencia y acceso a la información pública, se echó manos de fuentes reservadas para extraoficialmente acceder a ella, teniendo como rigor científico el cruce de datos.

III REPORTE DE RESULTADOS

3.1.- Análisis y discusión de los resultados.

3.1.1.- Análisis de los resultados.

Los resultados del estudio de nuestras variables son obtenidas a través de focus group (estudiantes del II ciclo de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la facultad Humanidades de la USS) y las entrevistas (expertos de la USS).

3.1.1.1.-Focus group

Objetivo 01: Conocer las opiniones de los estudiantes del II ciclo de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial sobre la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán.

Presentación

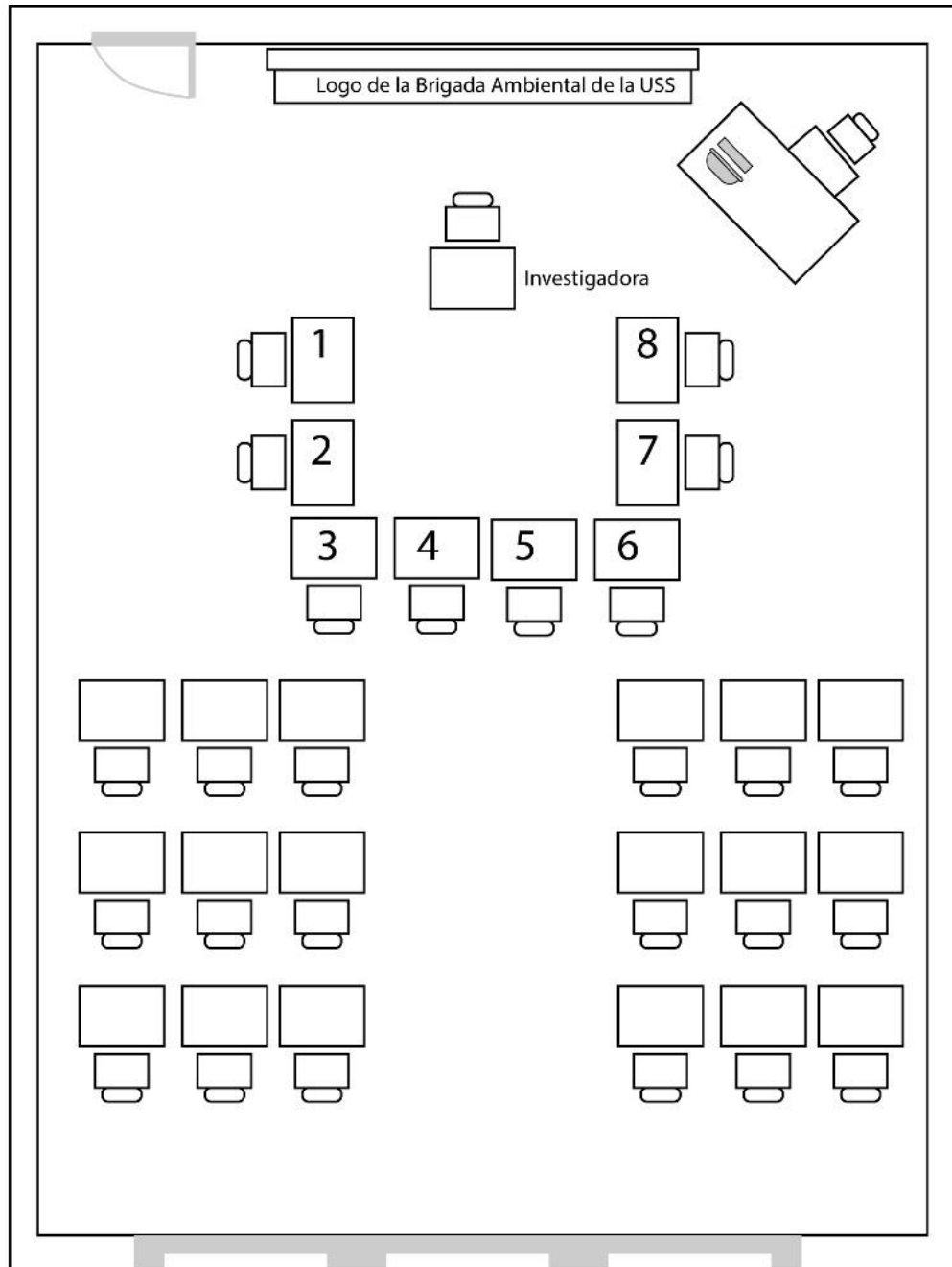
La sesión de focus group se realizó el día 24 de Octubre del año 2018 teniendo una hora de inicio de las 11:50 y hora de termino 12:01 consistió en reunir a varias personas con el fin de aplicar el instrumento por lo cual se eligió por conveniencia a 8 estudiantes del II ciclo de Artes & Diseño Gráfico Empresarial (5 mujeres y 3 varones) para conversar sobre el tema de "Propuesta de Campaña Social para comunicar las Acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán".

Pasos

- El focus groups fue aplicado en la Universidad Seños de Sipan, en el edificio principal de la facultad de humanidades, aula 515.
- Se seleccionaron a los participantes con el criterio de lleve el curso de Responsabilidad Social Universitaria
- Cada participante escribió sus nombres y apellidos en una lista que les brindo en al aula. Para poder identificarlos por su nombre a cada participante se le dio un carnet con su respectivo nombre.
- Luego se les ubico en forma de "U" (figura 01). Con la finalidad de poder analizar el logotipo de la brigada ambiental presentado en el aula.

Los participantes del focus groups estuvieron, desde el principio, dispuestos a participar en el estudio. Por tanto, se puede decir que el instrumento aplicado a la encuesta fue creado desde un ambiente favorable para el desenvolvimiento pertinente de la investigación.

Figura 1: Ubicación de los participantes



Fuente: Elaboración propia. Fue a base de la ubicación de los estudiantes del II ciclo de la escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial, Facultad de Humanidades de la Universidad Señor de Sipán.

Codificación de los participantes

A cada uno se le identificó con una codificación las cuales fueron (figura 02):

- Gorra negra: atento a las preguntas y a la vez participativo en las preguntas que desea opinar, más aun si lo animabas a participar.
- Chompa roja: Es uno de los participantes muy introvertido, no tuvo mayor interacción en el grupo solo miraba y escuchaba las preguntas o seguía las palabras de otros cuando la pregunta era en común con el otro participante.
- Casaca jean: Una persona que mayormente está pendiente de lo que opinaba sus compañeros y la vez logro participar en una de las preguntas espontáneamente.
- Vestido verde: Fue la integrante que opinaba mayormente en las preguntas pero a la vez actuó con timidez en las preguntas.
- Lazo mostaza: Estudiante extrovertida y segura de lo que opinaba y respondía en las preguntas.
- Lentes: Sonriente y espontanea en contestas las preguntas
- Pulsera morada: Extrovertida y la más sonriente del grupo focal y a la vez participativo.
- Reloj negro: El participante de gorra negra fue una de las personas que levantaba la mano para dar su opinión sin interrumpir y en que las mayorías de las preguntas acertada con movimientos en su cabeza ya sea de manera positiva (si) o negativa (no).

Figura 2: Codificación

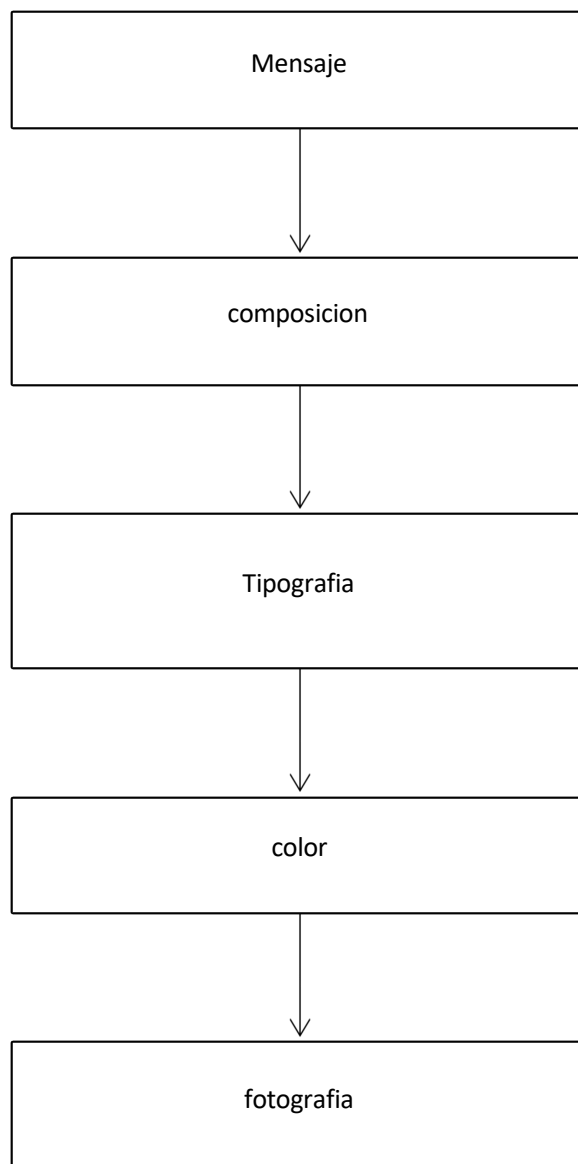


Fuente: elaboración propia fue a base de la ubicación de los estudiantes del 2 ciclo académico de la escuela de artes y diseño gráfico empresarial con sus respectivas codificaciones.

Comunicación visual

La imagen del imago tipo de la Brigada Ambiental fue la que se proyectó en el aula para que los participantes contribuyere a obtener un mejor reconocimiento de la Brigada Ambiental y así tener la mejor comunicación y poseer hablar con la debida propiedad y corrección. (Figura 03)

Figura 3: Comunicación visual



Guía de Focus Groups

Objetivo 01: Conocer las opiniones de los estudiantes del segundo ciclo de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial sobre la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán

¿Qué es para ustedes una Campaña Social?

Vestido Verde: Puede ser una síntesis para poder resolver un problema en la sociedad.

Reloj Negro: Nos organizamos para ser el bien a una persona que lo necesite.

Casaca Jean: Buscar el bien de las personas a través de distintas acciones.

¿Considera importante hacer una campaña social para los problemas sociales?

Lazo Mostaza: De hecho que es importante porque justamente la persona que organizan las campañas sociales son las que quieren reunir, porque saben que no, es algo que genere un impacto tan grande como cuando juntas a varias personas.

¿Conocen alguna campaña social que difunda el uso de los residuos sólidos?

Pulsera Morada: Puede ser la campaña que van hacer esta semana.

Lazo Mostaza: si (la publicidad del correo crece)

Lentes: si (la publicidad del correo crece)

Pulsera Morada: si (la publicidad del correo crece)

Reloj Negro: si (la publicidad del correo crece)

¿Sabe usted si hay un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente en algunas universidades?

Lazo Mostaza: No

Lentes: No

Reloj Negro: No

¿Sabe tu si en la USS cuenta con un proyecto participativo llamado Brigada Ambiental?

Pulsera Morada: Yo si escuchado pero no sé exactamente que es

Reloj Negro: No

Lentes: No

¿Ustedes formarían parte de la Brigada Ambiental USS?

Lazo Mostaza: Algo hay que hacer

Pulsera Morada: Juntando papel en casa

Reloj Negro: Si

Se les presenta un imagotipo de la Brigada Ambiental USS ¿Qué es lo primero que se viene a su mente después de ver el imagotipo?

Lazo Mostaza: Para darle más peso al significado de la palabra BRIGADA se podría hacer uso de una tipografía más pesada más fuerte.

¿Ustedes creen que los colores son adecuados? ¿qué sugerirían usted?

Vestido Verde: Si, son los colores que representan naturaleza y el tono de este es el mismo que usa la universidad, por ende el concepto de una campaña para cuidar el medio ambiente en la USS está bien definido, yo agregaría tal vez otro tono de verde para contrastar

¿Qué mensaje les transfiere el imagotipo de la Brigada Ambiental USS?

Pulsera Morada: Preservar, Amor al medio ambiente

¿Cómo lo relaciona el imagotipo de la Brigada Ambiental con USS?

Vestido Verde: El color

Pulsera Morada: El color

Chompa Roja: El color

Lazo Mostaza: El color

¿Creen ustedes que la composición del imagotipo entre la imagen y la tipografía representa el símbolo del cuidado del medio ambiente?

Pulsera Morada: Yo creo que si porque ambos no son imágenes escandalosas, es algo tranquilo.

Gorro Negro: Es algo más tradicional.

Lazo Mostaza: Yo creo que la tipografía podría traer un poco más de fuerza, ósea por ejemplo si lo veo de ese modo lo pondría un poco más recto, un poco más consistente.

¿Han observados ustedes un medio de propagación de campañas sociales para el cuidado del medio ambiente en la USS?

Lazo Mostaza: Es eso que nos enviaron a nuestro correo?

Gorro Negro: Si.

Chompa Roja: Si.

Pulsera Morada: del correo crece

Teorización de las unidades temáticas en focus group.

De acuerdo a los resultados obtenidos tras la aplicación de los instrumentos de la investigación, acorde con los objetivos planteados, se logró convertir a las pre categorías en categorías producto del proceso investigativo.

En este proceso se tuvo en cuenta a los objetivos específicos, categorías, indicadores, resultados, fuentes de información y técnicas e instrumentos; detallados en la tabla N° 4

Tabla N° 6

Categorías de análisis resultantes tras la investigación mensaje, tipografía, composición, fotografía y color en la comunicación visual para una campaña social de la Brigada Ambiental de la USS

Objetivo Específico	Categorías	Indicadores	Resultados	Fuentes de información	Técnicas/instrumentos
<p>Objetivo 01: Conocer las opiniones de los estudiantes del segundo ciclo de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial sobre la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán</p>	<p>Comunicación Visual</p>	<p>¿Qué es para ustedes una Campaña Social?</p>	<p>Los participantes son conscientes en su mayoría que es una campaña social.</p>	<p>8 estudiantes de 2 ciclo de Artes y Diseño Gráfico Empresarial</p>	<p>FOCUS GROUPS Guía de tópicos</p>
		<p>¿Considera importante hacer una campaña social para los problemas sociales?</p>	<p>La importancia para ellos de una campaña social es positiva pero que esto no se puede trabajar en grupo pequeño si no con ayuda y coordinación de varias personas.</p>		
		<p>¿Conocen alguna campaña social que difunda el uso de los residuos sólidos?</p>	<p>Si conocen, en la Universidad estuvo organizando campañas como I Reciclotón Sipanense 2018-II, que se informaron a través del correo crece de la USS.</p>		
		<p>¿Saben ustedes si hay un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente en algunas universidades?</p>	<p>La respuesta fue en su mayoría que no. En si no conocen ningún proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente en algunas universidades</p>		
		<p>¿Sabes si la USS cuenta con un proyecto participativo llamado Brigada Ambiental?</p>	<p>No reconocen a ver escuchado ese nombre en excepción de una que menciono que si ha escuchado pero no sabe de qué se trata.</p>		
		<p>¿Ustedes formarían parte de la Brigada Ambiental USS?</p>	<p>Mencionaron que si, por que están dispuestos a contribuir con los cambios sociales y que deben de hacer algo aunque sea comenzar desde juntar papeles dentro de las aulas.</p>		

		Se les presenta el imagotipo de la Brigada Ambiental USS. ¿Qué es lo primero que se viene a su mente después de ver el imagotipo?	No mencionaron lo que transmite el imagotipo, comenzaron a comentar de la tipografía que no era lo ideal y el logotipo en ciencia cierta se pueda mejorar porque el logo evoluciona debido a las épocas en que vivimos.		
		¿Ustedes creen que los colores son adecuados? ¿Qué sugerirían usted?	Mencionaron que sí porque está relacionado con la Universidad y está definido pero sin embargo, sugieren ver otra tonalidad de color.		
		¿Qué mensaje les transfiere el imagotipo de la Brigada Ambiental USS?	Preservar el medio ambiente, quererlo y amarlo; el mensaje del logo si les transfiere al cuidado del medio ambiente.		
		¿Cómo lo relaciona el imagotipo de la Brigada Ambiental con USS?	Todos opinaron el color y si, no hay que olvidar que la brigada ambiental es un producto de la USS por la tanto el producto debe tener una misma línea grafica para que sea identificado o mayor aun si esta desea tener o ser una marca paragua.		
		¿Creen ustedes que la composición del imagotipo entre la imagen y la tipografía representa el símbolo del cuidado del medio ambiente?	Tradicional, escandaloso o fuerza es lo que opinaron de la composición pero sin embargo un logo debe ser simple, versátil, memorable e intemporal. Gráficamente, debe permitir tanto la ampliación como la reducción.		
		¿Han observados ustedes un medio de propagación de campañas sociales para el cuidado del medio ambiente en la USS?	Si, como es el caso de la información que les llega a su correo crece acerca de flyer informativos de que tiene que ver con el cuidado como semana de la educación ambiental.(Anexo N° 07)		

Fuente: Elaboración propia

El análisis da a conocer las opiniones de los estudiantes sobre la Brigada Ambiental, llegando a la conclusión que muy pocos han escuchado de la Brigada Ambiental. Consideran importante promover una estrategia de medio de comunicación visual para dar a conocer sus acciones de la brigada ambiental y que es mejor trabajar equipo para que ellos también formen parte de la Brigada Ambiental y para que sea parte del cambio social, También se han enterado de la campaña I Reciclotón Sipanense 2018-II por medio del correo crece en la Universidad Señor de Sipan. Sobre la tipografía del imagotipo de la Brigada Ambiental comentan que no es lo ideal sobre los colores del imagotipo recomiendan que sería mejor si se cambia a otro tono de color verde. Están dispuestos a ser parte de la brigada ambiental y así mismo, sugieren el uso de las redes sociales de comunicación visual.

Guía de entrevista

Se elaboró una entrevista para describir los conocimientos de los expertos acerca de las acciones de la Brigada Ambiental en Universidad Señor de Sipán, la sesión de las entrevistas se realizó entre los días 26 y 29 del mes de Octubre del año 2018, la aplicación del instrumento por lo cual se eligió por conveniencia a 3 expertos con 8 preguntas sobre el tema de "Propuesta de Campaña Social para comunicar las Acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán", las entrevistas fueron dadas en las mismas oficinas de cada participante.

Entrevista N° 01

Codificación: Lentos.

1. ¿Crees usted, que es importante contar con un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente en la Universidad Señor de Sipán?

De hecho que si es recontra importante, mas este todo tipo de proyectos que ven el cuidado de medio ambientes es importante en estos tiempos a menos que el medio ambiente está más descuidado en peligro con el cambio climático, y todo eso.

2. ¿Cuáles son los tipos de residuos sólidos?

La universidad produce tres tipos de residuos sólidos, los tres conocidos: los residuos comunes son todos los desperdicios de comida, alimentos que botan los alumnos y los peligrosos que se generan en el laboratorio de ciencias de salud y en la clínica estomatológica que es parte de ello de ciencias de salud y en algunos laboratorios de ingeniería y los especiales que bueno lo produce los laboratorios de química principalmente aquí en la universidad.

3. ¿Piensas que reciclar sirve para mejorar el cuidado del medio ambiente en la USS? ¿Por qué?

No solo en la universidad no en todos los lados si recicláramos el medio ambiente estaría más conservado de hecho que es importante.

4. ¿Considera que los puntos limpios ubicados en la universidad ayudan a la segregación y clasificación de los residuos?

El punto limpio ayuda, pero si es que los usuarios no están concientizados de hecho de que no sirve es más yo también estoy en una campaña con un video que todavía no me lo terminan para motivar a la gente en el uso de los puntos limpios porque la verdad que no se rigen de acuerdo a lo que debe de ser, no son respetados.

5. ¿Cómo gestionaría usted el uso de los residuos sólidos?

Bueno este ya estamos manejándolo como indica la normativa, lo que si falta bastante para mejorar es como digo concientización mayormente de todos los usuarios de la universidad, teniendo eso vamos a tener los residuos reciclables que

son la más importante porque ahorita es casi nulo la cantidad que se consigue de residuos reciclados no porque van mezclados y ya no hay quien se dedique a segregarlos entonces mientras la colectividad nos ayude con la correcta segregación en los puntos limpios va a ser bien difícil entonces sería pues cuestión de concientizar a todos los usuarios.

6. ¿Existe la posibilidad de que usted se integre a la Brigada Ambiental USS?

Si me invitan por que no. Si al menos desde el punto desde el puesto que tengo yo es una de mis funciones también ver el manejo de los residuos sólidos dentro de la universidad, claro de hecho estoy para integrar o para apoyarlos.

7. ¿Qué proyectos planificaría usted para fomentar las acciones de la Brigada Ambiental en la USS?

De hecho que el primer paso es campañas de concientización hacia los alumnos yo he pensado en un video de esos que últimamente está saliendo de esos que son chocantes no donde uno ya come plástico prácticamente para que los alumnos sean conscientes del daño que le estamos haciendo al medio ambiente y para esto está en cada uno de nosotros en cambiarlo, que para poner un papel en el punto limpio que debe ir ya están ayudando a que estas cosas cambien.

8. ¿Qué medio publicitario usaría usted para difundir y comunicar la importancia de las acciones de la Brigada Ambiental en la USS?

Yo creo que por ahora nuestro público mayoritario que son los alumnos que son jóvenes yo creo que ahorita es importante la difusión por medio de redes sociales de hecho que es por donde sería la mayor parte por dónde meternos para concientizar a los alumnos yo creo que es por las redes sociales.

Entrevista N° 02

Codificación: Camisa de rayas.

1. ¿Crees usted, que es importante contar con un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente en la Universidad Señor de Sipán?

Si, el cuidado del medio ambiente es responsabilidad.

2. ¿Cuáles son los tipos de residuos sólidos?

Se puede caracterizar desde muchos puntos de vista

- según su peligro: no peligrosos (los convencionales) o peligrosos radiactivos
- según el tipo de residuo: vidrio, papel, cartón, pet, metal, etc.
- Según el origen: pilas de mercurio, de litio, de carnio, EC de la fuente
- otros

3. ¿Piensas que reciclar sirve para mejorar el cuidado del medio ambiente en la USS? ¿Por qué?

Si porque contribuye a que el campus sea un espacio de convivencia, libre de ruidos, limpio.

4. ¿Considera que los puntos limpios ubicados en la universidad ayudan a la segregación y clasificación de los residuos?

Si, sin embargo, quienes los utiliza ni discriminan entre el tipo de material, existe mezcla. Parece increíble que en una comunidad universitaria se tenga que enseñar que el plástico se introduce en el cubo del plástico, el orgánico, etc.

5. ¿Cómo gestionaría usted el uso de los residuos sólidos?

En planta de selección, contribuye a la creación de puestos de trabajo.

6. ¿Existe la posibilidad de que usted se integre a la Brigada Ambiental?

Mmmm, lo pensaré.

7. ¿Qué proyectos planificaría usted para fomentar las acciones de la Brigada Ambiental en la USS?

- Capacitación a estudiantes de la USS
- Formación de las escuelas
- Elaboración de material divulgativo: videos, Dípticos, etc.

8. ¿Qué medio publicitario usaría usted para difundir y comunicar la importancia de las acciones de la Brigada Ambiental en la USS?

- Mupis urbanos
- Anuncios en puntos estratégicos de la ciudad
- Taxis (interior y exterior)
- Radio

Entrevista N° 03

Codificación: Terno azul.

1. ¿Crees usted, que es importante contar con un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente en la Universidad Señor de Sipán?

Si es importante un proyecto participativo ya que el cuidado del medio ambiente es un compromiso de todos los que conformamos la comunidad universitaria.

2. ¿Cuáles son los tipos de residuos sólidos?

Se puede caracterizar desde muchos puntos de vista

Los residuos sólidos se pueden enunciar en cuatro categorías: Industriales, agrícolas, comerciales y domésticos, otra clasificación es orgánicos e inorgánicos.

3. ¿Piensas que reciclar sirve para mejorar el cuidado del medio ambiente en la USS? ¿Por qué?

Reciclar es muy importante para el cuidado del medio ambiente y sobre todo está ligado directamente con la ecología y en el concepto de sustentabilidad.

4. ¿Considera que los puntos limpios ubicados en la universidad ayudan a la segregación y clasificación de los residuos?

Reciclar es muy importante para el cuidado del medio ambiente y sobre todo está ligado directamente con la ecología y en el concepto de sustentabilidad.

5. ¿Cómo gestionaría usted el uso de los residuos sólidos?

Los puntos limpios son muy importantes para la segregación de los residuos, pero falta mayor difusión de los mismos para que sea usado para tal fin.

6. ¿Qué proyectos planificaría usted para fomentar las acciones de la Brigada Ambiental en la USS?

El ser director de la “RSU” soy un miembro más de la brigada ambiental.

7. ¿Qué proyectos planificaría usted para fomentar las acciones de la Brigada Ambiental en la USS?

Los proyectos que fomentaría son:

- Charlas del cuidado del medio ambiente en comunidades y/o Instituciones educativas.
- Fauna de la rectificación ambiental de la playa de Pimentel.
- Fomentar la forestación.

8. ¿Qué medio publicitario usaría usted para difundir y comunicar la importancia de las acciones de la Brigada Ambiental en la USS?

Paneles

Redes sociales

Teorización de las unidades temáticas en la entrevista

De acuerdo a los resultados obtenidos en la entrevista de investigación, se logró convertir a las pre categorías en categorías producto del proceso investigativo.

En este proceso se tuvo en cuenta a los objetivos específicos, categorías, indicadores, resultados, fuentes de información y técnicas e instrumentos; detallados en la tabla N°07

Tabla N° 7

Categorías de análisis resultantes tras la investigación de la acción 02: El programa de cultura ambiental organizacional en residuos sólidos, tipos de residuos y el uso de las 3R para una campaña social de la Brigada Ambiental de la USS.

Objetivo Específico	Categorías	Indicadores	Resultados	Fuentes de información	Técnicas/instrumentos
Objetivo 02: Describir los conocimientos de los expertos acerca de las acciones de la Brigada Ambiental en Universidad Señor de Sipán	Acción 02: Programa de cultura ambiental organizacional en residuos sólidos, tipos de residuos y el uso de las 3R	¿Crees usted, que es importante contar con un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente en la Universidad Señor de Sipán?	Los entrevistados mencionaron que si es importante contar con un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente, ya que si no tomamos conciencia del cuidado del medio ambiente esto se puede ir deteriorando nuestra capa de ozono por lo tanto como Universidad cumple una política ambiental que es conforme a las ley N° 30220 de la constitución de la Responsabilidad Social Universitaria.	3 expertos en Responsabilidad Social	ENTREVISTA A Guía de entrevista
		¿Cuáles son los tipos de residuos sólidos?	Saben que existe la clasificación de los residuos sólidos mas no reconocen la separación de estos.		
		¿Piensas que reciclar sirve para mejorar el cuidado del medio ambiente en la USS? ¿Por qué?	Mencionaron que si es importante reciclar no solo en nuestra comunidad universitaria si no fuera de ella porque así contribuyen al cuidado del medio ambiente. Ya que si mejoramos en el proceso del reciclaje estamos sumando participantes a un nuevo cambio en nuestra comunidad sipanense ya sea interna o externa.		
		¿Considera que los puntos limpios ubicados en la universidad ayudan a la segregación y clasificación de los residuos?	Opinaron que si es importante los puntos limpios pero que muy pocos toman conciencia de ellos. Por lo general es importante fomentar el uso de los contenedores en la USS.		

	¿Cómo gestionaría usted el uso de los residuos sólidos?	Concientización, mayor difusión y generación de puestos de trabajo. Difundiendo la información y la importancia de los residuos a través de flyer o volantes informativos, charlas y campañas.		
	¿Existe la posibilidad de que usted se integre a la Brigada Ambiental?	Comentaron que como son miembros de la comunidad universitaria y obtener cargo como Directores ya están formando parte de ella.		
	¿Qué proyectos planificaría usted para fomentar las acciones de la Brigada Ambiental en la USS?	Planificarían capacitaciones y/o videos para fomentar las acciones de la Brigada Ambiental en la USS con la finalidad de publicar y comunicar a la comunidad universitaria acerca del proyecto participativo de la universidad.		
	¿Qué medio publicitario usaría usted para difundir y comunicar la importancia de las acciones de la Brigada Ambiental en la USS?	En la actualidad mencionaron que el medio más usado son las redes sociales difundir información del uso de los residuos sólidos a través del correo universitario y la creación de Un fanpage de la Brigada Ambiental de la USS.		

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las entrevistas realizadas a los expertos mencionaron que es importante un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente y así como la promoción de los brigadistas de la USS. Para ello se debe comunicar a través de flyer, charlas o campañas ambientales. Por otra parte los brigadistas si han sido vistos con sus chalecos en ciertas actividades pero no sabemos cuál es el rol que desempeña. Por ultimo mencionan que el medio publicitario más usado son las redes sociales por lo cual, sería necesario la creación de un medio digital masivo como el fanpage para la Brigada Ambiental de la USS. Así mismo sugiere la participación de los brigadistas, en acciones de reciclaje interna e externo a nuestra casa de estudio para ir fortaleciendo los compromisos en la promoción del manejo de residuos sólidos.

3.1.2.- Discusión de los resultados.

En esta etapa, los datos más relevantes se comparan con las investigaciones, teorías y conceptos de diferentes autores. En este sentido, los resultados se han calculado según categorías de premisas establecidas.

El propósito de este estudio es desarrollar y promover las actividades del Equipo Ambiental de la Universidad Señor de Sipán. Los resultados de este estudio se discutirán a continuación.

Sobre resultados del análisis

- En la Universidad Señor de Sipán se desarrollan clases con respecto a la responsabilidad social que es un curso en educación ambiental es por ello que se eligió a los estudiantes de II ciclo de Artes & Diseño Gráfico Empresarial, luego se utilizó el focus group para ver si los estudiantes tienen conocimiento sobre temas relacionados a ello, por lo cual mencionaron que no conocían de la Brigada Ambiental. Entonces promover a la Brigada Ambiental mediante una campaña ayudaría a la sociedad universitaria a conocer las acciones de los brigadistas, como menciona Rosal (2015) “Una campaña social es una campaña para promover y comunicar el cambio social logrado por un grupo o individuo, cuyo propósito es tratar de persuadir a una comunidad o sociedad para que cambie su comportamiento o ideas”. Y así poder promover las acciones para una cultura ambiental en las instituciones superiores.
- Para los docentes y expertos se consideran parte importante para este proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente y así como la fomentación para los brigadistas de la USS. Así mismo sugiere que ellos aporten en esta activación para dar a conocer a los brigadistas ya sea por sus cursos o actividades que realizan como docentes.
- La cultura ambiental debería ser más fomentada en toda la comunidad universitaria así como en las empresas ligadas a las actividades de la USS siempre y cuando tengan por delante los principios ambientales y compromisos tales se expone en la Política Ambiental de la USS.

3.2.-Consideraciones finales.

Propuesta.

Metodología del diseño:

Para la propuesta del diseño de la campaña social, se desarrolló un Brief para la campaña social sobre el concepto de la Brigada Ambiental USS, el cual solo se recopila información necesaria para ejecutar una campaña de acuerdo con las necesidades y objetivos del proyecto.

De acuerdo a los resultados arrojados en el focus group y entrevista se determinó la solución de promover las acciones de la Brigada Ambiental a través de la creación de un fanpage y piezas gráficas.

3.2.1.- Brief creativo

Descripción del proyecto.

Se realizara una campaña gráfica social para comunicar las acciones de la Brigada Ambiental

Objetivo general.

Dar a conocer las acciones de la Brigada Ambiental en la Universidad Señor de Sipán a través de un fanpage.

Objetivos específicos.

- Determinar las acciones a comunicar en el fanpage.
- Generar el contenido y diseño de piezas gráficas para el fanpage.
- Implementar el fanpage según cronograma de acciones.
- Motivar la comunicación y difusión de las acciones que realiza la Brigada Ambiental USS.

Público Objetivo:

Este proyecto de investigación involucra a toda la comunidad universitaria de la Universidad Señor de Sipán (Estudiantes, profesores, administrativos, etc.)

Mensaje a comunicar.

Comunicar las acciones participativas del programa “Brigadas Ambientales” con el fin de promover una cultura ambiental en la Universidad Señor de Sipán.

Tono / Manera.

Uso de una terminología directa, dinámica e informativa.

3.2.2.- Campaña.**Nombre de la campaña.**

¡Eres el cambio!

Concepto.

El nombre de esta campaña gráfica social se determinó tras la aplicación de los instrumentos ya que ellos, mencionaron que desean formar parte de este proyecto social para una cultura ambiental y poder generar la fomentación de la Brigada Ambiental. Tras este análisis se consideró colocar como nombre a la campaña ¡Eres el cambio!

Medio.

La campaña será difundida por el fanpage de la Brigada Ambiental USS.

Duración de la campaña.

La campaña está diseñada para que dure un mes completo, luego se recomendaría renovar la estrategia de acuerdo al calendario anual.

Cronograma:

Se realizó un calendario anual para el lanzamiento de la campaña gráfica social. Con el fin de compartir y difundir las acciones que favorecen a las buenas prácticas para una cultura ambiental. Para el calendario anual que se desarrollara, se tomara los siguientes temas (Tabla 7) y por último se realizó una tabla como base para los meses anteriores (Tabla 8):

Tabla 07

Calendario anual para comunicar las acciones participativas de la Brigada Ambiental USS para fanpage.

CALENDARIO ANUAL PARA COMUNICAR LAS ACCIONES DE LA BRIGADA AMBIENTAL USS- PARA FANPAGE			
MES	Acción a difundir(tema)	FECHA	CONTENIDO
Enero	La Educación Ambiental.	26/01/2019	<p>Se debe elegir en generar el tema que se realizara durante un mes como tendencias o actividades institucionales de la casa de estudios. Estos post deben de tener como descripción de la actividad, los enlaces, texto, imagen, videos o fotografía.</p> <p>Las fechas que se están indicando son las referencias del día central y el cual explica por qué se eligió el tema a desarrollar en ese mes.</p>
Febrero	Compromiso internacional del control del mercurio.	23/02/2019	
Marzo	Hora del Planeta.	25/03/2019	
Abril	La Tierra.	22/04/2019	
Mayo	El reciclaje.	17/05/2019	
Junio	El Medio Ambiente.	05/06/2019	
Julio	La preservación de los manglares.	26/07/2019	
Agosto	El aire puro.	12/08/2019	
Septiembre	Un día sin Automóvil.	22/09/2019	
Octubre	La Gestión Responsable del Agua	07/10/2019	
Noviembre	La Acción Forestal Nacional	06/11/2019	
Diciembre	Las sustancias químicas	13/12/2019	

Tabla 08

Ejemplo de las acciones participativas que se pueden mostrar en la página de fanpage de la Brigada Ambiental.

Calendario de publicaciones virtuales (fanpage)

MES	Semana	Día	Tipo de Publicación(post)	Tema	Copy (Mensaje)	Etiquetas / Hashtags	Tipos de contenido				
							Enlace	Texto	Imagen	Vídeo	Fotografía
MAYO	S1	Lunes	cartel	Únete a la Brigada Ambiental	La Brigada Ambiental te invita a ser parte del cambio.	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental		x	x		
		Martes									
		Miércoles	Flyer	¿Quiénes somos?	¡Eres el cambio!	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental		x	x		
		Jueves	Flyer	conocimiento	¿Cuántos Brigadistas creen que somos? y ¿cuándo piensas unirte?	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental #ResponsabilidadSocialUniversitaria USS		x	x		
		Viernes									
		Sábado									
	Domingo										
	S2	Lunes	Infografía	Datos importantes de cómo podemos mejorar con nuestras actividades el	Entérate de como nuestro cambio climático está cambiando	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental #ResponsabilidadSocialUniversitaria USS					

				cuidado del medio ambiente									
		Martes											
		Miércoles	Flyer	¿Sabías que?									
		Jueves											
		Viernes	Foro	Foto sobre el reciclaje en la USS		# ¡Eres el cambio! #ResponsabilidadSocialUniversitaria USS		x	x				
		Sábado											
		Domingo											
	S3	Lunes	Flyer informativo	Concurso	Acciones para una buena cultura ambiental en nuestra casa de estudios	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental		x	x				
		Martes											
		Miércoles	Gif		Eres el cambio te invitamos a seguirnos, eres el cambio	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental #ResponsabilidadSocialUniversitaria USS		x	x				
		Jueves											
		Viernes	Flyer	El reciclaje	Día mundial del reciclaje ¡Eres el cambio!	# Brigada Ambiental #ResponsabilidadSocialUniversitaria USS		x	x				
		Sábado											

		Domingo	Post	Tendencias	En la USS estamos comprometidos con el desarrollo sostenible de la sociedad, Infórmate más en la siguiente enlace	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental	x	x	x		
S4	Lunes	Fotografía	Fotos de actividades que realizan	Nuestros estudiantes compartiendo sus acciones en la casa de estudios	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental #ResponsabilidadSocialUniversitaria USS		x				x
	Martes										
	Miércoles	Flyer	Brigadista del mes	Felicitaciones al Brigadista que da a conocer sus acciones.	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental #ResponsabilidadSocialUniversitaria USS		x				x
	Jueves										
	Viernes										
	Sábado										
	Domingo	Flyer	Agradecimiento	Agradecimiento a los fans por el apoyo y seguirnos en nuestra página fanpage	# ¡Eres el cambio! # Brigada Ambiental #ResponsabilidadSocialUniversitaria USS						

Presupuesto:**Tabla 09:** Presupuesto para implementación de campaña social sobre la comunicación de las acciones de la Brigada Ambiental USS.

PRESUPUESTO PARA COMUNICAR LAS ACCIONES DE LA BRIGADA AMBIENTAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN				
Concepto	Tiempo	Cantidad	Costo unit.	Total
FANPAGE				
Banner	Mes	1	S/. 6.00	S/. 6.00
Icono	Mes	1	S/. 6.00	S/. 6.00
Post	Mes	48	S/. 10.00	S/. 480.00
SUB TOTAL S/.				S/. 492.00
MAILCHIMP				
Community Manager	Mes	1	S/. 500.00	S/. 500.00
uso de equipo	Mes	1	S/. 100.00	S/. 100.00
SUB TOTAL S/.				600.00
SERVICIOS PROFESIONALES				
key visual	Mes	1	S/. 500.00	S/. 500.00
Desarrollo de concepto creativo	Mes	1	S/. 250.00	S/. 250.00
SUB TOTAL S/.				750.00
TOTAL S/.				S/. 1,842.00

3.2.3.- Diseños de piezas gráficas.

Para el diseño de las piezas graficas se tomó en cuenta el uso de la tipografía y color de la Universidad Señor de Sipán para poder esto hacer una conexión con el producto hacia la empresa.

Tipografía primaria.

Se usó la tipografía "Ciudadella" es una fuente de una familia sencilla, limpia y directa. Y es ahí donde reside su poder, en la sencillez; porque refleja una personalidad 'abierta'.

Ciudadella: bold

ABCDEFGHIJKLMÑNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñnopqrstuvwxyz

0123456789

Tipografía secundaria.

La tipografía secundaria, "BrixSans " es la fuente que se usará en los contenidos de la publicidad.

BrixSans: Light

ABCDEFGHIJKLMÑNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñnopqrstuvwxyz

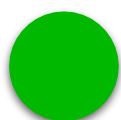
0123456789

Color:

Los colores que se utilizaran en el diseño son colores corporativos de la universidad Señor de Sipán como el verde y gris, utilizando la degradación de color verde para poder diferencia de las piezas graficas de la USS.

El color verde es el color de lo natural y manifiesta los espacios verdes, también es el símbolo de la vida, basándose en la conciencia medioambiental.

El color gris es una fusión de alegrías y penas, del bien y del mal. Da la impresión de frialdad metálica, pero también sensación de lujo y elegancia.



Verde #97d700

C:46 M:00 Y:96 K:00



Gris, #444444

C:00 M:00 Y:00 K:80

Elementos publicitarios obligatorios:

El nombre de la campaña, logo de la Brigada Ambiental, USS y DRSU.

3.2.4.- Diseño.

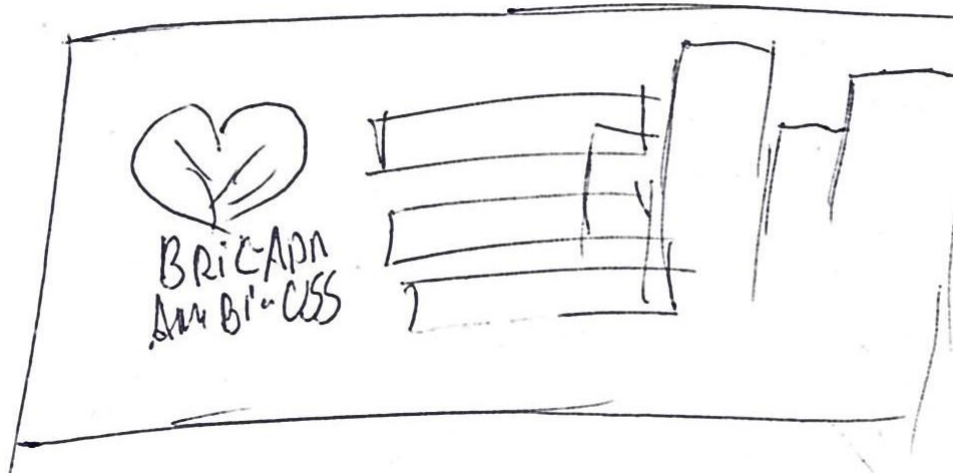
Boceto de foto de perfil.



BRIGADA
AMBIENTAL USS

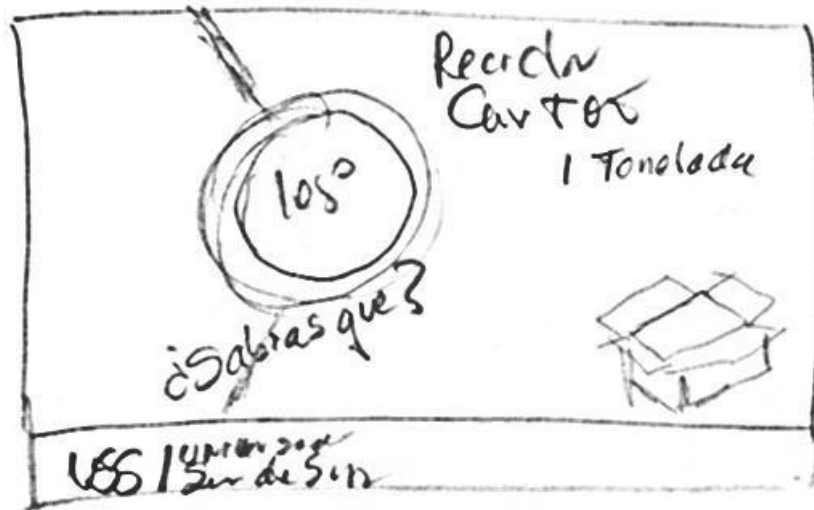


Boceto del banner.

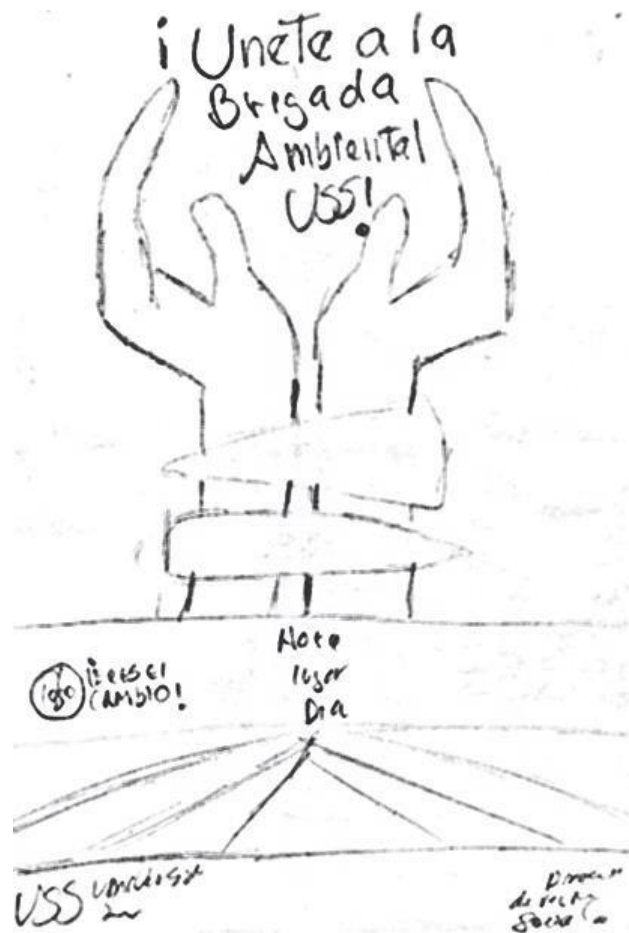


Boceto del flyer.

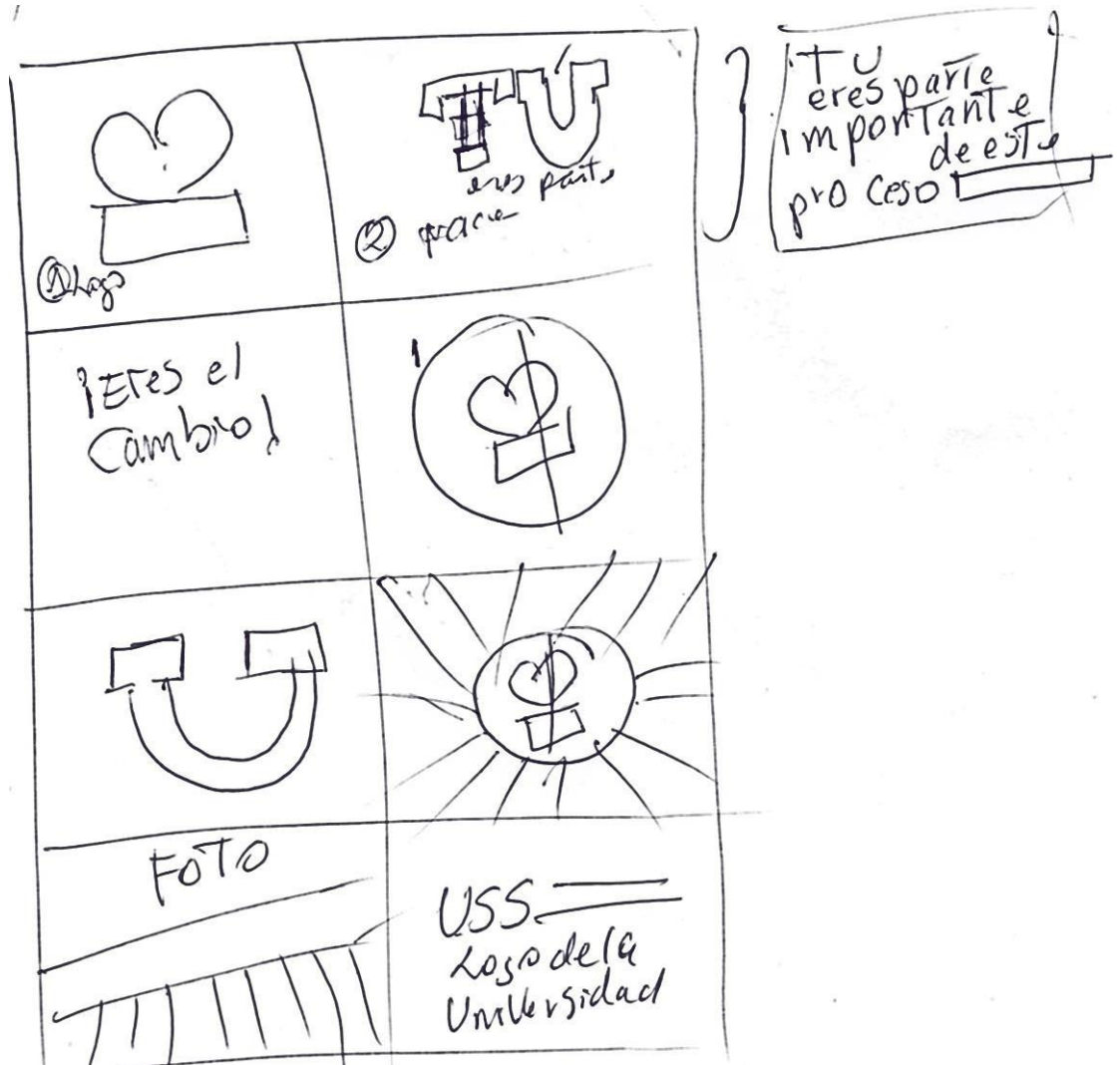




Boceto del poster o cartel.



Boceto del gif.



Prototipo

Icono. En la foto del perfil ira el imagotipo de la Brigada Ambiental USS

Es la foto de perfil como se sabe el principal uso es colocar el imago tipo de nuestra Brigada Ambiental USS. Se pondrá el imago tipo que nos identifica usando el color corporativo verde #97d700(C:46 M:00 Y:96 K:00).

Icono



Imago tipo



Figura 1 :imago tipo creado por autoria del egresado Juan Choza Tuñoque y Milagros

Tipografía



Banner. Imagen de la portada de la Brigada Ambiental USS.

La portada del fanpage de la Brigada Ambiental USS está conformada por una imagen dando a conocer su objetivo principal que los estudiantes que decidan a ser parte de la Brigada Ambiental USS, utilizando la implementación del cargo de la Dirección de Responsabilidad Social Universitaria.

Los colores que se utilizan son corporativos de la misma Universidad Señor de Sipán como el color verde, #97d700(C:46 M:00 Y:96 K:00) y gris, #444444(C:00 M:00 Y:00 K:80), la tipografía es "BrixSans " (titulo) y "Ciudadella "(contenido) esta campaña esta acompaña de un concepto siendo el -# hashtags ¡Eres el cambio!



Post. Anuncios publicitarios que serán publicados en la página de fanpage de la Brigada Ambiental USS.

¿Quiénes somos?: Esta pieza gráfica nos comunica sobre el origen y la formación de la Brigada Ambiental, el mensaje (“somos un grupo voluntario de estudiantes universitarios que realiza y promueve acciones responsable que fortaleza la educación y cultura ambiental a cargo de Dirección de Responsabilidad Social Universitaria”) que está dirigido para el receptor, contienen la cantidad necesaria de información evitando ser saturados, en cuenta al color se está utilizando los colores corporativos ya mencionados, la tipografía es "BrixSans " (titulo); "Ciudadella "(contenido).

Esta campaña esta acompaña de un concepto siendo el -# hashtags ¡Eres el cambio! Por ultimo en la parte inferior están los mandatarios como el logo de la Universidad Señor de Sipán y el logo de Dirección de Responsabilidad Social Universitaria

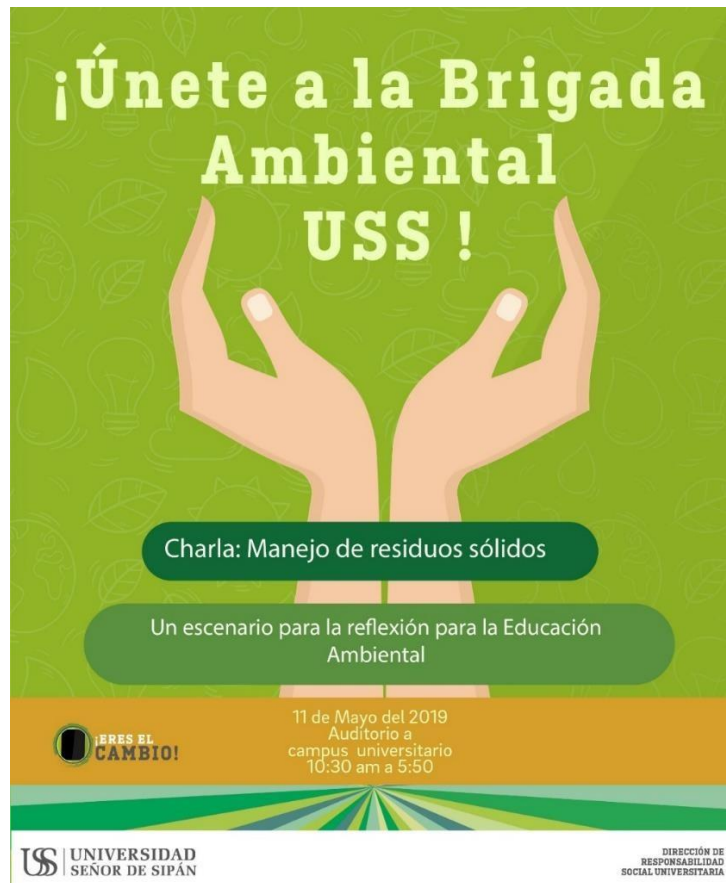
SOMOS
UN GRUPO VOLUNTARIO
de estudiantes universitarios que realiza y promueve
ACCIONES
*Responsable que fortalece la
educación y cultura
Ambiental a cargo de:*
DRSU

¡ERES EL CAMBIO!

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

DIRECCIÓN DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL UNIVERSITARIA

Poster de convocatoria de brigadistas: Es flyer informativo donde invita a la comunidad sipanense a formar parte de “Brigada Ambiental” como ya antes mencionado los colores, tipografía y logos son incorporados en el flyer, la descripción que se coloca en este flyer es ¡Únete a la Brigada Ambiental USS y sé parte del cambio!.



Infografía: Se dispondrá de los colores corporativos ya mencionados al igual que la tipografía, concepto de la campaña y logotipos. El fin es informar sobre las acciones, para poder disminuir un poco la actividad de la contaminación.



Flyer del Brigadista del mes: es un flyer informativo del integrante más destacado del mes al cual se le felicita por las acciones que realiza en la Brigada Ambiental, sin antes olvidar la descripción del flyer que será Un saludo especial a los Brigadistas USS que contribuyen a una cultura ambiental # ¡Eres el cambio! y # Brigada Ambiental.



Poster de conocimiento: para que se conozco más de nosotros como Brigada Ambiental se lanzara preguntas como ¿Adivinen en qué lugar estamos ayudando? ¿Cuántos Brigadistas creen que somos? y ¿cuándo piensas unirte? Sin olvidar la línea grafica que estamos siguiendo.



Gif. **¡Eres el cambio!**: Formato multimedia de Intercambio de Gráficos, en cuando este formato se utilizara una frase (Tú eres parte importante de este proceso) con el concepto **¡Eres el cambio!**, una imagen de los Brigadista, logos de la USS y DRSU.



Arte final

Fanpage de la “Brigada Ambiental USS” aplicado: Información que se encontrara en el fanpage de la Brigada Ambiental USS es como Descripción: La brigada ambiental de la USS, está conformada para actuar en diferentes programas, proyectos y actividades que sean favorables al

medio ambiente, Dónde estamos: Pimentel, Lambayeque, Perú, Numero de contacto: 074 481610 6090 Horario: Siempre abierto y como miembros del equipo Dra. Julia Peláez – Docente USS.



3.3. Conclusiones

En la Universidad Señor de Sipán ha establecido las Políticas Ambientales USS, las cuales abarcan una serie de acciones estratégicas para una cultura ambiental a través de la Brigada Ambiental USS pero sin embargo se pudo apreciar por parte de los estudiantes de Artes y Diseño Gráfico Empresarial que existe un gran desconocimiento sobre Brigada Ambiental USS, pero conocen sobre el reciclaje, su importancia y el compromiso que tiene en la comunidad sipanense. Como menciona Jiménez, et al.(2012) La implementación de la educación ambiental ha sido una exigencia para las Instituciones de Educación Superior en el país; en respuesta a esta exigencia se han desarrollado Programas Ambientales Institucionales. Debido a que esta implementación responde a exigencias de organismos internacionales, más que a una preocupación local, los resultados esperados aún no son claros. Aun así, la Educación Ambiental es una posibilidad para las Instituciones de Educación Superior, porque permite asumir la responsabilidad de construir una ciudadanía ambiental.

Tiene la iniciativa de ayudar o aporta a la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán ya que ellos mencionan que seguimos aportando generaríamos creación de puestos

de trabajo para el proceso de reciclaje, fomentando y concientizando por medio publicitarios las acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán.

Al desarrollar una estrategia de comunicación visual con lo necesarios para transmitir el mensaje de concientización y sensibilización para la comunidad sipanense se estará logran el objetivos especifico 3 para la fomentación de las acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán.

3.4. Recomendaciones.

El programa Brigada Ambiental no es conocida en el entorno por lo tanto se recomienda realizar una propuesta de una campaña grafica social virtual dada por DRSU para su expansión de esta, dentro de la Universidad Señor de Sipán.

Sería ideal la presencia de un profesional especializado en las creaciones publicitarias para implementar el contenido, manejo y administración de la campaña social virtual, para generar contenido.

Se recomienda la creación de un cronograma para dar a conocer las acciones de la Brigada Ambiental y como consecuencia tener mayor difusión en las redes sociales.

Se recomienda realizar un calendario anual para comunicar las acciones participativas de la Brigada Ambiental USS. Para esto se debe elegir un tema que se realizara durante un mes como tendencias o actividades institucionales de la casa de estudios. Como por ejemplo en el mes de Enero se informara de la Educación Ambiental y así se sugiere con los meses anteriores del calendario.

En el caso del cronograma mensual tendremos en cuenta el siguiente orden, supongamos que sea el mes de mayo distribuimos la información por días, luego se escoge el tipo de publicidad ya sea un flyer, cartel o una infografía, escogemos un tema como quienes somos, le ponemos un copy llamativo y por último el hashtags.

REFERENCIAS

- Aguinaga, A., & Villena, J. (Septiembre de 2000). *Ley General de Residuos Sólidos*. Obtenido de Ley General de Residuos Sólidos: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/1491.pdf>
- Aldeanueva, I., & Jiménez, J. (Junio de 2013). Experiencias Internacionales en materia de Responsabilidad Social Universitaria. *Visión de Futuro*, 17(3), 3. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082013000100001
- Alonso, M. (2006). *Marketing Social Corporativo*. España: eumed.net. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/mav/1f.htm>
- Alvares, N. (2008). *La campaña publicitaria perfecta*. Argentina: Macchi San Luis.
- Arboleda, P. (2015). *Mejoramiento de la gestión integral de residuos sólidos de la zona urbana del distrito de Motupe, Lambayeque. (Título de licenciado en administración de empresa)*. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/64/1/TL_Arboleda_Obando_PatriciaAndrea.pdf
- Baca, H. (2016). *La Responsabilidad Social Universitaria: Propuesta Conceptual y Medición en el Ámbito de una Universidad Privada de Lima - Perú. (Tesis Doctoral)*. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/38435/TEISIS%20definitiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ballestas, L., Blanco, R., & Gil, F. (2016). *Diseño de una campaña de reciclaje desde la fuente y aprovechamiento de los residuos sólidos en el barrio villas de Aranjuez de Cartagena (Comunicador social)*. Universidad de Cartagena, CARTAGENA. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/3480/CAMPA%D1A%20RECICAJE%20+%20VILLAS%20DE%20ARANJUEZ.pdf?sequence=1>
- Borges, V. (2017). *¿Qué es un Post?* Obtenido de <https://metodomarketing.com/que-es-un-post/>
- Borrás, C. (21 de Septiembre de 2018). *EcologíaVerde. Las 3R de la ecología: Reducir, Reutilizar y Reciclar*. Obtenido de <https://www.ecologiaverde.com/las-3r-reducir-reutilizar-y-reciclar-315.html>
- By, C. (16 de Junio de 2016). *BLOG DE 360IMPRIMIR*. Obtenido de Guia completa sobre carteles: <http://blog.360imprimir.es/guia-completa-sobre-carteles/>
- Castillo Pomedá, J. (2012). *Cultura Audiovisual*. España, Madrid: Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=CWXXrzodVWkC&pg=PA307&lpg=PA307&dq=El+objetivo+de+una+campa%C3%B1a+social+es+modificar+un+determinado+h%C3%A1bito+en+las+conductas+p%C3%ABlicas,+con+un+prop%C3%B3sito+positivo+que+s+e+traduzca+en+una+nueva+conquista+de>
- Comite Ambiental, U. (2017). *Dirección de Responsabilidad Social*. Obtenido de <https://www.uss.edu.pe/uss/TransparenciaDoc/ResSocial/POLITICA%20AMBIENTAL%20ACTUALIZADA.pdf>

- Corral , Y. (Junio de 2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 19(33), 230. Obtenido de <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/1949/1/ycorral.pdf>
- Curiel, S. (30 de Octubre de 2012). Elementos de una campaña de marketing social para la promoción de la Mediateca. *Revista de Arquitectura e Ingeniería*, 6(3), 5. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1939/193926410004.pdf>
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2011). *El campo de la investigación cualitativa*. Gedisa. Obtenido de <http://metodo3.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/169/2014/10/Denzin-Norman-K.-Lincoln-Yvonna-S.-Introducci%C3%B3n-general.-La-investigaci%C3%B3n-cualitativa-como-disciplina-y-como-pr%C3%A1ctica.pdf>
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 162. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Ernoul, E. (2018). *Socialancer*. Obtenido de <https://www.socialancer.com/metricas-pagina-facebook-marketing/>
- Estrada, S., Pujagut, J., Garcia, S., Oliver, M., Kábelova, I., & Espadinha, A. (2011). *Desarrollo de un proyecto grafico*. España: Index Book.
- Fernández, I. (2015). *Participación Ciudadana*. España: Innovación y Cualificación S.L .
- Fuster Guillen, D. (2019). *Investigación cualitativa: Método fenomenológico*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n1/a10v7n1.pdf>
- Gaete Quezada, R. (2012). Responsabilidad social universitaria: una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas. Partes interesadas.un estudio de caso. (*Grado de doctor*). Universidad de Valladolid, España. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/923/1/TESIS148-120417.pdf>
- Galarza, E. (2016). Aprende a prevenir los efectos del mercurio . *Módulo 2: Residuos y áreas verdes*. Ministerio del Ambiente.Dirección General de Educación, Cultura y Ciudadanía Ambiental, Lima. Obtenido de <http://www.minam.gob.pe/educacion/wp-content/uploads/sites/20/2017/02/Publicaciones-2.-Texto-de-consulta-M%C3%B3dulo-2.pdf>
- Giuliani, A. C., Monteiro, T. A., Zambon, M. S., Betanho, C., & Lima. (2012). El marketing social, el marketing relacionado con causas sociales y la responsabilidad social empresarial EL CASO DEL SUPERMERCADO PÃO DE AÇÚCAR, DE BRASIL. *Invenio* (15). Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/877/87724146003.pdf>
- Hernández Quiroz, A. (2016). *Propuesta de capacitación en educación ambiental no formal para la comunidad de la libertad, provincia de santa cruz, cajamarca(Grado de maestría en ciencias con mención en gestión ambiental)*. Obtenido de <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3636/TESIS%20MAESTRIA%20ADA%20MARISOL%20HERN%C3%81NDEZ%20QUIROZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: MC Graw Hill education. Obtenido de

<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Jiménez Quintero, o. (Diciembre de 2018). Responsabilidad social universitaria en España: un estudio de casos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(64), 650. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29029478003>
- Jiménez, A., Martínez, P., Gil, F., Escobar, L., Silveyra, J., & Escobar, J. (10 de Noviembre de 2012). Los retos de la Universidad Simón Bolívar ante el planteamiento de un Programa Ambiental Institucional. *Revista de Investigación de la Universidad Simón Bolívar*(11), 01. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4281417>
- Kotler, P. (2008). *Las preguntas más frecuentes sobre el marketing*. Bogotá: Norma. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=9SdB_M6x_ugC&printsec=frontcover&dq=las+preguntas+mas+frecuentes+sobre+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiFyP2tx-TMAhXMWx4KHTT2CCcQ6AEIMzAA#v=onepage&q=las%20preguntas%20mas%20frecuentes%20sobre%20marketing&f=false
- Kotler, P., & Robeto, E. (1992). *Marketing Social ,estrategias para cambiar la conducta pública*. España: Diaz de Santos ,S.A.
- Lesur, L. (2009). *Publicidad y propaganda*. México: Editorial trillas.
- López López, A. (2012). *Curso de Diseño Gráfico,Fundamentos y Técnicas*. España: Anaya Multimedia.
- Manay, N. (02 de Diciembre de 2014). Lambayeque genera más de 601 toneladas de residuos sólidos diariamente. *La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/archivo/838180-lambayeque-genera-mas-de-601-toneladas-de-residuos-solidos-diariamente/>
- Martínez Miguélez, M. (Diciembre de 2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Paradigma*, 27(2). Obtenido de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=s1011-22512006000200002&script=sci_arttext
- Martinez Rivera, D. (2017). Análisis del Impacto Económico, Social y Ambiental de la Gestión de Residuos Sólidos Urbanos en Unidades Cerradas de Vivienda de la Ciudad de Pereira. (*Magister en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente*). Universidad de Manizales, Colombia. Obtenido de https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/3219/Martinez_Rivera_David_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez, R. (20 de 5 de 2017). <http://ridunm.umanizales.edu.co:8080>. Obtenido de <http://ridunm.umanizales.edu.co:8080>: <http://ridunm.umanizales.edu.co:8080>
- Muñoz Herrera, H. (2016). *Programa de aprendizaje sobre recolección de residuos sólidos para promover La Ecoaxiología en el Conjunto Habitacional de Nuevo Mocce – Provincia de Lambayeque, 2016(Grado de magister en gestión publica)*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/3710/mu%c3%b1oz_h.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Murillo Burgos, G. (2015). *Campaña de Educación Ambiental para Reducir La Contaminación por Desechos Sólidos en el Recinto La Unión, del Cantón Durán* (Licenciatura en Publicidad y Mercadotecnia). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8738/1/TESIS%20GERSON%20MURILLO%20final.pdf>
- Novoa O, D. L. (2016). *Análisis de la problemática de la explotación de los recursos naturales, la ecología y el medio ambiente en el Perú* (Título profesional de economía). Obtenido de <https://docplayer.es/56210943-Universidad-ricardo-palma-tesis-analisis-de-la-problematica-de-la-explotacion-de-los-recursos-naturales-la-ecologia-y-el-medio-ambiente-en-el-peru.html>
- Ochoa, C. (29 de mayo de 2015). *Netquest*. Obtenido de Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>
- Paico Medina, A. (2017). *Plan de Marketing Social para la concientización ambiental en la ciudad de Chiclayo*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo - Perú (Título de licenciada en administración de empresa). Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/896/1/TL_PaicoMedinaAliciaPubila.pdf
- Pantoja Vallejo, A. (2015). *Manual básico para la realización de tesinas, tesis y trabajos de investigación*. Madrid: EOS.
- Peláez Cavero, J. (2015). Modelo de Gestión de RSU de la USS. *Modelo de gestión de Responsabilidad Social Universitaria Universidad Señor de Sipán, 2, 3*. Chiclayo, Pimentel. Obtenido de <https://www.uss.edu.pe/uss/TransparenciaDoc/ResSocial/POLITICA%20AMBIENTAL%20ACTUALIZADA.pdf>
- Pelaez Cavero, J. B. (2017). Brigada Ambiental (Dirección de Responsabilidad Social Universitaria). *Tú eres parte importante de este proceso ¡Eres el cambio!*, Universidad Señor de Sipán. Chiclayo, Chiclayo, Lambayeque.
- Peláez Cavero, J. (2017). Responsabilidad Social Universitaria. *Manual de Brigada Ambiental*. Chiclayo, Pimentel.
- Penela Leguía, A., Galeno Casquet, C., Galán Ladero, M., & Valero Amado, V. (2012). *Marketing Solidario*. Madrid: Pirámide.
- Plua Villacreses, M. A. (2013). *Campaña de Responsabilidad Social para dar a Conocer La Importancia del Reciclaje Sector Sur Isla Trinitaria, Cooperativa polo Sur, Guayaquil – Ecuador* (Título de Licenciado en Publicidad y Mercadotecnia). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1120/1/campa%20social%20%20%20c2%a8ya%20es%20hora%20de%20reciclar%20original%20tesis%20completa%20%28modi%29.pdf>
- Política Ambiental, U. (marzo de 2017). *Dirección de Responsabilidad Social Universitaria*. Obtenido de <https://www.uss.edu.pe/uss/TransparenciaDoc/ResSocial/POLITICA%20AMBIENTAL%20ACTUALIZADA.pdf>

- Renteria Sacha, J., & Zeballos Villarreal, M. (2014). *Propuesta de mejora para la gestión estratégica del programa de segregación en la fuente y recolección selectiva de residuos sólidos domiciliarios en el distrito de Los Olivos*(Título en Licenciado en Gestión, con mención Gestión Empresarial). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6285/RENTERIA_JOSE_ZEBALLOS_MARIA_PROPUESTA_MEJORA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojas Alva, W. (2016). CAMPAÑA GRÁFICA SOCIAL PARA LA PROTECCIÓN Y ADOPCIÓN DE ANIMALES CALLEJEROS EN CHICLAYO. (PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DELICENCIADO EN ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL). universidad señor de sipán, pimentel.
- Rosal Diaz, A. (2015). *Campaña de comunicación social para prevenir la violencia intrafamiliar*(Tesis de grado). Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/01/Rosal-Andrea.pdf>
- Ruíz Escobar, C. (2015). *Propuesta de Campaña de Educación Ambiental para la Ciudad Universitaria*(Título en ciencias de la comunicación). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala. Obtenido de http://www.repositorio.usac.edu.gt/2291/1/16_1209.pdf
- Schettini, P., & Cortazzo, I. (2016). *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa*. La plata, Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de la Plata. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento_completo_-_Cortazzo%20CATEDRA%20.pdf-PDFA.pdf?sequence=1
- SEMARNAP. (s.f.). Minimización y manejo ambiental de los residuos sólidos. *Dirección general de materiales, residuos y actividades riesgosas*. Instituto Nacional de Ecología, México. Obtenido de http://centro.paot.org.mx/documentos/ine/mini_manejo_residuos_solidos.pdf
- SEMARNAT. (2017). *Manejo integral de los residuos sólidos*. Obtenido de <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones2/libros/133/manejo.html>
- Sotelo Niño, E. J. (2015). *fortalecimiento de la educación ambiental en el centro educativo público de secundaria San Benito, del municipio de Chinandega, departamento de Chinandega* (título de Máster en Educación Rural y Desarrollo). Obtenido de <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/6875>
- Van Vuuren, S. (2012). *Fortalecimiento de la educación ambiental en el centro educativo público de secundaria San Benito N° 1, período noviembre 2011-agosto 2012*(Grado de Master en Educación Rural y Desarrollo). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, Nicaragua. Obtenido de <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/795/1/225270.pdf>

ANEXOS

Anexo N° 01

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

"Año del Diálogo y Reconciliación Nacional"

ENTREVISTA

Guía de entrevista

Objetivo 02: Conocimiento de los expertos acerca de la difusión y fomentación de los residuos sólidos del proyecto participativo Brigada Ambiental en Universidad Señor de Sipán.

Fecha: ___/___/___

Nombre del entrevistado: _____

Cargo del docente: _____

Sexo: Femenino/ Masculino: _____

Pre categoría 02: **las acciones de la Brigada Ambiental**

¿Crees usted, que es importante contar con un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente en la Universidad Señor de Sipán?

¿Cuáles son los tipos de residuos sólidos?

¿Piensas que de verdad reciclar sirve para algo? ¿Para qué?

¿Considera que los puntos limpios ubicados en la universidad ayudan a la segregación y clasificación de los residuos?

¿Cómo gestionaría usted el uso de los residuos sólidos?

¿Existe la posibilidad de que usted se integre a la Brigada Ambiental?

¿Qué proyectos planificaría usted para fomentar la gestión de los residuos sólidos en la USS?

¿Qué medio publicitario usaría usted para difundir y comunicar la importancia del uso de los residuos sólidos?

Anexo N° 02

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

"Año del Diálogo y Reconciliación Nacional"

FOCUS GROUPS

Guía de tópicos

Objetivo 01: Conocer las perspectivas y opiniones de los estudiantes del segundo ciclo de la carrera de Artes y Diseño Gráfico Empresarial de una campaña social para la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán.

Fecha: __/__/__ Lugar de la sala: _____

Hora de inicio: _____ Hora de termino: _____

Sujetos de análisis / informantes: _____

1.- Presentación

Buenos días les agradezco su presencia, mi nombre es Pilar Olivera Carrillo, Lo que realizaremos a continuación es una sesión de focus group que consiste en reunir a varias personas para platicar sobre un tema de "Propuesta de Campaña Social para comunicar las Acciones de la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán".

Es importante mencionar que no existen respuestas correctas o incorrectas, solamente opiniones, perfil, percepciones o apreciaciones.

Les pediré que hablen en un tono adecuado para que se puedan escuchar y que por favor no se interrumpan, por lo que una persona debe hablar a la vez. También es importante que apaguen sus teléfonos celulares. La sesión se grabará para no perder detalle de sus comentarios.

Serán elegidos 7 participantes.

Para poder llamarnos por nuestro nombre se les repartirá un carnet donde estarán escrito sus nombres completos.

Les pedimos poner mucha atención y comentar, al final de cada pregunta

2.- Pre categoría 01 **Comunicación visual**

¿Qué es para ustedes una Campaña Social?

¿Considera importante hacer una campaña social para los problemas sociales?

¿Conocen alguna campaña social que difunda el uso de los residuos sólidos?

¿Sabe usted si hay un proyecto participativo para el cuidado del medio ambiente en algunas universidades?

¿Sabe tu si en la USS cuenta con un proyecto participativo llamado Brigada Ambiental?

¿Usted formaría parte de este proyecto?

Se les presenta un imagotipo. ¿Qué es lo primero que se viene a su mente después de ver el imagotipo?

¿Ustedes creen que los colores son adecuados? ¿Qué sugerirían usted?

¿Qué mensaje les transfiere el imagotipo?

¿Cómo lo relaciona el imago tipo de la Brigada Ambiental con USS?

¿Crees tú que la composición del imagotipo entre la imagen y la tipografía representa el símbolo del cuidado del medio ambiente?

¿Han observados ustedes un medio de propagación de campañas sociales en la USS?

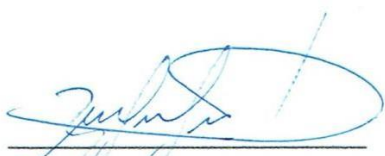
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, JORGE LUIS LEIVA PIEDRA

_____ deja constancia de haber revisado los ítems de los cuestionarios de entrevista y encuesta que el investigador Estefany del Pilar Olivera Carrillo usó para su trabajo de tesis "PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA COMUNICAR LAS ACCIONES DE LA BRIGADA AMBIENTAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN"

Ambos instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de acceso a la información con varias preguntas definidas al respecto. Los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, el Instituto Prensa y Sociedad garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.



COORDINADOR DE I+D+i
PARQUE CIENTÍFICO TECNOLÓGICO

05 de Septiembre de 2018

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

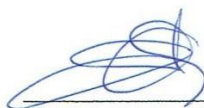
Mediante la presente, Carlos Otero Goyales

_____ deja constancia de haber revisado los ítems de los cuestionarios de entrevista y encuesta que el investigador Estefany del Pilar Olivera Carrillo usó para su trabajo de tesis "PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA COMUNICAR LAS ACCIONES DE LA BRIGADA AMBIENTAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN"

Ambos instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de acceso a la información con varias preguntas definidas al respecto. Los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, el Instituto Prensa y Sociedad garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

___ de Septiembre de 2018.



Docente - Escuela
ADGE.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, la Magister Lezzy Minerva Esparza Castillo deja constancia de haber revisado los ítems de los cuestionarios de entrevista y encuesta que el investigador Estefany del Pilar Olivera Carrillo usó para su trabajo de tesis "PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA COMUNICAR LAS ACCIONES DE LA BRIGADA AMBIENTAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN"

Ambos instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de acceso a la información con varias preguntas definidas al respecto. Los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, Magister Lezzy Minerva Esparza Castillo garantiza la validez de dicho instrumento presentado por el referido investigador.



Mg. Lezzy Minerva Esparza Castillo.
Especialista en Marketing y Publicidad.

17 de Octubre de 2018.



BRIGADA
AMBIENTAL U

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

"Año del Diálogo y Reconciliación Nacional"

FOCUS GROUPS

Guía de tópicos

Objetivo 01: Conocer las perspectivas y opiniones de los estudiantes del segundo ciclo de la carrera de Artes y Diseño Gráfico Empresarial de una campaña social para la Brigada Ambiental de la Universidad Señor de Sipán.

Asistencia de los estudiantes

Fecha: 24.10.2018 Lugar de la sala: Aula 515 USS
 Hora de inicio: 11:50 am Hora de término: 12:00 pm
 Sujetos de análisis / informantes: Estudiantes del 2º ciclo de ARDGE.

N°	Nombre y Apellidos	Firma
1	Brayand Daniel Enrique Pizarro	<i>[Firma]</i>
2	Ella Céspedes Llanos.	<i>[Firma]</i>
3	Guanilo Gonzalez Said Milagros del Pilar	<i>[Firma]</i>
4	Ljelka Clara Jara Ovkaric	<i>[Firma]</i>
5	Guerrero Bastilla Shaim David	<i>[Firma]</i>
6	Sara Carrasco Alcantara	<i>[Firma]</i>
7	Torres Paz Constante Adolfo	<i>[Firma]</i>
8	Alexandra Nicole Gladys Quispe Quispe	<i>[Firma]</i>
9		
10		



**I
RECICLOTÓN
SIPANENSE
2018-II**

PIENSA Y RECICLA

Estimada comunidad universitaria te invitamos a que nos ayudes a recaudar papel reciclado, y así desarrollar una cultura ambiental, como alternativa de solución a la contaminación en la región.

**SEMANA:
3ra Y 4ta OCTUBRE
1ra y 2da NOVIEMBRE**

CAMPUS USS
Entre Legística y Clínica Estomatológica

HORARIOS
Mañana: 7:30 a 8:30 am
Tarde: 1:50 a 2:30 pm.
Noche: 6:00 a 7:00 pm.

INFORMES:
074-481610
anexos 6090-6008

USS | UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

FORMACIÓN GENERAL
DIRECCIÓN DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL UNIVERSITARIA