	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN		VERSIÓN	02
			FECHA	03/04/2017
			PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ		REVISÓ		APROBÓ
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad		Líder de Calidad

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES)

Maria Isabel Escalante Sandoval

Neusy Tatiana Galvis Fuentes

Stephania Suescún Gutiérrez

FACULTAD EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: Comunicación Social

DIRECTOR: Erwin Jácome Castilla

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA LA GENERACIÓN DE CONCIENCIA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL MERCADO DE CENABASTOS, PERIODO 2022-2023

El diseño de una estrategia comunicativa para la generación de conciencia ambiental en los comerciantes minoristas del Mercado de Cenabastos es la primera parte de este macroproyecto. En este apartado contiene objetivos, formulación de problema, marco referencial, metodología, ítems que formaron las bases para el desarrollo de los objetivos, por lo tanto, en el capítulo de resultados se encontrará primero lo obtenido en el diagnóstico de la comunidad de comerciantes del galpón minorista, el cual se fundamentó en los instrumentos de la encuesta, entrevista y análisis con la matriz DOFA, estas herramientas resultaron claves para determinar la falta de conciencia ambiental reflejada en el comportamiento de los comerciantes frente al tratamiento de residuos sólidos, seguidamente el diseño de la estrategia denominada ECOMUNICA “difusión de conciencia verde”, complementada con actividades presenciales con la comunidad y un plan de difusión por redes sociales oficiales de Cenabastos, en el que se diseñaron diferentes piezas gráficas y un cortometraje protagonizado por los comerciantes minoristas.

PALABRAS CLAVES: Estrategias Comunicativas, Conciencia ambiental, Cambio Social, Educación Ambiental, Tratamiento de residuos sólidos.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 120 PLANOS: 0 ILUSTRACIONES: 9 CD ROOM: 0

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA LA GENERACIÓN DE
CONCIENCIA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL MERCADO
DE CENABASTOS, PERIODO 2022-2023

MARIA ISABEL ESCALANTE SANDOVAL

STEPHANIA SUESCUN GUTIÉRREZ

NEYSY TATIANA GALVIS FUENTES

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2023

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA LA GENERACIÓN DE
CONCIENCIA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL MERCADO
DE CENABASTOS, PERIODO 2022-2023

MARIA ISABEL ESCALANTE SANDOVAL

STEPHANIA SUESCUN GUTIÉRREZ

NEYSY TATIANA GALVIS FUENTES

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO
DE COMUNICADORES SOCIALES

ERWIN JACOME CASTILLA

DIRECTOR

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2023

TABLA DE CONTENIDO

1. PROBLEMA.....	3
1.1. Título	3
1.2. Descripción del problema.....	3
1.3. Formulación del problema.....	5
1.4. Objetivos	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos Específicos	6
1.5. Justificación.....	6
2. MARCO REFERENCIAL	9
2.1. Antecedentes	9
2.1.1. Internacionales.....	9
2.1.2. Nacionales	21
2.1.3. Locales.....	30
2.1.4. Conclusión.....	36
2.2. Marco teórico	37
2.2.1. Comunicación para el cambio social.....	37
2.2.2. Estrategias comunicativas.....	39
2.2.3. Herramientas Comunicativas.....	41
2.2.4. Conciencia ambiental	42

2.2.5. El Medio Ambiente y sociedad	43
2.2.6. Educación ambiental.....	44
2.3. Marco conceptual	46
2.3.1. Tratamiento De Residuos sólidos	46
2.3.2. Los Residuos Sólidos.....	47
2.4. Marco Contextual	50
2.5. Marco Legal	53
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	55
3.1. Paradigma – socio crítico	55
3.2. Método.....	55
3.3. Actores.....	57
3.4. Muestra y Técnica de muestreo	58
3.4.1. Fuentes y procedimientos para la recolección de información.....	59
3.5. Validación de instrumentos	63
4. RESULTADOS.....	64
4.1. Diagnóstico.....	64
4.1.1. Resultados de Encuestas	65
4.1.2. Análisis de entrevistas	70
4.1.3. Análisis de resultados	77
4.2. Diseño de la estrategia comunicativa	80

4.2.1. Propuesta de diseño	81
4.3. Actividades de diseño.....	82
4.4. Identificación de estrategias de comunicación.....	84
4.5. Esquema de diseño de la estrategia comunicativa.....	85
5. CONCLUSIONES	88
6. RECOMENDACIONES	92
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93



ACTA DE SUSTENTACION DE UN PROYECTO DE GRADO
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL


FECHA: San José de Cúcuta, 1 de Marzo de 2024

LUGAR: Sala de Imagen segundo Piso Edificio de Comunicación Social

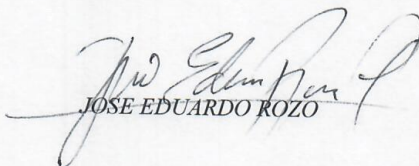
Título del trabajo de grado: “DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA LA GENERACIÓN DE CONCIENCIA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL MERCADO DE CENABASTOS, PERIODO 2022-2023”.

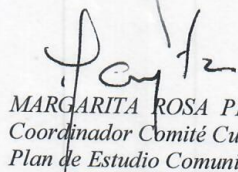
Director (a): **ERWIN HERNANDO JACOME CASTILLA**
Comunicador Social
Mg. En Comunicación Desarrollo y Cambio Social

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CÓDIGO	CALIFICACION	A.M.L
MARIA ISABEL ESCALANTE SANDOVAL	1331297	4.1	APROBADO
NEYSY TATIANA GALVIS FUENTES	1331303	4.1	APROBADO
STEPHANIA SUESCUN GUTIERREZ	1331305	4.1	APROBADO


HECTOR PEDROZO NARVAEZ


YORMARY ANDREA GARCÍA


JOSE EDUARDO ROZO


MARGARITA ROSA PEÑALOZA DURAN
Coordinador Comité Curricular
Plan de Estudio Comunicación Social