



SEMA
SECRETARÍA DE ECOLOGÍA
Y MEDIO AMBIENTE



Hoja de Ruta para el Aprovechamiento Energético de Residuos Orgánicos con Tecnología de Biogás en el Estado de Quintana Roo

Estrategia de comunicación
y concientización

Junio 2022



La Secretaría de Ecología y Medio Ambiente del estado de Quintana Roo agradece a la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH por la colaboración y asistencia técnica en la elaboración del presente documento. La colaboración de la GIZ se realizó bajo el marco del “Apoyo a la implementación de la transición energética en México” el cual se implementa por encargo del Ministerio Federal Alemán de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ). Las opiniones expresadas en este documento son de exclusiva responsabilidad del/ de los autor/es y no necesariamente representan la opinión de la Secretaría de Ecología y Medio Ambiente del estado de Quintana Roo y/o de la GIZ. Se autoriza la reproducción parcial o total, siempre y cuando sea sin fines de lucro y se cite la fuente de referencia.

Publicado por:

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Friedrich-Ebert-Allee 36 + 40
53113 Bonn, Deutschland
T +49 228 44 60-0
F +49 228 44 60-17 66

Dag-Hammarskjöld-Weg 1 - 5
65760 Eschborn, Deutschland
T +49 61 96 79-0
F +49 61 96 79-11 15

E info@giz.de
I www.giz.de

“Apoyo a la implementación de la transición energética en México”
Agencia de la GIZ en México
Torre Hemicor, PH
Av. Insurgentes Sur No. 826
Col. Del Valle
C.P. 03100, México D.F.
T +52 55 5536 2344
F + 52 55 5536 2344
E giz-mexiko@giz.de
www.giz.de/mexico

Versión junio 2022

Edición y Supervisión: Lic. Efraín Villanueva Secretario de Ecología y Medio Ambiente (SEMA) del Estado de Quintana Roo, Biol. Elvira Carvajal Subsecretaria de Gestión y Protección Ambiental (SEMA), Rigel Pacheco (SEMA) Miguel Xijun (SEMA), Yafith Montalvo (SEMA), Joaquín Pereyra (GIZ), Cecilia Porte-Petit (GIZ).

Autor(as): Pablo Alarcón, Daniela Méndez, Lourdes Durón, Izarely Rosillo, Salvador Acosta, Arcelia Rojas y Carlos Hernández - Grupo TAAF

Diseño: GIZ México

Por encargo del

Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania

Tabla de Contenido

1 Estrategias de concientización y comunicación	4
1.1 Propuestas de estrategia de concientización.	5
1.2 Propuestas de estrategia de comunicación.	6
2 Anexos. Ejemplos prácticos	8
2.1 Aplicación de propuestas de estrategia de concientización.	8
2.2 Aplicación de propuestas de estrategia de comunicación.....	11
3 Bibliografía	15

Lista de Figuras

Figura 1 Visión multidimensional para el desarrollo estrategias.....	5
--	---

Listado de Abreviaturas

HdR Hoja de Ruta

1 Estrategias de concientización y comunicación

La comunicación efectiva debe tener como meta permanente el diálogo y la participación incluyente de los principales actores involucrados.

La Hoja de Ruta se elaboró a través de un **proceso altamente participativo**, buscando así desde su diseño la apropiación y socialización con los principales sectores responsables de su implementación.

Por ello, es indispensable identificar estrategias para la comunicación y concientización de la población y de los principales sectores relacionados en la implementación de la HdR.

La comunicación en cuanto a los alcances y líneas de acción recaerá en un inicio en el gobierno del Estado, y más adelante deberá ser una responsabilidad conjunta a través de la **estructura de gobernanza** propuesta para la implementación y seguimiento de la HdR.

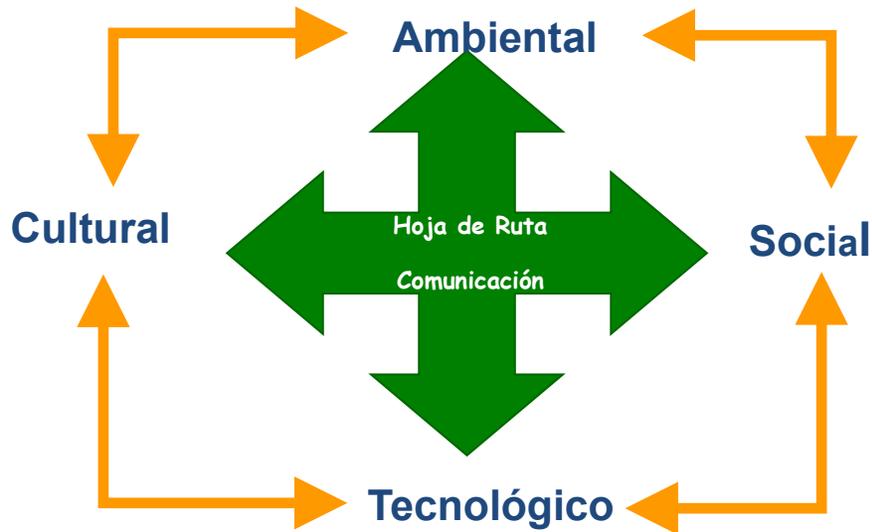
La **comunicación en proyectos ambientales** implica tanto la planeación sistemática como la **retroalimentación**, para lograr que las personas construyan conocimientos, transformen sus actitudes y fortalezcan sus valores.

Los **atributos** que deben contener las **estrategias de comunicación y concientización** son los siguientes:

- **Ser participativa e incluyente**, a fin de fortalecer los espacios ya existentes de participación local, promover el diálogo y el intercambio de experiencias entre las personas, se sugiere formar redes de aprendizaje que fomente este tipo de espacios.
- **Tomar en cuenta las capacidades locales y las limitaciones tecnológicas**, siempre utilizando lenguaje adecuado y medios de comunicación, apropiados a cada realidad (municipios, academia, organismos operadores, etc.)
- **Utilizar un enfoque de neutralidad partidista** como medida de mitigación a los cambios de administración o de personas responsables en las instituciones y organizaciones, permitiendo la continuidad del proyecto y sus actividades
- **Promover la equidad de género**, considerando la perspectiva de mujeres, y su potencial de participación en todos los niveles, técnicos, culturales, sociales, ambientales, etc.
- **Ser transparente** fomentando que todas las personas puedan acceder a los resultados del proyecto, esto contribuye a impulsar una política de anticorrupción, transparencia y rendición de cuentas a lo largo del proyecto

Para que la estrategia de comunicación y concientización sean efectivas, debe considerarse una visión multidimensional, que al menos contenga los siguientes aspectos:

Figura 1 Visión multidimensional para el desarrollo de estrategias.



Fuente: elaboración propia

A continuación, se presentan los objetivos generales, etapas propuestas para la implementación y actividades contempladas a corto plazo de las estrategias de concientización y comunicación.

1.1 Propuestas de estrategia de concientización.

El objetivo general, de la estrategia para la concientización de las personas será:

- Concientizar a la población del estado de Quintana Roo sobre los beneficios de separar desde la fuente los residuos en orgánicos e inorgánicos para su posterior aprovechamiento. Además de reconocer la importancia que tiene la ciudadanía para incidir en las acciones y líneas de acción planteadas en la HdR.

Etapas propuestas para la implementación de la estrategia de concientización

Etapas 1: Diseño: Estructuración del taller o cursos,

Etapas 2: Preparación y socialización de talleres dirigidos a la población. Selección de temas a incluir en talleres o curso, así como definición de los medios de divulgación (posters, internet, noticias, etc.).

Etapas 3: Participación de organizaciones públicas, privadas y sociedad civil y población en general.

A continuación, se enlistan las **actividades propuestas a corto plazo** que se consideran para la implementación de la estrategia.

- a. Diseño e implementación de programas de educación ambiental enfocados en la separación de los residuos orgánicos de los inorgánicos.
- b. Elaboración de materiales para la difusión, capacitación y sensibilización de la ciudadanía.
- c. Capacitación a personas promotoras ambientales interesadas en participar en actividades de promoción.
- d. Implementación de campañas de sensibilización y concientización, con énfasis en centros educativos
- e. Identificación espacios para el desarrollo de talleres de educación ambiental, dirigidos a la población en general.
- f. Vinculación con organizaciones públicas, privadas y sociedad civil para incentivar, promover y fortalecer acciones encaminadas a la separación de los residuos orgánicos.

1.2 Propuestas de estrategia de comunicación.

Los **objetivos generales** de la estrategia de comunicación serán los siguientes:

- **Comunicar** de manera eficiente y con un lenguaje apropiado, la visión y las líneas de acción de la HdR, enfocado principalmente a los beneficios ambientales y sociales, que impactarán directamente en la población.
- **Elaborar** e implementar campañas y actividades de comunicación, capacitación, difusión en temas de gestión integral de residuos con énfasis en educación ambiental y participación social, principalmente que fomenten el reciclaje y la separación adecuada de los residuos orgánicos para su aprovechamiento.

Etapas propuestas para la implementación de la estrategia de comunicación

Etapas 1: Promoción entre los distintos actores clave de diferentes niveles y sectores

Etapas 2: Difusión y acceso a la información relevante a través de notas periódicas, infografías, notas para redes sociales, notas para blog y páginas web, entre otros mecanismos.

Etapas 3: Participación de la población y los sectores directamente en la implementación del proyecto.

Actividades propuestas a corto plazo

- a. Elaboración e implementación de programas de educación ambiental enfocados en la separación de los residuos orgánicos de los inorgánicos, para su posterior aprovechamiento.
- b. Identificación de espacios de promoción y difusión para el proyecto.
- c. Diseño de materiales para la difusión, capacitación y sensibilización, para posicionar el tema sobre el aprovechamiento de residuos orgánicos y generación de energía a partir de biogás.
- d. Capacitación a personas promotoras ambientales interesadas en participar en actividades de promoción y comunicación.
- e. Implementación de campañas de sensibilización y concientización.
- f. Vinculación con centros educativos a nivel superior.

2 Anexos. Ejemplos prácticos

2.1 Aplicación de propuestas de estrategia de concientización.

Caso 1: Programa para Aumentar la conducta del Reciclaje en Curridabat, Costa Rica.

- **Meta:** Mejorar el hábito del reciclaje en el cantón de Curridabat, Costa Rica.
- **Problema:** Baja participación de las viviendas para reciclar (separación en la fuente), aun cuando el cantón cuenta con un servicio de recolección de material reciclaje de forma semanal.
- **Principios de Intervención:** Normas sociales y Planificación.
- **Actores:** Municipio, Empresa de reciclaje, Instituto Centroamericano de Administración de Empresas y población participante.
- **Desarrollo de Intervención:** Durante 5 semanas se realizaron intervenciones en 407 hogares, divididos en un grupo de control y dos más experimentales.
 - Grupo de control: sin ningún tipo de intervención.
 - Grupo 1: Intervención por normas sociales, monitoreo conforme a semaforización:
Verde: cuando el reciclaje de cada hogar era mayor al promedio del grupo.
Rojo: cuando el reciclaje de cada hogar se encontraba por debajo del promedio del grupo.
 - Grupo 2: Intervención por planificación. En los hogares muestra se distribuyó material informativo con el cómo, cuándo y dónde realizar la conducta deseada.
- **Resultados:** Al finalizar las intervenciones, el porcentaje de hogares reciclando se incrementó en conjunto un 15.4%. (Grupo 1: 9.3% y Grupo 2: 6.1%)
Se observó un efecto importante en las casas al saberse observadas y recibir bolsas para sus residuos.

Los efectos más determinantes se dieron cuando la población fue comparada con su grupo de referencia. (Grupo 1)

Fuente: Instituto Centroamericano de Administración de Empresas. 2017. "Programa para Aumentar la conducta del Reciclaje en Curridabat"

Caso 2: Proyecto de Economía del Comportamiento para mejorar la Gestión de los RSU, Chiapas, México.

- **Objetivos:**
 - Que los hogares participantes clasificaran y separaran sus RSU en las siguientes categorías: orgánicos, sanitarios, plásticos, metal, papel y cartón, envases multicapa, vidrio, madera, pilas y electrónicos.
 - Que entregaran los residuos separados y en un día específico de la semana conforme al calendario propuesto
- **Principios de Intervención:**
- **Actores:** Eco Ruta, TEGARD Consultoras y población participante.
- **Desarrollo de Intervención:** Durante dos semanas se envió información de cómo clasificar y separar los RSU que se generan en los hogares y el impacto positivo al medio ambiente y como ayuda de forma significativa a los trabajadores que se dedican a la recolección de los RSU a dignificar su trabajo, así como para tener más y mejores residuos para su aprovechamiento.
- **Resultados:** Incremento en las tasas de clasificación y separación:

- Fracción orgánica del 5%
- Sanitarios del 10%
- PET del 57.9%
- PEHD del 10.8%
- LDPE del 23.1%
- PP del 31.8%
- Cartón del 26.2%
- Envases multicapa del 63.6%
- Lata de aluminio del 27.1%
- Lata metálica del 34.8%
- Vidrio del 16.4%

Fuente: Tegard Consultoras. 2021, "Proyecto de Economía del Comportamiento para mejorar la Gestión de los RSU", disponible en:

<https://www.tegard.com.mx/proyecto-de-economia-del-comportamiento-para-mejorar-la-gestion-de-los-rsu/>

Caso 3: Programa de mejora del nivel de concientización ciudadana sobre la recolección de residuos sólidos en el barrio de San Carlos, Huancayo, Perú.

- **Meta:** Concientizar al ciudadano sobre la recolección de residuos sólidos.
- **Problema:** Los problemas de recolección de residuos sólidos en el barrio de San Carlos representan un problema estético y ambiental como resultado del desconocimiento del proceso de segregación de residuos sólidos en la fuente de generación u origen.
- **Metodología:** Investigación a nivel descriptivo, con diseño ex post facto que plantea la validación de las hipótesis después de realizado el estudio, se utilizó la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para 2 muestras independientes, debido a que los datos tenían una distribución no normal.
- **Desarrollo de Intervención:** En este diseño de investigación se realiza el análisis de un grupo control y un grupo experimental con una muestra probabilística. Donde, se obtuvo una muestra de estudio de 100 unidades familiares u hogares para ser entrevistados y encuestados.
- **Resultados:** La implementación de un programa de capacitación y sensibilización en medidas de manejo y gestión influye favorablemente en el nivel de concientización ciudadana sobre el reciclaje:
 - Las capacitaciones y sensibilización sobre la recolección de residuos sólidos contribuyeron a crear una cultura de prevención en la mayoría de los participantes.
 - Las personas participantes consideran que una adecuada recolección de residuos sólidos es importante para evitar daños a la salud pública.
 - Las personas participantes consideran que reducir la generación de residuos sólidos a través de la valorización y el aprovechamiento de los recursos contenidos en los mismos es tarea de todos.
 - La mayoría de la población está totalmente de acuerdo en que la educación en temas de segregación y recolección de residuos sólidos permitirá reducir el problema ambiental.

Fuente: Limache M. 2021. Programa de mejora del nivel de concientización ciudadana sobre la recolección de residuos sólidos en el barrio de San Carlos, Huancayo., disponible en:

<http://www.scielo.org.pe/pdf/idata/v24n2/1810-9993-idata-24-02-193.pdf>

Caso 4: Estudio de Nivel de Concientización para la Implementación de Programa de Separación de los Residuos Sólidos Urbanos en el Municipio de Arandas, Jalisco, México.

- **Objetivo:** Conocer la opinión de la población Arandense sobre la separación de los residuos sólidos, a la vez que se lleva a cabo la sensibilización sobre la misma, esto podría ser de utilidad al H. Ayuntamiento de Arandas, para la determinación de políticas públicas sobre el tema.
- **Problema:** Resolver el problema de disposición final de los residuos sólidos urbanos.
- **Metodología:** El tipo de investigación realizada es cuantitativa y descriptiva, puesto que es una combinación de una reunión de datos y generación de teoría basada en la observación, donde la selección de la muestra fue por conveniencia (para optimizar tiempos y costos en la aplicación de la encuesta).
- **Desarrollo de Intervención:** En primera instancia, se diseñó una encuesta de opinión para aplicarla a los posibles responsables de la separación de los residuos sólidos municipales (padres de familia, generalmente), de donde se obtuvieron 509 muestras efectivas
- **Resultados:** Los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de la población de Arandas sí está preocupada por el medio ambiente, y casi el 50% expone que ya hace algún tipo de separación de la basura con el objetivo de contribuir con el medio ambiente, o bien, para la venta de materiales. Se observa claramente que hay una muy buena disposición para la separación de la basura en el hogar (87% de los encuestados) y se consigue un 2% más si se les proporcionan los botes necesarios. Hay una muy buena aceptación por los encuestados de que los residuos sólidos orgánicos se transformen en composta para el uso en cultivos agrícolas y de que los residuos sólidos inorgánicos sean clasificados para su venta.

Fuente: Santiago N, Padilla R. y Martínez E. 2017. Estudio de Nivel de Concientización para la Implementación de Programa de Separación de los Residuos Sólidos Urbanos en el Municipio de Arandas, Jalisco, México., disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/461/46154070026.pdf>

Caso 5: Campañas de Comunicación y Concientización Ambiental con relación a los RSU.

- **Problema:** Resolver el problema de disposición final de los residuos sólidos urbanos.
- **Desarrollo de Intervención:**
El municipio de Gualeguaychú tiene en funcionamiento el programa “**Compromiso Gualeguaychú**” de la campaña Municipal “**La ciudad es tuya**” y el programa “**+ Reciclamos – Contaminamos**”, que tienen como objetivo incentivar a los ciudadanos a reducir los residuos que generan y a separarlos en origen, para su posterior recolección diferenciada. Para facilitar la tarea de recuperación de residuos, se implementaron Puntos Verdes en las plazas y en las escuelas, que cuentan con dos cestos: uno celeste, para residuos secos/inorgánicos y uno verde, para residuos húmedos/orgánicos.

En el municipio de Concordia, el programa “**Sensibilización Ambiental**”, que lleva a cabo la Comisión Administradora para el Fondo Especial de Salto Grande (CAFESG) en conjunto con la Dirección de Políticas Ambientales y la Subsecretaría de Higiene Urbana de la Municipalidad, y la UTN, busca desarrollar una conciencia ambiental en la ciudadanía mediante la motivación e implicación de todos, con el fin de modificar los hábitos de comportamiento.

En el municipio de Villaguay, la “**Campaña de Concientización Ciudadana de Separación de Residuos en Origen**” busca cambiar la conducta, los hábitos y la cultura que tienen los ciudadanos respecto al tratamiento de los residuos, para dar inicio a la separación en origen. Su objetivo principal es reutilizar y reciclar la mayor cantidad de desechos posible, por parte de la Cooperativa La Esperanza, que fue conformada y capacitada para realizar este trabajo en la

planta recicladora. La campaña se presenta tanto en spots radiales como televisivos, afiches, folletos y prensa escrita.

Fuente: Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado. 2013. Capítulo 8 – Campañas de Comunicación y Concientización Ambiental en Relación a los RSU., disponible en: <https://www.entrerios.gov.ar/ambiente/userfiles/files/archivos/Plan%20Girsu/A%20-%20Area%20de%20Estudio/8%20-%20Campa%C3%B1as%20de%20Comunicaci%C3%B3n/Campa%C3%B1as%20Comunicacion.pdf>

2.2 Aplicación de propuestas de estrategia de comunicación.

Caso 1: Campañas de Comunicación y Concientización Ambiental con relación a los RSU - Argentina.

- **Problema:** Resolver el problema de disposición final de los residuos sólidos urbanos.
- **Desarrollo de Intervención:**
En el municipio de Federal, la **Campaña de concientización y educación**, que lleva más de 10 años en funcionamiento, busca informar a los vecinos sobre los beneficios de la recolección diferenciada para luego implementarla, por medio de publicidades explicativas en radios, televisión, folletos, etc. Consta además con una encuesta domiciliaria, para recolectar información sobre el grado de conocimiento de la campaña; la entrega de material informativo sobre el método de clasificación de residuos, disposición para el retiro e importancia de las instalaciones; una carta del intendente a vecinos y comerciantes para invitarlos a colaborar con el sistema y una campaña de refuerzo informativo a través del área de comunicación institucional.

Campaña “**Si separamos ganamos todos**” en el municipio de Crespo, busca mejorar la calidad de la recolección diferenciada, a través de la difusión y concientización de la separación en origen, informando sobre los beneficios ambientales que esta misma deja. La campaña se presenta en publicidades sobre la gestión integral de residuos sólidos urbanos en los medios de comunicación, en las redes sociales, en las páginas web oficiales del municipio y en la vía pública.

En el municipio de Victoria, la campaña “**Es Compromiso de Todos**”, tiene como objetivo informar a los ciudadanos sobre la separación domiciliaria y las formas de recuperación y reutilización de los residuos, a fin de disminuir el volumen de los mismos. La tarea de concientización está a cargo de promotoras de salud que van casa por casa informando a los vecinos acerca de la separación domiciliaria de residuos y además, el material se puede encontrar en la página Web de comunicación ambiental del Municipio.

Fuente: Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado. 2013. Capítulo 8 – Campañas de Comunicación y Concientización Ambiental en Relación a los RSU., disponible en: <https://www.entrerios.gov.ar/ambiente/userfiles/files/archivos/Plan%20Girsu/A%20-%20Area%20de%20Estudio/8%20-%20Campa%C3%B1as%20de%20Comunicaci%C3%B3n/Campa%C3%B1as%20Comunicacion.pdf>

Caso 2: Plan de Comunicación Integral de Marketing para el Manejo de Residuos Sólidos en la Universidad Libre Seccional Pereira – Colombia.

- **Objetivo:** Formular un plan de comunicación integral de marketing para el manejo de residuos sólidos en la Universidad Libre Seccional Pereira.
- **Problema:** A pesar de que existen dentro de la Universidad Libre Seccional Pereira canecas/contenedores que permiten la caracterización de residuos, la comunidad educativa no los usa de la manera adecuada, es decir, no existe un modelo claro de separación de residuos.
- **Actores:** Estudiantes, administrativos y docentes de la Universidad Libre Seccional Pereira.
- **Metodología:** Análisis mixto para análisis cuantitativo y cualitativo, así como también el análisis del concepto de reciclaje en los estudiantes de la Universidad
- **Desarrollo de Intervención:** Para emitir el diagnóstico que permitió construir las estrategias apropiadas de marketing para impulsar dicho comportamiento ecológico, se llevaron a cabo aplicaron encuestas a integrantes de la universidad quienes comprenden estudiantes, administrativos y docente.
 Posteriormente, se analizó toda la información recopilada a lo largo de este estudio, incluida en la encuesta, entrevistas a profundidad y desarrollo de las estrategias promocionales y plan de acción, se diseña un plan de comunicación que sirva como herramienta para el manejo de residuos sólidos.
 Se implementó un plan de comunicación integral de marketing con los siguientes componentes:
 - Alcance geográfico
 - Alcance espacial

Para realizar el plan de comunicación integral se desarrollaron los siguientes pasos:
 1. Aspectos introductorios de la ejecución del plan.

Imagen 12. Esquema plan de comunicación integral de marketing.



2. Análisis FODA con base en el diagnóstico del manejo de residuos sólidos.
3. Segmentación del público meta, con estrategia de segmentación diferenciada a la cual se dirige la propuesta.
4. El diseño de las comunicaciones, es decir, la estrategia del mensaje y la estrategia creativa.

5. La integración de medios para la difusión del mensaje.
6. Ejecución del plan de comunicación integral de marketing.
7. La evaluación y control del plan de comunicación integral de marketing.

- **Resultados:** A través de las encuestas realizadas, que la comunidad académica aun no identifica claramente el 100 % de los residuos que puede reciclarse. Realizar el lanzamiento del programa de reciclaje de La Universidad Libre Seccional Pereira, el cual iniciaría con un desfile en trajes de material reciclado, permitiendo mostrar los materiales usados y aprovechamientos de estos, representado por modelos influenciadores en redes de la ciudad de Pereira y finalizando con una intervención de una descripción de lo que es “ReciclaLibre”, que busca fomentar y el apoyo con el que cuenta.

Fuente: Gómez E, Loaiza N. 2017. Plan de Comunicación Integral de Marketing para el Manejo de Residuos Sólidos en la Universidad Libre Seccional Pereira., disponible en:
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17376/PLAN%20DE%20COMUNICACION%20INTEGRAL%20DE%20MARKETING%20.pdf?sequence=1>

Caso 3: Estrategia comunicacional para el manejo de residuos sólidos (Caso Mancomunidad la Laguna). – Guatemala.

- **Objetivo:** Diseñar una estrategia comunicacional que modifique los hábitos, responsabilizando a la población de la mancomunidad La Laguna para que realice mejor manejo de residuos sólidos.
- **Problema:**
- **Metodología:** Descripción diagnóstica, basada en la observación de campo y la utilización de entrevistas no estructuradas
- **Desarrollo de Intervención:** Visita a los municipios de San Marcos, San Pablo y San Pedro la Laguna en el departamento de Sololá, estableciendo contacto con líderes comunitarios involucrados en organizaciones que trabajan por el mejoramiento ambiental de sus municipios, así como autoridades municipales, medios de comunicación, representantes de la industria turística, representantes religiosos y representantes de la población.
A través de un método cuantitativo la muestra fue seleccionada para la realización del diagnóstico, el cual respondió a las interrogantes del problema a investigar, proporcionando simultáneamente las bases para desarrollar la estrategia comunicacional.
Las etapas desarrolladas fueron:
Definición de la estrategia publicitaria. Se recomienda la ejecución de una campaña de posicionamiento.
Estrategia creativa. Campaña enfocada en 3 premisas globales:
 - Reducir, generar menos residuos.
 - Separar los residuos orgánicos de los inorgánicos.
 - Reciclar los residuos.Programa publicitario. Para que el mensaje sea posicionado en el grupo objetivo, será utilizada una estrategia publicitaria que impacte a la población por su innovación y calidad; aplicando medios primarios y alternos.
- **Resultados:** La combinación de los elementos que integran la estrategia permite asegurar que la misma impactará a la población, ocasionando que modifiquen sus hábitos apropiándose de la responsabilidad de optimizar el manejo de residuos sólidos que generan.
Uno de los elementos que ocupa especial interés en la estrategia comunicacional es la información presentada a la población, incluye la explicación del problema y sus consecuencias.

Se recomienda el apoyo interinstitucional, compartiendo los elementos posibles de los proyectos cuya finalidad es la misma, que la población realice mejor manejo de los residuos sólidos.

Fuente: De la Rosa L. 2010. Estrategia comunicacional para el manejo de residuos sólidos (Caso Mancomunidad la Laguna)., disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0767.pdf

3 Bibliografía

- Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado. 2013. Capítulo 8 – Campañas de Comunicación y Concientización Ambiental en Relación a los RSU., disponible en: <https://www.entrerios.gov.ar/ambiente/userfiles/files/archivos/Plan%20Girsu/A%20-%20Area%20de%20Estudio/8%20-%20Campa%C3%B1as%20de%20Comunicaci%C3%B3n/Campa%C3%B1as%20Comunicacion.pdf>
- De la Rosa L. 2010. Estrategia comunicacional para el manejo de residuos sólidos (Caso Mancomunidad la Laguna)., disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0767.pdf
- Gómez E, Loaiza N. 2017. Plan de Comunicación Integral de Marketing para el Manejo de Residuos Sólidos en la Universidad Libre Seccional Pereira., disponible en: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17376/PLAN%20DE%20COMUNICACI%C3%93N%20INTEGRAL%20DE%20MARKETING%20.pdf?sequence=1>
- Instituto Centroamericano de Administración de Empresas. 2017. “Programa para Aumentar la conducta del Reciclaje en Curridabat”
- Limache Flores M. 2021. Programa de mejora del nivel de concientización ciudadana sobre la recolección de residuos sólidos en el barrio de San Carlos, Huancayo., disponible en: <http://www.scielo.org.pe/pdf/idata/v24n2/1810-9993-idata-24-02-193.pdf>
- Santiago N, Padilla R. y Martínez E. 2017. Estudio de Nivel de Concientización para la Implementación de Programa de Separación de los Residuos Sólidos Urbanos en el Municipio de Arandas, Jalisco, México., disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/461/46154070026.pdf>
- Tegard Consultoras. 2021, “Proyecto de Economía del Comportamiento para mejorar la Gestión de los RSU”, disponible en: <https://www.tegard.com.mx/proyecto-de-economia-del-comportamiento-para-mejorar-la-gestion-de-los-rsu/>