

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PLAN EXCEPCIONAL DE TITULACIÓN PARA ANTIGUOS**  
**ESTUDIANTES NO GRADUADOS**  
**TRABAJO DIRIGIDO**

**ESTRATEGIA COMUNICACIONAL Y CULTURA AMBIENTAL EN VISITANTES AL**  
**BIOPARQUE MUNICIPAL VESTY PAKOS EN RELACIÓN A LA SEPARACIÓN DE**  
**RESIDUOS SÓLIDOS**

**Para optar el Grado de Licenciatura en Comunicación Social**

**POSTULANTE:** Carmen del Rosario Apaza León

**TUTORA:** M.Sc. Rose Mary Alcón Quelca

LA PAZ – BOLIVIA

2022

## **DEDICATORIA**

A Dios y mis abuelitos Petrona y Felipe, quienes guían mi camino desde el cielo. A mi amado padre Alberto, principal pilar de mi vida y a mi hermana Carolina por todo su apoyo. Con todo amor y mucho cariño, les dedico este trabajo en reconocimiento a todos los esfuerzos que hicieron para que yo pueda estudiar, ellos se merecen todo lo bueno de esta vida.

Carmen Apaza L.

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios, por concederme la fortaleza y paciencia necesaria para enfrentar y superar mis inconvenientes y cumplir mis objetivos y propósitos de vida.*

*A mi padre, familiares y amigos, quienes fueron y son apoyo constante, necesario e invaluable para materializar el presente proyecto.*

*A la docente Rose Mary Alcón Quelca, por su apoyo y asesoría en mi Trabajo Dirigido.*

*A todos los funcionarios del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, quienes me brindaron la información necesaria para la elaboración y sustento de este proyecto.*

*A todos los miembros del jurado, por su paciencia y ánimo en el logro de este documento.*

*Y un agradecimiento muy sentido a la Universidad Mayor de San Andrés, por su servicio y formación de nuevos y buenos profesionales.*

*A todos ellos, mi más grande agradecimiento.*

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El planteamiento de este trabajo dirigido, ha sido motivado por la falta de estrategias comunicacionales concienciadoras que eduquen al visitante sobre la separación de los residuos sólidos generados al interior y alrededores del Bioparque Municipal Vesty Pakos, ubicado en el municipio de Nuestra Señora de La Paz, que en la actualidad, van originando proporciones importantes de contaminación que afectan el entorno ambiental de la ciudad.

El trabajo de investigación tiene como objetivo principal, elaborar y proponer una estrategia comunicacional para la concientización de la separación diferenciada y responsable de residuos sólidos, dirigida a los visitantes del bioparque de Mallasa de la ciudad de La Paz.

Para alcanzar este cometido, se ha desarrollado un diagnóstico que contribuirá a identificar las acciones que aplica el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, relativo al tema. El método de estudio es cualitativo y analítico, la técnica utilizada fue realizar encuestas y entrevistas.

Se han establecido estrategias comunicacionales convenientes para la difusión de información institucional para la elaboración del plan general.

Esta información coadyuva a realizar un diagnóstico para observar el conocimiento de los visitantes sobre el tema de los residuos sólidos y qué acciones realizan en beneficio del Medio Ambiente y para mantener limpio el espacio municipal.

Como respuesta a esta problemática se propone educar y concientizar a los visitantes, administrativos y voluntarios del Bioparque Vesty Pakos sobre la correcta separación de los desechos. También se plantea la realización de campañas al interior del recinto como: recoger los

residuos en grupos conformados por universitarios, los mismos funcionarios y visitantes, enviar boletines y cartillas informativas a diferentes entidades del municipio paceño, realización de ferias ecológicas promoviendo la reactivación económica e impulsando a emprendedores ambientalistas, entre otras actividades.

**Palabras Clave:** *Comunicación, Estrategia, Separación de Residuos, Educación, Medio Ambiente, Bioparque.*

## ÍNDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>IV</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>VI</b>
<b>LISTA DE FIGURAS .....</b>	<b>X</b>
<b>LISTA DE TABLAS .....</b>	<b>XI</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTO DE LA INTERVENCIÓN .....	3
JUSTIFICACIÓN/RELEVANCIA DE LA INTERVENCIÓN .....	8
<b>1.    CAPÍTULO 1.....</b>	<b>11</b>
1.1.    DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	11
1.2.    OBJETIVOS .....	12
1.2.1. <i>Objetivo general</i> .....	12
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	12
1.3.    DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	13
1.3.1. <i>Delimitación espacial</i> .....	13
1.3.2. <i>Delimitación poblacional</i> .....	13
1.3.3. <i>Delimitación temporal</i> .....	13
1.4.    ANTECEDENTES DEL PROBLEMA CON DATOS CUANTITATIVOS Y/O CUALITATIVOS.....	14
<b>2.    CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO/ CONCEPTUAL .....</b>	<b>19</b>
2.1.    LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA .....	19
2.1.1. <i>Proceso de la comunicación</i> .....	20
2.1.2. <i>Elementos de la comunicación</i> .....	21
2.2.    COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO .....	23

2.3.	ESTRATEGIA .....	24
2.3.1.	<i>Estrategias de comunicación</i> .....	26
2.4.	PLAN DE COMUNICACIÓN .....	27
2.4.1.	<i>Análisis de la situación de partida</i> .....	28
2.4.2.	<i>Definición de los objetivos del plan</i> .....	28
2.4.3.	<i>Selección del eje de comunicación</i> .....	29
2.4.4.	<i>Elaboración de la estructura del plan de comunicación</i> .....	29
2.4.5.	<i>Diseño de los programas</i> .....	30
2.4.6.	<i>Plan de tiempos y recursos</i> .....	30
2.4.7.	<i>Ejecución del plan</i> .....	30
2.4.8.	<i>Supervisión y control</i> .....	30
2.4.9.	<i>Comunicación ambiental</i> .....	31
2.5.	MEDIO AMBIENTE .....	32
2.5.1.	<i>Contaminación ambiental</i> .....	33
2.5.2.	<i>Cultura ambiental</i> .....	34
2.5.3.	<i>Educación ambiental</i> .....	35
2.5.4.	<i>Residuo</i> .....	36
2.5.5.	<i>Reciclaje</i> .....	37
<b>3.</b>	<b>CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>42</b>
3.1.1.	<i>Tipo de investigación</i> .....	42
3.1.2.	<i>Método de investigación</i> .....	42
3.1.3.	<i>Técnica de recolección de información</i> .....	43
<b>4.</b>	<b>CAPÍTULO 4: MARCO INSTITUCIONAL.....</b>	<b>44</b>
4.1.	ESPACIO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
4.2.	INICIO DE LOS ZOOLOGICOS .....	44

4.2.1.	<i>Breve historia</i> .....	44
4.2.2.	<i>Zoológicos y sus funciones</i> .....	46
4.2.3.	<i>Zoológicos en Bolivia</i> .....	47
4.2.4.	<i>Santa Cruz</i> .....	48
4.2.5.	<i>La Paz</i> .....	48
4.3.	¿QUÉ ES UN BIOPARQUE?.....	50
4.4.	DE ZOOLOGICO A BIOPARQUE MUNICIPAL VESTY PAKOS.....	51
4.4.1.	<i>¿Quién fue Silvestre Pakos Sofro?</i> .....	55
4.5.	ORGANIZACIONES Y FUNCIONES .....	57
<b>5.</b>	<b>CAPÍTULO 5: DIAGNÓSTICO DEL TRABAJO .....</b>	<b>62</b>
5.1.	ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE RECICLAJE EN EL BIOPARQUE MUNICIPAL VESTY PAKOS	62
5.1.1.	<i>Aplicación de instrumentos: entrevista aplicada a la coordinadora del Programa Municipal de Gestión Integral de Residuos del GAMLP, Ing. Farina Flores Miranda</i> .....	66
5.1.2.	<i>Aplicación de instrumentos: entrevista aplicada al director del Sistema de Regulación y Supervisión Municipal (Siremu), Ing. Rubén Ledezma</i> .....	69
5.1.3.	<i>Aplicación de instrumentos: Encuesta aplicada a visitantes, administrativos y voluntarios del Bioparque municipal Vesty Pakos</i> .....	75
5.1.4.	<i>Ficha técnica</i> .....	75
<b>6.</b>	<b>CAPÍTULO 6: DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>94</b>
6.1.	PROPUESTA PLAN DE COMUNICACIÓN.....	94
6.2.	PROYECTO DE INTERVENCIÓN .....	94
6.3.	OBJETIVOS DE LA INTERVENCIÓN.....	96
6.3.1.	<i>Objetivo General</i> .....	96
6.3.2.	<i>Objetivos Específicos</i> .....	96

6.4.	ANÁLISIS FODA EN BASE A DIAGNÓSTICO DE LA SEPARACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS EN EL BMPV	99
6.5.	SEGMENTACIÓN DE GRUPOS DESTINATARIOS .....	100
6.5.1.	<i>Grupos destinatarios:</i> .....	102
6.6.	ESTRATEGIA DEL MENSAJE Y LA ESTRATEGIA CREATIVA. ....	102
6.7.	INTEGRACIÓN DE MEDIOS PARA DIFUSIÓN DEL MENSAJE.....	109
6.8.	EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.....	110
6.9.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	127
6.10.	EVALUACIÓN .....	128
6.11.	PLAN DE ACCIÓN.....	129
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>132</b>
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>135</b>
7.	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>138</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Entrega de una Isla Verde para el macrodistrito Mallasa. (Agencia Municipal de Noticias, AMUN, 2020).....	17
Figura 2. Autoridades entregan una Isla Verde para separación de residuos sólidos (Agencia Municipal de Noticias, AMUN, 2020).....	18
Figura 3. Equipamiento de aseo urbano Isla verde .....	41
Figura 4. Equipamiento urbano, Contenedores diferenciados .....	41
Figura 5. Silvestre Pakos Sofro observando a un león.....	49
Figura 6. Puerta principal del Bioparque Municipal Vesty Pakos en La Paz - Bolivia (2021).....	55
Figura 7. Busto de Vesty Pakos - Alfonso,.....	57
Figura 8. Vesty Pakos Posa con una boa en el cuello Alfonso (2011).....	57
Figura 9. Punto de reciclaje para botellas plásticas en el BMVP.....	62
Figura 10. La ex administradora del BMVP y bióloga, Grace Ledezma (La Región, 2021).....	65
Figura 11. Canastas del Bioparque Municipal Vesty Pakos .....	72
Figura 12. Estructura de la propuesta.....	95
Figura 13. Diseño Campaña Recolección Diferenciada .....	104
Figura 14. Bóptico informativo sobre la recolección diferenciada .....	104
Figura 15. Bóptico informativo sobre recolección diferenciada de residuos sólidos .....	105
Figura 16. Alcalde de La Paz, Iván Arias, luce traje de material reciclado .....	118

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Rango de edad.....	76
Tabla 2. Género.....	77
Tabla 3. Estrato Socioeconómico.....	78
Tabla 4. Importancia del reciclaje.....	79
Tabla 5. Mayor beneficio del reciclaje.....	80
Tabla 6. Elementos que se pueden reciclar .....	82
Tabla 7. Reconocimiento símbolo del reciclaje .....	83
Tabla 8. Reconocimiento de elementos para reciclar dentro del BMVP .....	84
Tabla 9. Deposita la basura en las canastas respectivas.....	85
Tabla 10. Asociación color vs. Residuos .....	87
Tabla 11. Tipo de residuos que se ven en el BMVP .....	88
Tabla 12. Conocimiento del plan de recolección diferenciada de residuos del GAMLP .....	90
Tabla 13. Medio de información preferida por la población en orden de relevancia para brindar información sobre la recolección diferenciada. ....	91
Tabla 14 . Disposición de la ciudadanía en la realización de estrategias para implementar la cultura de separación de residuos sólidos .....	92
Tabla 15. Análisis FODA .....	100
Tabla 16. Segmentación público.....	101
Tabla 17. Formato propuesta campaña .....	105
Tabla 18. Planteamiento estratégico. ....	106
Tabla 19. Posicionamiento deseado .....	107
Tabla 20. Ejercicio táctico. ....	108
Tabla 21. Comunicación exterior.....	110
Tabla 22. Publicidad exterior – Afiches.....	111
Tabla 23. Social media.....	112

Tabla 24. Objetivos - Social media por redes .....	113
Tabla 25. Biografía y periodicidad. ....	114
Tabla 26. Cubrimiento de fechas especiales .....	114
Tabla 27. Campaña educativa promocional.....	115
Tabla 28. Relaciones públicas - Desfile.....	117
Tabla 29. Relaciones públicas – Tiktoker e influencers .....	119
Tabla 30. Relaciones públicas - Convenio.....	120
Tabla 31 . Relaciones públicas – Paneles informativas .....	121
Tabla 32. Relaciones públicas – Actos internos.....	122
Tabla 33. Relaciones públicas – Identidad ambiental.....	122
Tabla 34. Promoción eventos y ferias.....	123
Tabla 35. Redes sociales .....	125
Tabla 36. Presupuesto .....	126
Tabla 37. Cronograma de actividades.....	127
Tabla 38. Formato de evaluación y control del plan de comunicación.....	128
Tabla 39. Plan de acción .....	129

## INTRODUCCIÓN

La ausencia de una cultura ambiental y la contaminación del medio ambiente en nuestra sociedad, van causando daños irreparables y acelerando el deterioro de nuestro planeta, en el que día a día, son innumerables los desechos generados por los seres humanos.

La implementación de una cultura ambiental en la humanidad permitirá que el habitante adquiera un grado de responsabilidad entorno al cuidado y preservación del medio ambiente, mejorando así la convivencia social y la calidad de vida.

Conseguir una transformación cultural, conlleva educar y concienciar a la sociedad sobre la importancia de sus acciones diarias con relación al manejo de los desechos y que estas tienen un impacto ambiental positivo o negativo en las condiciones de vida de la humanidad y que es necesario un cambio de hábitos para adoptar una conciencia ecológica.

Por lo expuesto, el objetivo central de este estudio, reside precisamente, en el diseño de una estrategia comunicacional que contribuya a generar una cultura ambiental positiva promoviendo el manejo responsable de los residuos sólidos dirigida a los visitantes del Bioparque Municipal Vesty Pakos (BMVP) del área urbana del municipio de Nuestra Señora de La Paz.

En ese sentido, se estableció un diagnóstico real que permite verificar el tipo de cultura ambiental que prevalece en los visitantes del bioparque municipal en relación a la separación de residuos sólidos, esto con el objetivo de diseñar una estrategia de comunicación para la segregación adecuada de los desechos sólidos generados al interior del espacio recreacional.

La propuesta trabajada en esta investigación tuvo el siguiente procedimiento:

- Se presenta los antecedentes y el planteamiento de la intervención, justificación que viene a ser la relevancia de la intervención.
- Se definió el problema, la delimitación espacial, temporal, antecedentes del problema.
- Se señala el marco teórico.
- Se aborda el marco institucional del Bioparque Municipal Vesty Pakos.
- Se plantea los aspectos metodológicos que se desarrollaron para la ejecución del estudio.
- Recolección de datos.
- Propuesta de estrategia de comunicacional.
- Conclusiones
- Recomendaciones

La investigación se desarrolló acorde a la estructura de Trabajo Dirigido sugerida por la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales, perteneciente a la Universidad Mayor de San Andrés, considerando los siguientes aspectos:

Para este fin se realizó una entrevista estructurada a técnicos en el tema del reciclaje y recolección diferenciada de residuos sólidos en la ciudad de La Paz, que permitió completar la información sobre el tema y lograr estrategias y prácticas para coadyuvar a mejorar el manejo de residuos sólidos en el BMVP.

También, se aplicó un muestreo del tipo probabilístico a 322 visitantes al bioparque, durante tres domingos, por ser el día más concurrido para visitar el espacio recreacional, entre los

encuestados se estratificó a jóvenes mayores de 15 años, visitantes en general, voluntarios y administrativos del lugar, con el propósito de demostrar la viabilidad de este Trabajo Dirigido.

Es importante mencionar que, para el presente trabajo dirigido, no se consideró la participación de los niños y niñas de 0 a 10 años, porque de acuerdo a información proporcionada por el personal del GAML, ellos están considerados en un proyecto que ya se encuentra en ejecución, con buenas prácticas en el BMVP.

Después de examinar la información recogida durante el estudio, considerando además la encuesta, entrevistas y plan de acción, se diseña una estrategia de comunicación que se utilice como herramienta para la adecuada separación de residuos sólidos en el espacio municipal de Mallasa.

### **Antecedentes y planteamiento de la intervención**

Para el presente Trabajo Dirigido, que derivará en la implementación de una estrategia comunicacional y cultura ambiental, dirigido a los visitantes al Bioparque Municipal Vesty Pakos, en relación a la separación de residuos sólidos, se pudo encontrar antecedentes vinculados a este tema, en diferentes esferas: ámbito internacional, nacional y municipal. Si bien se trata de un tema que adquiere día a día mayor relevancia, las investigaciones relacionadas a procedimientos comunicacionales en el manejo de residuos sólidos, son mínimas, se consiguió evidenciar que no existen muchos trabajos de investigación que establezcan parámetros amplios sobre el problema considerando las siguientes referencias al presente trabajo de investigación.

A nivel mundial se han desarrollado todo tipo de iniciativas ambientales en pro de un mundo más llevadero para las generaciones presentes y futuras, y a nivel de otros estados se han

instituido medidas que favorecen significativamente en la transformación a la que se requiere llegar.

En ese contexto, en el ámbito internacional, Linda Zoemmy Estrada García, en su investigación (2009), establece un “Diagnóstico y una Estrategia de Comunicación para el Buen Manejo de los Desechos Sólidos en la Aldea Sajcavilla del Municipio de San Juan Sacatepéquez, Guatemala, en la misma se devela la existencia de problemas del manejo de los desechos sólidos y la proliferación de los basureros ilegales en la aldea a la que hace referencia; en la investigación muestra las causas del manejo de residuos sólidos que hace la población y concluye en proponer la estrategia de comunicación más efectiva, a su parecer, para prevenir y minimizar este problema que aqueja a la población. Llega a concluir que las familias hacen un mal manejo de los desechos sólidos debido a que no existe un plan ecológico integral que incluya la creación de un basurero municipal, tampoco existen empresas que presten el servicio adecuado de recolección y tratamiento de los desechos sólidos. (García, 2009)

El Centro Panamericano de Ingeniería Sanitaria (CEPIS), el año 2002, llevó a cabo un diagnóstico sobre el manejo de residuos sólidos municipales en América Latina y el Caribe, centrandó su trabajo en mejorar la salud de las personas, del medio ambiente, disminuyendo la exposición de los seres humanos a lesiones, incidentes, molestias y padecimientos, como resultado del manejo inadecuado de los residuos sólidos. (CEPIS, 2002)

En ese diagnóstico concluyeron que en gran parte de los países no se trataron políticas ni estrategias comunicacionales y las acciones que se ejecutan sobre este tema son aisladas y eventuales. Son pocos los países donde se practica la educación ambiental y la separación de

residuos sólidos es una tarea con resultados a largo plazo que debe iniciarse en la infancia y sus diferentes espacios.

Osmar Aníbal Vásquez Gómez, el año 2007, analizó la comunidad de Bárcena, Villa Nueva, con relación al mal manejo de los desechos, y concluye que existen problemas ambientales en Villa Nueva, Guatemala. Haciéndose las siguientes preguntas ¿Cuáles son las causas del mal manejo de la basura en esta comunidad? y ¿Cuál es la propuesta de comunicación alternativa más efectiva para minimizar este problema?, a lo que el autor responde que las causas son por un mal servicio que no cumple las expectativas y económicamente es inaccesible, la falta de educación ambiental, urbanística, cívica y moral de los ciudadanos. Para la solución a este problema plantea una estrategia de comunicación que incluye la utilización de material informativo impreso como afiches y calendarios. (Vásquez, 2007)

A nivel nacional, el Diagnóstico de la Gestión de Residuos Sólidos en Bolivia, realizado en la gestión 2012, por el Viceministerio de Agua Potable y Saneamiento Básico, a través de la Dirección General de Gestión Integral de Residuos Sólidos, en el país se han ejecutado campañas temporales con talleres y ferias educativas encaminadas a la prevención y reducción de la generación de los residuos sólidos sin lograr resultados de impacto. Una de las causas es la carencia de políticas, normativa e información que promuevan este aspecto. (MMAyA/VAPSB/DGGIRS, 2012)

En Bolivia si bien no existe un amplio número de leyes y normas encaminadas a la implementación de procesos que permitan generar entornos sostenibles, contamos con la Ley No. 755 promulgada el 28 de octubre de 2015, “Ley de Gestión Integral de Residuos”, con el fin de

establecer políticas para la disminución de la generación de desechos, su aprovechamiento y disposición final sanitaria y ambiental.

La normativa boliviana orientada al manejo de residuos, indica que esta debe operarse desde los municipios del país con las reformas que estos consideren oportunos, pero debe incluir como mínimo, con lo determinado en la norma nacional. La Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos, es pilar fundamental de la regulación vigente y establecida en Bolivia y es la vinculación de operaciones y disposiciones dirigidas a dar a los residuos productivos una segunda utilidad desde el punto de vista ambiental, social y económico. (MMAyA/VAPSB/DGGIRS, 2012)

Los departamentos de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz de la Sierra, tienen ordenanzas municipales, N°560/2009; N°3916/2009 y N°043/2006, respectivamente, las mismas promueven e impulsan, por ejemplo, la utilización de bolsas de material biodegradable o reutilizable como el papel reciclado, tela o similares, para sustituir envases de plástico (nylon). Las tareas que realizan están dirigidas a comerciantes de tiendas y/o pulperías de barrio, denominados “Ecotiendas”.

Según los datos de la Liga de Defensa del Medio Ambiente (LIDEMA), publicados en la Guía de Educación Ambiental en Gestión Integral de Residuos Sólidos, 2012, se estima que en Bolivia por día se utilizan 1,3 millones de bolsas plásticas, en actividades habituales como las compras de pan, en mercados y otros. En La Paz aproximadamente 200 mil bolsas diarias.

Las organizaciones locales que contribuyen en la prevención y reducción de los residuos sólidos, son LIDEMA, que desde hace años organiza campañas de educación y sensibilización, promoviendo el uso de bolsas de tela. Otra organización que apoya es la Fundación Swisscontact, con del Proyecto Ecovecindarios, por el cual reúne a mujeres en distintas asociaciones quienes

ejecutan acciones como la confección de bolsas reutilizables de tela. (MMAyA/VAPSB/DGGIRS, 2012)

Otros incentivos similares surgen también de la banca privada y supermercados, entre otros, que, como parte de la Responsabilidad Social empresarial (RSE), apoyando eventualmente con la sensibilización de la población.

Como primera acción para aprovechar los residuos sólidos, está la separación en origen, es decir, la clasificación de los diferentes tipos de residuos que genera el ciudadano en sus hogares y la recolección diferenciada por tipo de residuos que realiza el transportista del servicio de aseo urbano. Los diferentes sistemas de separación de desechos en origen y recolección diferenciada, van de acuerdo a las características locales del municipio.

El sistema de Gestión Integral de Residuos Sólidos (GIRS), posee varias etapas, actores y roles que se tratan en función del manejo diferenciado de los residuos sólidos, permitiendo la salida de los residuos no aprovechables hacia la disposición final (Relleno Sanitario de S'aka Churu o Nuevo Jardín de Alpacoma) y facilitando la recuperación y el aprovechamiento de los desechos por parte de la cadena productiva. Así, la contribución del bioparque municipal hacia el máximo aprovechamiento de los desechos que genera, es una oportunidad para establecer beneficios tanto para el entorno en general como para el Vesty Pakos mismo, ya que el aprovechamiento de los residuos puede verse en las actividades propias y en actividades externas del parque que estén relacionadas con el tema.

Aun cuando hay una Islaverde (equipamiento urbano de recolección diferenciada de residuos sólidos), instalada en el atrio del ingreso principal de BMVP, que permiten la separación

por colores de residuos, los visitantes no le dan el uso correcto. En otras palabras, no hay un modelo explícito de separación de residuos, esta conducta puede ser por la ausencia de una cultura ecológica, insuficientes campañas de concientización y educación sobre el reciclaje, su importancia ambiental y beneficios, además de la carencia de instrumentos prácticos que permitan entender a la sociedad el manejo de los residuos sólidos.

Considerando lo mencionado anteriormente, y teniendo en cuenta que el bioparque es una institución dependiente del GAMLP, comprometida con el medioambiente y el ecosistema, siendo un ente dinámico en el futuro del municipio, se considera que la separación de residuos sólidos no es un hábito actual de la comunidad al interior del bioparque. Se hizo necesario la formulación de un plan de comunicación para el manejo adecuado de residuos sólidos en este espacio, que permitirá reducir los impactos negativos ambientales y sociales producidos por el mal comportamiento y desconocimiento sobre el manejo de residuos orgánicos y ordinarios.

### **Justificación/relevancia de la intervención**

Este proyecto de intervención es de suma importancia, debido a que los visitantes del Vesty Pakos, carecen de conciencia y educación ambiental y desconocen el procedimiento adecuado referido a la separación de residuos sólidos, por lo que no se da importancia a la conservación del ambiente, hasta el momento no se ha logrado sensibilizar a los ciudadanos sobre el impacto ambiental.

En el ámbito de la Comunicación Social este proyecto es de gran interés porque está directamente involucrado con áreas relevantes para la profesión, tales como el periodismo, información de sensibilización, comunicación organizacional, comunicación institucional,

organización de eventos, campañas educativas, producción audiovisual, investigación, entre otras que buscan una correcta ejecución de los procesos comunicacionales en pro de un beneficio integral del sistema estudiado.

La propuesta de estrategia comunicacional sobre la adecuada separación de residuos sólidos, permitirá reforzar las instrucciones en estos espacios de distracción ya que se podrá contar con las distintas herramientas que ofrece la comunicación social, consiguiendo aproximarnos a un entorno laboral en el que nos desempeñaremos próximamente.

Es importante mencionar que, al tratarse de un trabajo dinámico y de sensibilización social, puede aplicarse gradualmente, es posible proponer mejoras a corto plazo en cuanto a la reducción de los impactos al ambiente y a la salud pública ocasionados por el manejo inadecuado de los residuos sólidos que no solo involucran al bioparque municipal y sus instalaciones sino también a la comunidad.

Los trabajos enfocados a la gestión de residuos sólidos contribuyen en la mitigación de los problemas ambientales que ocasiona el mal manejo de los residuos sólidos y la disposición final. Sin una separación apropiada de los residuos orgánicos e inorgánicos desde el contenedor, se generan gases de efecto invernadero (metano), que se originan en un relleno sanitario S'aka Churu de Alpacoma en el municipio de Achocalla, y son gases que afectan el cambio climático, también se generan lixiviados de basura que tienen una carga contaminante de alta peligrosidad para el medio ambiente.

Como resultado final, por los datos obtenidos, la comunidad podrá tomar conciencia de los beneficios que trae el adecuado manejo y separación diferenciada de los desechos, y también tomar

conciencia de la necesidad de reducir el consumo y utilización de algunos materiales que no tienen aún un programa de disposición final.

## Capítulo 1

### 1.1. Definición del problema

El ex zoológico, ahora Bioparque Municipal Vesty Pakos es un parque temático de carácter ambiental, ubicado en el macrodistrito de Mallasa de la ciudad de La Paz, en cuanto a la problemática específica de gestión de residuos generados dentro del parque, se encuentra el siguiente panorama: El bioparque cuenta con una ruta ecológica a través de la cual se pueden observar las distintas zonas de exhibición, espacios donde a diario se generan cantidades considerables de residuos sólidos, tanto por los visitantes y por los empleados que transitan a lo largo de la ruta dejando desechos en las diferentes áreas del espacio recreacional.

Para la recolección de residuos cuentan con diez personas encargadas de realizar el recojo por áreas, la recolección se realiza en carretillas reuniendo todo tipo de residuos y posteriormente se hace la separación, pero únicamente de los plásticos, específicamente de botellas pet.

Entonces se hace necesario transmitir información que enseñe a todas las personas que visitan el bioparque, a separar residuos no reciclables y reciclables, la mayor parte de estos son llevados al relleno sanitario de Sak'a Churu, causando impactos negativos importantes sobre el medio ambiente, por lo que el actual Trabajo Dirigido, considerará como punto de partida las siguientes interrogantes:

¿Qué tipo de cultural ambiental prevalece en los visitantes del Bioparque Vesty Pakos en relación con los residuos sólidos?

¿Cuáles son los factores comunicacionales que determinan el desarrollo de una cultura ambiental negativa en los visitantes del Bioparque Vesty Pakos en relación con los residuos sólidos?

¿En qué medida una Estrategia Comunicacional educativa puede contribuir a conformar una cultura ambiental positiva en los visitantes del Zoológico Vesty Pakos en relación a los residuos sólidos?

## **1.2. Objetivos**

Los propósitos del presente Trabajo Dirigido se desglosan en un objetivo general y tres objetivos específicos.

### **1.2.1. Objetivo general**

- Diseñar una estrategia comunicacional que contribuya a generar una cultura ambiental positiva en los visitantes del Bioparque Municipal Vesty Pakos en relación a los residuos sólidos.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar qué tipo de cultura ambiental prevalece en los visitantes del Bioparque Municipal Vesty Pakos en relación a los residuos sólidos.
- Establecer cuáles son los factores comunicacionales que determinan el desarrollo de una cultura ambiental negativa en los visitantes del Bioparque Vesty Pakos en relación a los residuos sólidos.

- Determinar en qué medida una estrategia comunicacional puede contribuir a conformar una cultura ambiental positiva en los visitantes del Bioparque Vesty Pakos en relación a los residuos sólidos.

### **1.3. Delimitación del problema**

En la construcción del objeto de estudio se tomó en cuenta tres ámbitos: espacial, poblacional, y temporal.

#### **1.3.1. Delimitación espacial**

La delimitación geográfica o espacial de la investigación está en función de una macro y micro localización. La macrolocalización hace referencia a la ciudad de La Paz y la microlocalización al Bioparque Municipal Vesty Pakos de la zona de Mallasa.

#### **1.3.2. Delimitación poblacional**

La unidad de observación está conformada por el Bioparque Vesty Pakos del macrodistrito Mallasa y las unidades de análisis por los visitantes a este espacio recreativo.

#### **1.3.3. Delimitación temporal**

Temporalmente la investigación se circunscribe al año 2021.

Es en función que a estos tres parámetros, señalar que el objeto de estudio del presente Trabajo Dirigido hace referencia a la “Estrategia comunicacional y cultura ambiental en visitantes al Bioparque Municipal Vesty Pakos en relación a la separación de residuos sólidos”.

#### **1.4. Antecedentes del problema con datos cuantitativos y/o cualitativos**

Cada vez es más necesario el cambio social y ambiental sobre el reciclaje considerando los diferentes problemas de atmosfera, contaminación del agua y suelos que generan los desechos producidos por el hombre, este problema tiene que ser revertido para preservar el medio ambiente.

Según datos del Sistema de Regulación y Control Municipal (SIREMU), en 2018 llegaron al Relleno Sanitario de Alpacoma alrededor de 235.000 toneladas de residuos comunes y 809 residuos patógenos u hospitalarios, situación que deja entrever que en el país aún faltan esfuerzos para realizar un verdadero aprovechamiento de los residuos sólidos. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2019)

La problemática principal ecológica es la contaminación ambiental, producida por la alta generación de desechos orgánicos y sólidos, consecuencia del incremento poblacional y revolución industrial.

Se logró identificar, mediante estudios y prácticas realizadas a nivel mundial que existe la posibilidad de disminuir y ayudar a una transformación social y ecológica llevando a la práctica una cultura ambiental de separación de residuos sólidos desde la educación en los visitantes al Bioparque Municipal Vesty Pakos.

La comunicación es importante en espacios recreacionales municipales porque nos permite sociabilizar y compartir a través de diálogos participativos con la ciudadanía y lograr propuestas a favor del espacio recreacional y sus visitantes.

Es necesario seleccionar un modelo que garantice la autosustentabilidad económica y social y que permita la reutilización de los residuos recolectados. La separación de los residuos sólidos pueden dividirse en dos fracciones (orgánico y resto de basura), en tres (orgánico, inorgánico reciclable y resto no aprovechable) o en 4 (orgánico, papel, inorgánicos reciclables y resto no aprovechable), de acuerdo a la función del municipio y del espacio donde se realice la separación; casas, instituciones públicas, mercados, escuelas o plazas.

Por otro lado, de acuerdo a una nota de prensa publicada el 28 de enero del 2021 por la Agencia Municipal de Noticias del GAMLP, se informó que la Secretaría Municipal de Gestión Ambiental (SMGA), de 2014 a 2020, recolectaron 1.083 toneladas de residuos sólidos diferenciados. La municipalidad de La Paz entrega papel, cartón, vidrio, metal, plástico a empresas que luego las transforman en productos nuevos. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2021)

En la misma nota, el titular de la SMGA, Ronald Pereira, detalló que con la recolección diferenciada de los 1.083.809 kilogramos (kg) en residuos que equivalen a 1.083 toneladas, y que la alcaldía paceña busca “convertir a La Paz en un municipio sustentable y ecoeficiente”.

Se destaca la creación de un Programa de Gestión Integral de Residuos, para ejecutar acciones en beneficio del medio ambiente de la ciudad. En el 2014 la recolección diferenciada inició con la instalación de 21 “Puntos Verdes Barriales”, seguido de “Punto Verde Central” y el concurso “EcoLegio”.

El trabajo continuó con la implementación del sistema de recolección diferenciada desarrollada por la empresa de aseo urbano La Paz Limpia (LPL), el proyecto “La Paz Recicla Botellas PET” con 40 puntos de acopio, la planta de Clasificación de Residuos (PCR) de

Alpacoma, la planta de Plastimadera y con la instalación de 65 contenedores diferenciados y 41 Islas Verdes desplegados en todos los macrodistritos de la ciudad.

Pereira detalló que con todas esas acciones, en 2018 se recolectó 220.250 kilogramos de residuos sólidos diferenciados, 310.858 kg en 2019 y 262.938 Kg en 2020. El GMLP entrega los desechos a la Empresa Pública Nacional Estratégica Papeles de Bolivia (Papelbol), la Empresa Pública Productiva Envases de Vidrio de Bolivia (Envibol) y la Empresa Pública Productiva Cartones de Bolivia, (Cartonbol) para cerrar el ciclo de reciclado.

El secretario municipal remarcó que “El Programa de Gestión Integral de Residuos nos permite realizar una gestión de residuos adecuada y reducir el ingreso de reciclables y orgánicos al relleno sanitario”, y señaló que en el municipio de La Paz se recoge por día cerca de 700 toneladas de residuos de los cuales el 80% pueden ser aprovechables y de ese total, el 60% corresponde a residuos orgánicos y un 20% a residuos inorgánicos como el papel, cartón, aluminio y plásticos. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2021)

El 28 de septiembre del 2018 la alcaldía de La Paz inició la ejecución del plan piloto de recolección diferenciada de residuos sólidos emplazando 56 contenedores de 3,2 metros cúbicos, de los cuales 28 son amarillos (para envases plásticos) y 28 contenedores azules (para papel y cartón), además de cuatro islas verdes (donde también se dejan metales y vidrios) todos emplazados en las zonas de Miraflores y Achumani de la ciudad de La Paz. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2018)

El reciclar es una opción de todas y todos los ciudadanos, pues en el municipio de La Paz cada habitante genera al año 250 kilos de residuos aproximadamente, por eso es importante que el

trabajo de separación de residuos debe ser desarrollado de manera corresponsable entre autoridades municipales, empresas recolectoras de residuos La Paz Limpia y los vecinos del municipio.

De acuerdo a la información proporcionada por el Sistema de Regulación Municipal (SIREMU) dependiente del GAMLP, la ejecución de este modelo consiste en el emplazamiento de 40 nuevas Islas Verdes en plazas y parques, espacios estratégicos de la ciudad para lograr la mayor cobertura con el servicio de recolección diferenciada en la mancha urbana del municipio. También implica la instalación de 120 contenedores o recipientes diferenciados azules y amarillos, en siete macrodistritos de la ciudad y 400 nuevos contenedores diferenciados en unidades educativas.

Formar parte de la cadena de reciclaje y generalizar en la población paceña el hábito de la separación de residuos sólidos desde el punto de origen, como los hogares de los ciudadanos, es el objetivo fundamental a cumplir con el nuevo Modelo de Gestión de Residuos que el municipio de La Paz impulsó a través de diferentes instituciones del GAMLP.



*Figura 1. Entrega de una Isla Verde para el macrodistrito Mallasa. (Agencia Municipal de Noticias, AMUN, 2020)*

En ese contexto, el ex zoológico de Mallasa, siendo parte de la estructura de la alcaldía, si bien se instaló una Isla Verde al ingreso del bioparque, no se cuenta al interior del área protegida con equipamientos urbanos de recolección diferenciada, mencionados líneas anteriores, considerando que este espacio recreacional es uno de los grandes generadores de residuos sólidos aprovechables por la gran afluencia de visitantes que dejan sus desechos en contenedores comunes o en cualquier área del bioparque.



*Figura 2. Autoridades entregan una Isla Verde para separación de residuos sólidos (Agencia Municipal de Noticias, AMUN, 2020)*

## **Capítulo 2: Marco Teórico/ Conceptual**

Una estrategia comunicacional exige contar con un marco conceptual de referencia. Uno de los objetivos de este capítulo es el entendimiento y la formación de estructuras conceptuales que expongan el trabajo del medioambiente y recolección diferenciada, donde se pueda entender las significaciones claves que garanticen un conocimiento encaminado a la acción.

En este sentido, las ideas fuerza en la que se fundamentará el presente capítulo para definir el marco conceptual son:

- 1) La comunicación como estrategia concienciadora.
- 2) El reciclaje como estrategia de gestión de residuos sólidos.

### **2.1. La Comunicación Educativa**

La comunicación educativa de acuerdo al ejemplo de Berlo, en 1969, está conformado por actores principales, el docente y el discente, este último entendido como la persona que recibe la educación. Los elementos implicados son los contenidos educativos, el soporte del contenido educativo, los medios comprensibles. Sus procesos son el de codificación, decodificación y el de realimentación. Se termina con el ruido que implica los obstáculos o perturbaciones que complican el proceso. (Boscó)

Este modelo, el docente, como emisor del mensaje, inicia el proceso mental de codificación del contenido educativo, generando un mensaje que transmite, por medio de un canal al discente, inicialmente receptor del mensaje.

La comunicación educativa busca la interacción entre docente y discente, donde se da el intercambio recíproco de conocimientos, procedimientos y actitudes que forman la finalidad de la educación.

### **2.1.1. Proceso de la comunicación**

Para comprender qué se entiende como procesos de la comunicación acudiremos a los trabajos realizados por Berlo sobre la comunicación.

El mismo asevera que, al comunicarnos, intentamos llegar a objetivos relacionados con una intención de influir en nuestro entorno y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser disminuida al cumplimiento de hábitos, a la transmisión o captación de mensajes. (Boscó)

El proceso de comunicación es bidireccional, porque existen dos partes implicadas, un emisor y un receptor, sin importar si las dos partes hablan, utilizan señales manuales u otro medio de comunicación

Un emisor comienza el proceso de comunicación creando un mensaje para enviarlo a un receptor, éste analiza la información y reconstruye el mensaje con sus propios antecedentes y experiencias, los mismos le permitirán sintetizar la información obtenida del emisor. Es decir, que el receptor analiza y reconstruye los significados del mensaje, simplifica y crea significados y se transforma en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado. Genera un mensaje (información codificada), el cual será transmitido por un medio (y/o canal). (Boscó)

El mensaje descodificado llega a un destino, produciendo efectos, como enviar información de retorno (feed-back).

En una conversación, el receptor es el que responde. En una empresa, las respuestas a memorandos, por ejemplo, son actividades del receptor, con una acción específica que se solicita.

### **2.1.2. Elementos de la comunicación**

Según el modelo de Shannon y Weaver (Boscó), los elementos principales que intervienen en un proceso de comunicación, son los que a continuación se detallan:

*Fuente:* Es el lugar donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, es decir, donde se crea el mensaje primario.

*Emisor o codificador:* Es la persona, organización, etc., que selecciona los signos adecuados para transmitir un mensaje; es decir, los codifica para llevar de manera entendible al receptor o receptor. Con el emisor se da inicio al proceso de comunicación.

*Receptor o decodificador:* Es la persona, organización, etc. al que le llega o a quien capta el mensaje, el mismo realiza un proceso contrario al emisor porque será quien descifrá e interpretará el mensaje que el emisor desea dar a conocer. Hay dos tipos de receptor: El pasivo que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe y almacena.

*Código:* Son reglas propias del sistema de signos y símbolos que el emisor usará para comunicar su mensaje, para combinarlos de manera arbitraria porque tiene que estar de una manera adecuada

para que el receptor pueda captarlo. Un ejemplo claro es el código que utilizan los marinos para poder comunicarse; la gramática de algún idioma, etc.

*Mensaje:* El mensaje es la información enviada, conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor hacia el receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor.

*Canal:* Es el medio a través del cual se transmite la información-comunicación, constituyendo una conexión entre el emisor y el receptor. Llamado también, el soporte material o espacial por el cual circula el mensaje. Por ejemplo el aire, en el caso de la voz.

*Referente:* Realidad que es percibida por el mensaje. Involucra todo lo descrito por el mensaje.

*Situación:* Es el tiempo y el lugar donde se realiza el proceso de comunicación.

*Interferencia o barrera:* Cualquier alteración que experimenta la señal en el acto comunicacional en cualquiera de sus elementos. Por ejemplo: Son las distorsiones en el sonido cuando se entabla una conversación o la distorsión de la imagen de la televisión, la afonía del emisor, la sordera del receptor, etc. También es conocido como ruido.

*Retroalimentación o realimentación:* Es el mensaje de retorno, la condición necesaria para la interactividad del acto de comunicación, una vez que se recepta una respuesta sea deseada o no. Consiguiendo la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser positiva o negativa. Si no hay retroalimentación, pues solo existe información, mas no comunicación.

## **2.2. Comunicación para el desarrollo**

La idea de comunicación para el desarrollo surge en el siglo XX y se trata de una serie de estrategias comunicativas. Se emplea en países con menores niveles económicos para mejorar sus condiciones de vida. Se centra en las capacidades de los medios de comunicación para el desarrollo económico y, como resultado, llegar al cambio social. Para tal fin, difunden mensajes educativos dirigidos a la población de áreas de la agricultura, alimentación, planificación familiar y progreso de áreas rurales.

Después de años de realizarse el Congreso de Comunicación para el Desarrollo, el 2007, en Roma, se determinó que la Comunicación para el Desarrollo es un proceso social fundado en el diálogo donde intervienen varias herramientas y métodos. También comulga con la búsqueda de cambio social significativo y sostenible en varios niveles, involucrando la confianza, el intercambio de conocimientos y habilidades, la propuesta de políticas, la escucha, el debate y el aprendizaje, (Valdés, 2017)

Por otro lado se define a la Comunicación para el desarrollo como “una herramienta para la incidencia social y política. Promueve la participación y el cambio social con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, los medios comunitarios y las modernas tecnologías de la información. (...) no es un añadido sino una actividad transversal en la gestión de proyectos, para fortalecer el diálogo con los beneficiarios, socios y autoridades con el fin de aumentar la apropiación local de los programas y crear un impacto sostenible”. (Ministerio de asuntos externos Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) , 2016)

El orureño Luis Ramiro Beltrán identificó las prácticas de comunicación y las desarrolló en:

**Comunicación de Desarrollo**, noción de que los medios de comunicación tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, considerada indispensable para la modernización de sociedades por medio del crecimiento económico.

**Comunicación de Apoyo al Desarrollo**, noción de que la comunicación planificada y organizada, masiva o no, es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos que buscan el desarrollo.

**Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático**, noción de que al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, masiva o interpersonal, el desarrollo debe asegurar además de beneficios materiales, justicia, libertad y gobierno de la mayoría.

**Comunicación-Desarrollo o Comunicación con Desarrollo.** Adalid Contreras, sociólogo, suma una cuarta dimensión, cuando la comunicación se enriquece con los estudios de recepción y consumo cultural, diseñando un paradigma que valora las mediaciones en la apropiación y uso de mensajes desde la complejidad de las culturas. (Contreras, 1999)

### **2.3. Estrategia**

La implementación de una estrategia, facilita llegar a objetivos y metas planteadas en una institución, es un procedimiento que contribuye a la toma de decisiones, acciones en un escenario determinado. Con la estrategia se identifica el camino que conducirá al alcance de las metas, para posteriormente ingresar al trabajo comunicacional, empleando la estrategia comunicacional

propuesta que facilitará la comprensión de la problemática de los residuos sólidos y su concientización.

“Una estrategia será comunicativa cuando persiga un objetivo de comunicación, o bien cuando utilice fundamentalmente la comunicación para el logro de ese objetivo”. (Peinado, 2016)

La comunicación es también una herramienta que se envuelve directamente en todos los problemas que a su vez la comunicación interviene en la resolución de problemas y percepciones de las personas.

De acuerdo a (Vives y Peinado – Vara, 2003), la estrategia de comunicación tiene por función:

- Obliga a una reflexión y análisis sobre la relación de una organización con sus públicos.
- Define una línea directriz de la comunicación.
- Establece los distintos territorios de aplicación.
- Da coherencia a la pluralidad de comunicaciones de una organización.
- Determina criterios de evaluación de resultados.

Por su lado, (Weil, 1992), detalla que para una estrategia de comunicación se considera la misión, valores y ética de la empresa (filosofía de la empresa) es así que, Weil parte el discurso en cuatro etapas:

De la soberanía: Digo quien soy.

- De la actividad: Digo lo que hago y cómo lo hago.
- De la vocación: Digo para quién lo hago.
- De la relación: Digo a la vez lo que hago y lo que esto me permite hacer.

En otra mirada de estrategia, Henry Mintzberg, contribuye con cinco perspectivas de estrategia:

- **La estrategia como plan:** se concreta como un curso en acción, veraz y determinado con fines de llegar a situaciones específicas. Destaca dos características.
  - a) Se elaboran antes de las acciones.
  - b) Se desarrollan de manera consiente para alcanzar un fin determinado.
- **La estrategia como patrón:** es un modelo y flujo de acciones que tiene en base la consistencia del comportamiento siendo esta intencional o viceversa.
- **La estrategia como posición:** es una fuerza mediadora o conexión entre la organización y el medio ambiente es decir interrelacionados con lo interno y externo.
- **Estrategia como perspectiva:** ve lo interior de la organización, buscando fracciones de aportes importantes dentro, que puedan formar parte de la solución.
- **Estrategia como Pauta de acción:** la estrategia es una maniobra para conseguir la ventaja en el partido contra el opositor o contrincante. (Toolshero, s.f.)

### **2.3.1. Estrategias de comunicación**

Daniel Scheinsohn, desenvuelve una propuesta que está regida por el “Cómo lo voy a hacer”, refiriéndose a que la clave de la comunicación estratégica se encuentra en la ejecución de estas estrategias, el cómo las realizo para obtener el resultado que deseo, que arriben al personal con la precisión buscada y que pueda llamar la atención en el público interno y externo. (Scheinsohn, 2009)

## 2.4. Plan de comunicación

Se debe considerar que, la Comunicación es una de las políticas inseparables en una actividad de una institución, pues una entidad constituida por personas necesitará relacionarse, transmitir, difundir, interna y externamente, sus opiniones, demandas, necesidades o logros. Y esta necesidad debe realizarse de manera metódica y sistemática, con planificación y análisis previos a las circunstancias del entorno.

Javier Barranco Saiz: Licenciado en Ciencias Físicas y en Gestión Comercial y Marketing (ESIC), Máster en Recursos Humanos (Instituto de Empresa), manifiesta que da lo mismo que sea una empresa que una asociación de profesionales de la investigación en cualquier rama de la Sanidad, es primordial darse a conocer, “vender” su actividad, innovar en Marketing de su gestión, si se pretende permanecer en el mercado o recibir la aceptación de la Sociedad. (Vicuña, 2002)

En teorías acerca de gestión empresarial, se dice que la Planificación es parte de las cuatro funciones fundamentales (planificación, organización, ejecución y control), la más importante por su efecto en las otras tres. Se considera que si una actividad está mal planificada, la ejecución de la misma será equívoca y el resto de las acciones, ineficaces.

El plan de comunicación va a facilitar el alcanzar objetivos, previamente definidos y evaluados en el contexto de un determinado marco temporal, donde tiene que establecer, detalladamente, una estrategia de comunicación con un método comunicativo que deberá socializarse al personal, a la dirección de la entidad y a los grupos de interés, para convencerlos de su eficacia y necesidad.

En ese sentido se menciona ocho etapas primordiales que conforman un plan de comunicación que se detalla a continuación:

#### **2.4.1. Análisis de la situación de partida**

El primer paso para el análisis según (Vicuña, 2002), es la definición de la estrategia del Plan; es decir, establecer la misión, visión y valores de la organización, ya que estos van a constituir el eje del plan.

Luego, es necesario conocer el entorno y su previsible evolución, los elementos que puedan influir en la política comunicacional: Competencia, stakeholders (grupos de interés), tendencia macroeconómica, legislación, etc.

Asimismo es importante la elaboración de un análisis tipo FODA que refleje la situación actual de la empresa o institución y su entorno para concretar hechos o circunstancias que tendrá que considerar el plan.

En esta etapa se deduce los públicos objetivos del plan, a los que será necesario describir, localizar y conocer para adecuar correctamente la estrategia de comunicación a sus características y perspectivas.

#### **2.4.2. Definición de los objetivos del plan**

Los objetivos del plan de comunicación deben ser aprobados por la alta dirección y equipo, porque tienen que estar alineados con el plan y la estrategia general de la empresa o entidad.

Se establece un objetivo general que debe coincidir con lo básico, se quiere comunicar la empresa y una serie de objetivos específicos, concretos y ordenados por importancia, lo que permitirá conducir el desarrollo de la estrategia de comunicación, a la vez esto facilitará la identificación de puntos o etapas en las que se incidirá con mayores esfuerzos.

### **2.4.3. Selección del eje de comunicación**

Este paso implica, un análisis serio de las fortalezas y debilidades de diferentes alternativas de comunicación que nos permitirán alcanzar los objetivos planteados y concluirá con la elección de lineamientos de acción, conformará el eje del plan de comunicación.

Las propias experiencias del equipo de comunicación y de los responsables de las áreas implicadas, marketing, recursos humanos o responsabilidad social corporativa, son imprescindibles en este caso.

En esta etapa se definirán los mensajes básicos a transmitir a cada uno de los públicos meta específicos. Antes, se habrán realizado los estudios que permitan conseguir la identificación de los stakeholders (grupo de interés) con la información que se quiere comunicar. (Vicuña, 2002)

### **2.4.4. Elaboración de la estructura del plan de comunicación**

Esta fase forma una primera estimación de la amplitud del proyecto comunicacional, de las metas, de los recursos a aplicar y de la previsión de los tiempos a emplear. Este es un documento de trabajo interno del equipo de comunicación cuyo objetivo es facilitar la ejecución de todo el plan.

#### **2.4.5. Diseño de los programas**

El plan eje se descompone en programas o planes complementarios que se consideran como elementos independientes desde su ejecución.

Cada uno de estos programas de comunicación implica, un segmento de mercado o grupo de interés específico, con objetivos concretos, tácticas y actuaciones correctas para alcanzarlos.

#### **2.4.6. Plan de tiempos y recursos**

Elaborado el programa, se procede a la planificación temporal del plan de comunicación. Donde se establecen los tiempos para que se efectúa una planificación completa y general para el medio y largo plazo. Se determinan los recursos necesarios, tanto humanos, materiales y económicos, que el plan va a absorber en su ejecución total.

#### **2.4.7. Ejecución del plan**

La única razón de ser de un plan es alcanzar los objetivos planteados en el escenario establecido. De ahí la importancia de una buena implementación del mismo, considerando puntos clave que se definieron en las etapas anteriores: objetivos, públicos a los que se dirige, mensajes a transmitir, medios y soportes que utilizará, recursos a aplicar y expectativas a establecer con la estrategia de comunicación.

#### **2.4.8. Supervisión y control**

Todo plan debe incorporar indicadores que permitan detectar desviaciones que ocurran producto de las modificaciones no previstas en el entorno o en los públicos principalmente. Se

debe considerar establecer sistemas correctores que reconduzcan a lograr los objetivos y que además permitan superar las situaciones de crisis que puedan generarse.

Es importante ejercer un control del plan de comunicación, de manera permanente en todo su desarrollo como la evolución de la imagen corporativa de la organización, el grado de conocimiento de la misma, y el nivel de satisfacción con la estrategia de comunicación aplicada.

#### **2.4.9. Comunicación ambiental**

De acuerdo al artículo “Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente” publicado por Comunicación y Sociedad del Departamento de Estudios de la Comunicación Social Universidad Guadalajara, la autora Raquel Aparicio menciona que desde una visión práctica, define la comunicación ambiental como la que “promueve procesos de toma de decisiones sociales sobre el manejo de ecosistemas mediante el involucramiento de los actores relacionados con una problemática particular, de la apropiación de responsabilidades de grupos que se benefician de estos sistemas naturales y de la cooperación de los actores clave y de la población en general, con el fin de negociar soluciones y de influir en las políticas que inciden en dicha problemática, profundizando en la búsqueda de acuerdos sectoriales” (Cid, 2016)

De la misma manera expone un concepto desde una dimensión pedagógica, fundamentada en un aspecto epistemológico, donde se presenta a la comunicación ambiental como la que “permite adquirir conocimientos básicos y aprender a buscar las informaciones pertinentes para mejorar la comprensión de los fenómenos y de las problemáticas ambientales con el fin de emitir diagnósticos y tomar decisiones acertadas, formando a los individuos para propiciar el cambio de actitudes, valores, prácticas y comportamientos respecto del manejo de los ecosistemas”.

Aparicio explica que la comunicación ambiental comparte el objeto de la educación ambiental, “conceptualizado por Sauv  (2003) como el desarrollo óptimo de las personas y de los grupos sociales en su relaci3n con el medio ambiente”. (Cid, 2016)

## **2.5. Medio ambiente**

La expresi3n medio ambiente, fue empleada masivamente en la Declaraci3n de Estocolmo, y se dio el visto bueno por la Asamblea General de la ONU en el periodo de 1972. En la misma se resaltan dos componentes principales, uno que está relacionado con el derecho del ser humano a la libertad, igualdad, dignidad, y bienestar como condiciones de vida, el segundo, con la obligaci3n de resguardar los recursos naturales del mundo. En ese sentido, se entiende que el ambiente es comprendido como el patrimonio de la humanidad.

Comprender el medio ambiente como un sistema formado por elementos físicos y socio-culturales conectados entre sí, que establecen la vida de los seres humanos y al mismo tiempo es cambiado por ellos. Un sistema tiene cuatro factores principales según (Wagensberg, 1997),

- a) Un conjunto de elementos, cuantificables, que tienen un nombre, que pueden ser divididos y ser clasificados.
- b) Una red de relaciones que posibilitan las interconexiones entre las partes y dan unidad al sistema.
- c) Unos almacenes en donde se reserva materia, energía, informaci3n, etc.
- d) Una frontera que separa el sistema de los factores externos que pueden condicionarlo.

### **2.5.1. Contaminación ambiental**

La contaminación ambiental siempre existió, es parte de la naturaleza. Sin embargo, en estos últimos años se convirtió en un gran problema. Recientemente expertos lograron demostrar los efectos negativos que las malas prácticas de la humanidad tienen sobre el ambiente y la salud.

La contaminación se inició con la Revolución Industrial, con generación de producción en masa, la Segunda Guerra Mundial, la tecnología innovadora y el consumismo público, agravaron la situación.

Para la autora del artículo “Contaminación ambiental, Origen, clases, fuentes y efectos” Lilia A. Albert, define la contaminación ambiental como “la introducción o presencia de sustancias, organismos o formas de energía en ambientes o sustratos a los que no pertenecen o en cantidades superiores a las propias de dichos sustratos, por un tiempo suficiente, y bajo condiciones tales, que esas sustancias interfieren con la salud y la comodidad de las personas, dañan los recursos naturales o alteran el equilibrio ecológico de la zona”. (Albert, 1995)

También, Albert define como “la acumulación indeseable de sustancias, organismos o formas de energía en un sustrato”.

Las causas de la contaminación principalmente son las actividades que realiza el hombre, como productivas, la industria en general, la agricultura. Así también como las no productivas que son acciones que las personas realizan en el interior de los hogares o en las relacionadas con el transporte o servicios diferentes. Además menciona que los procesos sociales entendidos como el crecimiento demográfico, la migración, la urbanización, también son causantes de la

contaminación por la gran generación de residuos sólidos, entre otros causantes como patrones culturales relacionados, la economía de consumo, explica la autora.

### **2.5.2. Cultura ambiental**

La cultura ambiental según Luisa Miranda, es la relación del hombre con su medio ambiente, comprendiendo condiciones, costumbres y condiciones de vida con características fundamentadas en usos, valores y conocimientos; cada evolución deja huella en sus recursos naturales y en su sociedad con carácter específico, estableciendo el grado de preservación o afectación a los mismos.

El camino al desarrollo provoca la generación de desechos y estos necesitan un manejo responsable para la conservación y transporte de los residuos que pueden llegar a tener una segunda utilización, gracias a la separación adecuada de los mismos para evitar se conviertan en elementos negativos y nocivos que deterioren el ambiente, causando un daño y desequilibrio en la vida humana. (Miranda, 2013)

Es allí donde la Educación Ambiental desempeña un rol importante para proteger y fortalecer el medio ambiente; no obstante, contar con una cultura ambiental no es garantía de una transformación del comportamiento de las personas a favor del entorno ambiental, sí hay una relación eficaz entre el nivel cultural ambiental de una persona y la posibilidad de que efectúe tareas ambientales responsables. Por esto se hace fundamental desarrollar en el nivel cultural de la ciudadanía, por medio de la educación ambiental, para conseguir que el entorno sea lo más saludable posible.

### **2.5.3. Educación ambiental**

Es importante elaborar los conceptos fundamentales que orientan el estudio considerando los aportes teóricos e instituciones que han aportado en el conocimiento sobre la educación ambiental. Hay relevancia en los años 70, como respuesta a la crisis ambiental para la conservación de la naturaleza, el aprovechamiento de los residuos sólidos y esta debe procesarse como aprendizaje que facilitará la comprensión de la actual situación del medioambiente y su interrelación entre hombre, cultura y medio físico. Hasta alcanzar valores que impulsen aptitudes y actitudes que construyan la cultura y la conciencia ambiental cómo lo establece la Comisión de Educación de la Unión Internacional para la conservación de la naturaleza y sus recursos, de 1970.

Maritza Torres, docente e investigadora de la Facultad de Medio Ambiente y Recursos Naturales del Bioparque Distrital de Santafé de Bogotá, define en 1996, que “la educación ambiental debe ser considerada como un proceso que le permite al individuo comprender las relaciones de interdependencia con su entorno, a partir del conocimiento reflexivo y crítico de su realidad biofísica, social, política, económica y cultural para que, a partir de la apropiación de la realidad concreta , se puedan generar en él y en su comunidad actitudes de valoración y respeto para su ambiente. Estas actitudes, por supuesto, deben estar enmarcadas en criterios para su mejoramiento de la calidad de vida y desde una concepción de desarrollo sostenible” (Torres, 1996)

“La educación ambiental es el producto del diálogo permanente entre concepciones sobre el conocimiento, el aprendizaje, la enseñanza, la sociedad, el ambiente; teniendo a la complejidad como una característica inherente a sus procesos, ya que las ciencias de la educación, por definición, como objeto de conocimiento, son tributarias de diversas disciplinas que conforman un

campo complejo donde interactúan los emergentes sociales, las demandas comunitarias, las demandas políticas, los avances en la epistemología, la didáctica, la psicología del aprendizaje, la sociología, las ciencias naturales, etc.”. (Riojas, 2000)

El objetivo primordial de la Educación Ambiental es poder comprender el desarrollo sustentable como un proceso de mejora continua y equilibrada de la calidad de vida del ser humano, basado en medidas adecuadas de preservación y defensa del medio ambiente, de manera de no comprometer las perspectivas de las generaciones actuales y futuras.

#### **2.5.4. Residuo**

El autor del libro Reciclaje de Residuos Industriales: Residuos Sólidos Urbanos y Fangos de Depuradora, Xavier Elías Castells, menciona que el residuo “es aquella sustancia u objeto generado por una actividad productiva o de consumo, de la que hay que desprenderse por no ser objeto de interés directo de la actividad principal”. (Xavier Elías, 2009)

##### ***2.5.4.1. Residuos Urbanos y Municipales***

Son elementos generados en los hogares, actividades económicas, oficinas y servicios, y aquellos que no tengan la categoría de peligrosos y que por su naturaleza o composición puedan asemejar a los procedentes en los anteriores lugares o actividades mencionados.

##### ***2.5.4.2. Desecho***

El Dr. Bernard Nebel, científico y maestro en el medio ambiente, define los desechos como “lo que se deja de usar, lo que no sirve, lo que resulta de la descomposición o destrucción

de una cosa, lo que se bota o se deja abandonado por inservible, por ejemplo: los desperdicios, cenizas, despojos, escombros, cascotes, sobras, aguas servidas y estancadas.” (Nebel, 1987)

#### **2.5.4.3. La Basura**

La basura es aquello físico que se califica como desecho y que se requiere eliminar. La basura es producto de las actividades realizadas por la humanidad.

Normalmente se la coloca en lugares estratégicos para su recojo y su posterior tratamiento en rellenos sanitarios u otro lugar. El término basura es usado para definir aquella porción de residuos que no son reutilizables o aprovechables y son dispuestas a ser tratadas para evitar problemas, sanitarios o ambientales.

#### **2.5.5. Reciclaje**

De acuerdo a la Real Academia de la Lengua Española, el reciclaje es colocar un material usado a un procedimiento que le permita ser reutilizado. (Asociación de Academias de la Lengua Española ASALE, 2014)

El objetivo del reciclaje es la recuperación, indirecta o directa, de los elementos que componen los residuos urbanos, sistema que viene impuesto por la nueva concepción de gestión de residuos sólidos que según la Guía general para la gestión de residuos sólidos domiciliarios, debe lograr las siguientes metas;

- Conservación o ahorro de energía.
- Conservación o ahorro de recursos naturales.
- Disminución del volumen de residuos que hay que eliminar; y
- Protección del medio ambiente.

El reciclado puede desarrollarse de dos modos. Una, separando los componentes presentes en las basuras, para su recobro directo, dando así origen a lo que se conoce como "recogida selectiva" o recolección diferenciada. Para la efectividad de este sistema se requiere la participación ciudadana al tener que depositar en contenedores distintos los diferentes elementos de los residuos que intentan recuperarse como el vidrio, los papeles, entre otros y depositar en otro contenedor la basura; y por otro lado, la recolección de estos componentes se realiza por separado en vehículos diferentes o especiales compartimentados.

La segunda forma, destacan, es realizar el reciclado a través de un tratamiento global de los residuos sólidos urbanos ejecutando técnicas propias de la industria minera y metalúrgica, como "la trituración, cribado y clasificación neumática para lo concerniente a la preparación del residuo y separación de las fracciones ligeras; y sistemas de clasificación por vía húmeda, electromagnética, electrostáticos, ópticos y flotación por espumas para la obtención y depuración de metales y vidrio". (Estefani, Marcel, Juan Francisco, Eduardo, & Alejandro, 2016)

Se entiende como reciclaje a un proceso donde los desechos o residuos sólidos, son introducidos nuevamente a la producción y consumo para ser reutilizados.

Según autoridades municipales de La Paz, los residuos generados en la ciudad de La Paz pueden ser reciclados, casi hasta el 80%, contribuyendo a eliminar parte de los desechos y luchar contra la contaminación de nuestro entorno y mejorar el hábitat.

### ***2.5.5.1. Objetivo Principal del Reciclaje.***

Reciclaje y reciclar son palabras que hacen referencia a los procesos de reutilización de residuos sólidos generados por el hombre, esta posición ambientalista tiene como fin fundamental disminuir los residuos enmarcándose en la regla de las cuatro R que consiste en:

**a) Rechazar:** Esta primera R es de rechazar productos que en su proceso de producción tiendan a dañar al medio ambiente, como alimentos que contienen componentes químicos que pueden provocar cáncer, productos con envases que no pueden ser reutilizados o productos que provengan de empresas que perjudique la salud de la naturaleza.

Margarita Aguilar, autora del libro *La basura; Manual para el reciclamiento urbano*, publicado el 1999, en México, explica que “Las categorías en que se puede clasificar los desechos inorgánicos son los siguientes: Los desechos sanitarios, desechos metálicos, el vidrio, desechos plásticos, otros como: materiales tóxicos, baterías, asbesto, productos de limpieza, aerosoles, afeitadoras, pilas, platos desechables, vasos desechables, cucharas desechables y servilletas.” (Margarita, 1999)

**b) Reducir:** En la segunda R que es la de reducir, Aguilar recomienda al lector comprar estrictamente lo necesario, no aceptar bolsas plásticas para llevar los productos adquiridos y llevar una bolsa propia al mercado, la tienda o supermercado.

**c) Reutilizar:** Se entiende por reutilizar, usar un producto cuantas veces sea posible con el objetivo de prolongar la vida útil del mismo para generar menos basura, y disminuir el consumo de productos. Por ejemplo de las botellas pet se puede elaborar adornos, maceteros, entre otros materiales; las bolsas plásticas se pueden reutilizar para hacer compras.

**d) Reciclar:** Según Aguilar, reciclar es “la operación compleja que permite la recuperación, transformación y elaboración de un material a partir de residuos ya sea total o parcial en la composición definitiva.” (Margarita, 1999)

En la ciudad de La Paz existen grandes acopios de residuos sólidos donde se puede ir a vender y recuperar en algo su economía. Es decir, separar y enviar los residuos a centros de recolección como papel, cartón, vidrios, entre otros, con el objetivo de reinsertarlos al ciclo productivo para que, después de un tratamiento, puedan incorporarse nuevamente al mercado, disminuyendo el consumo de materias primas y energía.

#### ***2.5.5.2. Recolección diferenciada de residuos sólidos***

Es un procedimiento que consiste en la selección de todo tipo de material sólido catalogado como inorgánico o residuos secos, son el papel, plástico, cartón, vidrio y hojalata.

#### ***2.5.5.3. Servicio De Recolección Diferenciada***

Este servicio está destinado a la recolección de residuos sólidos inorgánicos mediante el emplazamiento de contenedores de 3.2 m<sup>3</sup> de carga lateral (Puntos Verdes) e Islas Verdes, con la finalidad de que el usuario del servicio realice la separación en origen.

Este servicio consiste en:

*Puntos Verdes.* - Recolección de residuos inorgánicos, mediante la implementación de contenedores automatizados de carga lateral de 3.2 m<sup>3</sup> diferenciados. En este caso se realiza la clasificación en dos tipos de contenedores, un amarillo en el cual se puede depositar envases y el otro de color azul, para papel y cartón.

*Islas Verdes.*- Recolección de residuos inorgánicos, mediante la implementación de Islas Verdes, estos son contenedores de mayor tamaño en los cuales se tienen buzones para materiales específicos en los que los ciudadanos y ciudadanas pueden depositar sus residuos inorgánicos. Los buzones con los que cuenta este equipamiento son para envases, papel y cartón, metal y vidrio.

En el mes de septiembre de 2018 se ha iniciado la prueba piloto en dos zonas de la ciudad de La Paz, Achumani y Miraflores, con el emplazamiento de 28 puntos verdes (pares de contenedores de carga lateral) y 2 islas verdes en cada una de las zonas, haciendo un total de 56 contenedores de 3,2 m<sup>3</sup> y 4 islas verdes.



*Figura 3. Equipamiento de aseo urbano  
Isla verde*



*Figura 4. Equipamiento urbano,  
Contenedores diferenciados*

## **Capítulo 3: Marco Metodológico**

### **3.1.1. Tipo de investigación**

Por su naturaleza, la presente investigación es un estudio donde se desarrolló un análisis mixto en el que se pretendió aplicar el análisis cuantitativo y cualitativo para conseguir una visión precisa, recoger las problemáticas, apreciaciones y sugerencias de expertos en el tema de recolección diferenciada de residuos sólidos y sujetar cifras cuantitativas, y del mismo modo el análisis del concepto de los visitantes del Bioparque Municipal Vesty Pakos.

### **3.1.2. Método de investigación**

El método de investigación aplicado fue de análisis y síntesis para estudiar de modo individual un todo (separación de residuos sólidos) y hallar una definición del fenómeno estudiado, para la elaboración de una teoría efectiva como norte para la realización de estrategias que transformen la cultura ambiental sobre la recolección diferenciada en el bioparque municipal del macrodistrito de Mallasa.

Igualmente se empleó la inducción y deducción, para mostrar un razonamiento, iniciando del concepto general (teorías referenciadas) a lo particular (separación de residuos sólidos en el Vesty Pakos) y utilizar el método de inducción, de lo particular a lo general. Este método fue participativo porque se involucraron a los administrativos y personal del bioparque municipal, visitantes entre niños, estudiantes, personas jóvenes, adultos entre otros, que permitió proponer la creación y mejora de hábitos sociales de separación de residuos como parte del reciclaje, también se efectuó una observación de los hechos y mecanismos del problema.

### **3.1.3. Técnica de recolección de información**

Se propuso la entrevista a profundidad estructurada con técnicos sobre el tema de la recolección diferenciada de residuos sólidos en la ciudad de La Paz, la mencionada guía tiene los objetivos de la presente investigación e incluyó preguntas de discusión abierta. De igual forma, se utilizó encuestas de tipo abierto a directivos del bioparque municipal y autoridades de la alcaldía de La Paz.

Se empleó una encuesta a través de un muestreo probabilístico, con la que se pudo identificar algunas de las conductas y actitudes sociales de los visitantes frente a la cultura ambiental de la separación de residuos sólidos con el fin de lograr la mayor cantidad de respuestas para fortalecer y validar la información respecto al tema y conseguir estrategias que permitieran crear prácticas para ayudar a mejorar el manejo de residuos sólidos del bioparque de Mallasa.

## **Capítulo 4: Marco Institucional**

### **4.1. Espacio geográfico de la investigación**

El universo de investigación, serán los visitantes al Bioparque Municipal Vesty Pakos, ubicado a 14 Km., del centro de la ciudad de La Paz, cuenta con una extensión de 22.4 hectáreas de terreno abierto, de clima templado, en verano alcanza hasta los 22° C de temperatura; está a una altitud de 3.250 metros sobre el nivel del mar. El alcance será local y para los visitantes, porque los materiales comunicacionales e informativos serán difundidos y emplazados en lugares estratégicos del parque.

### **4.2. Inicio de los Zoológicos**

#### **4.2.1. Breve historia**

Los orígenes del parque zoológico o casa de fieras datan del año 3500 a. C., en Hieracópolis (Egipto). Pero, la conceptualización de parque zoológico y el rol que desempeñaba en la sociedad fue objeto de un debate en tiempos contemporáneos que cambiaron la finalidad de los zoológicos. (La Comisión Europea, 2015)

En la antigüedad, el mantenimiento de animales exóticos, exclusivamente en colecciones privadas, se debía a su valor simbólico que representaba poder y riqueza. La expansión del Imperio griego, alrededor del siglo III a. C., trajo consigo un nuevo interés por la naturaleza como ciencia y el deseo de estudiar a los animales comenzó a crecer, lo cual llevó a un estudio más profundo y a la clasificación de las especies. Esto dio lugar a la creación de la primera casa de fieras abierta al público en Alejandría.

“Otro hito importante para los parques zoológicos fue el descubrimiento de América en 1492, con su gran variedad de especies nuevas. Este interés por las nuevas especies, así como un

aumento considerable del número de casas de fieras, se vio impulsado en el siglo XVII por el florecimiento del comercio internacional. En los siglos XVIII y XIX, se crearon varios parques zoológicos más modernos en Europa, que concedían cada vez más importancia al estudio del comportamiento de los animales y de la naturaleza en general”. (La Comisión Europea, 2015)

El interés se acentuó más en la década del 1970, con la influencia de organizaciones de protección del medio ambiente y fue cuando se iniciaron las críticas a los parques zoológicos. El concepto de parque zoológico, como un espacio de exhibición de especies o individuos, empezó a transformarse y se consideró las necesidades y cuidados de los animales.

Contrariamente a su larga historia, solo recientemente se ha legislado sobre las funciones de los parques zoológicos. Al tiempo que la concienciación de la sociedad civil se fortalecía, culminaba con la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro en 1992, donde el sector de los parques zoológicos evolucionaba en ese sentido.

“En 1993, la Unión Internacional de Directores de Jardines Zoológicos (actualmente WAZA), junto con el CBSG, la UICN y el WWF publicaron La estrategia mundial de zoológicos y acuarios para la conservación, la primera estrategia de este tipo, que reflejaba los objetivos y prácticas comunes que los parques zoológicos deben seguir en lo que se refiere a la conservación. Señalaba la evolución de los parques zoológicos desde su función de museos vivos a la de centros de conservación modernos, donde se llevan a cabo programas de educación, de investigación, y de cría en cautividad y reintroducción, más allá de las actividades puramente recreativas”. (La Comisión Europea, 2015)

#### **4.2.2. Zoológicos y sus funciones**

Los zoológicos son establecimientos en los que se mantienen en cautiverio a varias especies de animales salvajes, para ser exhibidos al público en general con objetivos educativos y de distracción.

Un recinto de este tipo en otros lugares es denominado como jardín zoológico. Algunas de las funciones importantes que cumplen estos espacios son:

- La conservación: la conservación de las especies es muy importante en nuestra sociedad
- La investigación: los zoológicos deben colaborar en los estudios científicos que ayuden a aumentar los conocimientos de las especies.
- La educación: la divulgación de los problemas de la desaparición de las especies y sus posibles soluciones mediante programas de educación ambiental.

En la actualidad los zoológicos cumplen con la función de conservar la diversidad. En estos espacios se realizan investigaciones científicas, planes y programas de crías en cautividad para contribuir con la repoblación y preservación de especímenes silvestres, se permite la visita al público para conocer a animales que viven en tierras lejanas.

Los objetivos de los parques zoológicos cambiaron esencialmente en los últimos tiempos. Los zoos desempeñaban la función de exhibir a la población las características de las especies exóticas, en su gran mayoría, enjauladas. Pero, por las protestas de la gente ante el maltrato de los que eran víctimas los animales y la lejanía en la que se encontraban de su medio que les provocaba un profundo estrés, es desde aquí, que hoy en día, puede contemplarse las funciones de los parques

zoológicos desde una visión y condiciones distintas, más favorables de las que se tenían con anterioridad (Evangelina, 2012)

#### **4.2.3. Zoológicos en Bolivia**

Bolivia ocupa el décimo tercer puesto en países con mayor biodiversidad pues cuenta con patrimonio faunístico avalado por especialistas de renombre en el mundo. Una muestra de éste recurso natural se encuentra en el Zoológico Municipal Vesty Pakos ubicado en el macrodistrito de Mallasa, en la zona Sur de La Paz.

El país cuenta con cuatro zoológicos, en La Paz, Tarija, Santa Cruz y Oruro, pero, legalmente, por el Viceministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Rural de la ciudad de La Paz, Vesty Pakos es considerado el mejor establecimiento del país, porque cumple y se ajusta al reglamento nacional. Según la administración de estos espacios, el 99% de las especies de animales que albergan los cuatro zoológicos de Bolivia fueron rescatados de traficantes de fauna silvestre, el resto es cedido por familias que en un principio decidió adoptarlos como mascotas.

En la publicación, 12 de junio de 2016, del periódico nacional La Razón (Wilma, 2016), ediles y encargados de los zoológicos: Vesty Pakos en La Paz, Oscar Alfaro en Tarija, Noel Kempff Mercado en el municipio de Santa Cruz y el Municipal Andino de Oruro, no aceptaron la intención de cerrar estos establecimientos de forma definitiva porque aseguraron que en éstos se albergan a animales en peligro de morir, de extinción o de ser explotados, como la vicuña Vico que fue recuperado de un estadio deportivo en la zona de Achumani de La Paz, el león Balú rescatado de un circo; el mono Pancho, acostumbrado a comer con cubiertos y llevar vestimenta;

Gonchi, un oso melero que perdió el equilibrio a causa de los golpes que recibió en la cabeza por unos niños, entre otros.

#### **4.2.4. Santa Cruz**

El Zoológico Noel Kempf Mercado, hace veinte años no logra ajustarse a la Ley. Cuenta con una extensión de cinco hectáreas y tiene 1.381 animales, 150 especies. A principio de los años 60, el profesor Noel Kempff Mercado, naturalista y creador del Jardín Botánico Hortus Amazonicus Tropicalis Bolivienensis, fundó este Zoo. (Wilma, 2016)

En este espacio se encuentra una muestra representativa de la fauna Sudamericana, con algunas especies endémicas y otras en peligro de extinción. Tiene una construcción de una clínica veterinaria, una jaula destinada a la observación del comportamiento de parabas frente roja y el área sub andina donde se implementa el hábitat del quirquincho.

Según el “Libro rojo de la fauna silvestre de vertebrados de Bolivia”, nuestro país es uno de los 17 considerados como “megadiversos”, porque en él habitan entre el 60% y 70% de las especies endémicas del planeta. (Ministerio de Medio Ambiente y Agua, 2009)

#### **4.2.5. La Paz**

En los años cincuenta se registra la presencia del primer zoológico en la ciudad de La Paz, denominado Parque Roosevelt, sin embargo, era más conocido como “El parque de los monos”, ubicado en la Avenida Simón Bolívar del centro del municipio paceño. Este era un espacio muy visitado los fines de semana por los paceños.



*Figura 5. Silvestre Pakos Sofro observando a un león*

Debido a las características topográficas y de expansión del municipio, este establecimiento no contaba con las condiciones adecuadas para el bienestar de los animales que se encuentran albergados en este espacio, es por esa razón y luego de varias gestiones, que finalmente en septiembre de 1993, en la gestión municipal del alcalde Julio Mantilla, se trasladó el Zoológico al macrodistrito de Mallasa, al sur del municipio de La Paz.

A 14 Km. de distancia del centro de la ciudad y dentro del Parque Nacional de Mallasa, se instaló en 1993 el zoológico municipal con mayores ventajas y comodidades. Posee 22.4 hectáreas de terreno abierto, clima templado que en verano llega hasta los 22° C de temperatura y está a una altitud de 3.250 metros sobre el nivel del mar.

En aquella gestión se dio el nombre de Zoológico Municipal Vesty Pakos Sofro en honor al investigador austriaco Silvestre Pakos, impulsor de su traslado y primer director de esta institución perteneciente a la alcaldía de La Paz. Es uno de los zoológicos más altos del mundo y el más grande de Bolivia. Alberga aproximadamente a más de 500 individuos de 76 especies de seis ecos regiones de Bolivia.

#### **4.3. ¿Qué es un bioparque?**

Es el área donde, no solo se exhiben animales, sino que, a través de la recreación de ambientes naturales, los visitantes adquieren conocimientos de la relación existente entre animales, las plantas y las actividades del hombre.

El bioparque es una institución que muestra la biodiversidad de una región, dando a conocer las dinámicas que se crean en los ecosistemas y sobresaliendo la importancia que tiene esto en el diario vivir. El bioparque tiene un compromiso marcado con el bienestar animal e implementa el concepto de inmersión, escenario que permite al visitante que dentro de su experiencia se sienta parte de las dinámicas que se generan dentro de los ecosistemas realzando aún más las vivencias de los visitantes.

El bioparque está comprometido con la protección ambiental y la reinserción de los animales rescatados a su hábitat, en todas las formas posibles. Por esta razón ha sido diseñado, construido y actualmente funciona bajo los parámetros de la arquitectura verde.

#### **4.4. De zoológico a Bioparque Municipal Vesty Pakos**

Gracias al cumplimiento de requisitos, el zoológico municipal de La Paz, es el primero en contar con una certificación de cumplimiento al Reglamento Nacional de Zoológicos en Bolivia. Esta entidad se divide en cinco áreas de acción para garantizar la calidad de vida de los animales y estas son; administración, finanzas y contabilidad, conservación y manejo, educación, mantenimiento y recreación.

De acuerdo a información proporcionada por responsables del recinto, se proyectó la posibilidad de moldear ambientes del área del Parque Nacional de Mallasa, protegido legalmente por Decreto Supremo N° 4309 de 06/02/1956, y transferido a la Honorable Alcaldía Municipal de La Paz H. A. M., en fecha 18/11/1972.

Es así que, desde fines de la gestión 1992 a mediados del año 1993, se logró el traslado de animales al Parque de Mallasa, para albergarlos en las cabañas habilitadas como precarias e incómodas jaulas y a los felinos grandes los trasladaron a ambientes en construcción, la celeridad de esta obra, impulsada por el ex Alcalde Raúl Salmón de la Barra, para que el espacio creado por el Sr. Silvestre Pakos Sofro, que falleció trágicamente durante este periodo, no quedara en el olvido y abandono.

El 21 de septiembre del año 1993, este espacio fue denominado como Zoológico Municipal “Vesty Pakos Sofro” de Mallasa, por el Alcalde Julio Mantilla Cuellar.

Su administración económica fue tuición del Gobierno Municipal de La Paz, según Resolución Municipal 0440, hasta fecha 01/08/2002, desafiando la posibilidad de su adjudicación a Empresas u Organismos privados, mediante Licitación Pública. Fue por Ordenanzas Municipales

016/2002 de 04/04/2002, Ord. Mcpl. 100/2002 en cumplimiento a Resolución Municipal 0351/2001 de 15/10/2001, el Honorable Concejo Municipal, precedido por H. Cristina Corrales Real, en el Gobierno Mcpl. Del Dr. Juan del Granado Cossio, son facultados por la Ley de Municipalidades N° 2028, el Zoológico fue considerado como empresa Municipal Desconcentrada, quedando su administración en calidad autónoma e independiente, bajo observación de la Unidad de Servicios Municipales, dependiente de la Dirección de Promoción económica, con perspectivas a una futura privatización. Regulado según derecho ecológico por el Reglamento Nacional para Zoológicos de Bolivia, aprobado por Resolución Ministerial N° 065/00 de 17/03/2000.

Es así que durante un tiempo permaneció bajo una gestión emprendedora que desarrolló los objetivos priorizados por la preservación de la fauna silvestre, andina y exótica residente en el Zoológico, por medio de elementos tácticos, definidos como una educación que sensibilice al visitante, sobre la necesidad de proteger y preservar a los animales.

En la última década, el ex “Zoológico de Mallasa” se transformó en referente de educación ambiental, conservación y rehabilitación de fauna silvestre. Consiguiendo ser el primer centro boliviano, miembro de la Asociación Latinoamericana de Parques, Zoológicos y Acuarios (ALPZA), asociación que destaca la excelencia y el cumplimiento de altos estándares de proyectos de conservación. (Rocío, 2021)

De acuerdo a nota de prensa del 23 de marzo del 2021, difundida en la Agencia Municipal de Noticias, se informa que el Vesty Pakos recibió la licencia de funcionamiento como bioparque el 19 de diciembre de 2020, el mismo tiene una vigencia por 10 años. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, GAMLPA, 2021)

Datos del municipio paceño afirman que, el Vesty Pakos tiene una población de 550 animales de 74 distintas especies. De este grupo, el 90% fue víctima de tráfico y el 70% pertenece a especies amenazadas.

Actualmente se conoce que, a un año y más de la obtención de la licencia como bioparque, otorgada por parte de la membresía de la ALPZA, el centro municipal de conservación Vesty Pakos cuenta con programas de investigación, rehabilitación y custodia de fauna silvestre y busca reintroducir a los animales a su hábitat.

El Bioparque Vesty Pakos es un parque temático de carácter ambiental ubicado en el macrodistrito de Mallasa en la ciudad de La Paz, en cuanto a la problemática específica de gestión de residuos generados dentro del parque, se encuentra el siguiente panorama: El Bioparque cuenta con una ruta ecológica a través de la cual se pueden observar las distintas zonas de exhibición, espacios donde se generan cantidades considerables diarias de residuos sólidos tanto por parte de los visitantes y empleados que transitan a lo largo de la ruta, como de las personas que utilizan áreas de esparcimiento y acercamiento familiar (parrilleros) o zonas de descanso.

En el último periodo, el trabajo del Bioparque Vesty Pakos se realizó de manera ininterrumpida a pesar de la crisis sanitaria por la Covid – 19, especialmente en la fauna rescatada durante la pandemia. Esto se puede ver reflejado en las más de 10 experiencias de reinserción de fauna como ser: una garza, un puma, cóndores andinos, aguiluchos, halcones, culebras y anfibios”, escenas que fueron reflejadas y grabadas en las páginas oficiales de Facebook del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

En la misma página se destaca la nueva modalidad de visitas guiadas para el público paceño que permitirá transmitir la importancia de conservación de los ecosistemas y el manejo consciente de los recursos naturales.

En cuanto a la recolección de residuos sólidos se cuenta aproximadamente con diez personas que se encargan de hacer el recojo por áreas, la recolección se realiza en carretillas reuniendo todo tipo de residuos y posteriormente se hace la separación, pero únicamente de los plásticos, específicamente de botellas pet.

Entonces se hace necesario impartir procesos de comunicación e información que enseñe a todas las personas que visitan el parque a separar residuos no reciclables y reciclables, la mayor parte de éstos es llevada al relleno sanitario ocasionando impactos negativos importantes sobre el medio ambiente.

Es indispensable contar con un plan de manejo para la certificación al bioparque municipal, que involucra contar con un documento base que dé las directrices para el manejo adecuado de la fauna en temas sanitarios, nutricionales, genéticos y de bienestar general de los mismos. Así también deben contar con un plantel profesional de veterinarios, biólogos, nutricionista, guarda faunas y un hospital veterinario con normativas de bioseguridad y seguridad laboral.

Así también deben:

- Dar cumplimiento al Plan de Manejo.
- Presentar el Manifiesto Ambiental.
- Impulsar el área de educación en la temática ambiental.

- Realizar el control de población analizando situaciones de competencia entre machos y adultos.
- Viabilizar un programa de exhibición de fauna andina, rescatando y promoviendo planes de manejo de especies que se encuentren en peligro.
- Investigar sobre el manejo de animales de extinción en Bolivia.



*Figura 6. Puerta principal del Bioparque Municipal Vesty Pakos en La Paz - Bolivia (2021)*

#### **4.4.1. ¿Quién fue Silvestre Pakos Sofro?**

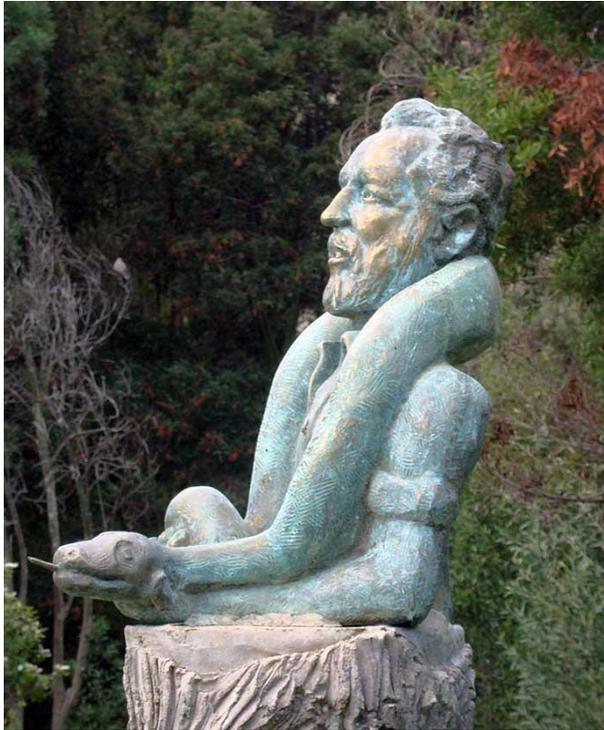
Silvestre Pakos Sofro, más conocido como Vesty Pakos, nació en Alkoven Schloss, Austria, el 11 de noviembre de 1946, de nacionalidad boliviana, debido al cariño que sentía por Bolivia. Fue un reconocido herpetólogo y famoso técnico en el manejo de fauna silvestre, impulsor del traslado del zoológico Parque Roosevelt a la zona de Mallasa, se desempeñó como el primer

director del zoo Vesty Pakos, era un investigador austriaco, vivió en Bolivia desde sus cuatro años. (Mabel, 2013)

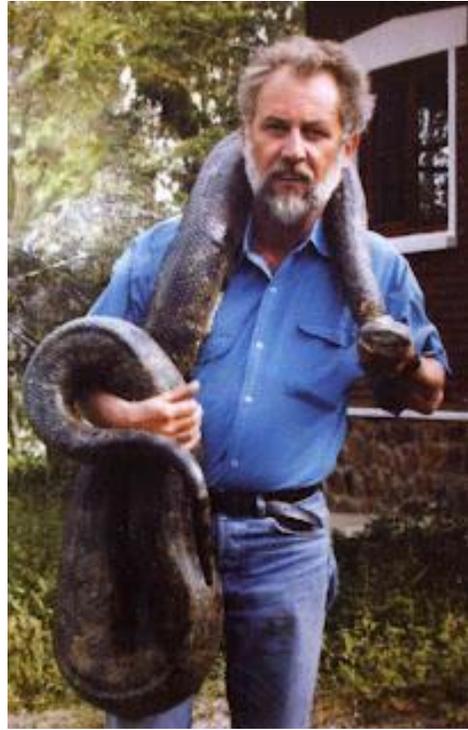
Su experiencia, tenacidad y pasión por la vida y los animales, fueron esenciales para proyectar y planificar el emplazamiento del ahora Bioparque Municipal Vesty Pakos y el traslado de los animales, que en los años 50's vivían en el “Parque de los Monos”, actual denominado Parque Urbano Central (PUC)

En las fotos, se lo observa con animales silvestres como: con leones, pumas, loros, capibaras, serpientes, entre otros, que con personas. Esa era su vocación cuidar y preservar a los animales y que no pudo ver concluidos sus planes para transformar ese espacio en un centro no sólo con calidad de vida para los animales, sino un centro de educación, de entendimiento sobre la importancia de cada especie.

Vesty Pakos murió en un accidente el 13 de mayo de 1993. Este 2022 se van a cumplir 29 años de ese deceso, y su viuda e hijos —Brenda, Michelle y Pablo—, se afanan para resaltar la fecha. Han encargado unos carteles con fotografías y textos que recuperen la memoria de ese amante de la naturaleza. Muchos continúan trabajando en este proyecto, bajo su legado de amor, compromiso y sumando nuevos proyectos para consolidar el bioparque y cada vez sea un referente en la rehabilitación, cuidado y conservación de la fauna silvestre amenazada. (Mabel, 2013)



*Figura 7. Busto de Vesty Pakos - Alfonso, (2011)*



*Figura 8. Vesty Pakos Posa con una boa en el cuello Alfonso (2011)*

#### **4.5. Organizaciones y funciones**

Considerando la Ley de Descentralización Administrativa, la ordenanza municipal N° 100/02 declara que el Zoológico Municipal Vesty Pakos Sofro es una unidad desconcentrada, donde la administración económica y de personal responde a Ley de Municipalidades, Ley de Funcionario Público, las normas básicas de administración de personal, normas básicas de administración de bienes y servicios, bajo la tutoría y fiscalización de la unidad de Servicios Municipales dependiente de la Secretaría de Promoción Económica del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP)

De acuerdo al Manual de Organizaciones y Funciones 2021 (MOF) del GAMLP, detalla que el Bioparque Municipal Vesty Pakos es una entidad municipal desconcentrada que responde a la autoridad Funcional de la Dirección de Empresas, Entidades y Servicios Públicos.

Otra característica que identifica el MOF es la razón de ser de la unidad organizacional que consiste en “Sensibilizar y educar a la sociedad promoviendo la conservación de la biodiversidad de Bolivia, con énfasis en la región andina, así como contribuir a la generación de información sobre la biodiversidad boliviana, a través de programas y proyectos de investigación científica”. (GAMLP, 2021)

Entre las funciones y atribuciones específicas del Bioparque Municipal Vesty Pakos el MOF detalla las siguientes:

- a. Elaborar, definir, controlar y ejecutar planes y proyectos de ampliación y mantenimiento de la infraestructura del Bioparque Municipal Vesty Pakos.
- b. Promover la conservación ex situ de poblaciones animales en peligro de extinción.
- c. Proporcionar a los especímenes albergados en el Bioparque Municipal Vesty Pakos, condiciones adecuadas para su desarrollo, en espacios de cautiverio y/o semi cautiverio que recreen su hábitat natural.
- d. Remitir reportes mensuales de los ingresos percibidos por los servicios del Bioparque Municipal Vesty Pakos a la Administración Tributaria Municipal y Secretaria Municipal de Finanzas.

- e. Implantar las políticas y estrategias de educación para sensibilizar a la comunidad en temas de medio ambiente y manejo de animales silvestres.
- f. Establecer de forma operativa las políticas y procedimientos administrativos para el cumplimiento de objetivos.
- g. Realizar alianzas estratégicas con diferentes instancias intra e inter institucionales para la operación de las actividades propias del Bioparque Municipal Vesty Pakos.
- h. Ofrecer y operar servicios complementarios que generen ingresos al Bioparque Municipal Vesty Pakos.
- i. Contribuir a la recuperación de poblaciones de especies de fauna silvestre.
- j. Definir y/o actualizar la estructura organizacional y los procesos de su unidad organizacional en coordinación con la Dirección de Gobierno Electrónico y Modernización de la Gestión.
- k. Gestionar ante la Dirección de Gestión de Recursos Humanos de acuerdo a normativa vigente, la tramitación de: examen pre-ocupacional, discapacidad, subsidios, afiliación al Sistema Integral de Pensiones, afiliación a la Caja Nacional de Salud u otros entes gestores de salud, bajas médicas por incapacidad temporal e informe de accidentes de trabajo.
- l. Planificar y supervisar la evaluación del rendimiento del personal eventual.
- m. Cumplir con el registro de permisos, comisión y licencias justificadas en el sistema informático de la Dirección de Gestión de Recursos Humanos.

- n. Cumplir con la imposición de sanciones disciplinarias al personal, en el marco de lo establecido en el Reglamento Interno de Personal vigente.
- o. Elaborar memorándums de aceptación de renuncia, de resolución de contrato, informes de bonos de antigüedad y remitirlos a la Dirección de Gestión de Recursos Humanos.
- p. Efectuar el control físico y cumplimiento de horarios de trabajo del personal bajo su dependencia.
- q. Elaborar y generar la planilla de asistencia y sanciones del personal, cumpliendo los plazos establecidos en la normativa establecida por la Dirección de Gestión de Recursos Humanos, para su remisión oportuna.
- r. Solicitar a la Dirección de Gestión de Recursos Humanos, la habilitación en el sistema biométrico del personal de su dependencia.
- s. Resguardar los files del personal y facilitar cualquier documentación que sea requerida formalmente.
- t. Emitir Informes Trimestrales de Verificación de Cumplimiento de la presentación oportuna de la Declaración Jurada de Bienes y Rentas del personal de su dependencia.
- u. Registrar en el sistema informático la planilla de pre contrataciones de personal eventual en los tiempos establecidos, en coordinación con la Dirección de Gestión de Recursos Humanos.
- v. Llevar adelante los procedimientos de reclutamiento y selección para la contratación de personal eventual dentro de los parámetros establecidos en el Reglamento para la Contratación de

Personal Eventual, hasta la formalización de la relación contractual, en función a los techos presupuestarios asignados para cada gestión, en coordinación con la Dirección de Gestión de Recursos Humanos de acuerdo a plazos establecidos y normativa vigente.

- w. Cumplir con las disposiciones legales relacionadas a la seguridad y la salud ocupacional.
- x. Cumplir, hacer cumplir y difundir los instructivos, circulares y comunicados emitidos por las unidades organizacionales sectoriales del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
- y. Precautelar la transparencia de los procesos y procedimientos, cumpliendo con la política institucional de “Cero Tolerancia a la Corrupción” en el marco de sus competencias.
- z. Verificar la correcta aplicación de leyes, reglamentos, instructivos, normas, procedimientos y controles internos de administración, tanto de orden general como propios de la entidad.
- aa. Cumplir con principios, normas generales y básicas de Control Interno Gubernamental.
- bb. Administrar el Sistema de Procesos y Procedimientos de su unidad organizacional.
- cc. Otras que le sean asignadas por la autoridad superior.

En la actualidad los recorridos por el Bioparque son guiados, al ingreso se conforman grupos de 20 a 25 personas. La medida se sumó a los protocolos de bioseguridad por la Covid-19 con las que cuenta este espacio de áreas verdes protegidas, y sirvió también para que los visitantes, especialmente los niños logren aprender sobre diferentes especies e individuos que albergan en este espacio y se conciencien sobre el daño que causa el tráfico de animales silvestres. (Rocío, 2021)

## Capítulo 5: Diagnóstico del trabajo

### 5.1. Elaboración del Diagnóstico de reciclaje en el Bioparque Municipal Vesty Pakos

Para comprender la coyuntura actual del Bioparque Municipal Vesty Pakos concerniente a la recolección diferencial, se realizaron técnicas de investigación con el objetivo de conseguir una visión más precisa del problema existente. Para esto se observó y consideró la ubicación de contenedores, paneles informativos, espacios educativos, el comportamiento de los visitantes al espacio municipal y los métodos de recolección de residuos sólidos usados dentro el espacio recreacional. El diagnóstico será fundamental para definir las estrategias comunicacionales.

El bioparque, con el fin de conservar el medio ambiente y equilibrar los recursos naturales, tal y como se menciona en el Manual de Organizaciones y Funciones del GAMLP 2021, dispuso lugares apropiados para la separación de botellas de plástico desde la fuente.



*Figura 9.* Punto de reciclaje para botellas plásticas en el BMVP

La ex administradora del Bioparque Municipal Vesty Pakos, Grace Ledezma, informó que la Fundación Coca-Cola en Bolivia, el 24 de noviembre de 2020, donó 100 contenedores a la Alcaldía de La Paz de los cuales 11 fueron instalados en el ex zoológico de Mallasa, estos contenedores son partes de la línea del acopio de residuos sólidos en la ciudad con el objetivo de aportar a la economía circular del reciclaje.

Las botellas recolectadas son tipificadas en la Planta de Clasificación de Residuos del municipio para después entregarlas a la Empresa de Envases, Papeles y Cartones (Empacar S.A.).

Por otro lado, en entrevista sostenida con la técnico de la Dirección de Prevención y Control Ambiental del GAMLP, Farina Flores, aseguró que el bioparque es considerado uno de los generadores más grandes de diferentes tipos de residuos sólidos, y resaltó que al interior del establecimiento solo se acopian botellas pet o plásticas y no cuentan con equipamiento de recolección diferenciada para otro tipo de residuos aprovechables.

Sin embargo, el director del Sistema de Regulación Municipal (Siremu), Rubén Ledezma, indicó que desde el 28 de noviembre del 2020, se emplazó una Isla Verde al ingreso del bioparque que ayuda a reducir los materiales aprovechables como cartón, botellas pet, papel y bolsas plásticas generadas por comerciantes y visitantes al espacio municipal.

El funcionario edil refirió que de esa la Isla Verde, mensualmente se recolecta, aproximadamente, en cartón y papel, 1.500 kilos; envases 2.500 kilos; vidrio 80 kilos, metales 10 kilos.

En lo anterior, hace ver que a la fecha no se cuenta una estrategia comunicacional de separación de residuos sólidos dentro del bioparque que resulte efectiva, ya que lo acopiado, solo

el 15.4 % de los residuos ordinarios y comunes generados, corresponden a residuos reciclables, entre ellos, las botellas pet, además de lo recolectado de la isla verde; y el 84.59 % sobrante tienen como destino el relleno sanitario de Alpacoma o Sak'a Churu. Con estos datos de porcentaje bajo de aprovechamiento de los recursos, el bioparque no estaría contribuyendo con la política actual de la alcaldía, de disminuir la cantidad de residuos que llegan al relleno sanitario municipal, de al menos un 30%, dato que fue brindada por la Ing. Farina Flores, coordinadora del Programa Municipal de Gestión Integral de Residuos, en la entrevista a profundidad realizada el pasado mes de abril de 2021 y quien además mencionó que a hoy, “el relleno sanitario de la ciudad tiene una vida útil de 10 años”. Hay que hacer notar que, en un corto plazo, la ciudad posiblemente tendría un problema con la generación de desechos, por lo que es necesario implementar programas que formen conciencia y que permitan al bioparque, como parte importante de la sociedad, generar menos impurezas y aprovechar más los recursos.

Tras su reapertura después de la cuarentena por la Covid-19, recibe aproximadamente entre 5.000 a 6.000 visitantes al mes, especialmente de personas provenientes de otros municipios del departamento de La Paz. Los fines de semana es cuando la mayor afluencia de gente es recibida, en temporada alta, como en temporada baja. La ex administradora del Bioparque, aseguró que la mayor parte de estos visitantes son niños menores de 10 años, seguidos de jóvenes entre 11 y 20 años, acompañados de su familia.



Figura 10. La ex administradora del BMVP y bióloga, Grace Ledezma (*La Región*, 2021)

Antes de la cuarentena por la Covid – 19, la tendencia principal de la población paceña es visitar el bioparque por lo menos una vez al año, por otro, la duración de permanencia en el espacio recreacional es de dos a cuatro horas, y los motivos de visita son para ver los animales, disfrutar de la naturaleza, pasear a los niños, caminar y descansar.

Los visitantes del ex parque zoológico de Mallasa disfrutaban visitar los diferentes espacios del lugar como: los salones de exhibiciones, visitar el serpentario, compartir con la familia, entrar a los espacios interactivos, descansar, y pasear por la laguna.

Es importante reiterar que, de acuerdo a lo expuesto líneas precedentes, se debe trabajar en la elaboración de un plan de comunicación para transmitir información que instruya a la población visitante del bioparque, a separar residuos no reciclables y reciclables, porque la mayor parte de estos son dirigidos al relleno sanitario de Sak'a Churu, destruyendo el medio ambiente.

**5.1.1. Aplicación de instrumentos: entrevista aplicada a la coordinadora del Programa Municipal de Gestión Integral de Residuos del GAMLP, Ing. Farina Flores Miranda**

*¿Hace cuánto el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz implementa el sistema de recolección diferenciada?*

El Gobierno Autónomo Municipal viene lanzando desde el 2018 unas pruebas piloto en las zonas de Achumani y Miraflores donde han instalado cuatro islas verdes y 28 juegos de contenedores diferenciados, de las cuales justamente la respuesta de la población ha sido muy buena y después de una evaluación que se ha hecho después de un año y un poco más, se han podido evidenciar que, realmente la población necesitaba este tipo de equipamientos de aseo urbano. Para poder separar sus residuos y después de un año hemos empezado ya con complementar, si puede decir, en las diferentes áreas concesionadas con la empresa de La Paz Limpia, para poder instalar los contenedores diferenciados y las islas verdes.

*¿El trabajo que se realiza tiene que ver con ofrecer información a la población? Porque muchas veces la gente no sabe cómo tiene que separar los residuos*

Claro que sí, justamente, dentro de este proyecto de recolección diferenciada, un paso muy importante es la información de la separación (de residuos) en origen, ¿a qué nos referimos con esto? En poder informar a la gente a que separe en sus hogares, en sus viviendas, en sus lugares de trabajo, en las oficinas o donde se tiene estos residuos de manera general.

Nosotros hacemos un trabajo previo antes de instalar los contenedores, vamos a sensibilizar puerta a puerta, ¿qué significa esto? Que vamos a hablar con la gente, les explicamos con los folletos, les informamos qué tipo de residuos ingresan en los contenedores amarillos y azules, qué no pueden ingresar y en qué calidad deberían ingresarlos.

Entonces, este trabajo también lo realizamos con voluntarios medioambientales, personal de la alcaldía como tal, para que la gente pueda informarse y conversar sobre el tema y no solo ver en unos video o *post* (publicaciones) que hacemos en el *Facebook*, para que ellos se puedan informar de una manera mucho más adecuada y además pues, subsanar cualquier duda que tengan sobre la separación de estos residuos.

***¿El objetivo de los residuos sólidos como tal es poder reciclar los mismos, reciclar estos materiales?***

Claro que sí, justamente dentro de este proyecto tenemos ya el ciclo como reciclaje, cerrado ¿Qué quiere decir esto? Que nosotros cumplíamos todo lo que es la economía circular. Si bien se separan los residuos y nos entregan en los contenedores diferenciados, nosotros lo que hacemos posterior a esto, es trasladarlos a una planta de clasificación. En esta Planta de Clasificación que también está administrada por el GAMLP, hacemos una separación, una tipificación específica de cada tipo de residuos, un ejemplo básico que te puedo dar, es el de las botellas pet que llegan de todo color, tapas y etiquetas, que allá las separamos, las tapitas y por colores, después pasa a un enfardamiento o a una compactación de la cual las llevamos a diferentes empresas para que se realice el reciclaje como tal, de papel, de cartón de vidrios, de plásticos en general.

En el gobierno municipal tenemos la Planta de Plastimadera donde se realizan los mobiliarios escolares a partir de los polietilenos de baja densidad, que son las bolsitas de leche y estos vuelven a los colegios como pupitres, y eso es lo más interesante para mostrarle al ciudadano, al estudiante, a todos, que el reciclaje en la ciudad de La Paz sí se lo realiza como tal.

***¿Se ha pensado implementar esto en el ex zoológico de Mallasa tomando en cuenta la cantidad de gente que visita este lugar?***

Claro que sí, en realidad con ellos estamos empezando a trabajar recién. En realidad ellos separan los residuos pero no los entregan como tal a la planta de clasificación del municipio, pero ahora estamos hablando con ellos porque la generación de residuos, allá es bastante, se consideran como grandes generadores de la ciudad, y tienen diferentes tipos de residuos. Dentro de esto les hemos solicitado que puedan ya tener contenedores de colores adecuados para los residuos que van generando, y luego puedan entregarlos a la planta de clasificación.

Esto estamos planteando en las reuniones, en un tiempo implementaremos equipamientos urbanos, previo a la realización de capacitaciones, tanto con el personal de limpieza, los administradores y todos aquellos que hacen funcionar el ex zoológico de Mallasa.

***¿Cuántas normativas están vigentes sobre este tema de la basura en relación del medio ambiente en nuestro país?***

En realidad, en nuestro país regulan dos leyes, la ley 755 y su reglamento como tal, que es el de la Gestión Integral de Residuos Sólidos, pero en el municipio tenemos dos reglamentos de Gestión Integral de Residuos Sólidos que está aprobado por el Decreto 012/2019 y adicionalmente otro que es más antiguo, el Reglamento de Aseo Urbano.

El Reglamento de Gestión Integral de Residuos de La Paz involucra a todos los ciudadanos, que son naturales o jurídicos, actividades económicas o aquellas que generan residuos en el municipio y que estos, justamente, tienen la obligación de separar los residuos y hacer las gestiones adecuadas para que llegue el tema de reciclaje como tal y en este marco está involucrado como gran generador de residuos el Bioparque Municipal.

**5.1.2. Aplicación de instrumentos: entrevista aplicada al director del Sistema de Regulación y Supervisión Municipal (Siremu), Ing. Rubén Ledezma**

*¿Cómo avanza el plan de recolección diferenciada en la ciudad de La Paz?*

Hemos trabajado en todos los macrodistritos como el Centro, en Max Paredes, Cotahuma, Sur, San Antonio, se han instalado varios puntos de recolección diferenciados.

Por ejemplo, en Periférica tenemos instalados Islas Verdes, en la Universidad Salesiana, Terminal de Buses, en la Plaza Arandia, Plaza del Maestro. Así también tenemos contenedores diferenciados instalados en el Plan Autopista, en la calle Huayna Potosí, en la calle Benigno Loza, en la Plaza Pettofi, en la Terminal Minasa y en la calle Ramiro Castrillo calle 4.

*¿Qué elementos consideran para el diagnóstico inicial para la implementación de la cultura del reciclaje en La Paz?*

En cada uno de estos puntos que vamos interviniendo les pedimos a toda la población que comience a practicar la separación domiciliaria de residuos, que separen los elementos como el plástico, todo tipo de plásticos, botellas pet, envases de champú, de todo tipo de envases plásticos, bolsitas, todas las bolsitas que utilizamos que recibimos en los mercados que podemos fácilmente reutilizar, que separen el papel y el cartón, el papel de las unidades educativas de nuestros hijos que podríamos reciclarlos cuando ya no los utilizan, los cartones que vienen en todos los embalajes de las cosas que compramos, los vidrios, las botellas de vidrios o materiales de vidrios que también sirven y aquellos materiales metálicos como latas de algunos productos.

*¿Con qué empresas trabajan o son aliadas para sostener el reciclaje en La Paz?*

Todos estos elementos ya se están reciclando, ya se entregan a empresas como Papelbol, Envibol, Cartonbol, Empacar, que son estas empresas que ahorita están produciendo nuevos productos a través de estos materiales.

Entonces los materiales que nos hacen llegar a estas islas verdes, van a llegar otra vez como transformados en otros productos y es por eso la importancia de que se inaugure aquí en Periférica.

***¿Cuál es la evaluación que se podría hacer, con la instalación de los equipamientos urbanos de recolección diferenciada, cuántas toneladas se han recolectado de residuos sólidos clasificados?***

Creo que bastante bien, hasta antes de comenzar la recolección diferenciada, teníamos otras metodologías de trabajo con puntos barriales donde recolectábamos entre 1.5 a 2 toneladas máximo por semana. Ahora estamos superando las seis toneladas por semana y nuestra meta está dirigida en que podamos lograr unas 30 toneladas semanales una vez que se termine de instalar todo el sistema en la ciudad.

***¿Qué cantidad de residuos sólidos genera cada habitante en el municipio de La Paz?***

El promedio per cápita es aproximadamente 250 kilos anual, por ejemplo, el 2020 se han producido 235.322 toneladas de residuos sólidos comunes y domiciliarios. Estos residuos son generados en todas las actividades económicas e institucionales en el municipio de La Paz. Nos referimos a colegios, ministerios, cuarteles, restaurantes, mercados, el Bioparque Vesty Pakos y otros.

Además, es importante mencionar que, en patógenos recurrentes, que no son de coronavirus, se obtuvo 765 toneladas en instituciones de salud; 169 toneladas de residuos COVID-19 de hospitales y domicilios; y 202 t de residuos diferenciados de Islas Verdes y contenedores específicos. Sumados lo recolectado asciende a 236.458 toneladas.

***¿Hasta la fecha cuántos equipos de aseo urbano se han instalado en el municipio de La Paz?***

En los últimos cinco años, la alcaldía paceña instaló 3.164 contenedores con diferentes características en el municipio de La Paz para solucionar el conflicto que existe con los microbasurales generados en distintos lugares de la ciudad como en las esquinas, plazas, calles y avenidas. Se habilitó también 117 contenedores diferenciados y 42 Islas Verdes en los macrodistritos Centro, Sur, Mallasa, Periférica, Max Paredes, Cotahuma y San Antonio.

Es importante mencionar que se realizó una entrevista a la actual administradora del Bioparque Vesty Pakos, Gheraldine Durán, pero por la intervención realizada por la Dirección de Biodiversidad y Áreas Protegidas del Ministerio de Medioambiente y Agua, a raíz de denuncias sobre los decesos y maltratos a individuos (animales) albergados en el recinto municipal, se decidió no considerar la mencionada entrevista, puesto que algunos datos proporcionados por la administradora no coincide con algunas declaraciones emitidas por la misma en medios de comunicación sobre este espacio municipal.

Después de recoger información a través de entrevistas y encuestas, se pudo identificar que el bioparque, cuenta con un proyecto de acopio de botellas plásticas que plantea el sistema de gestión ambiental, donde se desarrollan estrategias de impacto sobre el ambiente del ex zoológico de Mallasa, bajo la responsabilidad y participación de la administración y fundaciones y ONGs. Desde una visión ambiental, las acciones más comunes que se desarrollaron fueron: La ubicación de avisos al lado de recipientes de basura para colocar la basura en su lugar, mapas de orientación del bioparque, carteles educativos sobre las especies de animales que albergan en el lugar. Así mismo, desde la administración bioparque municipal se han realizado campañas de educación y sensibilización ambiental a estudiantes, niños y jóvenes de municipios aledañas al bioparque en el

tema de forestación y cuidados de los animales para su conservación y son quienes respondieron de manera gratificante. Quienes no cuentan con los conceptos claros sobre el cuidado del medio ambiente son los jóvenes y adultos, quienes no están encaminados claramente al programa de reciclaje o recolección diferenciada de residuos en la institución municipal y se evidencian carencias como la falta de un comunicador ambiental para que realice la adecuada divulgación, sensibilización y capacitación a estos grupos etarios, del mencionado programa. Además este funcionario debe realizar el seguimiento y control a la buena ubicación de canastas o contenedores de residuos, mejoramiento de los centros de acopio, involucramiento de visitantes y administrativos.

A la fecha se han ubicado puntos de recolección que se pueden observar al dar un recorrido por todo el parque municipal, es decir, existen las canastas o puntos ecológicos, no obstante, a pesar de que están emplazadas no son bien utilizadas por los visitantes. Se adjunta fotografías donde se observa que las canastas las usan de manera inadecuada.



*Figura 11. Canastas del Bioparque Municipal Vesty Pakos*

Las canastas ubicadas en el centro del ex zoológico, no tienen una relación con los códigos de clasificación por colores y los letreros informativos, manejados por el Siremu y LPL, confundiendo a la población sobre cómo usar adecuadamente las canastas. Una muestra de ello se

observa en las siguientes fotografías que evidencia una botella de vidrio en las canastas de residuos comunes, adicionalmente el rótulo de información se encuentra en la parte inferior de las canastas de residuos, lo que impide visualizar a primera vista la información.

Otros de los puntos importantes que se identificó son los siguientes:

- Hay un deterioro del papel o plástico de los paneles informativos que contiene la información que da a conocer la utilización de los contenedores o canastillos de basura.
- La mayoría de las canastas de recolección que dispone el bioparque no están ubicadas estratégicamente, algunas están en partes poco visibles.
- No se toman los cuidados necesarios al momento de colocar las bolsas, porque al ponerlas y ser más grandes que la canasta de basura, cubren la información de su uso, dificulta lo que hace más difícil que se utilice de manera correcta.
- Se evidencian rutas largas donde no hay muchas canastas y otras con canastillas continuas, lo cual sigue haciendo parte de la falta de ubicación estratégica.
- No cuentan con información sobre la separación de residuos sólidos o reciclar, en ninguna parte al interior del bioparque.

Así mismo, desde la Administración del Bioparque Municipal Vesty Pakos, se ha dado la instrucción en todas las oficinas del establecimiento de separar el material reciclado de los residuos comunes para que el personal de mantenimiento pueda recoger todos los días estos residuos. Sin embargo, después de las entrevistas y encuestas realizadas se evidencia que esta actividad se realiza basada en la experiencia de lugares externos al bioparque y se puede demostrar que no se ha realizado una correcta divulgación de cómo realizar esta actividad y sus beneficios que trae esta acción.

Es por esta razón que de la entrevista realizada a la administración se entiende la importancia de contar con una estrategia de comunicación para hacer la adecuada difusión a la comunidad.

Se deduce de las entrevistas a profundidad y encuestas realizadas en el bioparque municipal que las causas primordiales del desaprovechamiento de los puntos ecológicos existentes dentro del Vesty Pakos se deben a:

1. No existe un programa de comunicación institucional formal que permita impulsar la separación de residuo sólidos dentro de la institución municipal.
2. La falta de una persona responsable 100% a estructurar toda la política comunicacional ambiental y su adecuada implementación dentro del bioparque.
3. La falta de aprendizaje estructurada dirigida a visitantes y administrativos.
4. La baja frecuencia de campañas dirigidas al tema de la separación diferenciada de residuos.
5. La inexistencia de una campaña para dar a conocer la existencia de un programa de reciclaje con un nombre, slogan, etc.
6. El desinterés de la ciudadanía y falta de consciencia ambiental.
7. La poca comunicación de los programas de separación, reciclaje o compromiso ambiental en la página de Facebook.
8. No hay participación activa de todas las jerarquías para que sea una campaña efectiva y continua.

### **5.1.3. Aplicación de instrumentos: Encuesta aplicada a visitantes, administrativos y voluntarios del Bioparque municipal Vesty Pakos**

Se hace necesario la ejecución de encuestas de percepción acerca del estado actual de la comunidad visitantes al bioparque, la cual debería contener entre otros datos: grado de conocimiento sobre el tipo de residuos que se producen en el bioparque, disposición para reciclar, identificación de profesionales ambientalistas del ex zoológico de Mallasa para ser vocero ante la población objetivo e iniciar las campañas. Así mismo, la identificación de puntos ecológicos o puntos verdes y señalización de los mismos, para este cometido se elaboró una encuesta que se aplicó a 322 personas visitantes del bioparque, con la siguiente ficha técnica:

#### **5.1.4. Ficha técnica**

<b>Ámbito:</b>	Visitantes y administrativos del Bioparque Municipal Vesty Pakos del macrodistrito de Mallasa en el municipio de Nuestra Señora de La Paz.
<b>Universo:</b>	Administrativos: 40 Voluntarios: 20 Visitantes: 5.000/mes
<b>Muestra:</b>	Administrativos: 7 encuestados Voluntarios: 20 Visitantes: 295
<b>Muestreo:</b>	Muestreo probabilístico: estratificado Muestreo no probabilístico: intencional por criterio subjetivo

**Trabajo de campo:** dic-21

**Error de muestra:** 5%

**Nivel de confianza:** 95%

Después de consolidada las encuestas, se consiguió el siguiente dato:

Tabla 1. *Rango de edad*

Opción	Rango de Edad					
	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Entre 15 y 24 años	12	60%	0	0%	68	23%
b) Entre 25 y 34 años	7	35%	4	60%	103	35%
c) Entre 35 y 44 años	1	5%	3	40%	88	30%
d) Mayor de 45 años	0	0%	0	0%	36	12%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

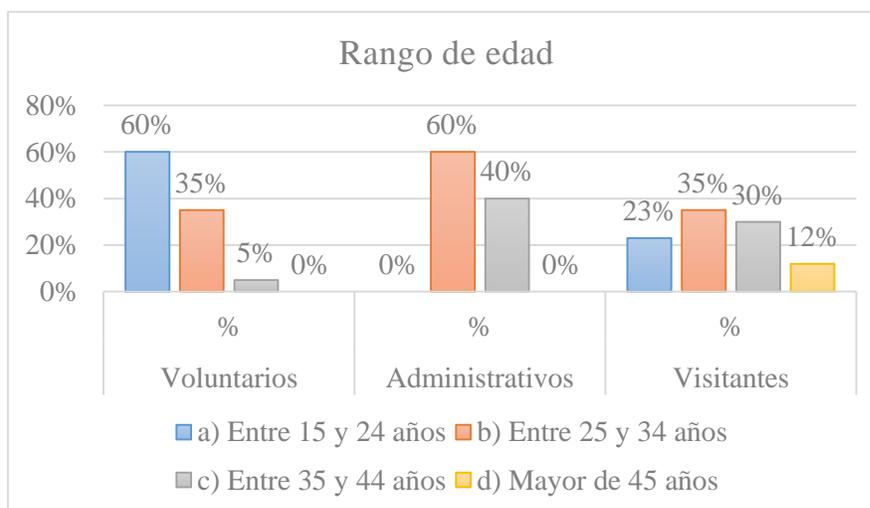


Gráfico 1. Rango de edad

A la pregunta “¿Cuál es su rango de Edad?” de los 322 encuestados en el Bioparque Municipal Vesty Pakos se resalta que el mayor porcentaje de voluntarios (60%) están entre 15 y 24 años, el 35 %, de los administrativos son mayores de 25 y 34 años, y por último los visitantes en su mayoría están entre 25 y 34 que llegan a representar con un 35%.

Tabla 2. Género

Opción	Género					
	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Femenino	9	45%	2	29%	139	47%
b) Masculino	9	45%	5	71%	144	49%
c) No respondió	2	10%	0	0%	12	4%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.

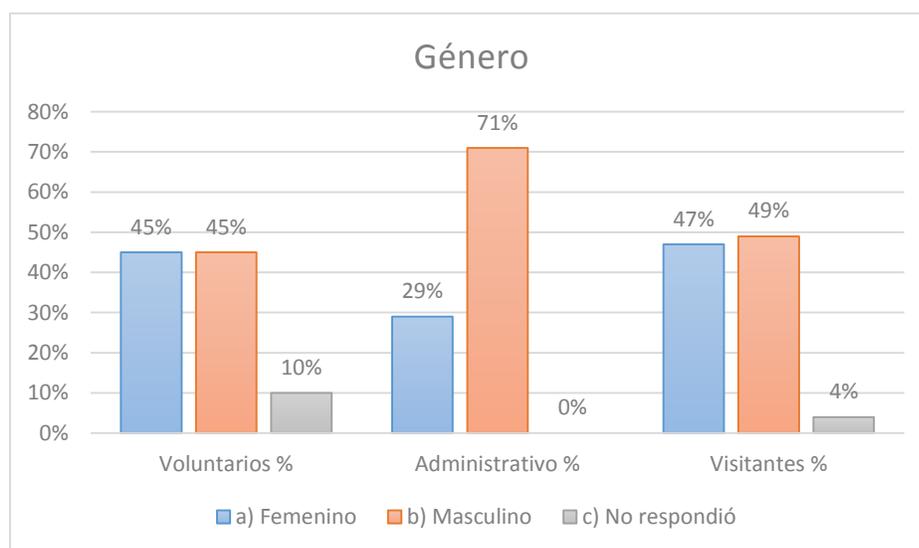


Gráfico 2. Género

El 45 % de los voluntarios encuestados son hombres, de igual modo 45 % pertenecen al género femenino y el 10 % restante no respondió; de los administrativos se aprecia que el 71 % corresponde al género masculino, el otro 29 % son femenino, entre los visitantes un 47 % femenino y 49 % masculinos y 4 % no respondieron.

Tabla 3. *Estrato Socioeconómico*

Opción	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Alto	0	0%	1	20%	20	7%
b) Medio	15	75%	6	80%	295	78%
c) Bajo	3	15%	0	0%	35	12%
d) No respondió	2	10%	0	0%	9	3%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.

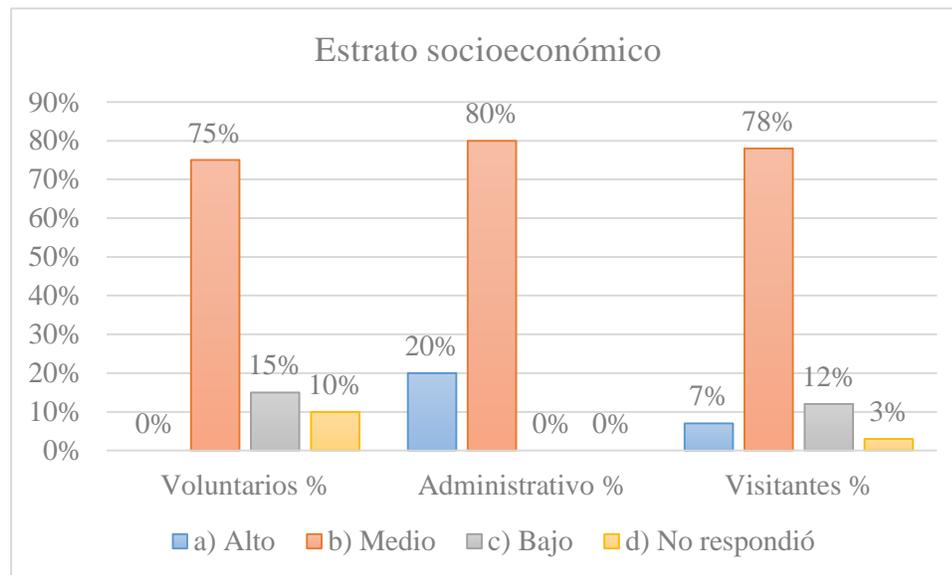


Gráfico 3 Estrato Socioeconómico

Del total de las encuestadas realizadas en el Bioparque Vesty Pakos de La Paz, el 75% de los voluntarios pertenecen a estrato socioeconómico medio; y 15% optó por estrato bajo, y el 2% no respondió; los administrativos mayoritariamente (80%) son de estrato medio, mientras que los visitantes en mayor proporción pertenecen al estrato medio (78 %) y el estrato bajo (12 %).

Tabla 4. *Importancia del reciclaje.*

¿Qué tan importante es para usted reciclar?						
Opción	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Muy Importante	15	75.0%	7	100.0%	166	56.3%
b) Importante	5	25.0%	0	0.0%	87	29.5%
c) Indiferente	0	0.0%	0	0.0%	19	6.4%
d) Poco Importante	0	0.0%	0	0.0%	4	1.4%
e) Nada Importante	0	0.0%	0	0.0%	2	0.7%
f) No respondió	0	0.0%	0	0.0%	17	5.8%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.

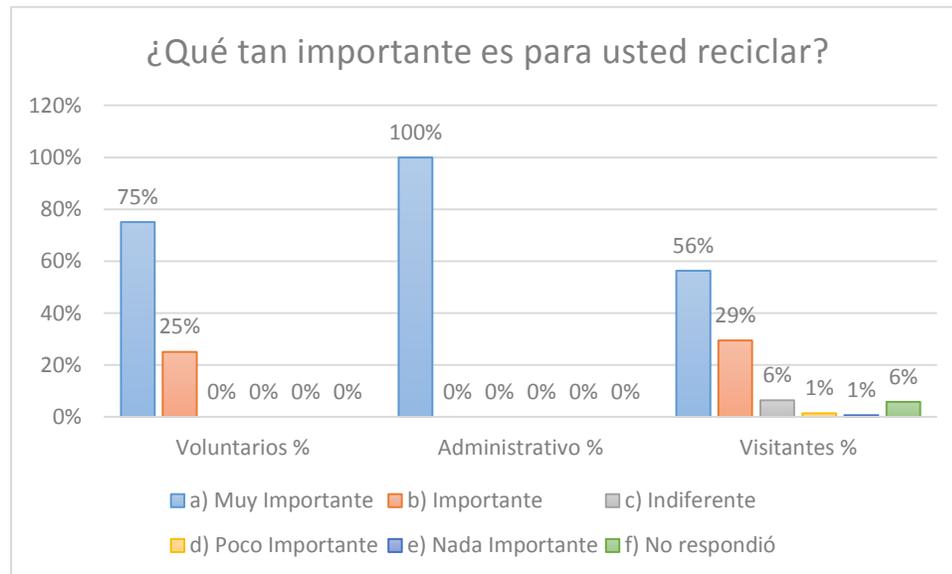


Gráfico 4. Importancia del reciclaje

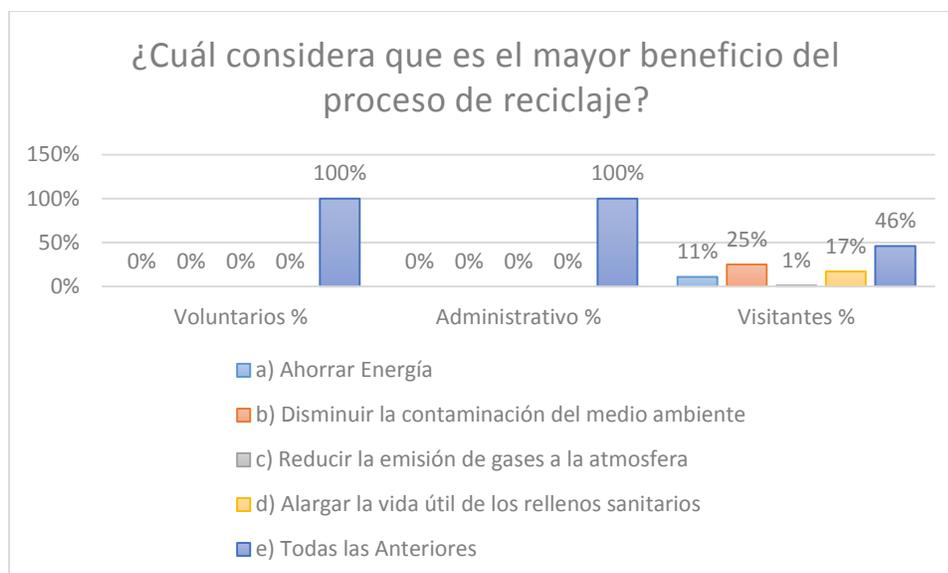
Para toda la ciudadanía encuestada (voluntarios, administrativos, visitantes al bioparque municipal), en su mayoría optaron que era “Muy Importante” reciclar los residuos sólidos con los

siguientes datos: 75 %, 100 % y 56.3 % respectivamente. Se evidencia que entre los visitantes hay un porcentaje pequeño que reconoce como “Poco Importante” el reciclar en un 1.4 %. Por lo que se puede aseverar de manera parcial que la población cree que reciclar posee un grado de alto de importancia.

Tabla 5. *Mayor beneficio del reciclaje*

<b>¿Cuál considera que es el mayor beneficio del proceso de reciclaje? Seleccione una opción</b>						
<b>Opción</b>	<b>Voluntarios</b>		<b>Administrativos</b>		<b>Visitantes</b>	
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
a) Ahorrar Energía	0	0%	0	0%	33	11%
b) Disminuir la contaminación del medio ambiente	0	0%	0	0%	74	25%
c) Reducir la emisión de gases a la atmosfera	0	0%	0	0%	4	1%
d) Alargar la vida útil de los rellenos sanitarios	0	0%	0	0%	49	17%
e) Todas las Anteriores	20	100%	7	100%	135	46%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.



*Gráfico 5. Mayor beneficio del reciclaje*

En la cuestionante ¿Cuál considera que es el mayor beneficio del proceso del reciclaje? El 100 % de voluntarios y administrativos, señalaron que es útil para todos los beneficios mencionados en las opciones de respuesta; el 46% de los visitantes consideran que, todas las opciones presentadas en la pregunta, son importantes para el proceso del reciclaje, un 25%, piensan que es útil únicamente para disminuir la contaminación del medio ambiente, y un 1 % de ellos, consideró que es útil para reducir la emisión de gases a la atmósfera. Se puede concluir que, los visitantes del Vesty Pakos, requieren un trabajo de concienciación sobre los beneficios del reciclaje, al contrario de los voluntarios y administrativos, que tienen la figura clara, en cuanto a los impactos positivos y negativos que genera esta actividad.

Tabla 6. Elementos que se pueden reciclar

Opción	Marque con una "x" los elementos que se pueden reciclar.					
	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Papel y Cartón	20	26%	6	21%	287	27%
b) Plástico	15	19%	5	17%	212	20%
c) Empaques-Paquetes	10	13%	5	17%	123	12%
d) Residuos de Comida	14	18%	5	17%	108	10%
e) Vidrio	10	13%	4	14%	184	17%
f) Aluminio	5	6%	3	10%	85	8%
g) Poliestireno expandido	4	5%	1	3%	53	5%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>1052</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.

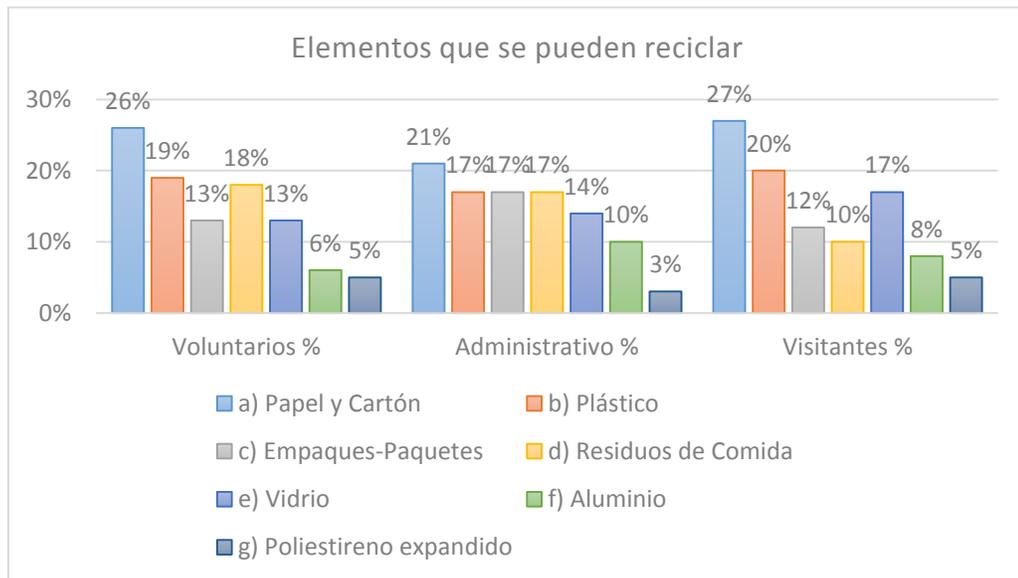


Gráfico 6. Elementos reciclables

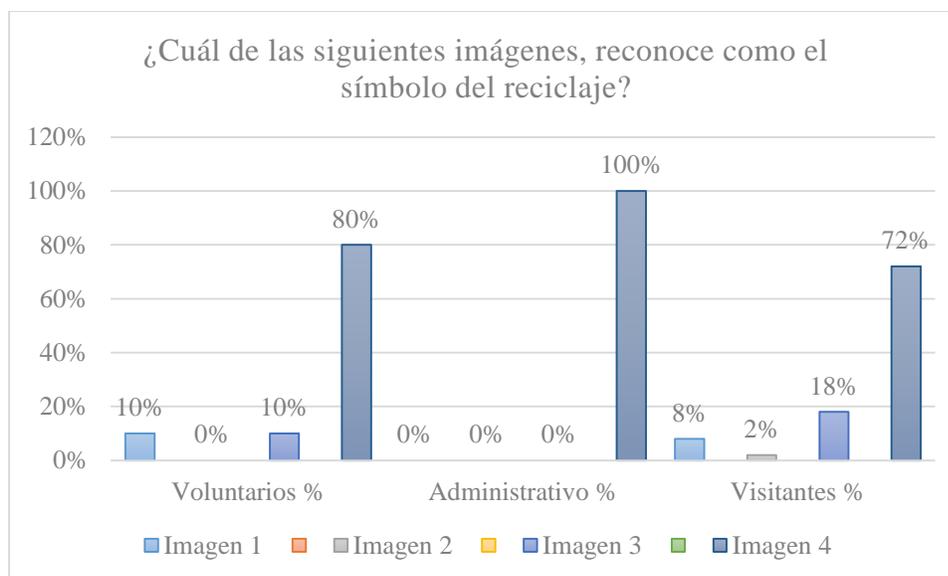
En la pregunta de selección múltiple, se pudo reconocer que, del total de encuestados, el elemento que consideran que más puede reciclarse es el papel y cartón con 26% (voluntarios), 21% (administrativos), 27% (visitantes). Por otra parte, hay un bajo porcentaje del total de las respuestas de los voluntarios, administrativos, y visitantes tomando en cuenta que el aluminio puede ser

reciclado. Es importante mencionar que, hay la creencia que el poliestireno expandido puede ser reciclado en el 5 %, 3 %, 5 %, de las respuestas dadas por los voluntarios, administrativos y visitantes respectivamente. Se evidencia también que la comunidad encuestada aun no reconoce plenamente el 100 % de los residuos que pueden aprovecharse.

Tabla 7. Reconocimiento símbolo del reciclaje

¿Cuál de las siguientes imágenes, reconoce como el símbolo del reciclaje?						
Opción	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Imagen 1 	2	10%	0	0%	25	8%
b) Imagen 2 	0	0%	0	0%	5	2%
c) Imagen 3 	2	10%	0	0%	52	18%
d) Imagen 4 	16	80%	7	100%	213	72%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.



*Gráfico 7. Reconocimiento símbolo reciclaje*

Una gran mayoría de las personas encuestadas entre voluntarios, administrativos y visitantes al bioparque municipal, reconocen el símbolo del reciclaje (imagen 4) con un 80 %, 100 %, 72 % correspondientemente, sin embargo, el resto del porcentaje de personas lo confundieron con símbolos diferentes al símbolo oficial.

*Tabla 8. Reconocimiento de elementos para reciclar dentro del BMVP*

<b>¿Conoce algún elemento que el bioparque utilice para reciclar?</b>						
<b>Opción</b>	<b>Voluntarios</b>		<b>Administrativos</b>		<b>Visitantes</b>	
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
a) Si	17	85%	7	100%	202	56%
b) No	3	15%	0	0%	115	32%
c) No respondió	0	0%	0	0%	42	12%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.

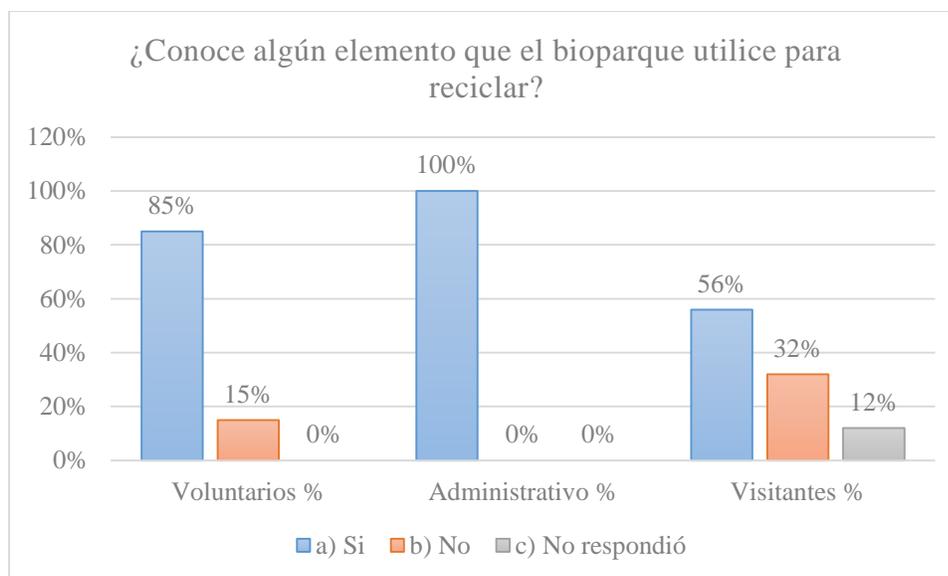


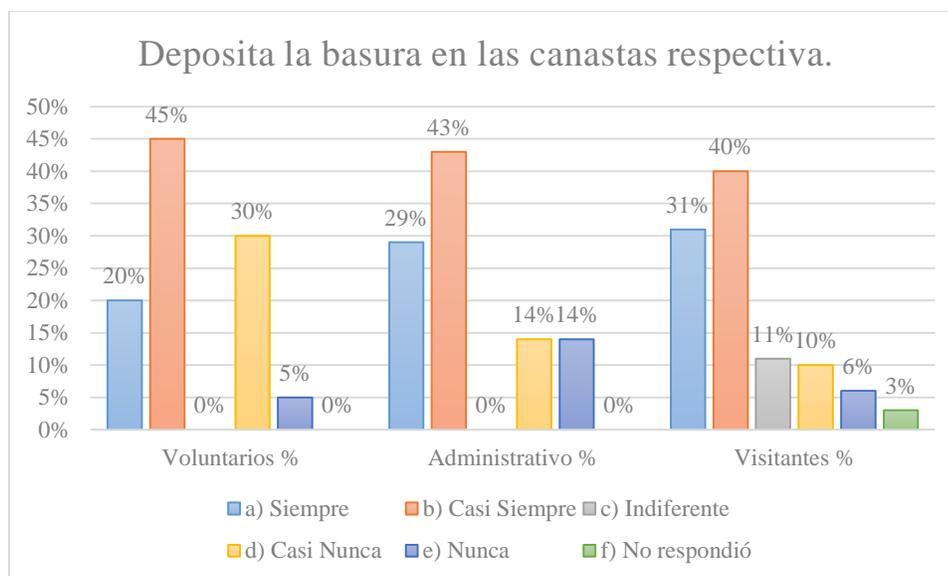
Gráfico 8. Reconocimiento de elementos reciclables dentro del BMVP

Con un porcentaje de 85 % (voluntarios), 100 % (administrativos) y 56 % (visitantes), declararon conocer algún elemento para reciclar dentro del bioparque dependiente de la Alcaldía, entre los cuales citaron: canastas de basura y puntos ecológicos, mientras que el otro 15 % (voluntarios), 32 % (visitantes), indicaron no conocer ningún elemento, un mínimo 12% de los visitantes, no respondió a la pregunta.

Tabla 9. Deposita la basura en las canastas respectivas

¿Deposita la basura en las canastas respectivas?						
Opción	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Siempre	4	20%	2	29%	90	31%
b) Casi Siempre	9	45%	3	43%	118	40%
c) Indiferente	0	0%	0	0%	31	11%
d) Casi Nunca	6	30%	1	14%	29	10%
e) Nunca	1	5%	1	14%	19	6%
f) No respondió	0	0%	0	0%	8	3%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.



*Gráfico 9. Deposita la basura en la canasta respectiva*

En la tabla 9 se observa que solo el 20% (voluntarios), 29% (administrativos) y 31% (visitantes) deposita la basura en la canasta respectiva “siempre”, el 30 % de voluntarios “casi nunca” lo hace, el 6% de visitantes “casi siempre” y del total de voluntarios, administrativos, visitantes “nunca” lo hacen, con un 5%,14% y 6% respectivamente. Se concluye parcialmente que existe un alto porcentaje de los encuestados que no siempre deposita la basura en la canasta respectiva, inclusive hay un porcentaje representativo, mencionado que nunca lo hace.

Tabla 10. *Asociación color vs. Residuos*

Asocie el color con la palabra que mejor la representa						
Opción	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Vidrio	9	26%	2	29%	87	20%
b) Plástico	7	20%	1	14%	80	18%
c) Orgánicos	2	6%	0	0%	30	7%
d) envases de aluminio tetrapak	2	6%	1	14%	22	5%
e) Papel- Cartón	1	3%	1	14%	22	5%
f) Residuos metal	14	40%	2	29%	167	38%
g) Residuos comunes	0	0%	0	0%	37	8%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.

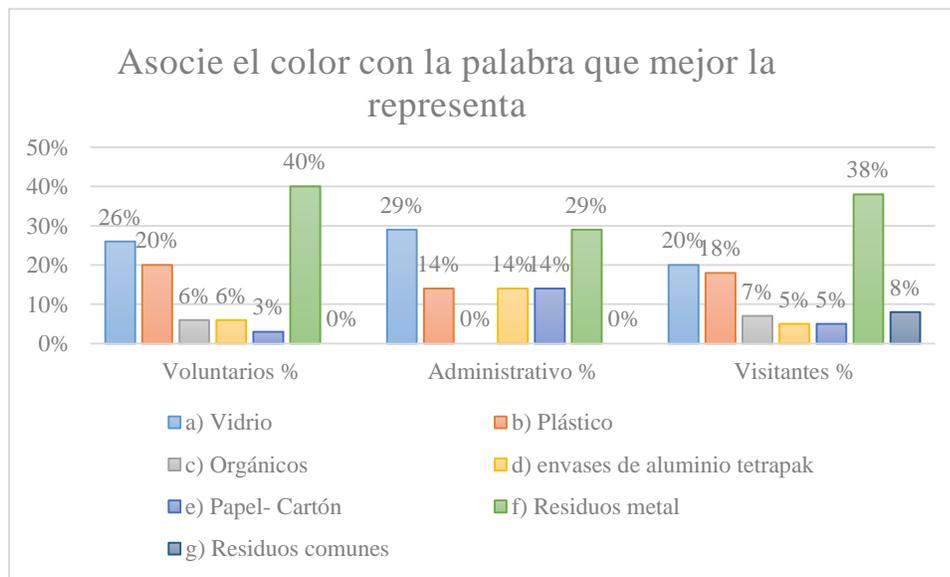


Gráfico 10 Asociación color vs. Residuos

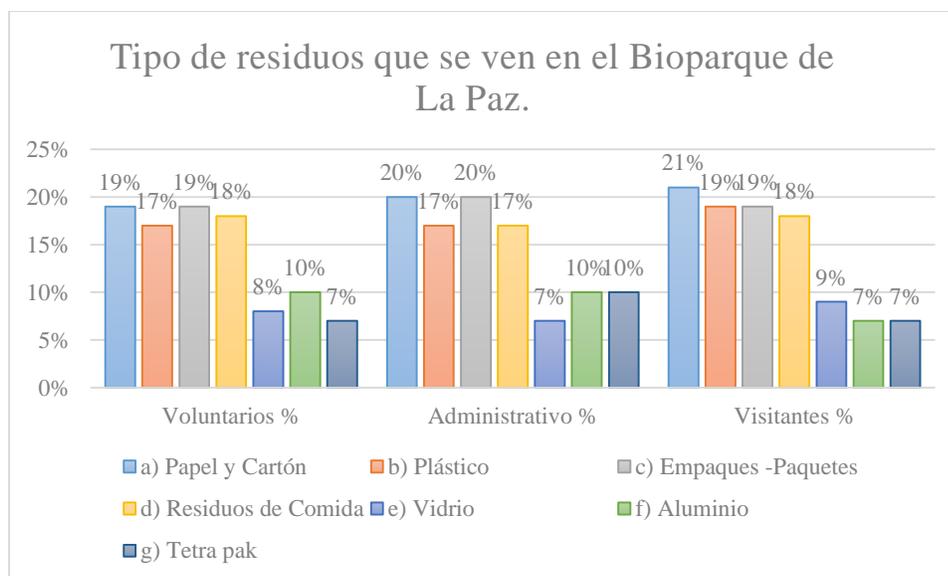
Se resalta que, de las respuestas correctas obtenidas: el 26 % de los voluntarios, el 29 % de los administrativos y el 20 % de los visitantes al bioparque saben que el color plomo está asociado a canastas para depositar el vidrio, así mismo, del total de las respuestas correctas obtenidas el 40% (voluntarios), 29 % (administrativos), 38 % (visitantes), conocen que el color plomo oscuro es asociado a las canastas para depositar residuos de metal, mientras que un porcentaje mínimo de

respuestas acertadas del total de las respuestas obtenidas, solo el 6%, 14% y 5% de voluntarios, administrativos, visitantes, respectivamente, relacionan el amarillo de los contenedores para el reciclaje de envases de aluminio tetrapak; El papel-cartón tampoco contó con un porcentaje alto de respuestas correctas, por lo que puede evidenciarse que del total de las respuestas solo el 3 % de los voluntarios, el 14 % de los administrativos, el 5 % de los visitantes asocia el papel a la canasta azul, por otro lado, con un nulo porcentaje de respuestas correctas el, 0 % de los voluntarios y administrativos acertó en conocer que el color verde está asociado a los residuos comunes (no reciclables). Se concluye, parcialmente, que la población no asocia adecuadamente el color con el residuo correspondiente.

Tabla 11. *Tipo de residuos que se ven en el BMVP*

Opción	¿Qué tipo de residuos ve en el Bioparque?					
	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Papel y Cartón	19	19%	6	20%	274	21%
b) Plástico	17	17%	5	17%	253	19%
c) Empaques - Paquetes	19	19%	6	20%	247	19%
d) Residuos de Comida	18	18%	5	17%	239	18%
e) Vidrio	8	8%	2	7%	116	9%
f) Aluminio	10	10%	3	10%	86	7%
g) Tetrapak	7	7%	3	10%	91	7%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>1306</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.



*Gráfico 11. Tipo de residuos vistos en el BMVP*

En la pregunta de selección múltiple ¿Qué tipos de residuos sólidos se ve en el bioparque?, del total de las respuestas logradas se evidencia que para los voluntarios lo que más se ve es el papel y los empaques-paquetes con un porcentaje igualitario del 19 %, seguido de un 18 % con residuos de comida, un 17 % de plástico y aluminio con un 10 %. El comportamiento de las respuestas obtenidas en los administrativos es similar, quienes revelaron en el total de sus respuestas que los residuos que más se ven son el plástico y los empaques-paquetes con porcentajes iguales del 20% cada uno, seguido por el plástico y residuos de comida con 17% en iguales porcentajes. Por otro parte, de las respuestas dadas por los visitantes se evidencia que los residuos que más se ven son el papel, plástico, empaques y residuos de comida, cada uno con porcentajes de 21 %, 19 %, 19 % y 18 % respectivamente. Se concluye parcialmente que la población percibe en su gran mayoría residuos como papel, empaques, plástico y residuos de comida.

Tabla 12. *Conocimiento del plan de recolección diferenciada de residuos del GAMLP*

<b>¿Conoce el plan</b> del plan de recolección diferenciada de residuos sólidos que lleva adelante el GAMLP?						
<b>Opción</b>	<b>Voluntarios</b>		<b>Administrativos</b>		<b>Visitantes</b>	
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
a) Si	1	5%	1	14%	39	13%
b) No	17	85%	5	71%	254	86%
c) No respondió	2	10%	1	14%	2	1%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.

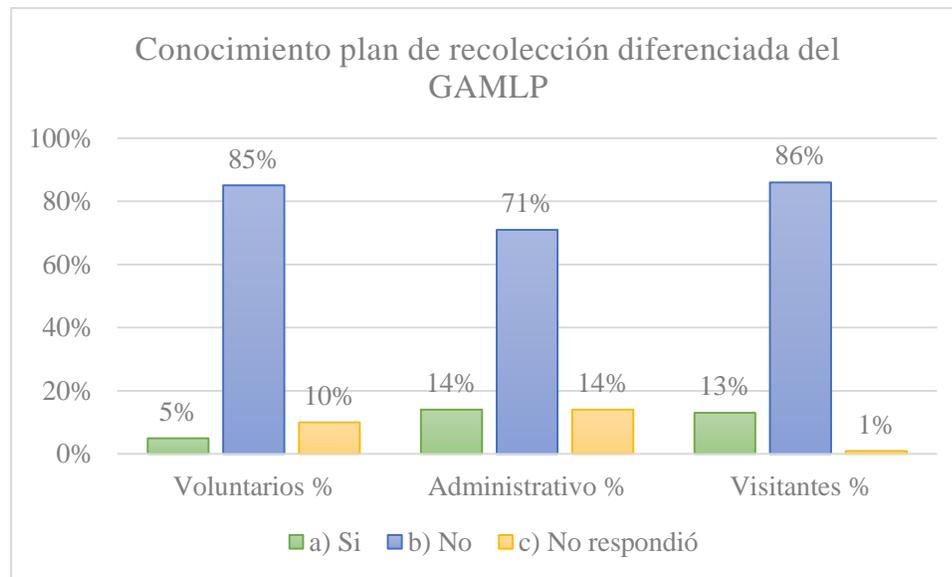


Gráfico 12. Conocimiento del plan de recolección de residuos sólidos

Una gran parte de las personas encuestadas, entre voluntarios (85 %), administrativos (71 %) y visitantes (86 %), manifestó “NO” conocer el plan de recolección diferenciada de residuos sólidos que lleva adelante el GAMLP, mientras solo el 5 % de voluntarios, 14% de administrativos, 13 % de visitantes, indicó “SI” conocerlo, el porcentaje restante no respondió a la pregunta. En este caso, se puede concluir parcialmente que no hay conocimiento de los planes de recolección diferenciada de residuos sólidos en el Bioparque Vesty Pakos La Paz.

Tabla 13. Medio de información preferida por la población en orden de relevancia para brindar información sobre la recolección diferenciada.

Opción	Voluntarios		Administrativos		Visitantes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
a) Campañas	59	14.71%	25	11.96%	1207	14.64%
b) Videos	47	11.72%	33	15.79%	1113	13.50%
c) App móvil	56	13.97%	31	14.83%	1130	13.70%
d) Correo	43	10.72%	25	11.96%	1039	12.60%
e) Un taller	57	14.21%	27	12.92%	1180	14.31%
f) Redes Sociales	76	18.95%	41	19.62%	1436	17.41%
g) Una Clase	63	15.71%	27	12.92%	1141	13.84%
<b>Total</b>	<b>401</b>	<b>100%</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>	<b>8246</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia.

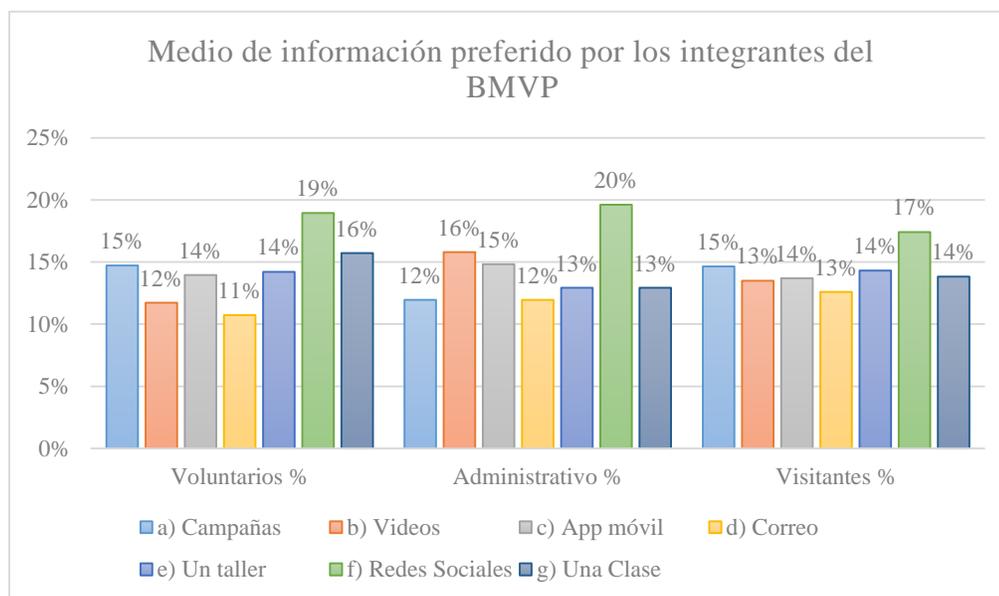


Gráfico 13. Medios de información

De las respuestas obtenidas, el medio informativo con mayor preferencia por los voluntarios (18.95 %), administrativos (19.62%) y visitantes (17.41%) son las Redes Sociales. Así mismo el medio menos relevante para los voluntarios y visitantes con un 10.72% y 12.60% respectivamente es el correo, para los administrativos con un 11.96 %. Se puede deducir

parcialmente que las redes sociales y campañas son las herramientas más relevantes para informar a la ciudadanía para brindar información sobre la recolección diferenciada.

Tabla 14 . *Disposición de la ciudadanía en la realización de estrategias para implementar la cultura de separación de residuos sólidos*

<b>¿Estaría dispuesto a colaborar en la realización de estrategias para un cambio en la cultura de la separación de residuos sólidos del Bioparque Vesty Pakos?</b>						
<b>Opción</b>	<b>Voluntarios</b>		<b>Administrativos</b>		<b>Visitantes</b>	
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
a) Si	20	100%	7	100%	221	75%
b) No	0	0%	0	0%	74	25%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia

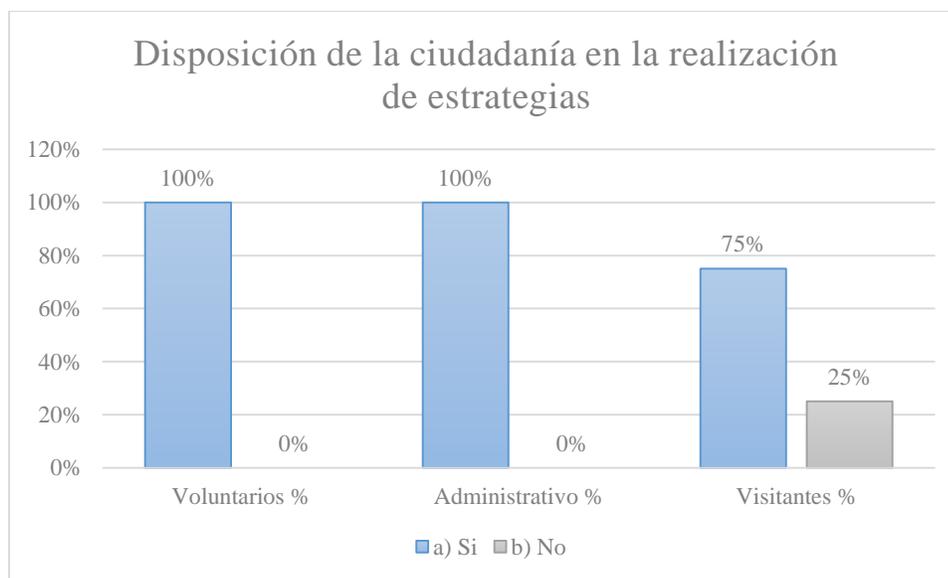


Gráfico 14. Disposición de la población

De las personas encuestadas, el 100 % de los voluntarios y administrativos, y el 75 % de los visitantes, estarían dispuestos a cooperar en la realización de estrategias para una transformación en la cultura de la del recolección diferenciada de residuos sólidos en el Bioparque Vesty Pakos, mientras que el 25% de los visitantes no lo estarían. Se concluye parcialmente que

los voluntarios y administrativos serían los más interesados en colaborar para cambiar la educación ambiental dentro del bioparque, mientras que los visitantes tienen un interés de promedio bueno.

## **Capítulo 6: Desarrollo de la propuesta**

### **6.1. Propuesta plan de comunicación**

Esta propuesta de plan de comunicación se elaboró basándose en una exploración minuciosa y a profundidad del entorno de la separación diferenciada de residuos sólidos, reciclaje a nivel internacional, nacional, municipal y puntualmente en el Bioparque Municipal Vesty Pakos de La Paz, lo cual permitió conocer el manejo específico de residuos sólidos dentro del espacio municipal. Se ofrece una perspectiva concreta de los requerimientos del público meta, lo que permitió elaborar la formulación de estrategias para comunicar la importancia de separar correctamente los residuos sólidos. Con esto se pretende lograr a largo plazo, crear una conciencia ambiental en los visitantes sobre la cultura de reciclaje en el Bioparque Vesty Pakos.

La elaboración y ejecución de las estrategias planteadas en un plan de comunicación integral es un instrumento que favorecerá al bioparque municipal de La Paz a concienciar a sus visitantes sobre la adecuada recolección diferenciada de residuos sólidos.

- Alcance geográfico: Será formulado para la adecuada separación de residuos sólidos en el Bioparque Municipal Vesty Pakos de La Paz.
- Alcance espacial: Comprenderá el periodo de seis meses.

Para efectuar la estrategia de comunicación se desarrollaron los siguientes pasos:

### **6.2. Proyecto de intervención**

Se presenta la propuesta de estrategia comunicacional, que tiene como propósito que los integrantes del BMVP comprendan los beneficios de separar los residuos sólidos y la importancia

de realizar estas acciones de manera correcta. Esta propuesta se elaboró basándose en un trabajo de campo, que involucró: Investigación minuciosa y observación, lo que permitió evidenciar que en la comunidad (visitantes, voluntarios y administrativos), se puede realizar un trabajo de concientización de los frutos del reciclaje, por lo que se pretende persuadir a que los integrantes del espacio recreacional del municipio de La Paz, para que sean parte de la transformación del cambio ambiental que quiere impulsar esa institución, por medio de las buenas prácticas del reciclaje, teniendo como producto de mediano plazo, el posicionamiento interno de una cultura del reutilizamiento.

Esta propuesta cuenta con diferentes estrategias comunicacionales, las mismas permiten dirigirse al público al que se quiere llegar, a través de una estrategia de segmentación diferenciada, con un mensaje claro implementando acciones específicas.

Figura 12. Estructura de la propuesta



Fuente. Elaboración propia

### **6.3. Objetivos de la intervención**

#### **6.3.1. Objetivo General**

El presente plan estratégico de comunicación tiene como objetivo que los integrantes del Bioparque Vesty Pakos de La Paz comprendan los beneficios de separar los residuos sólidos además de la importancia que representa el realizarlos correctamente.

#### **6.3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar acciones de concientización para que los visitantes del bioparque de Mallasa, tengan conciencia clara de la importancia sobre la separación adecuada de los residuos sólidos.
- Identificar estrategias comunicacionales de educación e información sobre el reciclaje y la correcta separación de residuos sólidos a los administradores, voluntarios y visitantes del bioparque del municipio de Nuestra Señora de La Paz.
- Involucrar a visitantes, voluntarios y administrativos del Bioparque a participar de las diferentes estrategias propuestas sobre el relacionamiento de los colores de recolección diferenciada.

A continuación, se detalla las estrategias más importantes incluidas dentro de este plan:

Se pretende desarrollar como estrategia una campaña educativa dirigida a enseñar a separar correctamente los desechos y sensibilizar al público del bioparque, a utilizar adecuadamente los contenedores de colores en los de se debe depositar cada residuo, para concluir con otras estrategias que se enfocarán en participar activamente en eventos y actividades.

- **Promoción:** Con ella se pretende impulsar la responsabilidad con el medio ambiente, para este fin se elaboró un mensaje único, claro y preciso, con el objetivo de persuadir a los integrantes del Bioparque Vesty Pakos, la importancia de separar los residuos sólidos y la forma de hacerlo, para iniciar con los cambios en la conducta del reciclaje.

El mensaje será difundido a través de medios exteriores, con un contenido de educación y sensibilización que tiene como concepto la separación en la fuente, para que de esta manera la gente después de tomar conciencia de la importancia de reciclar, continúe con las acciones para separar los residuos sólidos para darles una segunda utilidad.

- **Relaciones públicas:** Se plantea realizar una presentación del proyecto de recolección diferenciada “La Paz recicla”, para captar la atención del público en general, dando a conocer los objetivos y acciones del proyecto.

Se propone que para la presentación del “La Paz Recicla” se efectúe la práctica “Publicity” que se refiere a la información creada por la institución y publicada por un medio de comunicación, libre y gratuitamente.

Las ventajas de la publicity son:

- Notoriedad sin costos para el bioparque.
- Una noticia es efectiva y goza de credibilidad, más que un anuncio pagado, porque es un medio de comunicación quién habla sobre el espacio y sus proyectos en beneficio del medioambiente de la ciudad, y esto concede más objetividad.
- Una noticia es más duradera que un anuncio y llega a un público mucho más amplio.

Con el mismo propósito, se propone invitar y contar con el apoyo de Tiktoker famosos para realizar periódicamente materiales audiovisuales, captando el interés del proyecto “La Paz Recicla”, generando compañerismo con el público interno y como resultado secundario, tráfico a las redes sociales y posicionamiento del tema de separación de residuos.

Adicionalmente se sugiere realizar un convenio con la empresa La Paz Limpia, empresa encargada del aseo urbano de la ciudad y al Sistema de Regulación y Control Municipal del GAMLP, para obtener apoyo en capacitaciones y campañas sobre la recolección diferenciada, siendo ellos palabra autorizada para profundizar sobre la recolección diferenciada de residuos sólidos y el proyecto “La Paz Recicla”.

Se sabe que los voluntarios son quienes se relacionan y guían a los niños y niñas de diferentes unidades educativas de la ciudad de La Paz y otros, son ellos quienes comparten sus conocimientos sobre el reciclaje, por esta razón, se quiere transmitir una identidad ambiental, por parte de los voluntarios.

En ese marco, se propone que, al iniciar cada visita guiada a escolares en el bioparque, los voluntarios en su presentación, inicien con un mensaje institucional con las respectivas redes del proyecto “La Paz Recicla”, para promover la cultura interna del reciclaje, a través de la identidad ambiental para lograr un incremento en el tráfico digital.

- Marketing directo: Se plantea utilizar la técnica del email marketing o emailing que es una herramienta para comunicarse digitalmente con públicos objetivos enviando de manera masiva correos electrónicos a una base de contactos. El objetivo de estos correos, es enviar contenido educativo (videos, diseños de folletos, audios, entre otros) a los directores y profesores de las

unidades educativas que visitan el bioparque municipal, para que el contenido sea compartido con todos los alumnos de los colegios y así llegar a mayor cantidad de personas con el proyecto medioambiental.

- **Marketing interactivo:** Es significativo la buena utilización de las redes sociales del espacio municipal, para publicar y promocionar los diferentes contenidos y materiales audiovisuales según las necesidades de cada segmento y las fechas fijadas de acuerdo al cronograma establecido y atentos a responder a dudas y consultas para crear una interacción con el público. También se propone organizar tres concursos donde participen unidades educativas y alumnos de la universidad para fortalecer el tema del reciclaje.

- **Promoción de ventas:** Se plantea realizar un evento anual dentro del bioparque, donde diferentes asociaciones relacionadas con la producción de materiales reciclados y organizaciones puedan inscribirse a esta actividad para exponer sus productos en una feria a la que denominaremos el “Reciclatón de mil colores”, dando oportunidad a los productores de reactivar su economía y promocionar sus productos impulsando al reciclaje.

#### **6.4. Análisis FODA en base a diagnóstico de la separación de residuos sólidos en el BMPV**

Tomando de base la información recolectada, se elabora un análisis (FODA) con las primordiales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta el Bioparque Municipal Vesty Pakos en relación con la separación diferenciada de residuos sólidos.

Tabla 15. *Análisis FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>LIMITACIONES</b>
Sistema de telecomunicaciones	Falta de comprensión del proyecto de Recolección diferenciada de residuos sólidos “La Paz Recicla”
Cuentan con un proyecto de Recolección diferenciada de residuos sólidos “La Paz Recicla”	Carencia de un plan de comunicación institucional que promocióne las actividades de reciclaje.
Apoyo del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz para apoyar y contribuir en las actividades en favor del medio ambiente.	Falta de formación estructurada.
Las instalaciones del bioparque cuentan con áreas verdes.	Escasa información sobre el tema de la recolección de residuos.
Existe un reconocimiento del valor sobre el cuidado del medio ambiente a través de la recolección diferenciada de residuos sólidos.	Escases de identidad ambiental.
	Falta de infraestructura ambiental.
	Poco orden.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
No se llevó a cabo ningún plan de comunicación relacionada a impulsar la separación de residuos.	Limitada capacidad para asistir a eventos de acopio de residuos sólidos.
El cuidado del medio ambiente es tendencia.	Poco presupuesto.
Reconocimiento de la importancia de separar los desechos.	Limitación de personal para campañas.
La empresa aseo urbano de La Paz, LPL y Sistema de Regulación y Control municipal SIREMU, expresaron una intensión de apoyo a la recolección dentro del bioparque.	

Fuente. Elaboración propia

## 6.5. Segmentación de grupos destinatarios

Para segmentar a los visitantes del bioparque de Mallasa, es importante dividir al público potencial, en subconjuntos con el objetivo de contar con estrategias apropiadas para cada uno. En

este caso para la propuesta del plan de comunicación se identificó según la estrategia diferenciada, los siguientes criterios de segmentación:

Tabla 16. Segmentación público

<b>GEOGRÁFICOS</b>	
Región	Bioparque Municipal Vesty Pakos – Macrodistrito de Mallasa del municipio de La Paz.
<b>DEMOGRÁFICOS</b>	
Género	Femenino – Masculino
Edad	Personas de entre : Primer grupo: 15 a 35 años Segundo grupo: 36 a más de 45 años
Estrato socio económico	Medio
<b>PSICOGRÁFICOS</b>	
Personas que visitan el Bioparque Municipal Vesty Pakos de La Paz, cuenta con las siguientes características:	
• Creen que reciclar es poco importante.	
• Desconocen los beneficios de la separación de residuos sólidos	
• No reconocen el símbolo del reciclaje.	
• Consideran que es importante separar los desechos, pero no saben cómo hacerlo.	
• Desconocen la ubicación de los puntos ecológicos o puntos verdes instalados por el GAMLP.	
• No relacionan el color verde con residuos comunes (no reciclables)	
• No saben hacer separación en la fuente.	
<b>ACTITUD HACIA EL PRODUCTO</b>	
Interesados en contribuir con las actividades y acciones para un cambio en la cultura del medio ambiente al interior del bioparque municipal.	

Fuente. Elaboración propia

### 6.5.1. Grupos destinatarios:

- **Público meta:** según los datos arrojados por las encuestas, el mayor número de personas encuestadas están entre las edades de 15 a 35 años, es por esa razón que se considera público meta y cuenta con las siguientes características:

Hombres y mujeres visitantes del bioparque, de 15 y 35 años de edad, de estrato medio, que reconocen la importancia de reciclar y separar los residuos, pero desconocen los beneficios y cómo hacerlo de manera correcta, pero están dispuestos a colaborar con una transformación ambiental. Para este grupo se sugiere aplicar una estrategia con segmentos emotivos, para motivar al grupo, por el interés que demuestran, pero aún no logran involucrarse con el concepto.

- **Público secundario:** Hombres y mujeres que son voluntarios, administrativos y votantes del bioparque que oscilan entre los 36 a 45 años de edad, y consideran que es poco importante reciclar y no cuentan con conocimiento de una adecuada separación en la fuente. Para este grupo se sugiere utilizar la estrategia por beneficio, pues la mejor forma de captar a quienes muestran interés, es otorgándoles conocimiento sobre los beneficios del reciclaje en su entorno.

### 6.6. Estrategia del mensaje y la estrategia creativa.

- **Estrategia del mensaje:** A pesar de que la separación diferenciada de los residuos sólidos aun no es evidenciando al interior del Bioparque Vesty Pakos de una forma adecuada, es un hecho de interés para los ciudadanos.

Hablar de reciclaje comprende una diversidad de recursos que se pueden terminar o iniciar, con la diferencia entre hacerlo bien o de forma inadecuada. En La Paz, a diferencia de otras

ciudades, cuenta con energía, con aire poco contaminado, es la ciudad, más poblada, y su relleno sanitario tiene un promedio de vida útil de 10 años, de tal forma que el Bioparque Municipal Vesty Pakos como institución municipal, puede ser un puente para reducir los desechos.

Bajo esta línea se pretende proyectar una mejor imagen de los beneficios de reciclar, con una correcta separación de los residuos, posesionándolo como un hábito en los integrantes del ex zoológico Vesty Pakos, donde más que un acto obligatorio, se considere como un acto de amor y respeto por nuestro medio ambiente.

En el mensaje se resaltan los aspectos importantes para reciclar, es decir, el concepto, el proceso del reciclaje, la separación de los desechos en la fuente, el aprovechamiento los residuos generados en el bioparque y los beneficios que se obtiene por reciclar.

- **Estrategia creativa:** Para alcanzar un posicionamiento de la cultura del reciclaje relacionado con la diferenciación de residuos, en la mente de los integrantes del bioparque de La Paz, el mensaje que se plantea utilizar es de carácter emocional y racional. Esta estrategia está enfocada en concienciar entre los visitantes la importancia que tiene el buen manejo de los residuos sólidos.

Los tipos de mensajes que se proponen van de acuerdo con las necesidades del segmento, resaltando los beneficios y realidades mostrando situaciones con que se sientan identificados.

El mensaje tiene un tono descriptivo, en el que se comunicarán los principales beneficios y los pasos para separar los desechos aprovechables; con un tiempo corto y repetitivo, puesto que, un alto porcentaje de personas con un bajo nivel de involucramiento, entendiendo que estos aprenden de manera pasiva y olvidan lo asimilado con facilidad.

Considerando que ya existe una línea gráfica del proyecto La Paz Recicla, trabajadas por el Siremu y la empresa de aseo urbano La Paz Limpia y aprobadas por el GAMLP, donde se define logotipos, colores respectivos a cada categoría de residuos sólidos, nombre del proyecto piloto a ejecutar, y slogans. Todo ello, que aun es un proyecto piloto, no cuenta con muy buenos resultados, porque aún no son conocidos en plenitud por la ciudadanía.



Figura 13. Diseño Campaña Recolección Diferenciada



Figura 14. Bíptico informativo sobre la recolección diferenciada



Figura 15. Bóptico informativo sobre recolección diferenciada de residuos sólidos

Tabla 17. Formato propuesta campaña

<b>CAMPAÑA</b>	La Paz Recicla	
<b>PROYECTO PILOTO</b>	Recolección diferenciada de residuos sólidos	
<b>PERÍODO DE CAMPAÑA</b>	6 meses	
<b>ANTECEDENTES</b>	<b>ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN</b>	
La gestión ambiental tuvo un enfoque de bajo perfil que no ha generado ninguna cercanía con los integrantes del Bioparque Vesty Pakos de La Paz.	No hay registro de la existencia de un plan de comunicación que informe y concientice a los integrantes del bioparque sobre la importancia de la separación adecuada de desechos, salvo algunas capacitaciones que se realizaron al personal de aseo del parque.	
El manejo de residuos sólidos del establecimiento municipal es un tema de interés, pero presenta debilidades, que	Internamente, no hay políticas generales de comunicación, capacitación y motivación, enfocados al interés ambiental, puesto que no se	

parten del desconocimiento de planes del ex zoológico.	cuenta con un departamento específico de comunicación.
Ausencia de participación activa del personal del bioparque en las actividades propuestas.	Los integrantes están al corriente de la existencia de canastas para depositar los residuos sólidos, pero no sabe el fin de los colores de cada contenedor, ya que no se ha hecho una promoción y prevención de esto.
Se reconoce la falta de conciencia para reciclar, pero nadie se ocupa de ello.	
Se considera que al interior del bioparque debe existir un área comunicacional que acompañe los diferentes procesos y actividades para el manejo de residuos sólidos y lograr que los integrantes sientan identidad ambiental.	
Es significativo aprender y recapitular desde la experiencia de otros bioparques del exterior y empresas relacionadas, desde lo estratégico, pedagógico y comunicacional.	

Fuente. Elaboración propia

Tabla 18. *Planteamiento estratégico.*

<b>PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO</b>	
Impulsar la separación en la fuente de los residuos sólidos en el Bioparque Municipal Vesty Pakos de Mallasa de La Paz	
<b>¿PARA QUÉ?</b>	La intención de esta estrategia es perfeccionar el aprovechamiento de los residuos sólidos, generando una práctica correcta de la separación de los mismos en la fuente, logrando a su vez un reconocimiento de nuestros públicos objetivos, para que se vean incrementados sus niveles de aceptación.

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 19. *Posicionamiento deseado*

<b>POSICIONAMIENTO DESEADO (¿Cómo deseamos ser vistos?)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como un bioparque municipal que cuida la preservación del medio ambiente y el equilibrio de los recursos naturales.</li> <li>• Que el bioparque Vesty Pakos de La Paz sea vista como una institución referente para otros departamentos, en cuanto al tema del manejo de residuos sólidos.</li> <li>• Queremos ser vistos como una institución que vela por una correcta separación de residuos sólidos, para el beneficio de todos los ciudadanos.</li> <li>• Como un bioparque que quiere reducir la contaminación ambiental, para respirar un aire limpio.</li> </ul>		
<b>Slogan</b>	La Paz recicla	
<b>ESTRUCTURA DE PÚBLICOS.</b>		
<b>INTERNO</b>	<b>EXTERNO</b>	
	<b>Visitantes</b>	<b>Grupos de interés</b>
	Niños y público en general	Medios de comunicación
		Líderes ambientales
Personal de aseo		
Administrativos		
Voluntarios		
<b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b>		
<b>PRINCIPAL</b>	Informar a los integrantes del Bioparque de La Paz sobre la importancia de separar adecuadamente para reciclar mejor en la ciudad.	
<b>SECUNDARIOS</b>	Conseguir que los integrantes del bioparque tengan claros los colores para la separación de los desechos.	
	Promover la cultura del reciclaje y el medio ambiente.	

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 20. Ejercicio táctico.

<b>EJERCICIO TÁCTICO.</b>	
<b>Promoción exterior en paradas de buses y colocado de afiches en puntos fijos estratégicos.</b>	
<b>OBJETIVO</b>	Fortalecer la concienciación de las personas que recibieron las capacitaciones sobre la recolección diferenciada de residuos, con la publicidad anteriormente expuesta, identificando el uso de cada canasta de color para el residuo correspondiente.
Promoción directa, se propone contar con un grupo de voluntarios que vistan con atuendos o camisetas de colores que representan a cada categoría de los contenedores diferenciados: amarillo, azul, plomo oscuro y plomo claro y permanecer en los “Puntos verde” ubicados al interior del ex zoológico de Mallasa para brindar información con juegos didácticos y premios para incentivar el aprendizaje.	
<b>OBJETIVO</b>	Crear interés para que los visitantes se familiaricen con los colores de la separación diferenciada y enfatizar en que la indiferencia en los temas medioambientales es dañino para la sociedad y el medio.
<b>Publicidad redes sociales y pantallas del bioparque Vesty Pakos.</b>	
Producir contenido para fechas especiales como Navidad y publicarlos con frases relacionadas al cuidado del medio ambiente, a través de la separación de residuos sólidos.	
<b>OBJETIVO</b>	Captar el interés de los visitantes para que aprendan a reconocer los colores de diferenciación en las canastas instaladas dentro del bioparque, generando conciencia de que el color, sí es importante.
Publicidad Impresa, para ubicar estratégicamente en paradas de buses, ingreso principal del bioparque, serpentario, baños, en las áreas verde del espacio municipal, cerca de las áreas de los animales más visitados por la población y en pizarras informativas con las que cuenta el bioparque.	
<b>OBJETIVO</b>	Brindar información precisa y oportuna al momento de la acción

Fuente. Elaboración propia.

## **6.7. Integración de medios para difusión del mensaje**

Los medios por los cuales se difundirán los mensajes para posicionar la cultura del reciclaje y la separación de residuos sólidos en el Bioparque Vesty Pakos de La Paz, se seleccionaron de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en bioparque y entrevistas sostenidas con autoridades municipales y expertos en el tema, lo que nos permitirá transmitir el mensaje a la audiencia meta.

- **Medios de comunicación impersonales:**

- ✓ **Promoción**

- Publicidad en exteriores
- Social media
- Radio, televisión, prensa escrita
- Paneles informativos

- ✓ **Relaciones públicas**

- Publicity
- Convenio con empresas interesadas
- Identidad ambiental
- Actos internos

- ✓ **Promoción del proyecto**

- Eventos y ferias

## 6.8. Ejecución del plan de comunicación

- **Publicidad exterior:** El propósito es conseguir captar el interés del público objetivo, concientizándolos sobre los beneficios de reciclar. Para ello, se sugiere elaborar un mensaje visualmente emocional, breve y directo, para convencer a los integrantes del bioparque de La Paz, porque de acuerdo a las encuestas realizadas, hay un alto porcentaje de las personas que desconocen los beneficios de esta acción.

Tabla 21. *Comunicación exterior.*

<b>COMUNICACIÓN EXTERIOR</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Situar publicidad al exterior en las paradas de bus del Bioparque de Mallasa.
<b>IMPORTANCIA</b>	La publicidad ubicada en paradas de buses, es una forma de dar visibilidad al mensaje de 24 horas, considerando que los visitantes podrán apreciarlo mientras toman o esperan el bus que los llevará a sus destinos, pueden analizar el contenido de la publicidad, logrando llegar el objetivo planteado, “tomar conciencia de la importancia de reciclar”.
<b>ALCANCE</b>	Dirigido a todos los visitantes que hacen uso del transporte público.
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	Estructura donde se colocará el mensaje, un diseñador gráfico, imprenta y empresa especializada en colocar estos anuncios educativos en exteriores.
<b>ACCIONES</b>	Contratar empresa de imprenta
	Permiso para publicidad exterior de la Unidad de Publicidad Urbana del GAMLP
	Instalación de la estructura en la parada de buses cerca al Bioparque
	Tiempo estimado de exposición: 6 meses, cambiando el visual cada mes.
	Los tres primeros mensajes serán encaminados a darles un motivo para que las personas se animen a reciclar, se utilizará imágenes emocionales y los otros tres mensajes restantes se definen en la campaña de separación diferenciada de los residuos sólidos por colores de contenedores.

	Se sugiere siempre ubicar el logo de la campaña: La Paz Ecoeficiente y La Paz Recicla como respaldo en la parte inferior del diseño.
--	--

Fuente. Elaboración propia

Tabla 22. Publicidad exterior – Afiches

<b>DIFUSIÓN EXTERIOR</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Aprovechando que el servicio de transporte municipal La Paz Bus, cuenta con los buses Pumakatari y Chikititis y que cada uno de ellos con pantallas donde se difunden material audiovisual educativo.  Afiches dentro de los buses Pumakataris y otros que cumplan con la ruta hacia el bioparque.
<b>IMPORTANCIA</b>	El anuncio ubicado en buses, es una de las maneras de dar visibilidad al mensaje, con una cobertura de 24 horas, donde será visto por los visitantes y público en general, durante el trayecto. De esta forma se inicia el posicionamiento del mensaje a favor de la recolección diferenciada en la mente de las personas, concientizándolas de los beneficios de reciclar.
<b>ALCANCE</b>	Visitantes de 15 a 35 años, que se trasladen al bioparque en bus, Pumakatari, Chikititis, vehículos públicos y personas que realicen uso de estos medios de transporte.
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	Diseñador gráfico, impresiones de <i>banners</i> informativos.
<b>ACCIONES</b>	Contratar empresa de impresiones en banner de calidad
	Seleccionar rutas en las que se publicará el afiche educativo
	Pedir autorización a las empresas de transporte respectivas para la implementación de los afiches explicativos de la separación de residuos sólidos
	Tiempo estimado de exposición: este tiempo irá según lo acordado con los dueños de buses.

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 23. *Social media*.

<b>SOCIAL MEDIA</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Crear una página de Facebook, YouTube, Tik Tok e Instagram para promocionar, informar e impulsar la campaña “La Paz Recicla”, además de sentar presencia en las plataformas virtuales.
<b>IMPORTANCIA</b>	Generar una identidad ambiental por medio de las redes sociales, identificando la importancia y objetivo de cada red para “La Paz Recicla”. Además de identificar las fechas especiales en las que se realizarán presencia en las plataformas digitales.
<b>ALCANCE</b>	Todos los integrantes del Bioparque municipal que hacen uso de redes sociales y la población externa que tenga interés en el tema.
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Community Manager</li> <li>✓ Aplicación para administrar páginas de Facebook</li> <li>✓ Diseñador gráfico</li> </ul>
<b>ACCIONES</b>	<p>Programar semanalmente la aplicación para que los contenidos se publiquen automáticamente en las respectivas páginas de las plataformas.</p> <p>Se sugiere emplear una biografía para todos los perfiles de las redes sociales del La Paz Recicla.</p> <p>Medir la aceptación de los contenidos aprobados y expuestos.</p> <p>Comprar el dominio y el hosting de La Paz Recicla</p> <p>Especificar la periodicidad de las publicaciones, de acuerdo a la red social.</p>

Fuente. Elaboración propia.

- **Propuesta redes sociales:** Luego de conocer la disponibilidad de dominios de redes sociales y plataformas de las que puede hacer uso el Bioparque Vesty Pakos de La Paz, para destacar los contenidos educativos y tener presencia online con su programa de reciclaje, se pudo concluir que “Vesty Pakos Recicla” contará con las redes sociales que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 24. *Objetivos - Social media por redes*

<b>SOCIAL MEDIA</b>	
<p>El Bioparque Vesty Pakos tiene el objetivo de crear una comunidad online a través de las redes sociales, posicionando digitalmente la campaña “Vesty Pakos Recicla” y reforzando a las estrategias comunicacionales, a su vez generando un mejor tráfico en la página del Bioparque municipal. Se consideró que cada red social tendrá un uso estratégico, por esta razón se publicará y promocionará el mismo mensaje en cada una de ellas, pero con distinto tono y periodicidad. Este será el canal donde se promocionará e impulsarán los eventos comprometidos con el reciclaje y separación de residuos como concursos y demás acciones que estén propuestas en el plan.</p>	
<b>Facebook Fan Page</b>	<p>El propósito es interactuar con varias páginas o grupos que estén relacionados con el reciclaje y separación diferenciada, adicionalmente publicar contenido emocional que permita acercarse principalmente a las personas de 15 a 35 años, visitantes del Bioparque de La Paz. En un segundo plano a voluntarios y administrativos del espacio, con el fin de crear un vínculo con la propiedad, en el caso puntual de este plan de comunicación, se pretende informar con contenido sensible sobre nuestros temas de interés y medioambiental.</p>
<b>Instagram</b>	<p>El objetivo en esta red es crear un vínculo emocional y formar una comunidad interesada en preservar los recursos naturales.</p> <p>Se sabe que el 40% de las personas responden mejor con información visual que la que contiene solo texto.</p> <p>Las fotografías y los vídeos son los contenidos con los que conseguiremos una buena respuesta en redes sociales. El uso de Instagram permite a las personas crear ideas con contenido relevante al contexto medioambiental y les ofrece una experiencia de enseñanza que disfrutan.</p>
<b>TikTok</b>	<p>TikTok es un instrumento activo de aprendizaje y colaboración, que promoverá el desarrollo de la creatividad en cuanto a la separación de residuos sólidos se refiere, estimulando la curiosidad del público e impulsando el aprendizaje de los colores de contenedores y qué residuo debe depositarse en él, de forma divertida y emocionante.</p>

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 25. *Biografía y periodicidad.*

<b>BIOGRAFÍA PARA EL PERFIL</b>	
La Paz Recicla “Vesty Pakos Recicla”, programa de recolección diferenciada de desechos que fue implementada en el Bioparque Vesty Pakos de La Paz, buscamos incentivar una cultura ambiental.	
<b>PERIODICIDAD DE PUBLICACIONES EN RED SOCIAL</b>	
Según a la selección de redes sociales en las que La Paz Recicla “Vesty Pakos Recicla”, tendrá presencia online, se detalló la periodicidad de publicaciones por red social:	
<b>Instagram</b>	14 publicaciones semanales
<b>Facebook Fan Page</b>	14 publicaciones semanales
<b>TikTok</b>	5 publicaciones semanales

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 26. *Cubrimiento de fechas especiales*

<b>FECHAS ESPECIALES</b>	
	<b>MAYO</b>
<b>17</b>	<b>Día internacional del reciclaje</b>
<b>27</b>	Día de la madre
	<b>JUNIO</b>
<b>5</b>	Día del medio ambiente
<b>6</b>	Día del maestro
	<b>JULIO</b>
<b>11</b>	Día de la población
<b>16</b>	Día de La Paz
<b>23</b>	Día de la amistad
	<b>SEPTIEMBRE</b>
<b>16</b>	Día internacional de la preservación de la capa de ozono.
<b>21</b>	Día del amor y la amistad
	<b>OCTUBRE</b>
<b>18</b>	Día de la protección de la naturaleza
<b>21</b>	Día mundial del ahorro de energía
	<b>DICIEMBRE</b>

<b>5</b>	Día mundial del voluntario y Ciudadano Ambiental
<b>24</b>	Navidad

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 27. Campaña educativa promocional

<b>CAMPAÑA EDUCATIVA PROMOCIONAL</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Diseñar la propuesta de una campaña educativa para enseñar la recolección diferenciada de residuos sólidos en el bioparque municipal.
<b>DISEÑO</b>	Para realizar la propuesta de la respectiva campaña para este plan de comunicación, se realizó una planeación estrategia absolviendo algunas preguntas.
<b>¿QUÉ SE QUIERE?</b>	Queremos que el Bioparque Municipal Vesty Pakos de la ciudad de La Paz, sea reconocida por precautelar la preservación del medio y el equilibrio de los recursos naturales a través de un programa de reciclaje, donde se aprovechan los desechos generado en el lugar ya sea para ser entregados a la municipalidad o para ser reutilizados en beneficio del espacio municipal y toda la ciudad.
<b>¿QUÉ SE TIENE?</b>	Recomendaciones de la experiencia aplicada con el plan piloto de recolección diferenciada del Siremu en las zonas de Miraflores y Achumani.
	Apoyo de la empresa encargada del aseo urbano de la ciudad de La Paz, “Asociación La Paz Limpia”
	La Secretaría de Gestión Ambiental del GAMLP responsable con la posibilidad de conseguir todo el apoyo necesario para la implementación de contenedores diferenciados.
	Ciudadanía hábida de cambio.
<b>¿QUÉ SE NECESITA?</b>	Impulsar las acciones de una correcta separación en la fuente de nuestro público objetivo primario, los visitantes, creando una identidad y cercanía en ellos.
	La relación de colores para una adecuada separación de la comunidad visitante al bioparque.

- **Posicionamiento de campaña educativa:** Seremos reconocidos como el bioparque que preserva el medio y el equilibrio de recursos naturales. Se busca que el establecimiento municipal sea visto como una institución referente en temas del reciclaje de residuos sólidos, para reducir la contaminación ambiental y respirar más limpio.
- **Concepto estratégico:** Somos un programa de reciclaje llevada adelante desde el Bioparque Municipal Vesty Pakos de La Paz, promoviendo la correcta separación diferenciada para reciclar de la mejor forma.
- **Slogan:** Por el bien común, separar bien, es reciclar mejor.

Para la campaña se utilizará el hashtag #SeparaBien, #PorElBienComún, #Reciclar, #La PazRecicla, se sugiere usar 2 tipografías por imagen, las cuales deben llevar el logo del Bioparque de La Paz y el logo del programa de reciclaje “La Paz Ecoeficiente” y “La Paz Recicla”, la campaña cuenta con un personaje el cual se implementará en cada imagen de manera dinámica, la intención es concienciar sobre la importancia de los colores para la recolección adecuada de los residuos y aprender para qué uso es cada color de contenedor. Por tal razón se implementará estrategias de acuerdo al plan de comunicación, cambiando el tono del mensaje en el contenido.

- Publicidad digital
- Redes sociales
- Pantalla del bioparque
- **Programa de relaciones públicas:** El fin del programa es destacar la imagen institucional del bioparque, estableciendo un vínculo con los diferentes públicos internos y externos para crear

relaciones a largo plazo que posibiliten posicionar la cultura del reciclaje dentro del Bioparque Vesty Pakos de La Paz.

Tabla 28. *Relaciones públicas - Desfile*

<b>RELACIONES PÚBLICAS – DESFILE PUBLICITY</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	En la estrategia comunicacional se propone la aplicación de Publicity con la presentación del programa de recolección de residuos sólidos en el bioparque municipal, donde se realizará un desfile en trajes con material reciclado, mostrando los materiales reutilizados, representado por el burgomaestre de La Paz Iván Arias, quien desfiló en Santa Cruz un atuendo elaborado con bolsas del desayuno escolar, además de modelos influenciadores en redes de la ciudad de La Paz y finalizando la descripción del programa medioambiental.
<b>IMPORTANCIA</b>	Es una oportunidad para que diferentes medios de comunicación publiquen o compartan el evento sin costo alguno por la importancia del tema y por la participación de autoridades y personajes relevantes de la ciudad de La Paz. Esta sería la primera interacción con los integrantes del bioparque quienes recordarán lo vivido en esta actividad de reciclaje.
<b>ALCANCE</b>	Se espera alcanzar el interés de medios de comunicación masivos más representante de La Paz y todos los integrantes del Bioparque Vesty Pakos.
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maestro de ceremonia para la presentación del evento.</li> <li>• Especialistas en armado y decoración de eventos.</li> <li>• Diseñadores gráficos.</li> <li>• 10 Modelos.</li> <li>• Vestuarios</li> <li>• Patrocinadores (Empresas privadas)</li> <li>• Lonas o banners publicitarios</li> <li>• Base de datos de periodistas, productores y responsables de medios de comunicación.</li> </ul>
<b>ACCIONES</b>	Contratar un maestro de ceremonia para la presentación del evento.
	Escoger e invitar a modelos, para lo cual se sugiere la participación de los influenciadores de la Ciudad.

	Diseñar la previsualización del armado del evento.
	Conseguir el auspicio del vestuario, con empresas privadas que tengan actividad con el reciclaje.
	Mandar imprimir el diseño de las lonas publicitarias con los logos respectivos.
	Invitar a los periodistas y medios de comunicación con una semana de anticipación y confirmar asistencia.
	Realizar la promoción en redes del evento y por correo.
	Duración del evento: media jornada
	Invitar a la empresa Aseo urbano de La Paz, como invitado especial.

Fuente. Elaboración propia



Figura 16. Alcalde de La Paz, Iván Arias, luce traje de material reciclado

Tabla 29. Relaciones públicas – Tiktoker e influencers

<b>RELACIONES PÚBLICAS – PUBLICITY TIKTOKERS</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Contactar a tiktokers representantes de la campaña de reciclaje de residuos sólidos, propios de la ciudad de La Paz, y posteriormente coordinar la realización de los materiales audiovisuales que serán difundidos en redes sociales y diferentes medios de comunicación.
<b>IMPORTANCIA</b>	El fin es generar promoción no pagada en redes sociales. Este material será difundido también en las diferentes pantallas ubicadas al interior del bioparque dependiente de la Alcaldía paceña, llegando a la mayor cantidad de público para que tomen conciencia sobre la importancia que tiene el separar los residuos en todo lugar donde se genere los desechos.
<b>ALCANCE</b>	Las personas que sigan a los TikTokers y que hagan parte de las redes de La Paz Recicla, La Paz Ecoeficiente, Vesty Pakos Recicla.
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiktokers</li> <li>• Editor audiovisual de contenidos medioambientales</li> </ul>
<b>ACCIONES</b>	Contactar a los Tiktokers para compartirles una propuesta.
	Editar los materiales audiovisuales de los Tiktokers con los respectivos logos.
	Promocionar el video en redes sociales, y diferentes medios de comunicación.
	Utilizar el hashtag definidos y aprobados que deberán aparecer al inicio y final de cada video.
	Periodicidad: 2 veces al mes, con un tiempo de 1 minuto.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 30. *Relaciones públicas - Convenio*

<b>RELACIONES PÚBLICAS - CONVENIO</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Se propone realizar un convenio con la empresa de aseo urbano de La Paz y el Siremu del GAMLP, para programar talleres y capacitaciones sobre el reciclaje y la separación diferenciada de los residuos sólidos, además, de resaltar los beneficios de un buen manejo de residuos, dirigida en primera instancia, a los voluntarios y administrativos del Bioparque de La Paz.
<b>IMPORTANCIA</b>	Considerando que, voluntarios y administrativos fueron quienes mostraron más interés sobre el reciclaje, en las encuestas realizadas y entrevistas, es importante fortalecer sus conocimientos sobre esta materia para compartirlas con los visitantes al bioparque. También, es importante establecer una relación a largo plazo con las empresas privadas líderes en reciclaje de la ciudad de La Paz, para construir con la identidad ambiental interna, y que este se refleje en cada uno de los administrativos y voluntarios que trabajan en el bioparque, para que cada uno perciba el mismo mensaje y así lo exprese.
<b>ALCANCE</b>	Voluntarios y administrativos del Bioparque de La Paz.
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un responsable de gestionar el convenio y organización de las capacitaciones.</li> <li>• Voluntarios</li> <li>• Administrativos</li> <li>• Capacitador</li> <li>• Salón</li> </ul>
<b>ACCIONES</b>	<p>Elaborar solicitud de convenio, donde se especifique el interés por contar con el apoyo de la empresa de Aseo y el Siremu, para las capacitaciones al personal.</p> <p>Especificar tiempo de las capacitaciones con LPL y el Siremu.</p> <p>Convocar a los voluntarios y administrativos.</p> <p>Adecuar el salón donde se impartirán las capacitaciones.</p> <p>Diseñar un manual informativo en conjunto con LPL y Siremu del GAMLP validado donde se explique qué es el reciclaje, cómo el bioparque está involucrado en el proceso, facilitar el plan de gestión</p>

	ambiental, para contar con la información y sea un requisito conocerlo para trabajar en el Bioparque.
	Evaluar lo aprendido durante los talleres.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 31 . *Relaciones públicas – Paneles informativas*

<b>RELACIONES PÚBLICAS – PANELES INFORMATIVOS</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Afiches en paneles informativos que se encuentran al interior y alrededor del bioparque Vesty Pakos, donde se explique la importancia de reciclar y pasos a seguir para separar la basura. Adicionalmente los afiches serán colocados en lugares estratégicos como los pasillos y oficinas del bioparque.
<b>IMPORTANCIA</b>	Conseguir que los voluntarios, administrativos y visitantes consideren la importancia de separar los residuos en la fuente y seguir los pasos correctos para un buen manejo de los mismos.
<b>ALCANCE</b>	Voluntarios, administrativos y visitantes del Bioparque de La Paz.
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñador gráfico</li> <li>• Paneles.</li> <li>• Empresa de imprenta</li> </ul>
<b>ACCIONES</b>	Diseñar los afiches de recolección diferenciada de residuos sólidos.
	Se propone utilizar para el diseño de afiches imágenes con un mensaje semiótico. Para los afiches que son informativos se sugiere un diseño de formato animado y básico.
	Ubicar juntos el logo del bioparque y del proyecto en cada diseño de afiche.
	Un mensaje directo, corto y con rotación mensual.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 32. *Relaciones públicas – Actos internos.*

<b>RELACIONES PÚBLICAS - ACTOS INTERNOS</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Aprovechar fechas especiales para realizar eventos internos, por ejemplo, la navidad podría ser celebrada con la implementación de un pesebre y árboles de navidad hecho con material reciclable o residuos sólidos.
<b>IMPORTANCIA</b>	Mostrar una cultura de reciclaje con acciones relacionadas al cuidado del medioambiente en fechas especiales reutilizando residuos sólidos para decorar o dar una segunda utilidad al material desechado, demostrando el compromiso de la institución con el hábitat.
<b>ALCANCE</b>	Voluntarios, administrativos, visitantes y seguidores en redes sociales del Bioparque de La Paz
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrocinios</li> <li>• Espacios</li> <li>• Materiales aprovechables</li> </ul>
<b>ACCIONES</b>	Designar una persona responsable que lidere la gestión de llevar adelante las acciones y actividades a realizarse las fechas especiales
	Promocionar en redes sociales.
	Buscar ubicaciones para la realización de las acciones en fechas especiales

Fuente. Elaboración propia

Tabla 33. *Relaciones públicas – Identidad ambiental.*

<b>RELACIONES PÚBLICAS - IDENTIDAD AMBIENTAL</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Visualizar en las pantallas ubicadas al interior del bioparque material audiovisual de información sobre la separación de residuos sólidos con imágenes de carácter emocional para atraer el interés del público.
<b>IMPORTANCIA</b>	Considerando que los espacios donde están ubicadas las pantallas existen gran afluencia de visitantes, especialmente de niños, es importante contar con los materiales audiovisuales educativos para proyectarlos en lugares estratégicos para llegar a la mayor cantidad del público meta y a su vez demostrar un compromiso inquebrantable por cuidar el medio ambiente a través del reciclaje.

<b>ALCANCE</b>	Visitantes, voluntarios y administrativos del Bioparque.
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñador gráfico y editor</li> <li>• Pantallas</li> </ul>
<b>ACCIONES</b>	<p>Conservar el estilo emocional de tomas de estrategias anteriores.</p> <p>Logo del Bioparque y aliados.</p> <p>Difundir en pantallas dos videos educativos promocionales, que no sobrepasen el minuto, con el fin de que la población visitante, asocie los colores de los contenedores de residuos diferenciados.</p>

Fuente. Elaboración propia

- **Propuesta de promoción de ferias de reciclaje:** En este punto el objetivo será promocionar las ferias donde se apoyará a los emprendedores que elaboren sus productos con residuos aprovechables o reutilizables, dando oportunidad de generar a los productores un ingreso económico.

Además, de los montajes de stands al interior del bioparque, se instalarán banners institucionales y educativos que promocionen los pasos para separar los residuos sólidos asociando los colores de contenedores correspondientes.

Tabla 34. *Promoción eventos y ferias*

<b>PROMOCIÓN DE FERIAS</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Se sugiere llevar a cabo anualmente tres ferias denominadas “Feria Ecoeficiente” dentro del Bioparque Vesty Pakos de La Paz, dando a conocer una gran variedad de productos elaborados con material reciclado y residuos aprovechables.
<b>IMPORTANCIA</b>	<p>Estas ferias lograrán que los integrantes del Bioparque de La Paz se involucren activamente, generando en ellos, la intención de participar en las siguientes versiones de las ferias del reciclaje.</p> <p>En esta actividad los participantes aprenderán a separar y aprovechar los residuos correctamente, esto permitirá que los visitantes y participantes tengan una percepción más clara de los beneficios del reciclaje</p>

	Otro aspecto sobresaliente es que se generará una base de datos, considerando que para la participación en la feria, se solicitará el registro o inscripción de los interesados.
<b>ALCANCE</b>	Integrantes del Bioparque de La Paz, medio de comunicación masivos de la ciudad, personas de la ciudad de La Paz, que visiten o participen en las ferias.
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto para los diseños de las ferias.</li> <li>• Responsable de logística</li> <li>• Diseñador gráfico</li> <li>• Especialista en montaje de stand</li> <li>• Espacio del bioparque</li> <li>• Publicidad impresa en lonas y banners</li> <li>• Imprenta</li> </ul>
<b>ACCIONES</b>	Contratar o designar a una responsable de la logística de las ferias.
	Diseñar artes para las ferias, convocatoria, invitaciones y certificados de agradecimientos a los participantes, al culminar la actividad.
	Confirmar participación de invitados especiales.
	Contratar un especialista en montaje de ferias para realizar una propuesta de diseño.
	Contratar una empresa de imprenta para contar con los productos promocionales o sugerir un plan de promoción para la feria.
	Realizar convocatoria previa en redes sociales y medios masivos de comunicación.
	Buscar patrocinios para unas bolsas ecológicas con el logo, el hashtag.
	Pedir el apoyo de la empresa de aseo urbano LPL y Siremu para el asesoramiento de la feria.
	Cada emprendedor inscrito será responsable de armar su stand con material reciclable o residuos reutilizables.
	Designar encargadas para realizar la base de datos.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 35. *Redes sociales*

<b>REDES SOCIALES</b>	
<b>ESTRATEGIA</b>	Crear contenidos informativos, transmisiones en vivo, historias, concursos, tendencias relacionadas con el reciclaje y la recolección diferenciada de residuos sólidos, mostrar a emprendedores en material de reciclaje, durante la semana publicar, contenidos donde se propone realizar una acción que sea parte de la cultura del reciclaje.
<b>IMPORTANCIA</b>	Lograr un vínculo cercano con los integrantes del Bioparque consiguiendo que de forma creativa y sin imponer a realizar acciones lo realicen de forma voluntaria.
<b>ALCANCE</b>	Todos los que forman parte del social media de “Vesty Pakos Recicla”
<b>RECURSOS A UTILIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Community manager</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Cámara</li> </ul>
<b>ACCIONES</b>	<p>Seleccionar 20 personas que den inicio al reto propuesto para que los demás se vayan sumando.</p> <p>Publicar el reto con el hashtag aprobados y relacionados a las gestión medioambiental y mencionando la red de “Vesty Pakos Recicla”</p> <p>Publicar el reto concluyendo la jornada de “Vesty Pakos Recicla”</p> <p>Compartir el reto que han cumplido diferentes personas.</p> <p>Una semana antes crear expectativa con publicaciones sobre el reto.</p>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 36. *Presupuesto*

<b>Presupuesto estimado para la ejecución del plan de comunicación</b>		
<b>Estrategia implementada</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo total bs.</b>
<b>Programa promoción</b>		
Estrategia 1: Promociones en paradas de buses	6 meses (6 diseños de afiches )	1.500
Estrategia 2: Publicidad en buses	6 meses (12 publicaciones )	0
Estrategia 3: Campaña educativa promocional	Costos de la campaña y personal.	10.000
<b>Programa de relaciones públicas</b>		
Estrategia 1: Desfile del programa	Modelos, montaje, viáticos	5.000
Estrategia 2: Publicity – Tiktokers	12 videos.	2.000
Estrategia 3: Paneles informativos	6 meses (4 diseños de afiches)	3.000
estrategia 4: Convenio	alquiler de mesas y sillas	2.000
<b>Programa promoción de ferias de reciclaje</b>		
Estrategia 1: Desarrollo de la Feria	3 días	2.000
<b>Total presupuesto</b>		<b>25.500</b>

Si el bioparque no cuenta con un diseñador gráfico, se sugiere contratar uno durante el tiempo del plan u optar por solicitar colaboración a la Dirección de Comunicación del GAMLP, para diseñar las piezas educativas sobre la recolección de residuos sólidos y elementos gráficos de las estrategias.

Fuente. Elaboración propia

## 6.9. Cronograma de actividades

Tabla 37. Cronograma de actividades

<b>Cronograma estimado de actividades para la implementación del plan de comunicación</b>						
<b>Año:</b>	<b>2022</b>					
<b>Acciones</b>	<b>Jul.</b>	<b>Ago.</b>	<b>Sep.</b>	<b>Oct.</b>	<b>Nov.</b>	<b>Dic.</b>
Promoción en parada de buses		■				■
Promoción en Puma Katari y Chikititi		■				■
Campaña educativa promocional		■		■		
Presentación del proyecto “La Paz Recicla”	■					
Publicity con la colaboración de Tiktokers		■		■		■
Convenio con empresa de aseo urbano LPL y Siremu	■		■			
Paneles informativos		■				
Promoción social media	■				■	
Eventos desfile y feria			■		■	

Fuente. Elaboración propia

## 6.10. Evaluación

Tabla 38. *Formato de evaluación y control del plan de comunicación*

<b>FORMATO DE EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE COMUNICACIÓN</b>		
<b>ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS</b>	<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>	<b>COSTO DE IMPLEMENTACIÓN</b>
<b>PROGRAMA PUBLICITARIO</b>		
<b>Estrategia 1:</b> Promoción en paradas de buses		
<b>Estrategia 2:</b> Promoción en buses		
<b>Estrategia 3:</b> Campaña educativa promocional		
<b>PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS</b>		
<b>Estrategia 1:</b> Presentación del programa "Vesty Pakos recicla"		
<b>Estrategia 2:</b> Publicity con la colaboración de TikTokers		
<b>Estrategia 3:</b> Convenio con empresa de aseo urbano LPL y Siremu		
<b>Estrategia 4:</b> Paneles informativos		
<b>Estrategia 5:</b> Identidad ambiental pantalla digital		
<b>PROGRAMA DIRECTO</b>		
<b>Estrategia 1:</b> Desarrollo de E-mailing Personalizado de eventos		
<b>PROGRAMA INTERACTIVO</b>		
<b>Estrategia1:</b> Publicaciones en Social media		
<b>PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE FERIAS Y EVENTOS</b>		
<b>Estrategia 1:</b> Desarrollo de las ferias y eventos		
<b>NOTAS / COMENTARIOS:</b>		

Elaboración propia.

## 6.11. Plan de acción

Tabla 39. *Plan de acción*

PLAN DE ACCIÓN																			
POR QUÉ	QUÉ	CÓMO			QUIÉN	CUÁNDO													
Factor crítico de éxito	Objetivo	Actividades	Posibles problemas	Soluciones	Responsable	Fecha inicial de actividades	fecha fin de actividades	2022						2023					
								7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
1. Tener aprobado los documentos necesario para la ejecución del plan	Aprobación del plan de acción del plan de comunicación	Revisión de plan de acción detallado	Demoras en la revisión	Estimar una fecha de respuesta	Comunicador/a	15/07/2022	30/07/2022												
		Revisión de plan de comunicación																	
		Entrega de todo lo anterior para la revisión y aprobación por la administración del BMVP	No aprobación	Realizar ajustes para lograr una aprobación		01/08/2022	20/08/2022												
2. aprobar presupuesto	Recibir el primer desembolso antes de septiembre	Revisión detallada del presupuesto	Sobrecostos	Solicitar convenios o patrocinios	Comunicador/a	15/07/2022	30/07/2022												
		Realizar 2 o 3 cotizaciones	Demora en hacer cotizaciones	delegar personas para solicitar cotizaciones															



6. Apoyo de todo el BMVP	Colaboración Institucional para el desarrollo del plan comunicacional en diferentes ámbitos	Crear un espacio en la página de Facebook del Bioparque Municipal Vesty Pakos para la respectiva promoción de "La Paz Recicla"	Poca visibilidad	Acordar el espacio y la periodicidad previamente	Comunicador/a	Enero	Diciembre																	
		Mejoramiento de cada área del BMVP desde el objetivo del reciclaje	Resistencia al Cambio	Conocer reglas y seguir plan aprobado		Noviembre	Febrero																	
7. Inicio del plan	Asegurar la documentación y recursos necesarios para dar inicio al plan de comunicación	Revisión de documentación detallada	Falta de alguna documentación o acción	Lista de chequeo previamente revisada	Comunicador/a	Enero	Febrero																	
		Claridad en toda la parte interna del BMVP de los objetivos a lograr																						
		Presupuesto disponible																						
		Personal idóneo y capacitado																						
		Cronograma con claridad y previamente aprobado																						
Cierre del 1er. año del plan	Asegurar la efectividad del plan	Informe de los resultados obtenidos	No cumplir expectativas	Mejorar en las debilidades o problemas presentados	Comunicador/a Administrador BMVP	Diciembre	Enero																	

## CONCLUSIONES

El Bioparque Municipal Vesty Pakos (BMVP) desde su misión y visión está comprometida con el cuidado del medio ambiente y la preservación de los animales, emprendió actividades que permitieron dar cumplimiento a la misma, también cuenta con un programa de reciclaje relacionado con el acopio de botellas pet, sin embargo, el programa no considera otros residuos que también son generados al interior del establecimiento y pueden ser reutilizados de manera efectiva.

El tipo de cultura ambiental que prevalece en los visitantes del bioparque, en relación con los residuos sólidos, es básica, pues, en los resultados de las encuestas se determinó que, la comunidad que visita el bioparque, aun no identifica al 100 % los residuos que pueden ser reciclables porque la comunidad visitante no asocia correctamente el color de las canastas al residuo, puede evidenciarse que del total de las respuestas solo el 3 % de los voluntarios, el 14 % de los administrativos y el 5 % de los visitantes, asocia el papel a la canasta azul.

El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz cuenta con un plan piloto de recolección diferenciada que no ha sido difundido efectivamente dentro del bioparque, esto se vio cuando la mayor parte de las personas consultadas entre voluntarios (85 %), administrativos (71 %), y visitantes (86 %) manifestaron “NO” conocer el plan mencionado, a favor del reciclaje.

Los factores comunicacionales que determinan una cultura ambiental negativa figuran, la falta de señalética de información sobre cómo y dónde se separan los residuos sólidos al interior del bioparque, por ejemplo, se han instalado puntos de recolección dentro de los espacios recreacional, que se pueden observar en el recorrido, es decir, existen las canastas o puntos

ecológicos y en un alto porcentaje del 72 %, los visitantes puede reconocer el símbolo del reciclaje, sin embargo, las canastas ubicadas, no tienen una coherencia entre los símbolos de categorías por colores y los letreros informativos, generando confusión en la comunidad sobre cómo usar correctamente las canastas.

No se encontró en la institución municipal indicadores de medición para el plan de recolección diferenciada, tampoco un plan de comunicación institucional formal que permita promover la cultura del reciclaje dentro de la misma, ni una persona responsable, al 100 %, a estructurar toda la política de recolección diferenciada y su correcta implementación dentro del bioparque con su respectiva estructura y presupuestos para ejecutar las actividades como las que se proponen en este proyecto.

Las estrategias comunicacionales educativas permitirán contribuir a incrementar la entrega de residuos sólidos aprovechables a la alcaldía y promover la cultura ambiental en los visitantes, además de reducir la cantidad de residuos que ingresan al Relleno Sanitario de Alpacoma o Sak'a Churu.

El personal administrativo y voluntarios del bioparque ven pertinente efectuar intervenciones de estrategia de comunicación educativa, para impulsar la cultura ambiental en la separación diferenciada de los residuos, a través de actividades como talleres de capacitación, charlas, recreaciones, actividades interinstitucionales, con el propósito de compartir el aprendizaje con los visitantes y fortalecer los procesos de concienciación.

Hay participación activa de los integrantes del bioparque para que la cultura ambiental sea positiva, efectiva y continua al interior de este ambiente, los resultados de las encuestas dicen que

el 100% de los voluntarios y administrativos y un 75 % de los visitantes, estarían interesados en colaborar en el cambio de la cultura del reciclaje, siendo los menos, el 25 % de los visitantes, que no lo estarían. Las personas encuestadas concordaron que para efectuar un sistema de reciclaje en el bioparque es necesario crear un compromiso institucional que debe ser parte del GAML P y principalmente de los administrativos del bioparque y voluntarios que son quienes promueven ese cambio.

También es importante destacar que los visitantes al BMVP prefieren recibir información del reciclaje a través de las redes sociales y campañas que son las herramientas más relevantes y accesibles para informar a la ciudadanía y brindar información sobre la recolección diferenciada. De las respuestas obtenidas el medio informativo con mayor preferencia por los voluntarios (18.95 %), administrativos (19.62%) y visitantes (17.41%) son las Redes Sociales.

La evaluación propuesta en el proyecto permitirá medir la cantidad de residuos sólidos aprovechables que genera el bioparque municipal, y que son entregados a la Alcaldía paceña, evidenciando el incremento en relación con el año pasado; por otro lado, se debe encontrar incentivos para el visitante.

## RECOMENDACIONES

Considerando los resultados de la presente investigación se propone realizar las siguientes actividades:

- Se propone una campaña educativa agresiva, que incorpore todos los elementos del plan piloto La Paz Recicla del GAMLP para no confundir a la población con otras y que permita a la comunidad paceña, incluso a entes externos del bioparque, recordar los logotipos medioambientales, con el fin de lograr un posicionamiento de la cultura del reciclaje.
- Contratar a un profesional y/o practicante de la carrera de Comunicación Social, o carreras afines, que estructure adecuadamente la política comunicacional medioambiental, incluido el reciclaje o separación de residuos sólidos, desde la fuente para que garantice la realización del presente plan de comunicación.
- Crear un espacio dentro de la página de Facebook del bioparque para la campaña La Paz Recicla, que promueva al reciclaje y permita obtener información de eventos ambientales y métodos para reciclar adecuadamente.
- Generar una identidad ambiental a través de las redes sociales, identificando la importancia y objetivo de la campaña La Paz Recicla y el plan de comunicación, permitiendo alcanzar una mayor llegada de la información entre la población visitante del bioparque.
- Ejecutar la presentación del programa de reciclaje del Bioparque Vesty Pakos de La Paz, el cual se daría inicio con un desfile en trajes de material reciclado, contando con la presencia del señor Alcalde del municipio de La Paz, Iván Arias, vistiendo el atuendo elaborado con bolsas de

desayuno escolar que ganó un concurso impulsado por una ONG, permitiendo así mostrar los materiales usados y aprovechamientos de estos, representado además por modelos influenciadores en redes de la ciudad de La Paz y concluyendo con una intervención de una descripción de lo que es y representa la campaña “La Paz recicla”.

- Se propone que las canastas ubicadas al interior del bioparque tengan coherencia entre el código del color y la bolsa usada, para que adicionalmente, el rótulo informativo se encuentre en la tapa de estas canastas diferenciadas y puedan visualizarse con facilidad y evitar confusión en los visitantes, al instante en que se depositen los residuos.
- Se recomienda ubicar canastas y afiches de carácter informativo, en los lugares con mayor concentración de residuos, considerando los resultados de las encuestas; estos serían baños, áreas de los animales más visitados, como la fosa de osos, serpentarios, entre otros.
- Se propone contactar a influenciadores reconocidos de la ciudad de La Paz como, John Arandia, Dennise Quiroga, para acordar la realización de la campaña “La Paz Recicla”, en materiales audiovisuales y fotográficos, y puedan contar mensajes, particularmente, relacionados con el reciclaje y la separación de residuos sólidos, para conseguir un tráfico en redes sociales y que a nivel interno, los visitantes poco interesados en reciclar, se informen de forma más cercana e interactiva.
- Concretar un convenio con la empresa LPL y Siremu para programar talleres y capacitaciones sobre la recolección diferenciada sobre los residuos sólidos en La Paz y los beneficios que conlleva un buen manejo de los mismos, dirigida a los voluntarios, administrativos

y visitantes del Bioparque Vesty Pakos La Paz, considerando que estos últimos son quienes se mostraron más renuentes sobre hacer un cambio en la cultura del reciclaje.

- Se propone colocar afiches en paneles informativas, donde se explique la importancia de la separación de residuos y los pasos que se deben seguir para tener una La Paz Ecoeficiente, con un mensaje emocional y racional, en las diferentes áreas del bioparque.
- Reflejar una cultura de reciclaje con acciones en fechas especiales como la navidad, con el propósito de que los visitantes evidencien el compromiso interno por el aprovechamiento de los residuos e invitarlos a ser parte de esta cultura.
- Visualizar en las pantallas led, ubicadas en las distintas áreas del bioparque, información sobre la campaña con los mismos parámetros en diseños, que se trabajaron desde el GAMLP.
- Se sugiere llevar a cabo anualmente un evento o feria dentro de la Bioparque Vesty Pakos La Paz, donde se dará a conocer una variedad de productos elaborados con material reciclado, lo que permitirá que tanto los participantes como los asistentes tengan una visión más clara de los beneficios del reciclaje. La principal función de esta actividad es compartir y transmitir información entre los visitantes del establecimiento recreacional municipal.

Que es necesaria una continua actualización y renovación de la información y actividades ofertadas por el bioparque. Anualmente, planificar la incorporación de eventos y actividades diferentes relacionadas con la educación y enseñanza para conservar el hábitat, y también a fin de no perder el atractivo para los visitantes y promover nuevos descubrimientos durante su visita.

## Bibliografía

- Agencia Municipal de Noticias, AMUN. (28 de Noviembre de 2020). Fotografía. *Las Islas Verdes en Mallasa ayudan a reducir los desechos de plástico y papel*. La Paz.
- Agencia Municipal de Noticias, AMUN. (s.f.). Fotografía. *Las Islas Verdes en Mallasa ayudan a reducir los desechos de plástico y papel*.
- Albert, L. (1995). *La Contaminación y sus Efectos en la Salud y el Ambiente*. México: Centro de Ecología y Desarrollo.
- Alfonso, G. (11 de abril de 2011). *Bitácora Memorioso*. Obtenido de [Fotografía]: Recuperada de <http://gumucio.blogspot.com/2011/04/memoria-mal-honrada.html>
- AMN. (28 de Septiembre de 2021). *Punto de reciclaje botellas pet*. Obtenido de [Fotografía]: <https://amn.bo/2021/09/28/en-el-vesty-pakos-empezo-la-recoleccion-de-botellas-pet-en-contenedores/>
- AMUN. (28 de Septiembre de 2021). *En el Vesty Pakos empezó la recolección de botellas PET en contenedores*. Obtenido de Agencia Municipal de Noticias, AMUN: <https://amn.bo/2021/09/28/en-el-vesty-pakos-empezo-la-recoleccion-de-botellas-pet-en-contenedores/>
- Asociación de Academias de la Lengua Española ASALE. (octubre de 2014). Diccionario de la lengua española. *23.ª edición*.
- Bioparque Municipal Vesty Pakos. (15 de Marzo de 2021). *Vesty Pako frente a la jaula del león*. Obtenido de [Fotografía]: Recuperado de <https://twitter.com/BioparqueVestyP/status/1371657580381138945/photo/2>

- Boscó, A. L. (s.f.). *goboaprende*. Obtenido de goboaprende:  
<https://goboaprende.files.wordpress.com/2010/01/cuaderno-de-comunicacion3b3n-educativa-1.pdf>
- CEPIS, C. P. (2002). *Diagnóstico de la situación del manejo de residuos sólidos municipales en América Latina y el Caribe*. CEPIS, Estocolmo.
- Cid, R. A. (enero - junio de 2016). Comunicación Ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. *Nueva Época*(25), 209-235.
- Contreras, A. (diciembre de 1999). Comunicación para un desarrollo diferente. (L. Eladio, Ed.) *Revista Latinoamericana de Comunicación*(68), 6.
- Estefani, R. T., Marcel, S. N., Juan Francisco, P., Eduardo, C., & Alejandro, G. (2016). *Guía general para la gestión de residuos sólidos domiciliarios*. Santiago, Chile: Naciones Unidas,.
- Evangelina, R. S. (19 de noviembre de 2012). *Portal Veterinaria, El diario digital de los veterinarios*. Obtenido de <https://www.portalveterinaria.com/articoli/articulos/21837/el-parque-zoologico-un-instrumento-pedagogico.html>
- GAML P. (Marzo de 2021). *LaPaz.bo*. Obtenido de Documento PDF:  
[https://www.lapaz.bo/gobierno/wp-content/uploads/2021/03/mof\\_2020.pdf](https://www.lapaz.bo/gobierno/wp-content/uploads/2021/03/mof_2020.pdf)
- García, L. Z. (2009). *Diagnóstico y una Estrategia de Comunicación para e Buen Manejo de los Desechos Sólidos en la Aldea Sajcavilla del Municipio de San Juan Sacatepequez, Guatemala*. Guatemala.
- Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. (2 de septiembre de 2018). *Agencia Municipal de Noticias*. Obtenido de AMN: <http://amn.bo/archivo/index.php/en/recursos->

periodistas/titulares/76-scat-soc/13948-la-paz-pone-en-marcha-la-separacion-diferenciada-de-residuos-con-miras-al-reciclaje

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. (28 de enero de 2021). *Agencia Municipal de Noticias*. Obtenido de AMUN: <https://amn.bo/2021/01/28/la-alcaldia-colecto-1-083-toneladas-de-residuos-solidos-diferenciados-desde-2014/>

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, GAMLP. (23 de Marzo de 2021). *Agencia de Noticias Municipales*. Obtenido de AMUN: <https://amn.bo/2021/03/23/el-vesty-pakos-cumplio-un-ano-como-bioparque-y-refuerza-la-investigacion-rehabilitacion-y-custodia-de-la-fauna-silvestre/#:~:text=El%2019%20de%20diciembre%20de,t%C3%A9cnico%20y%20operativo%20del%20bioparque>

Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. (17 de junio de 2019). *Agencia Municipal de Noticias*. Obtenido de AMUN: <https://amn.bo/2019/06/17/pacenos-generan-mas-de-600-toneladas-de-residuos-solidos-al-dia/>

La Comisión Europea. (2015). *Documento de buenas prácticas de la Directiva de parques zoológicos*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

La Región. (17 de diciembre de 2021). Fotografía. *Grace Ledezma, la bióloga detrás del éxito del Bioparque Vesty Pakos de La Paz*. La Paz, Bolivia.

Mabel, F. (24 de Marzo de 2013). *La Razón*. Obtenido de Vesty Pakos, el amigo de los animales: <https://www.la-razon.com/escape/2013/03/24/vesty-pakos-el-amigo-de-los-animales/>

Margarita, A. (1999). *La basura; Manual para el reciclamiento urbano* (1a. ed., 7a. reimp. ed.). Trillas, México.

- Ministerio de asuntos externos Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) .  
(2016). *Comunicación para el desarrollo Una guía práctica*. Berna.
- Ministerio de Medio Ambiente y Agua. (2009). *El Libro Rojo de la fauna silvestre de vertebrados de Bolivia*. La Paz. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Luis-Aguirre-20/publication/298784137\\_Libro\\_rojo\\_de\\_la\\_fauna\\_de Vertebrados\\_de\\_Bolivia/links/571e1f5508aed056fa226575/Libro-rojo-de-la-fauna-de-vertebrados-de-Bolivia.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Luis-Aguirre-20/publication/298784137_Libro_rojo_de_la_fauna_de Vertebrados_de_Bolivia/links/571e1f5508aed056fa226575/Libro-rojo-de-la-fauna-de-vertebrados-de-Bolivia.pdf)
- Miranda, L. (2013). Cultura ambiental: un estudio desde las dimensiones de valor, creencias, actitudes y comportamientos ambientales. *Revista Producción + Limpia*(2), 94-105. Obtenido de <http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1251/1/94-105.pdf>
- MMAyA/VAPSB/DGGIRS. (2012). Guía de Educación Ambiental en Gestión Integral de Residuos Sólidos. (200 ejemplares ), *Primera Edición:* , 13.
- Nebel, B. (1987). *Conversión de Basura en Recursos* (2da ed. ed.). Distrito Federal México, Brevarios, México: Quesaije.
- Peinado, V. A. (17 de junio de 2016). *Biblioteca virtual*. Obtenido de Responsabilidad Social en América Latina: [www/bibliotecavirtual.info/LaResponsabilidadSocialenAmericaLatina](http://www.bibliotecavirtual.info/LaResponsabilidadSocialenAmericaLatina)
- Riojas, J. (2000). La Complejidad Ambiental. En D. Luzzi, *La Ambientalización de la educación formal. Un Diálogo abierto en la complejidad del campo educativo* (págs. 159-160). Madrid: Siglo XXI editores.
- Rocío, L. C. (17 de diciembre de 2021). *La Región - Nos mueven las Historias*. Obtenido de La Región - Nos mueven las Historias: <https://www.laregion.bo/grace-ledezma-la-biologa-detras-del-exito-del-bioparque-vesty-pakos-de-la-paz/>

Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación Estratégica*. Buenos Aires: Granica.

Tanlogico - Trabajo propio, C. B.-S. (14 de abril de 2021). *Puerta Principal BMVP*. Obtenido de

[Fotografía]:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Bioparque\\_Vesty\\_Pakos#/media/Archivo:Ingreso\\_Bioparque\\_Municipal\\_Vesty\\_Pakos.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Bioparque_Vesty_Pakos#/media/Archivo:Ingreso_Bioparque_Municipal_Vesty_Pakos.jpg)

Toolshero. (s.f.). *Toolshero*. Obtenido de 5 P de Estrategia por Mintzberg:

<https://www.toolshero.es/estrategia/5-p-de-estrategia-por-mintzberg/#:~:text=En%201987%2C%20el%20cient%3%ADfco%20de,la%20perspectiva%20y%20la%20t%3%A1ctica>.

Torres, M. (1996). *La Dimensión Ambiental: Un reto para la educación de la nueva sociedad*.

*Proyectos ambientales escolares*.

Valdés, C. (2017). *Janus on line*. Obtenido de Janus:

[https://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.6\\_CristinaVald%C3%A9s\\_Comunicaci%C3%B3n\\_Desarrollo.pdf](https://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.6_CristinaVald%C3%A9s_Comunicaci%C3%B3n_Desarrollo.pdf)

Vásquez, O. (2007). *Diagnóstico de la Comunidad de Bárcena, Villa Nueva, acerca del mal manejo de la basura. (Tesis de pregado)*. Universidad de San Carlos, Guatemala.

Vicuña, J. B. (2002). *El Plan de Marketing en la Práctica* (7ma Edición ed.). España: ESIC.

Wagensberg, J. (1997). *Adaptación e innovación en los sistemas naturales en la problemática ambiental*. Madrid: Fundación Universidad - Empresa.

Weil, P. (1992). *La comunicación global*. Francia.

Wilma, P. (17 de junio de 2016). El 99% de animales de los cuatro zoológicos del país fue rescatado. *La Razón*.

## ANEXOS

### Anexo A. Formato entrevistas a profundidad

Cuestionario de la entrevista realizada a la ex coordinadora del Programa Municipal de Gestión Integral de Residuos de la Secretaría Municipal de Gestión Ambiental, Ing. Farina Flores

N°	Preguntas
1	¿Cuáles son los beneficios de reciclar o por qué reciclar en La Paz?
2	¿Qué es el programa La Paz Recicla?
3	¿Cómo surgió el programa?
4	¿Qué elementos tomaron en cuenta para el diagnóstico inicial (cómo inicio el proyecto)?
5	¿Qué mecanismos han usado para la implementación del “La Paz Recicla”?
6	¿Qué estrategias empleó para la comunicación del “La Paz Recicla”?
7	¿Cuál es la periodicidad de comunicación que tiene implementado para el programa La Paz Recicla?
8	¿Qué medios usan para la capacitación de los funcionarios municipales, con el fin de difundir la adopción de buenas prácticas ambientales dentro del Bioparque Municipal Vesty Pakos?
9	Tengo entendido que la alcaldía ya implementó el sistema de separación de origen en las zonas de Miraflores y Achumani como prueba piloto. ¿Cuánto demoraron para llegar a ese nivel? ¿Quiénes participaron? ¿Cómo se capacitaron? ¿Qué recursos o medios usaron?
10	¿Qué es “La Paz Ecoeficiente” y cómo se complementa con el La Paz recicla?
11	¿Cómo es el tipo de relación existente entre el GAMLP y las empresas de cartoneros?
12	¿Cuál es el medio de comunicación más efectivo que usaron para cautivar al público?
13	¿Qué normas se consideraron para su implementación? ¿Algunas normas bolivianas o internacionales?
14	¿Tienen indicadores de medición del programa La Paz Recicla?
15	¿Tienen algún convenio con otras instituciones a parte de Cartonbol?

16	¿Apoyaron otras instituciones para implementar programas de este tipo? ¿Qué hicieron?
17	¿Cuál considera que es la clave del éxito para manejar las relaciones públicas del proyecto?
18	¿Quién patrocina los costos del proyecto?
19	¿Cuál sería su mayor recomendación para implementar un sistema de reciclaje de residuos sólidos?

**Entrevista realizada a Ing. Rubén Ledezma – ex director del sistema de Regulación y Control Municipal**

ITEM	PREGUNTA
1	¿Cuáles son los beneficios de reciclar o por qué reciclar en la ciudad de La Paz?
2	¿Qué elementos consideras para el diagnóstico inicial para la implementación de la cultura del reciclaje en La Paz?
3	¿Qué es el concepto La Paz Recicla?
4	¿Qué mecanismos han usado para la implementación del programa Recicla ahora?
5	¿Qué estrategias han empleado para la comunicación del programa dentro de la Ciudad?
6	¿Qué resultados positivos y negativos han obtenido de dicho Proyecto?
7	¿Cuál es la periodicidad de comunicación que tiene implementado para el programa Basura Cero?
8	¿Qué medios usan para la capacitación de recicladores, empresas, ciudadanos, instituciones educativas con el fin de difundir la adopción de buenas prácticas ambientales dentro de la Ciudad?
9	¿Cuál es el medio de comunicación más efectivo que ustedes han usado para cautivar la audiencia de instituciones educativas?
10	¿Qué normas o estándares se consideraron para su implementación? ¿Han tenido en cuenta organizaciones internacionales para el desarrollo del programa? ¿Cuáles?
11	¿Tienen indicadores de medición para los diferentes programas?
12	¿Qué hito o hitos podrían resaltarse del proyecto “La Paz Recicla”?

13	¿Cuál es la metodología de recolección que utiliza el programa? ¿Horarios especiales? ¿Recipientes especiales? ¿Modelos de Rutas? ¿Zonificación?
14	¿Cuál considera que es la clave del éxito para manejar las relaciones públicas del proyecto?
15	¿Quién patrocina / asume, los costos del proyecto?
16	¿Han apoyado a instituciones de la ciudad a implementar programas de reciclaje? ¿Qué han hecho?
17	¿Cuál sería su mayor recomendación para implementar un sistema de reciclaje de residuos sólidos en el bioparque municipal?
18	¿Cuál sería su mejor recomendación para comunicar e incentivar el reciclaje en el Bioparque Vesty Pakos?
19	¿Cuál sería la importancia desde la perspectiva de calidad ambiental, desarrollar un plan de comunicación para el manejo de residuos sólidos en el BMVP?

**Entrevista realizada a la ex administradora del Bioparque Municipal Vesty Pakos, Gheraldine Durán.**

<b>ÍTEM</b>	<b>PREGUNTA</b>
1	¿Quién es Gheraldine Durán y qué formación profesional tiene, qué experiencia tiene con el tema de implementación de reciclaje en espacios de la ciudad de La Paz?
2	¿Cuáles son los beneficios de reciclar o porque reciclar en el BMVP?
3	¿Qué es el Bioparque Municipal Vesty Pakos?
4	¿Qué elementos consideraron para el diagnóstico inicial? (cómo inicio el proyecto de recolectar botellas pet).
5	¿Qué mecanismos han usado para la implementación de la recolección de residuos sólidos al interior del Bioparque?
6	¿Qué estrategias han empleado para la comunicación de recolección diferenciada al interior del bioparque?
7	¿Cuál es la periodicidad de comunicación que tiene implementado para el programa medioambiental en el bioparque?

8	¿Qué medios usan para la capacitación de personal administrativo, voluntario y visitantes con el fin de difundir la adopción de buenas prácticas ambientales dentro del BMVP?
9	Tengo entendido que una de las principales actividades del bioparque fue acopiar botellas pet. ¿Funciona este proyecto? ¿Qué otros espacios se han incorporado? ¿Cuánto demoraron para llegar al nivel que tienen actualmente? ¿Quiénes participaron, cómo se capacitaron, qué recursos o medios usaron?
10	¿Cuál es el medio de comunicación más efectivo que ustedes han usado para cautivar a los visitantes del bioparque para que se motiven a Reciclar?
11	¿Qué normas o estándares se consideran para la implementación del reciclaje en el BMVP? (Estándares o leyes bolivianas / Estándares Internacionales).
12	¿Han apoyado otras instituciones para implementar programas de este tipo, qué han hecho?
13	¿Cuál considera que es la clave del éxito para manejar las relaciones públicas del proyecto reciclaje?
14	¿Quién patrocina / asume, los costos del proyecto?
15	¿Cuál sería su mayor recomendación para implementar un sistema de reciclaje de residuos sólidos en el bioparque?
16	Dentro de la política ambiental del bioparque se habla de un manejo integral de residuos sólidos, allí se plantea la selección de residuos en la fuente, puntos de almacenamiento temporal o ecológicos, convenios con asociaciones o grupos de recicladores, entre otros. ¿Esta política se está cumpliendo? ¿Qué hace falta? ¿Qué se debe mejorar?

**ENCUESTA SEPARACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS EN EL  
BIOPARQUE MUNICIPAL VESTY PAKOS**

Cordial saludo del Bioparque Municipal Vesty Pakos,

La presente encuesta tiene como propósito conocer los principales elementos para la creación de un plan de promoción que sirve como recursos para impulsar a la cultura del reciclaje en el Bioparque Municipal Vesty Pakos (BMVP). La información recolectada será utilizada para fines académicos manteniendo la confidencialidad de los datos suministrados. No le tomará más de 5 minutos completar la encuesta y le reiteramos nuestro agradecimiento.

**Nombre:**

**E-mail:**

**Rango de edad:**

- a) Entre 15 y 24 años
- b) Entre 25 y 34 años
- c) Entre 35 y 44 años
- d) Mayor de 45 años

**Género:**

Femenino  Masculino

**Estrato socioeconómico**

Baja  Media  Alta

**1. ¿Qué tan importante es para usted reciclar?**

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Indiferente
- d) Poco importante
- e) Nada importante

**2. ¿Cuál considera que el mayor beneficio del proceso del procesos? Seleccione una opción**

- a) Ahorrar energía
- b) Disminuir la contaminación
- c) Reducir la emisión de gases a la atmósfera
- d) Alargar la vida útil de los rellenos sanitarios
- e) Todas las anteriores

**3. Marque con una x los elementos que se pueden reciclar**

- a) Papel y cartón
- b) Plástico
- c) Empaque y paquetes
- d) Residuos de comida
- e) Vidrios
- f) Aluminio
- g) Plasto formo

**4. ¿Cuál de los siguientes iconos reconoce como el símbolo de reciclaje?**

- a)  b)  c)  d) 

**5. ¿Conoce algún elemento que la universidad utilice para reciclar?**

- a) Sí  No

**6. ¿Deposita la basura en el contenedor respectivo?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Indiferente
- d) Casi nunca
- e) Nunca

**7. Asocie el color con la palabra que mejor la represente**

- a) Vidrio
- b) Plástico
- c) Orgánicos
- d) Aluminio
- e) Papel cartón
- f) Comunes

**8. ¿Qué tipo de residuos ve en el BMVP?**

- a) Papel y cartón
- b) Plástico
- c) Empaque y paquetes
- d) Residuos de comida
- e) Vidrios
- f) Aluminio
- g) Plasto formo

**9. ¿Conoce el plan piloto de recolección de residuos sólidos de la alcaldía de La Paz?**

- a) Sí
- b) No

**10. Enumere del 1 al 7 los siguiente medios para brindarle información sobre la separación de residuos sólidos considerando que 1 es el menos relevante y 7 el más relevante**

- a) Taller
- b) Videos
- c) Redes sociales
- d) E-mail
- e) Página web
- f) Campaña

**11. ¿Estaría dispuesto a colaborar en la realización de estrategias para un cambio en la cultura de reciclaje en el BMVP?**

- a) Sí
- b) No

Gracias por su colaboración.