



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

CAMPAÑA PARA INCENTIVAR EL HÁBITO DE RECICLAJE EN INFANTES
DE 3 A 4 AÑOS. CASO: KINDER GYM

AUTOR

ANTHONY ALEXANDER PÁLIZ CÉLLERI

AÑO

2019



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

CAMPAÑA PARA INCENTIVAR EL HÁBITO DE RECICLAJE EN INFANTES
DE 3 A 4 AÑOS. CASO: KINDER GYM

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de licenciado en Publicidad.

Profesora Guía
María de la Paz Villacrés Lara

Autor
Anthony Alexander Páliz Céleri

Año
2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Campaña para incentivar el hábito de reciclaje en infantes de 3 a 4 años. Caso: Kinder Gym, a través de reuniones periódicas con el estudiante Anthony Alexander Páliz Célleri, en el semestre 2019 - 1, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

María de la Paz Villacrés Lara
Máster en Dirección de Comunicación
Empresarial e Institucional
C. I. 1713988317

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, Campaña para incentivar el hábito de reciclaje en infantes de 3 a 4 años. Caso: Kinder Gym, del estudiante Anthony Alexander Páliz Célleri, en el semestre 2019 - 1, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

Priscila Chalá Mejía

Doctora en Medios, Comunicación y Cultura

C. I. 1711451003

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Anthony Alexander Páliz Céleri

C. I. 1722263694

AGRADECIMIENTOS

A mi familia que ha estado presente en cada etapa de mi vida.

A mi novia Mónica Cruz por todo su amor y apoyo.

Y a "Pacita" por ser una gran amiga y docente.

DEDICATORIA

A mi madre, Betsy Céleri y a mi padre, Alexander Páliz por ser quienes me ayudaron a tomar la decisión de culminar mi carrera universitaria.

RESUMEN

El siguiente trabajo de titulación presenta una campaña de publicidad social para generar hábitos de reciclaje en los estudiantes del centro infantil Kinder Gym. El motivo de este estudio surge por la creciente crisis medio ambiental que se está viviendo en los últimos años en la ciudad de Quito. Si bien se han realizado campañas que impulsan el reciclaje, ninguna ha estado enfocada directamente en los niños y niñas para educarlos desde sus primeros años de formación. Por tal motivo, resulta relevante realizar el presente estudio que ayude a contribuir en la educación de los niños y niñas sobre el reciclaje.

Mediante varias herramientas de investigación se logró identificar factores que impiden que, tanto adultos como niños y niñas, puedan realizar una correcta separación de los desechos que generan. Por parte de los padres existe confusión con los colores asignados para cada material; además, no cuentan con diferentes tachos de basura para su clasificación.

Los niños y niñas tienen presente el término reciclaje. Sin embargo, surge la misma confusión que tienen sus padres al momento de reciclar, no saben a qué color corresponden los diferentes desechos. Uno de los hallazgos más relevantes de la investigación es que al encontrarse en esta situación, los niños y niñas emparejan los residuos mediante colores, con base en estos hallazgos se han desarrollado técnicas que ayudarán a que el reciclaje se convierta en un hábito desde una temprana edad.

ABSTRACT

The following degree investigation present a social advertising campaign to generate habits of recycling in kids from an early childhood development center called Kinder Gym. The reason of the study is because of the increasing impact in the environment that Quito is experimenting lately. There have been campaigns that have impulse recycling, but none of them have been focused directly on kids to teach them from their very first years of learning. That is the relevance of this study.

By using many investigation tools, it could be identified the factors that impede adults and kids to classify their trash in a good way. Moreover, parents are confused about the colors that are being assigned for each type of garbage and they do not count with different trash cans to separate their waste.

Children are aware of the meaning of recycling. However, they are confused about the colors of the trash cans that are assigned for each waste just like their parents. One of the most relevant findings in this research is that children pair up the color of the trash with the color of the trash cans. This could be used as a technique to facilitate the creation of the habit of recycling at an early age.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I: TEMA	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Problema	3
1.3. Justificación	4
2. CAPÍTULO II: ESTADO DEL ARTE	5
2.1. Crisis medioambiental	5
2.2. Manejo histórico de residuos en Ecuador	6
2.2.1. Manejo de residuos en Quito	7
2.3. El reciclaje	8
2.3.1. Beneficios del reciclaje.....	10
2.4. La infancia	11
2.4.1. La infancia y el reciclaje.....	12
2.5. Kinder Gym.....	12
2.6. Proyecto Educativo Institucional (PEI)	14
2.7. Publicidad enfocada en la educación.....	14
2.8. Campañas de reciclaje	17
2.8.1. Campañas de reciclaje nacionales.....	18
2.8.2. Campañas de reciclaje internacionales.....	24
3. CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN	27

3.1. Objetivos	27
3.1.1. Objetivo general	27
3.1.2. Objetivos específicos	27
3.2. Metodología de investigación	27
3.2.1. Participantes	29
3.2.2. Diseño de la muestra	30
3.3. Primera fase: cuantitativa	30
3.3.1. Conclusiones.....	39
3.4. Segunda fase: cualitativa	40
3.4.1. Entrevistas	41
3.4.2. Conclusiones.....	46
3.4.3. Fichas de observación	47
3.4.4. Conclusiones.....	50
4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....	52
4.1. Hallazgos	52
4.2. Objetivo de campaña.....	54
4.2.1. Objetivo general.....	54
4.2.2. Objetivos específicos	54
4.3. Estrategia.....	55
4.4. Concepto	56
4.5. Tácticas	56
4.5.1. Primera fase.....	57

4.5.2. Segunda fase.....	60
4.5.3. Tercera fase.....	66
4.6. Cronograma.....	70
4.7. Plan de medios.....	70
4.8. Presupuesto.....	70
5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
5.1. Conclusiones	72
5.2. Recomendaciones.....	73
REFERENCIAS.....	74
ANEXOS	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Herramientas de investigación.....	28
Tabla 2. Participantes.	29
Tabla 3. Perfil de las entrevistadas.....	41
Tabla 4. Resultados Ficha de Observación.	48
Tabla 5. Jingle Súper Tachos.	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución manejo de la basura en Ecuador.....	6
Figura 2. Manejo de residuos en Ecuador	8
Figura 3. Generación de residuos a nivel nacional	9
Figura 4. Reciclaje por provincia en Ecuador.....	10
Figura 5. Ves mejor cuando estás asustado	15
Figura 6. Porcentaje de carbono en el cuerpo	16
Figura 7. Los mosquitos aman el azul	16
Figura 8. Uso de colores en los tachos recolectores	17
Figura 9. Campaña Quito a reciclar	18
Figura 10. Desechos especiales	18
Figura 11. Diferenciación mixta.....	19
Figura 12. Concierto Quito a reciclar	19
Figura 13. Twitter Mauricio Rodas contra el uso del plástico	20
Figura 14. Quito a reciclar.....	20
Figura 15. Quito libre de plástico	21
Figura 16. Manual ReciVeci.....	21
Figura 17. App ReciVeci	22
Figura 18. La basura en su lugar	22
Figura 19. Verde, orgánicos.....	23
Figura 20. Azul, reciclables	23
Figura 21. Negro, basura común	23
Figura 22. Comercial La basura en su lugar	24

Figura 23. Campaña botellas por hamburguesas Mc Donalds	25
Figura 24. Resultados pregunta 1	30
Figura 25. Resultado pregunta 2.....	31
Figura 26. Resultado pregunta 3.....	31
Figura 27. Resultado pregunta 4.....	32
Figura 28. Respuesta pregunta 5.....	32
Figura 29. Respuesta pregunta 6.....	33
Figura 30. Respuesta pregunta 7.....	33
Figura 31. Respuesta pregunta 8.....	34
Figura 32. Respuesta pregunta 9.....	34
Figura 33. Respuesta pregunta 10.....	35
Figura 34. Respuesta pregunta 11.....	35
Figura 35. Respuesta pregunta 12.....	36
Figura 36. Respuesta pregunta 13.....	36
Figura 37. Respuesta pregunta 14.....	37
Figura 38. Respuesta pregunta 15.....	37
Figura 39. Respuesta pregunta 16.....	38
Figura 40. Respuesta pregunta 17.....	38
Figura 41. Respuesta pregunta 18.....	39
Figura 42. Experimento arenero	52
Figura 43. Clasificación por colores, verde	53
Figura 44. Clasificación por colores, gris	53
Figura 45. Clasificación por colores, azul.....	53
Figura 46. Golden circle.....	55

Figura 47. Fases tácticas.....	56
Figura 48. Buscador de material didáctico, medios de transporte	57
Figura 49. Buscador de material didáctico, ejemplo.	58
Figura 50. Propuesta de Stickers.....	58
Figura 51. Ejemplo de aplicación en empaques	59
Figura 52. Cuento Portada.....	61
Figura 53. Cuento página 1.....	61
Figura 54. Cuento página 2.....	62
Figura 55. Cuento página 3.....	62
Figura 56. Cuento página 4.....	63
Figura 57. Cuento página 5.....	63
Figura 58. Señalética hogares - orgánicos.....	64
Figura 59. Señalética hogares - reciclable	65
Figura 60. Señalética hogares - basura común	65
Figura 61. Video manifiesto	66
Figura 62. Post Facebook 1	67
Figura 63. Post Facebook 2	68
Figura 64. Post Facebook 3.....	68
Figura 65. Post Facebook 4	69
Figura 66. Web informativa campaña	69
Figura 67. Cronograma propuesta de campaña	70
Figura 68. Plan de medios propuesta de campaña.....	70
Figura 69. Presupuesto propuesta campaña	71

INTRODUCCIÓN

Existe una realidad en el planeta y es que cada vez se generan más desperdicios y los recursos naturales se empiezan a agotar. No es de extrañarse que actualmente existen islas de basura acumulándose en el océano. Todo esto, producto de una falta de conciencia por parte de los seres humanos. La basura es una problemática latente sobre la cual ya se han tomado medidas para mitigar su impacto en el planeta, no obstante, no han sido suficientes.

En el país no existe un buen manejo de la basura que se genera, ya que en la mayoría de los municipios se la destina a vertederos, quebradas, ríos y rellenos sanitarios. Esto ha causado la contaminación del aire, agua y el suelo de los terrenos aledaños. Además de que tan solo entre un 15% y un 25% de todo este material logra ser reciclado (Reci Veci, 2018). Esto denota que en Ecuador no existe una cultura de reciclaje ni un buen manejo de residuos. Por tal motivo, uno de los pilares que se debe trabajar con mayor énfasis es la educación para modificar esta conducta, como lo sostiene el psicólogo Skinner (1991) al hablar del conductismo, para quien que las conductas son consecuencia de la interacción con estímulos del medio ambiente. Lamentablemente, en el país todavía no se ha logrado ver un avance significativo en esta materia.

Las campañas de reciclaje que se han generado en los últimos años están enfocadas hacia los adultos. En ese sentido, se advierte una falencia ya que con los niños y niñas se tienen la posibilidad de educarlos desde sus primeros años de formación y enseñarles buenas prácticas medio ambientales que se conviertan en hábitos para que los apliquen el resto de su vida, lo cual no se ha aprovechado. En vista de esta necesidad se plantea el presente proyecto de titulación para incentivar hábitos de reciclaje en niños y niñas de 3 a 4 años, estudiantes del centro infantil Kinder Gym. El objetivo de este estudio es generar

un plan piloto que pueda ser aplicado a nivel nacional en diferentes centros educativos.

Se escogió a Kinder Gym para desarrollar este proyecto ya que su filosofía de enseñanza está encaminada hacia el cuidado del medio ambiente y la formación de los niños y niñas en un ambiente natural en el cual puedan explorar el mundo a su ritmo. Su filosofía se basa en el respeto de las individualidades de cada niño y niña y la educación con base en experiencias.

Para el proyecto se empleó un diseño metodológico de carácter mixto: cualitativo y cuantitativo para poder comprender los hábitos de reciclaje que tiene los padres y madres de familia en sus hogares. Así como también, para identificar cuál es el proceso de adopción de un hábito en la infancia. De igual manera, se obtuvo información de los niños y niñas al ver cómo interactúan con la basura y cuál es su posición frente al tema. Fue interesante descubrir que tanto para los niños, niñas y adultos resulta difícil clasificar la basura adecuadamente, según lo estipula el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN, 2014) con los colores asignados para cada tacho contenedor de basura.

Basados en los hallazgos de la investigación se desarrolló la propuesta de campaña que ayudará a la generación de hábitos de reciclaje en los niños y niñas del Kinder Gym. Las tácticas generadas cumplen con el objetivo de contribuir en la educación de los niños, niñas y también adultos.

Por último, se especifican las conclusiones y recomendaciones para que Kinder Gym pueda aplicar de manera correcta la campaña con los niños y niñas y que sean ellos los portavoces de que el mundo se puede cambiar con pequeñas acciones.

1. CAPÍTULO I: TEMA

1.1. Tema

En vista del creciente consumo de materiales desechables tales como plástico, papel y residuos orgánicos en la ciudad de Quito. Y, tomando en cuenta que tan solo se recicla entre un 15% y un 25% de este material (Reci Veci, 2018), es necesario educar a la ciudadanía para el correcto manejo y separación de residuos. Por tal motivo, el presente trabajo de titulación tiene como objetivo incentivar el hábito de reciclaje en niños y niñas de 3 a 4 años ya que en esta edad los conocimientos y prácticas adquiridas se utilizarán el resto de la vida.

1.2. Problema

Alarcón (2017) revela que en Ecuador se produce un equivalente a 4 millones de toneladas de desechos anualmente que es manejado por 221 municipios existentes en el país. De este total, 160 cuentan con vertederos¹, los que contaminan el aire, el suelo y el agua de los terrenos cercanos. Los 61 municipios restantes no tienen un manejo adecuado de los residuos según criterios técnicos. Estos datos reflejan que en el país no existe una cultura de conservación ambiental ni un programa eficaz para el manejo de la basura.

Esta problemática se ve afectada por la cantidad de residuos que se genera. La Empresa Metropolitana de Aseo (EMASEO) señala que en la ciudad de Quito una persona produce un promedio de 0,85 kilogramos diarios de basura. La cantidad de basura que se recolecta es suficiente para llenar el Estadio Olímpico Atahualpa cada dos (Pozo, 2015).

Otro de los agravantes es que estos malos hábitos, acerca del manejo de residuos, son transmitidos de generación en generación. Es decir, los niños aprenden de sus padres que la basura no necesita ser clasificada ni depositada en diferentes contenedores. Jaramillo (2014) menciona que la educación de los infantes es la base para su formación como ciudadanos, contribuyendo al

¹ Según la Real Academia Española (RAE, 2019) se entiende por vertedero al lugar en el cual se depositan o vierten basuras y escombros.

progreso social de las naciones. Por tal motivo, es importante desarrollar un programa de educación que ayude a los niños y niñas a generar prácticas amigables con el medio ambiente.

1.3. Justificación

Actualmente no hay campañas enfocadas al desarrollo de hábitos de reciclaje en niños y niñas. Las campañas están direccionadas a la ciudadanía en general y no ayudan a mitigar el problema desde su origen, la educación. De igual manera, es necesario identificar qué factores inciden culturalmente en el mal manejo de los residuos, para de esta manera revertir la situación.

El presente estudio sentará los pilares para generar hábitos de una manera efectiva entre los niños y las niñas. De igual manera, se busca desarrollar pictogramas e identificar colores que favorezcan el reconocimiento intuitivo de los diferentes contenedores de basura. Una vez finalizado, el estudio servirá como un plan piloto que puede ser replicado en diferentes centros infantiles de todo el país.

2. CAPÍTULO II: ESTADO DEL ARTE

En el presente capítulo se encuentra la investigación de fuentes secundarias realizada para recabar información que ayudará a entender la problemática a estudiar y el estado en que se encuentra la investigación.

2.1. Crisis medioambiental

El acelerado incremento de la industrialización a nivel mundial ha traído consigo una problemática global, la generación de residuos contaminantes para el medio ambiente. Esta realidad ha abierto un debate a nivel mundial sobre el impacto que está recibiendo la Tierra. La Organización de Naciones Unidas (ONU) en el año de 1972 desarrolló en Estocolmo el primer programa medio ambiental (ONU, 1973). En 1992, el debate mundial se centró en el cambio climático, el desarrollo sostenible y la biodiversidad, temas tratados en la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro (ONU, 1992).

En 1997 los países admiten el deterioro del medio ambiente en la Cumbre de la “Tierra+5” como resultado del incremento de gases invernadero² y el agotamiento de recursos no renovables (ONU, 1997). Los acuerdos generados en las cumbres pasadas no generaron el cambio que se esperaba. Fue hasta el año 2009 en la Cumbre de Copenhague que la situación medio ambiental siguió empeorando y las potencias mundiales se mostraron indiferentes, prefiriendo pagar multas antes que mitigar sus emisiones de dióxido de carbono y materiales contaminantes (ONU, 2010).

Como resultado, la crisis medioambiental es evidente y por tal motivo se han desarrollado propuestas para mitigar sus efectos. Dentro de las cuales se plantea desarrollar tecnología sostenible, cambios de comportamiento y modo de vida y soluciones políticas.

² Se denomina a los gases producidos por la actividad humana, dióxido de carbono y metano, que intensifican el fenómeno de efecto invernadero producido en la atmósfera de la Tierra. Mismo que, está provocando el incremento de la temperatura dentro del planeta ya que la radiación que se recibe del sol no logra regresar al espacio (CIIFEN, s/f).

2.2. Manejo histórico de residuos en Ecuador

Ecuador ha atravesado por diferentes etapas culturales que han marcado su tendencia social hacia el cuidado del medio ambiente y el manejo de residuos sólidos. Solíz (2015) identifica tres momentos claves (figura 1) que generan el actual problema que se tiene con el tratamiento de la basura:

1. En 1975 los habitantes del país se acostumbraron a botar la basura por la ventana y depositar los desechos en quebradas, lugares públicos, terrenos baldíos y espacios abiertos en general.
2. Fruto del “boom petrolero” la conciencia ambiental incrementó y el nuevo mensaje que se vivía era “deposite la basura en su lugar”. No existe control alguno hasta el año de 1990 con el colapso de los centros de acopio.
3. Con la adecuación de rellenos sanitarios se pide a la ciudadanía que “bote la basura en cada lugar”, haciendo referencia a la clasificación de los residuos. Esto con el objetivo de solucionar la crisis que se vivía en ese momento.



Figura 1. Evolución manejo de la basura en Ecuador.

Actualmente, dentro del Código Orgánico de Organización Territorial (COOTAD) en el artículo 55 se expresa que los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) municipales son los encargados del tratamiento de la basura que generen. Sin embargo, más allá de la ley no existe una correcta capacitación para dicho fin. En el territorio ecuatoriano existen 221 municipios, de los cuales 160 generan contaminación del aire, agua y suelo por depositar su

basura en botaderos a cielo abierto³. Los 61 municipios restantes tienen un manejo ineficaz de sus residuos y no cuentan con los suficientes criterios técnicos (Ministerio del Ambiente, s/f).

2.2.1. Manejo de residuos en Quito

Uno de los primeros pasos que dio la ciudad de Quito para regular la gestión y manejo de residuos fue la creación, el 10 de mayo de 1994, de la Dirección Metropolitana Ambiental. El objetivo de este organismo de control es gestionar políticas que beneficien al medio ambiente y a los ciudadanos. La producción de residuos sólidos urbanos, la contaminación del suelo, aire y agua son reguladas por las Ordenanzas 12 y 31 de la Dirección Metropolitana Ambiental.

Palacios (2017) señala que entre 1998 y 2005 se identificaron 1.800 productores que generan un impacto ambiental a la ciudad y de los cuales 250 ocasionan un mayor impacto respecto del total. Si bien se ha logrado identificar a los productores no se ha trabajado efectivamente en la educación de la ciudadanía. Arroyo (2016) señala que las personas que viven en Quito no reciclan por desinformación sobre las campañas de reciclaje, falta de motivación, inconciencia y por la invisibilización del impacto ambiental, social y económico que genera la basura.

Una de las consecuencias de la desvinculación de la ciudadanía con las campañas de reciclaje promovidas por el municipio es que las personas no separen los residuos que generan en sus hogares (figura 2). Esto ha llevado a que se generen alternativas de trabajo informal para quienes se dedican a la clasificación de la basura, conocida popularmente como “minería”. Según el portal Reci Veci (2016) el 50% del material reciclable producido en el Ecuador es recuperado manualmente por recicladores informales. En Quito existe un

³ Son lugares en los que se deposita la basura y los residuos sin ningún tipo de manejo o tratamiento sanitario (OSMAN, s/f).

promedio de 3.400 personas que se dedican a separar la basura de los hogares, de este porcentaje cerca de un 70% son mujeres.



Figura 2. Manejo de residuos en Ecuador. Adaptado de (Reci Veci, 2018).

2.3. El reciclaje

Se entiende por reciclaje a la reutilización de desechos sólidos como materia prima en la fabricación de productos nuevos de una calidad inferior o similar al producto original (Lund, 1996). Esta práctica se traduce en un ahorro de recursos y energía para fabricar productos y beneficia el desarrollo sostenible de las ciudades.

Hoy en día el reciclaje es conocido como la gestión y manejo de residuos. Dentro de su definición se aclara que las personas tienen nociones sobre el significado de reciclar, pero no están plenamente conscientes hasta que lo practican habitualmente. La percepción de esta práctica se limita a elementos visibles como centros de reciclaje, programas en las calles y la percepción de que estas acciones generan un impacto positivo en el planeta (Lund, 1996).

Existen diferentes tipos de materiales que se pueden reciclar, de los cuales se desprenden varias categorías tales como: plástico, vidrio, cartón, papel, tela, material electrónico, metal. De estas categorías no todas se pueden reciclar a un 100%, entendiendo que dicho residuo fue procesado completamente hasta su reutilización (Lund, 1996).

En Ecuador se empezó a reciclar hace 24 años en los cuales se ha dado un principal enfoque al papel (figura 3), manejando un mensaje de conservación de árboles y bosques. Así como también, el metal entró en auge teniendo una principal atención en el aprovechamiento del hierro. Hoy en día, el plástico es uno de los residuos que produce mayor utilidad a quienes se dedican a reciclarlo. De igual manera, es uno de los productos que genera recaudaciones al estado ya que en el 2012 se crea el Impuesto Redimible a las Botellas Plásticas no Retornables asignándoles una cantidad por unidad producida (Ekos, 2014).

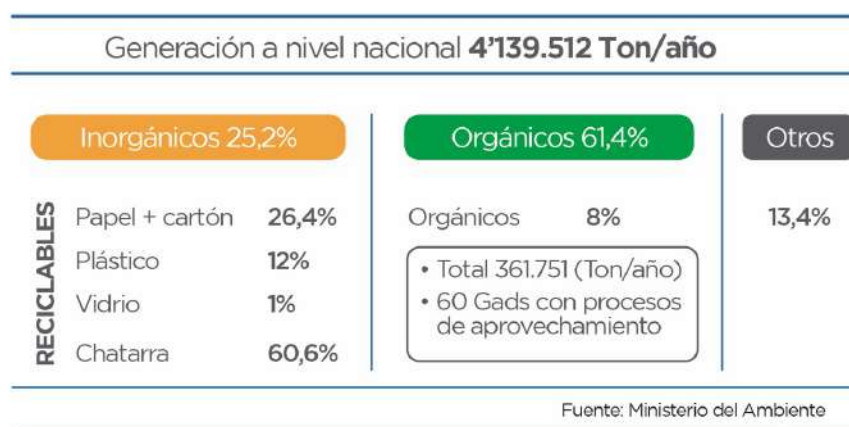


Figura 3. Generación de residuos a nivel nacional. Adaptado de (Ekos, 2014).

Pese a todas las acciones que se han tomado, tanto en creación de ordenanzas, campañas de reciclaje e impuestos a quienes producen residuos, no se ha logrado corregir el mal manejo de estos. Según un estudio del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2014), el 84% de las familias en el Ecuador no separan los desechos orgánicos, el 82,5% no separa el plástico y el 80,4% no separa el papel. En este estudio se analizaron a 21.678 familias de sectores urbanos y rurales del país. De igual manera, se presenta un estudio por provincias (figura 4) identificando quienes son las que tienen mayor conocimiento sobre reciclaje, siendo Pichincha la que lidera la lista con un 55,9% de su población que conoce sobre buenas prácticas ambientales (INEC, 2014).

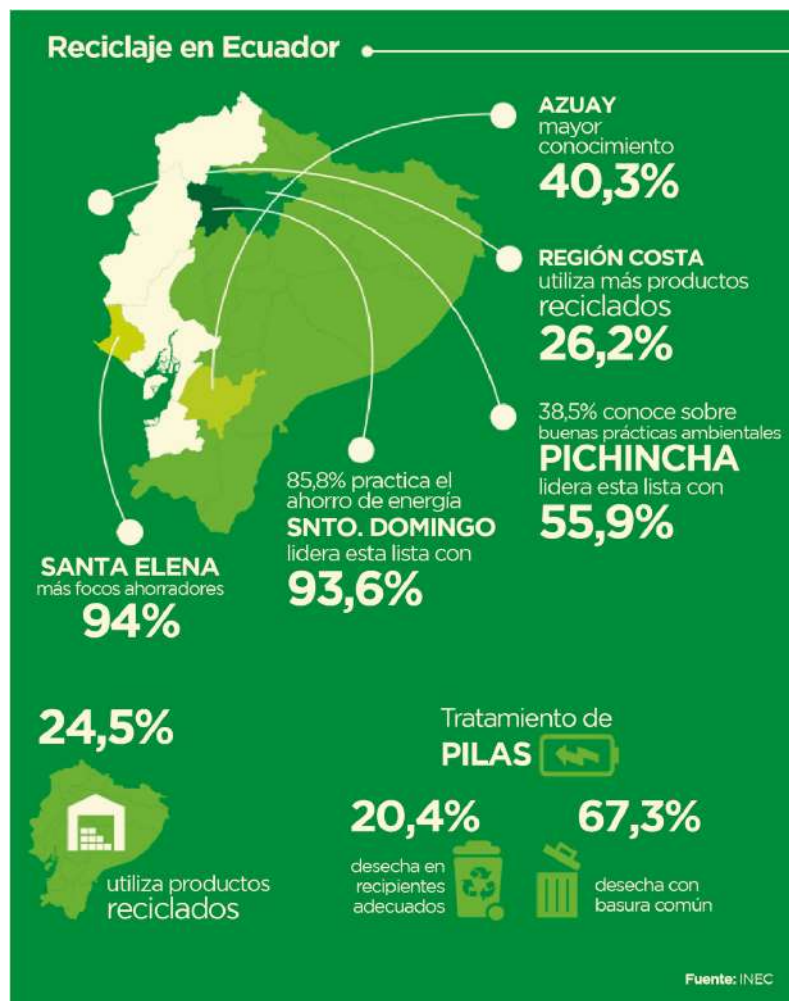


Figura 4. Reciclaje por provincia en Ecuador. Adaptado de (Ekos, 2014).

2.3.1. Beneficios del reciclaje

De los múltiples beneficios del reciclaje, uno de los principales es la reducción del impacto ambiental al planeta. De igual manera, se ha convertido en una fuente de ingreso tanto para las personas como para los gobiernos. Pozo (2018) señala que cerca de 3.000 personas en la ciudad de Quito se benefician del reciclaje, de las cuales 60% son madres de familia cabeza de hogar.

En la actualidad existe una variedad de alternativas para la reutilización de botellas plásticas, cartón y papel. Una de las principales actividades que se genera con estos recursos es aprovecharlos para realizar artesanías, obras de arte, maquetas o utensilios para el hogar. En internet circulan cientos de video tutoriales que enseñan a las personas a darles un uso productivo a estos

desechos. Estas pequeñas acciones ayudan a que haya menos basura en los rellenos sanitarios o que terminen en quebradas, ríos y océanos.

Por otro lado, al reutilizar un equivalente a 1.000 kilogramos de papel se evita la tala de entre 10 y 15 árboles, el consumo de un 40% de energía para su fabricación y el uso de 16.000 litros de agua. Un televisor que funciona durante tres horas consume la misma cantidad de energía que se emplea en la fabricación de una lata de aluminio. Además, al reciclar un kilo de vidrio se evita la extracción de un kilo de petróleo (Pozo, 2015).

Por lo tanto, se puede enumerar cientos de beneficios que el reciclaje trae para la productividad de los países y para la conservación del medio ambiente. Sin embargo, en la ciudad de Quito existe un ineficaz manejo de los desechos. Una de las problemáticas más evidentes es que por lo general los desperdicios se depositan en bolsas de un mismo color (negras) y únicamente se separan desechos peligrosos para la salud en bolsas de color rojo. Esta práctica, dificulta la diferenciación dentro de los centros de acopio y toma más tiempo poder identificar el tipo de material que contiene cada una.

2.4. La infancia

Remontándose en la historia el concepto de infancia ha ido evolucionando y tomando fuerza con el pasar de los años. A inicios del siglo XII se consideraba que en el embrión humano habitaba un adulto miniatura. Posteriormente, en el siglo XVIII y parte del siglo XIX se creía que los niños eran “adultos poco desarrollados” que compartían problemas y soluciones similares a la de los adultos. Gracias a pensadores como Rousseau, Piaget o Freud se considera a la infancia como una etapa de vida con características propias y una diferente forma de pensar, ver y sentir (Jaramillo, 2014).

Hoy en día se entiende que el infante es un ser en periodo de formación que interacciona con el mundo de una forma distinta y por ende tienen necesidades diferentes que los adultos. Battro, Fischer & Léna (2016) señalan

que es importante aportar, en los primeros años de vida del niño, información que pueda influir en su relación con el mundo.

Por ende, la infancia es una etapa trascendental en la formación del ser humano. Lev Vygotsky (1954), psicólogo ruso destacado en la psicología del desarrollo, manifiesta que las personas son el reflejo de su cultura. De igual manera, Perinat (2015) sostiene que los infantes construyen su aprendizaje mediante su interacción social.

2.4.1. La infancia y el reciclaje

Entender los conceptos anteriores de infancia lleva a considerar a los infantes como un factor clave para generar el inicio de un cambio cultural con respecto al reciclaje. Jaramillo (2014) habla de los infantes como un agente de progreso para las sociedades. Así como también, sujetos que viven un mundo distinto al de los adultos.

Los infantes sienten curiosidad por el entorno que los rodea y exploran los elementos que les resultan nuevos. De igual manera, buscan independencia en las acciones que realizan y ser autosuficientes. En este proceso la familia cumple un papel fundamental para la guía y enseñanza de conductas y destrezas.

La curiosidad y el afán por explorar la naturaleza que tienen los infantes se han logrado aprovechar en el desarrollo de nuevas corrientes educativas. A finales de la Segunda Guerra Mundial nace un proyecto en la localidad italiana Reggio Emilia que rompe con los esquemas tradicionales de enseñanza. El objetivo de esta corriente educativa es generar las condiciones adecuadas para aumentar y desarrollar el pensamiento a través de lenguajes expresivos, cognitivos y comunicativos (Bueno, 2015).

2.5. Kinder Gym

Kinder Gym, fundado en el año 2015, es uno de los centros infantiles que supo entender las diversas necesidades que tienen los niños y niñas y la

importancia de generar un vínculo con la naturaleza. Por tal motivo, su construcción fue pensada como un bosque protector en el que los infantes son los guardianes de cada especie. Las diferentes clases son nombradas como especies nativas de árboles y los alumnos son los animales que allí habitan.

La filosofía del Kinder Gym se basa en la creatividad y el respeto de los procesos y necesidades que cada niño y niña tiene (G. Hidalgo, comunicación personal, 2018). Es por lo que, las profesoras se adaptan a cada alumno y no buscan que ellos se acoplen a un sistema establecido. Se enfocan en cuatro áreas de desarrollo: intelectual, social, física y emocional. Sus principales valores son el respeto, la empatía y el amor por la naturaleza. Actualmente, en el año 2018, cuentan con 70 niños y niñas desde un año hasta los cinco años.

La interacción de los infantes con la naturaleza es constante ya que la mayor parte del tiempo tienen clases y actividades al aire libre. Pintan debajo de los árboles, comparten la hora del almuerzo bajo la sombra de las hojas y buscan nuevos espacios para trabajar. Estas actividades fortalecen la visión que tienen establecida como Kinder Gym, desarrollar seres humanos independientes, seguros y con la capacidad de afrontar el mundo con éxito y una actitud positiva hacia la vida (Kinder Gym, 2018).

Las actividades enfocadas en la construcción del amor por la naturaleza empiezan desde los tres años debido a que en esa edad los niños y niñas tienen un pensamiento más lógico. Para cumplir estos objetivos desarrollan talleres de jardinería, el cuidado de plantas y animales, además del cuidado del agua (G. Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Las profesoras utilizan material reciclado como cartones, hojas y botellas plásticas para las actividades diarias que realizan con los niños y niñas, de esta manera se les enseña que pueden transformar los desechos en objetos artísticos o para que cumplan otra función. Sin embargo, no se les enseña que la basura

puede ser separada y reciclada en diferentes contenedores. Además, dentro del Kinder Gym no existen recipientes diferenciados para separar la basura.

2.6. Proyecto Educativo Institucional (PEI)

El Proyecto Educativo Institucional (PEI) es un documento público de planificación estratégica que regula los centros educativos, su objetivo es generar un entorno de aprendizaje favorable y establecer acciones que garanticen una enseñanza de calidad y una correcta adaptación en el ambiente escolar. Este documento se encuentra regulado por el Art. 88 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación Intercultural. El proyecto es regulado y administrado por el Ministerio de Educación del Ecuador.

Dentro de las directrices que tiene el PEI no existe ninguna que norme a las instituciones educativas sobre prácticas que impulsen el desarrollo de buenas prácticas ambientales, mismas que buscan reducir el impacto ambiental mediante la reestructuración de procesos o actividades. Sin embargo, las instituciones educativas si pueden proponerlas y adjuntarlas dentro de su planificación anual. Otro factor para tomar en cuenta es que al no ser un requerimiento obligatorio por parte del estado no todas las instituciones lo aplican o presentan dentro de su planificación.

2.7. Publicidad enfocada en la educación

El objetivo de una campaña publicitaria educativa es informar a un grupo específico de personas la importancia de cambiar hábitos o comportamientos que no sean beneficiosos para ellos o para el grupo social. De igual manera, se utiliza este tipo de campañas para dar a conocer los beneficios y características de un nuevo producto o servicio (BrandMedia, 2016).

Tanto desde el lado comercial como del social existen campañas educativas que buscan generar algún tipo de respuesta por parte del grupo específico. Generalmente para lograr este objetivo se apela a los sentimientos para generar una mayor identificación.

Philip Kotler (2018) habla de la publicidad como una herramienta que educa a las personas y que genera propuestas de valor ya que los nuevos consumidores buscan marcas y productos que “satisfacen sus necesidades más profundas de creatividad, comunidad e idealismo” (Werner, 2012, p. 1) por tal motivo las personas buscan marcas que las inspiren y que reflejen sus valores.

Un ejemplo de publicidad educativa con un alto nivel creativo es la campaña desarrollada por Science World Museum creada por la agencia Rethink de Canadá (figuras 5, 6 y 7). Su objetivo era mostrar que la ciencia no es aburrida como la mayoría de las personas piensa y generaron una campaña gráfica que emplea diferentes recursos reconocibles por las personas a quienes se dirigía el mensaje.



Figura 5. Ves mejor cuando estás asustado. Tomado de (Marketing Directo, 2013).

En la pieza que corresponde a la figura 5 se observa la utilización de un personaje icónico del cine de terror como lo es Jason Voorhees, de esta manera logran juntar el mensaje principal con otro recurso como lo es el cartel de pruebas de visión. En conjunto el mensaje toma fuerza y generar un alto impacto en quien lo lee.



Figura 6. Porcentaje de carbono en el cuerpo. Tomado de (Marketing Directo, 2013).

Algo que se destaca en la pieza publicitaria (figura 6) es el medio en el cual está generada. Al estar en vía pública y ser de fácil acceso para las personas buscaron la manera de volverlo interactivo y así llamar la atención de quienes transiten cerca del aviso.



Figura 7. Los mosquitos aman el azul. Tomado de (Marketing Directo, 2013).

Por último, en el anuncio de la figura 7 se logra transmitir la esencia del mensaje con el uso de recursos gráficos lo cual facilita su entendimiento y asegura recordación.

Como se puede observar en estas piezas, se logra generar interés por parte de las personas con datos científicos sobre objetos y situaciones que viven cotidianamente. De esta manera, existe una mayor probabilidad de que alguien se pare a leer los anuncios y quiera obtener más información.

2.8. Campañas de reciclaje

Dentro de la ciudad de Quito se han desarrollado y se mantienen campañas que buscan motivar a los ciudadanos a reciclar y ser más conscientes sobre el impacto ambiental que se genera en el planeta. No obstante, no existen campañas enfocadas a la educación de los infantes para un correcto manejo de residuos.

Otro punto que cabe señalar es que para cualquier campaña de reciclaje se debe respetar los lineamientos que el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) en su norma INEN 2841:2014 establece para la correcta separación de residuos (figura 8) con los siguientes colores: verde, plomo, azul y negro.



Figura 8. Uso de colores en los tachos recolectores. Adaptado de (Ministerio del Ambiente, 2015).

2.8.1. Campañas de reciclaje nacionales

Dentro de la ciudad de Quito se han lanzado varias campañas enfocadas al reciclaje por parte del municipio, colectivos sociales y marcas reconocidas. Estas campañas han tenido cierto impacto. Sin embargo, no se ha logrado generar un cambio de comportamiento en cuanto al manejo de los residuos.

Por parte de la actual alcaldía una de las campañas que se mantiene activa es “Quito a reciclar” (figura 9) que ha generado acciones en los últimos cuatro años como la implementación, en el año 2016, de contenedores especiales (figura 10) para los diferentes tipos de materiales reciclables. Estos contenedores se ubicaron en los denominados “puntos limpios” (figura 11). El objetivo fue que los ciudadanos separen el material reciclable y generen un vínculo con los recolectores base de cada barrio.



Figura 9. Campaña Quito a reciclar. Tomado de (EMASEO, 2016).



Figura 10. Desechos especiales. Tomado de (EMASEO, 2016).



Figura 11. Diferenciación mixta. Tomado de (EMASEO, 2016).

En el año 2018 de campaña, “Quito a reciclar” ha realizado conciertos (figura 12) en los cuales el costo de la entrada consistió en llevar material reciclable como papel, cartón o plástico.



Figura 12. Concierto Quito a reciclar. Tomado de (Arias, 2018).

Otra de las acciones más recientes es la campaña en contra del uso de sorbetes plásticos que promueve la alcaldía. Mauricio Rodas, alcalde la Quito,

mencionó en su cuenta de Twitter (figura 13) que esta acción está siendo trabajada para convertirse en una ordenanza que regule el uso del plástico en la ciudad (figuras 14 y 15).



Figura 13. Twitter Mauricio Rodas contra el uso del plástico. Tomado de (Rodas, 2018).



Figura 14. Quito a reciclar. Tomado de (Arias, 2018).



Figura 17. App Reciveci. Tomado de (Reciveci, 2017).

Por último, por parte de empresas privadas también se han visto acciones que motivan a las personas a separar sus desechos y aprovechar el material reciclable. Una de las campañas que busca cumplir este objetivo es la de la Corporación La Favorita a través de sus cadenas de supermercados Supermaxi, Megamaxi y Aki denominada “La basura en su lugar”. Tradicionalmente despachaban los productos comprados en fundas blancas, biodegradables, con su logotipo impreso. Con esta campaña cambiaron el color de sus fundas (Figura 18) y le asignaron uno para cada tipo de desecho quedando de la siguiente manera; verde: orgánicos (figura 19); azul: reciclables (figura 20); negro: basura común (figura 21).



Figura 18. La basura en su lugar. Tomado de (Supermaxi, 2018).



Figura 19. Verde, orgánicos. Tomado de (Supermaxi, 2018).



Figura 20. Azul, reciclables. Tomado de (Supermaxi, 2018).



Figura 21. Negro, basura común. Tomado de (Supermaxi, 2018).

Otra de las acciones desarrolladas por parte del Supermaxi fue la creación de un jingle en el cual se hace hincapié sobre los colores asignados para cada material. Este jingle se lo pasa periódicamente en los diferentes puntos de venta para generar recordación en sus consumidores (figura 22).



Figura 22. Comercial La basura en su lugar. Tomado de <https://www.youtube.com/watch?v=k0oSp93UgrE>

2.8.2. Campañas de reciclaje internacionales

A nivel internacional se generan campañas que buscan crear una conciencia en los ciudadanos con respecto a la separación de sus residuos y el cuidado del medio ambiente. Suecia es uno de los países más desarrollados en materia de reciclaje a nivel mundial. Los suecos aprovechan el 99% de los desechos que generan. Además, mencionan que su objetivo es convertirse en un país que no produzca basura (Suecia, s/f).

Suecia logró aprovechar todos sus desperdicios con un programa que denominaron “de desecho a energía” (*WET* por sus siglas en inglés), todos los desechos que generan se utilizan para producir energía. Actualmente compran alrededor de 700.000 toneladas de basura de Noruega, Italia y Reino Unido para hacer funcionar sus 32 plantas generadoras de energía (Holguín, 2015).

El éxito de Suecia se debe a las políticas y estrategias que implementaron con el desarrollo de la campaña, algunas de ellas fueron:

1. La ley sueca dicta que en las áreas residenciales deben existir puntos de reciclaje para que sus habitantes puedan clasificar la basura que generan día a día en sus hogares.

2. Producen energía incinerando su basura, un 50% es de origen doméstico y el otro 50% de origen industrial producto de las actividades económicas. Con esta acción abastecen de calor a 810.000 hogares, lo que equivale al 20% de la calefacción urbana. Además, generan energía eléctrica para 250.000 hogares.

3. Tiendas como H&M reciben ropa usada y otorgan cupones de descuento en prendas nuevas. Cadenas de restaurantes como McDonald's intercambia hamburguesas por botellas de cerveza vacías (figura 23), 10 botellas equivalen a una hamburguesa de queso y 40 a una Big Mac.



Figura 23. Campaña botellas por hamburguesas Mc Donalds. Tomado de (Adweek, 2014).

4. Existen bolsas de diferentes colores para cada desecho, las mismas que posteriormente son separadas automáticamente en plantas recicladoras.

5. Los camiones recolectores de basura cuentan con bocinas que reproducen música agradable a su paso lo cual genera una experiencia grata para los ciudadanos (Holguin, 2015).

A manera de conclusión, se cierra la fase de investigación secundaria y recopilación de datos. Con esta información se entiende la problemática del manejo de los residuos desde su origen y la evolución que ha tenido a lo largo del tiempo para llegar a convertirse en lo que es hoy por hoy. De igual manera, se entiende que la educación de los niños y niñas está influenciada por su entorno lo cual puede ser una ventaja como una desventaja si no se la sabe aprovechar. Dentro de las acciones que se han tomado para fomentar el reciclaje y mitigar el impacto hacia el planeta se tiene un gran camino por recorrer para que se convierta una práctica habitual en el Ecuador.

3. CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN

El siguiente capítulo detalla el proceso de investigación realizado en el centro infantil, partiendo por el planteamiento de objetivos, metodología, participantes y herramientas de investigación. De igual manera, los datos obtenidos en cada fase han sido detallados y analizados. Finalmente, se encuentran las conclusiones y los hallazgos más relevantes del proceso.

3.1. Objetivos

3.1.1. Objetivo general

Conocer la actitud de los niños y niñas de 3 a 4 años, estudiantes del Kinder Gym, hacia el reciclaje.

3.1.2. Objetivos específicos

- Conocer los hábitos de reciclaje que adoptan los niños y niñas de 3 a 4 años, estudiantes del Kinder Gym, en sus hogares.
- Identificar el proceso de adopción de hábitos en la infancia dentro del centro educativo.
- Identificar el material didáctico, visual y audiovisual que genera mayor atracción en los niños y niñas estudiantes del Kinder Gym.

3.2. Metodología de investigación

El estudio se lo realizó en Ecuador, en el centro infantil Kinder Gym, ubicado en la ciudad de Quito en el transcurso del cuarto trimestre del año 2018. El estudio se desarrolló en dos fases: cuantitativa y cualitativa. Dentro de cada fase se aplicaron diferentes herramientas de investigación (tabla 1) de acuerdo con los grupos identificados (tabla 2) para cumplir con los objetivos planteados inicialmente.

Tabla 1.

Herramientas de investigación.

Herramienta	Participantes	Observación
Observación participante	Grupo primario	Determinar su reacción frente a la basura y entender si conocen sobre el reciclaje. Se expuso a los niños a diferentes estímulos para captar sus reacciones
Técnicas proyectivas	Grupo primario	Actividades simbólicas que los involucraron con la separación de la basura y les hizo reflexionar acerca de la importancia de tener un espacio sucio o limpio
Encuestas	Grupo secundario A	Determinar los hábitos que se tienen en el hogar respecto a la basura y su reciclaje
Entrevistas	Grupo secundario B	Conocer el proceso de adopción de hábitos dentro del centro educativo
Entrevistas	Grupo secundario B	Identificar los medios más llamativos para los niños y niñas, mediante los cuales podemos impartirles mensajes sin ser intrusivos

Al ser un tema que no se ha tratado previamente el alcance fue exploratorio, lo cual proporcionó un panorama inicial del problema. El alcance diagnóstico permitió conocer cuál es la incidencia de los padres, profesoras y personal de apoyo y administrativo del Kinder Gym en la construcción de hábitos de reciclaje en niños y niñas.

Antes de comenzar con las fases de investigación se envió un comunicado a todos los participantes del estudio dándoles a conocer las actividades que se realizarían en el proceso para solicitar su consentimiento y aprobación. Como primera fase se envió una encuesta digital a los padres y madres de familia para determinar los hábitos de reciclaje que tienen en sus hogares. Estas encuestas

se las hizo llegar individualmente con la ayuda de cada profesora ya que, ellas mantienen un contacto directo día a día. Posteriormente, se realizaron entrevistas con las profesoras titulares de los dos paralelos que participaron en el estudio para identificar el proceso de adopción de hábitos en la edad de 3 a 4 años; además, se identificaron herramientas que llamen su atención y les genere algún tipo de vínculo emocional. Finalmente, se desarrollaron las fichas de observación con diferentes actividades que involucraron a los niños y niñas con el reciclaje para observar su comportamiento respecto al manejo de los residuos.

3.2.1. Participantes

Los participantes de la investigación (tabla 2) han sido clasificados por grupos ya que se van a realizar diferentes actividades con cada uno de ellos.

Tabla 2.

Participantes.

Grupo primario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niños y niñas estudiantes del Kinder Gym 2. Número: 15 3. Género: masculino y femenino 4. Edad: 3 a 4 años 5. NSE: medio alto – alto
Grupo secundario A	<ol style="list-style-type: none"> 1. Padres de familia 2. Número: 30 3. Género: masculino y femenino 4. Edad: +25 5. NSE: medio alto - alto
Grupo secundario B	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesoras y personal de apoyo y administrativo 2. Número: 23 3. Género: masculino y femenino 4. Edad: +20 5. NSE: medio alto - alto

3.2.2. Diseño de la muestra

En vista de que la población a estudiar compartía características similares se realizó una muestra por conveniencia. Según Casal y Mateu (2003) este tipo de muestreo se lo realiza cuando el grupo a estudiar comparte características homogéneas. En este caso, Kinder Gym ha sido elegido el centro de formación para sus hijos por parte de los padres y madres de familia. Además, el grupo a estudiar estaba segmentado y bien definido motivo por el cual, no hacía falta realizar otro tipo de muestra.

3.3. Primera fase: cuantitativa

Los modelos de las herramientas de investigación se encuentran en la sección de anexos. Las encuestas se realizaron a los padres y madres de familia de los niños y niñas estudiantes del Kinder Gym con el objetivo de conocer los hábitos, respecto al manejo de residuos, que tienen en casa. A continuación, se presentan los resultados obtenidos en cada pregunta:

1. El cuidado del medio ambiente le resulta:

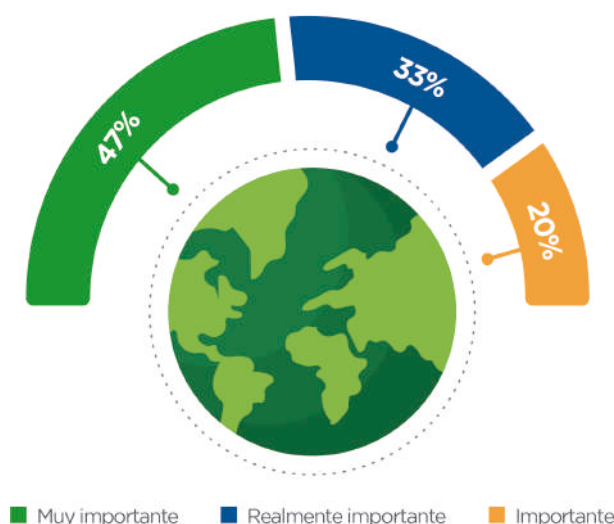


Figura 24. Resultados pregunta 1.

El cuidado del medio ambiente es un tema que les resulta muy importante. Sin embargo, no es una de sus prioridades (figura 24).

2. Con respecto a la basura generada en su hogar:



Figura 25. Resultado pregunta 2.

No existe una diferencia significativa entre las familias que separan sus desechos y las que no lo hacen (figura 25). Sin embargo, se observa una tendencia más alta hacia el reciclaje.

3. ¿Conoce cuáles son los desechos que se pueden reciclar?

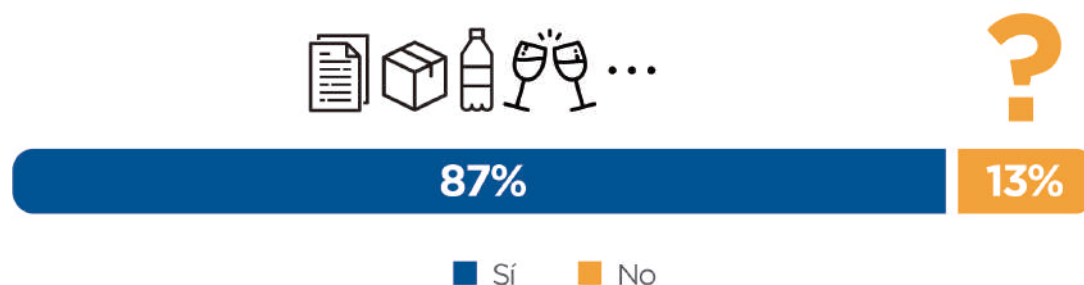


Figura 26. Resultado pregunta 3.

Pese a que el 47% de las familias no separa sus desechos, el 87% sí conoce cuáles son los residuos que se pueden reciclar (figura 26).

4. En caso de responder sí ¿qué desechos se pueden reciclar?

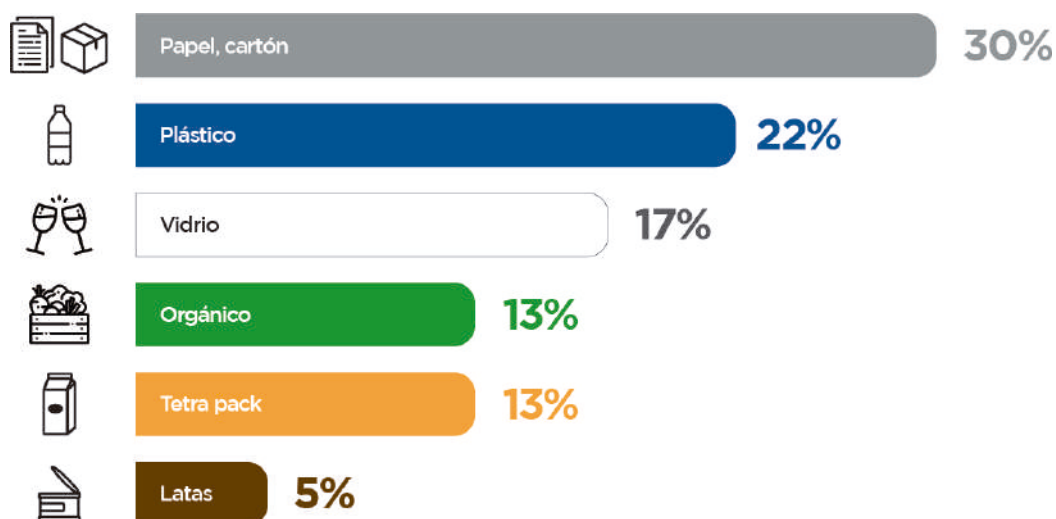


Figura 27. Resultado pregunta 4.

Al pensar el reciclaje, el papel, cartón y plástico ocupan los primeros lugares en la mente de las familias (figura 27).

5. ¿Su hijo o hija conoce sobre el reciclaje?

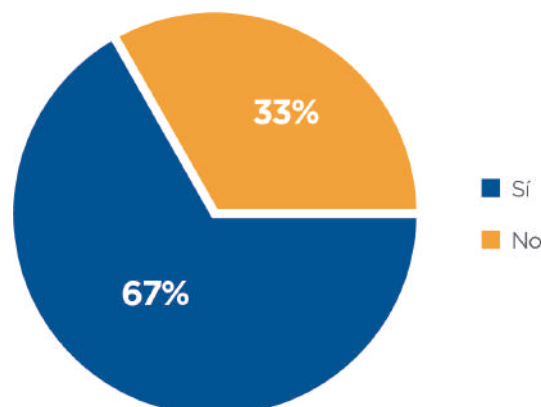


Figura 28. Respuesta pregunta 5.

El 67% de familias aseguran que su hijo o hija conoce sobre el reciclaje (figura 28), esto concuerda con la cantidad de familias que mencionaron reciclar en su hogar.

6. En caso de responder sí ¿por qué lo conoce?

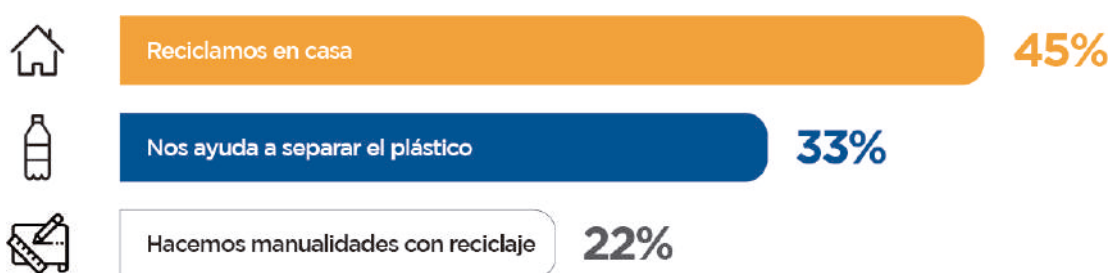


Figura 29. Respuesta pregunta 6.

La principal razón por la que los niños y niñas conocen sobre el reciclaje es porque en sus casas lo practican (figura 29).

7. En caso de responder no ¿por qué no lo conoce?

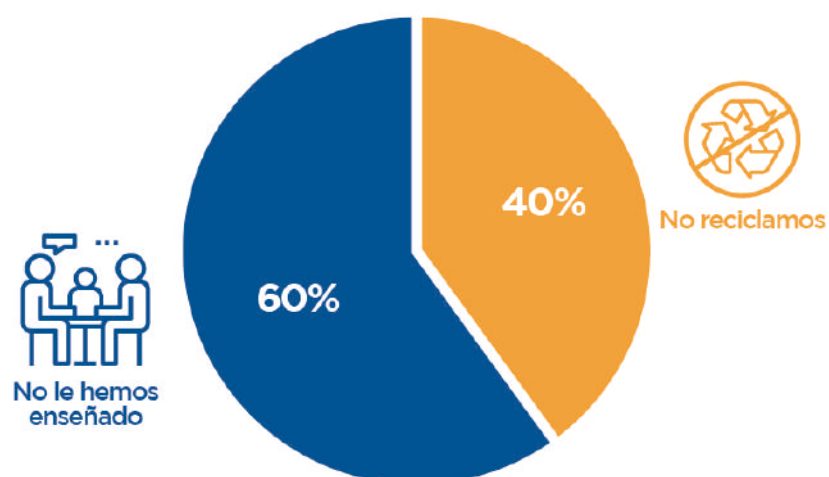


Figura 30. Respuesta pregunta 7.

Las principales razones por las que los niños o niñas no conocen sobre el reciclaje son porque sus padres no les han hablado sobre el tema y porque en su casa no tienen esta práctica (figura 30).

8. ¿Le asignan tareas a su hijo o hija que lo impulsen a reciclar?

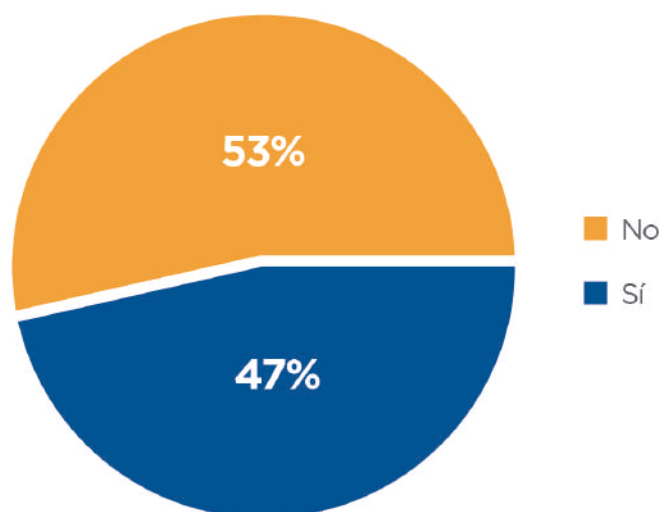


Figura 31. Respuesta pregunta 8.

El porcentaje de las respuestas coincide nuevamente con la cantidad de familias que si reciclan en su hogar (figura 31). Por tal motivo, se puede afirmar que las prácticas que los padres tienen en sus casas son transmitidas directamente a sus hijos.

9. En caso de responder sí ¿qué tipo de tareas le asignan?

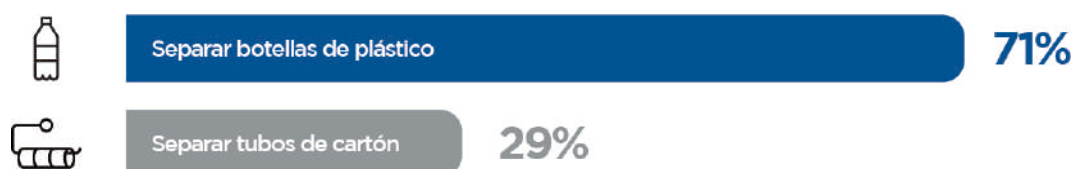


Figura 32. Respuesta pregunta 9.

Los niños y niñas asocian las botellas plásticas con el reciclaje ya que es la principal actividad que se les asigna en el hogar para ayudar a reciclar (figura 32).

10. El material didáctico que su hijo o hija utiliza en la escuela, usted:



Figura 33. Respuesta pregunta 10.

Pese a la filosofía que tiene el Kinder Gym de utilizar material reciclado para las actividades que los niños realizan tan solo el 33% de los padres lo reutiliza (figura 33).

11. ¿Usted recicla en su hogar?



Figura 34. Respuesta pregunta 11.

Al momento de preguntar directamente si reciclan en el hogar la cantidad de familias que dice hacerlo (67%) aumenta frente a la pregunta 1 en la cual se les pregunta si separan su basura (figura 34).

12. En caso de responder sí, ¿qué materiales recicla?

La tabulación de esta pregunta es sobre el total de respuestas obtenidas por cada ítem.

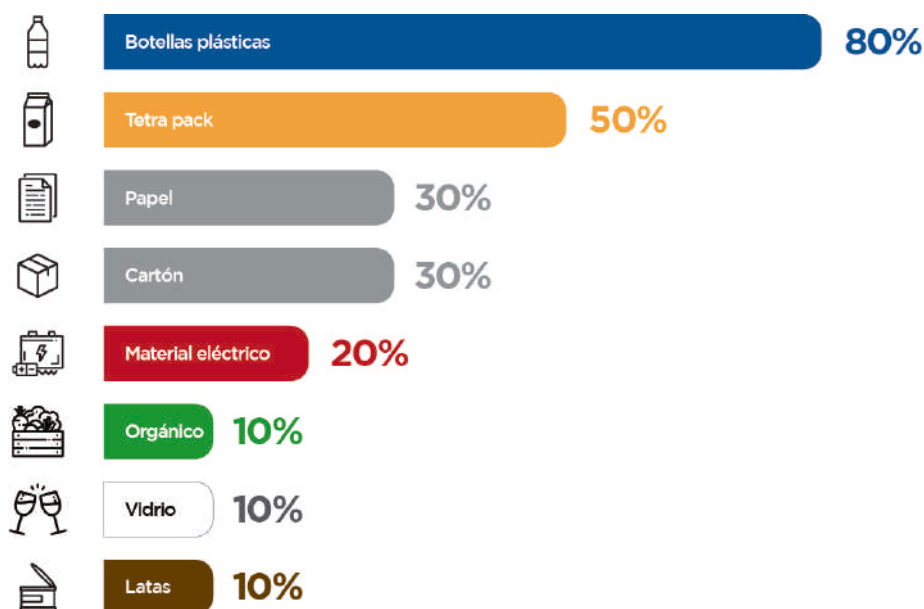


Figura 35. Respuesta pregunta 12.

El principal elemento que se recicla son las botellas plásticas, esto explica el que a los niños y niñas se les enseñe a separarlo del resto de la basura (figura 35). Por tal motivo, se puede determinar que el plástico lo relacionan directamente con el reciclaje.

13. En caso de responder no ¿qué le motivaría a reciclar?



Figura 36. Respuesta pregunta 13.

El 100% de las personas que afirman no reciclar sostienen que el cuidado por el medio ambiente los motivaría a hacerlo (figura 36).

14. ¿Cuál considera que es un impedimento para poder reciclar?

La tabulación de esta pregunta (figura 37) es sobre el total de respuestas obtenidas por cada ítem.

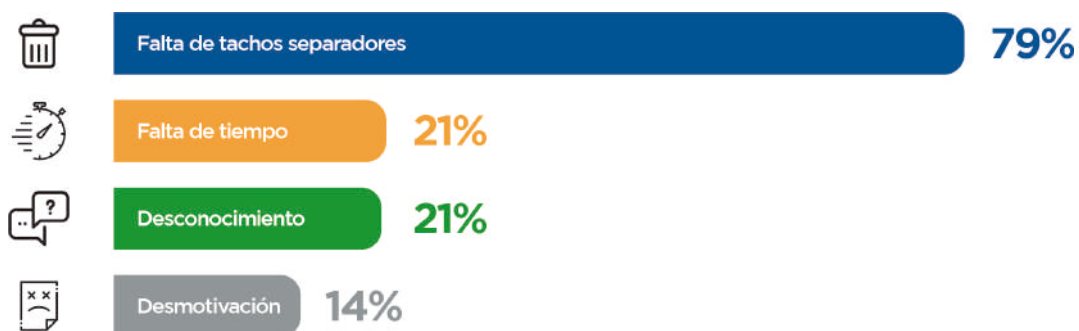


Figura 37. Respuesta pregunta 14.

El principal motivo que impide a las familias reciclar es la falta de los diferentes tachos separadores, seguido por la falta de tiempo y el desconocimiento sobre cómo realizarlo. Además, no se sienten motivadas por realizar acciones de reciclaje.

15. ¿Conoce los colores asignados para diferenciar el material reciclable?

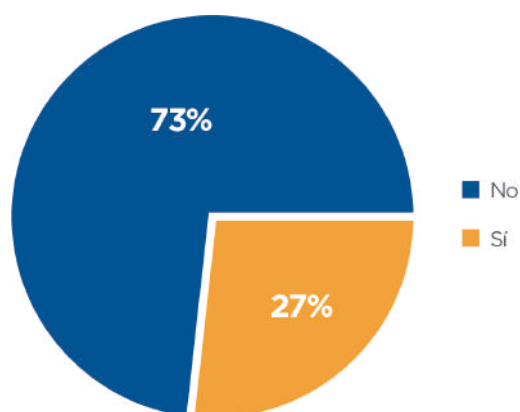


Figura 38. Respuesta pregunta 15.

El 73% de las familias no conocen los colores asignados para cada tipo de material reciclable (figura 38). En consecuencia, las familias que aseguran reciclar no lo hacen de la manera adecuada ya que se limitan

a separar únicamente materiales como el plástico y tetra pack y no separan el resto de sus desechos.

16. En caso de responder sí ¿qué color corresponde a cada material?

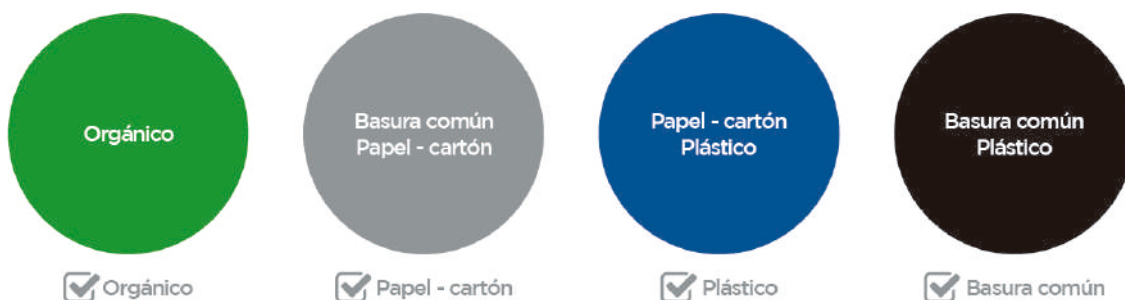


Figura 39. Respuesta pregunta 16.

Las familias que dicen conocer los colores asignados para cada material tienen problemas con identificarlos correctamente (figura 39). Por tal motivo, los colores asignados no han sido comunicados de la manera correcta como para que cada persona sepa identificarlos con facilidad, este puede ser uno de los motivos por el cual las personas no reciclan.

17. ¿Considera que los colores asignado son fácilmente identificables?



Figura 40. Respuesta pregunta 17.

El 93% de las familias considera que los colores asignados para cada material reciclable son confusos y no permiten identificar de manera rápida los elementos que deben ser separados (figura 40).

18. Respecto a las actividades que su hijo o hija realiza en el Kinder Gym, la utilización de material reciclado le parece:



Figura 41. Respuesta pregunta 18.

El 67% de los padres y madres muestra un alto interés en la metodología de trabajo del Kinder Gym. Por otra parte, el 13% que tan solo le parece interesante la metodología puede pertenecer al grupo que no participa del reciclaje activamente (figura 41).

3.3.1. Conclusiones

Los padres de familia del Kinder Gym tiene una mayor tendencia a reciclar ya que la metodología de trabajo del centro infantil se basa en la utilización de material reciclado para las actividades que realizan en el aula. El 53% asegura separar los desechos que generan en casa.

Pese a que el 47% de las familias no separa sus desechos, el 87% dice conocer cuáles son los residuos que se pueden reciclar. Los principales desechos reciclables que conocen son el papel, cartón y plástico.

El porcentaje de familias que aseguran separar sus desechos coincide con el porcentaje de padres que aseguran que su hijo o hija conoce sobre el reciclaje. Por otro lado, las principales razones por las que los niños o niñas no

conocen del tema son porque sus padres no les han enseñado y porque en su casa no tienen esta práctica.

Las familias que involucran a sus hijos en el reciclaje les asignan tareas como: separar las botellas plásticas y los tubos de cartón del papel higiénico. De esta manera los niños y niñas empiezan a asociar el reciclaje con estos elementos.

Las familias que no reciclan mencionan que al conocer que con sus acciones ayudan a cuidar el medio ambiente les motivaría a reciclar. Sin embargo, pese a conocer esto no lo practican.

El 73% de las familias no conocen los colores asignados para cada tipo de material reciclable. Esto determina que las familias que aseguran reciclar no lo hacen de la manera adecuada ya que se limitan a separar únicamente materiales como el plástico y tetra pack y no separan el resto de sus desechos.

Las familias que dicen conocer los colores asignados para cada material tienen problemas con identificar los colores correctos. Esto refleja que los colores asignados no han sido comunicados de la manera correcta como para que cada persona sepa identificarlos con facilidad. Este puede ser uno de los motivos por el cual las personas no reciclan. De igual manera, el 93% de las familias considera que los colores asignados son confusos y no permiten identificar de manera rápida los elementos que deben ser reciclados.

3.4. Segunda fase: cualitativa

La segunda fase de investigación comprende dos herramientas: como primera entrevistas a las docentes del Kinder Gym y como segunda fichas de observación con los niños y niñas para captar su comportamiento frente a diferentes estímulos relacionados con los desechos, entender si conocen sobre reciclar y cuáles son los hábitos que traen desde casa.

3.4.1. Entrevistas

Las entrevistas se realizaron a las profesoras que acompañan a los niños y niñas con los que se desarrolló la investigación (tabla 3). Como primer objetivo de la entrevista se determinó descubrir el proceso de adopción de hábitos en la edad de 3 a 4 años basados en su experiencia docente. De igual manera se buscó averiguar los medios que son llamativos para los niños y niñas y personajes con los que se identifiquen.

Tabla 3.

Perfil de las entrevistadas.



Gabriela Hidalgo

- Coordinadora académica Kinder Gym.
- Profesora titular clase de “Los Monos”.



Pamela Baldus

- Profesora titular clase de “Los Tucanes”.

En la sección de anexos se encuentra el detalle de cada pregunta que se realizó en las entrevistas (anexo 1). En esta sección se realizó un análisis temático de los temas tratados para poder interpretarlos.

Adquisición de hábitos.

Una de las estrategias para desarrollar un hábito en la edad de 3 a 4 años es la repetición de actividades hasta que el niño o la niña lo hagan parte de su día a día.

Para que un hábito se cree debe haber repetición. Si no puede ser algo emergente de una sola vez (Gabriela Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Adquieren hábitos mediante la rutina (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

Tiempos para generar un hábito.

El tiempo que toma el desarrollo de un hábito dependerá de varios factores. Sin embargo, algo que se destaca es que el niño o la niña entienda el por qué tiene que realizarlo y cuál va a ser su impacto. De esta manera, se vuelve significativa la experiencia y no se lo va a sentir como algo obligado o tedioso.

Todo va a depender de la personalidad del niño. Un hábito para alguien se puede generar en una semana o puede tardar de uno a dos meses, todo depende de qué tan flexible eres para adoptar algo nuevo. Además, para que un hábito se desarrolle de manera correcta es importante explicarle el por qué al niño, una vez que él entiende es mucho más importante y se les vuelve significativo (Gabriela Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Depende de qué tan significativo es el hábito que se quiere desarrollar para el niño, de qué tan importante para él es desarrollarlo. Por ejemplo, una alumna mía tiene el hábito de no utilizar sorbetes porque dice que eso mata peces, para ella es importante cuidar los animales ya que tuvo una explicación por parte de sus papás. Por tal motivo, ella lo adquirió rápido. (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

Estrategias para desarrollar hábitos en los niños y niñas.

Lo más importante para llamar la atención de los niños y niñas sobre un nuevo tema es volver la experiencia muy concreta y vivencial. De esta forma se despierta curiosidad e interés en ellos. Un dato interesante es que en la edad de 3 a 4 años empieza la exploración del entorno de una manera más consciente y razonada ya que se cuestionan todo lo que pasa a su alrededor.

A mis niños les encantan los animales, si tú logras hacer una relación de que van a cuidar con el reciclaje a los animales se les va a volver significativo hacerlo. Hay que primero empezar por esta introducción para que ellos entiendan la importancia. (Gabriela Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Hay que volver todo muy concreto y vivencial para ellos. Por ejemplo, el hecho de que traigan material reciclable de sus casas y que vean que aquí tienen un fin específico para desarrollar algún tipo de actividad hace que entiendan lo que están haciendo. Además, en esta edad los niños se cuestionan todo. (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

Actividades.

El principal trabajo que se realiza para impulsar el reciclaje empieza en el hogar. Sin embargo, no todas las familias saben la manera correcta de realizarlo y en otros casos no existe el interés suficiente. Este pilar es uno de los que se deben reforzar ya que en el hogar se refuerza lo aprendido en el Kinder. Otro punto que se trabaja como institución es que las docentes pidan menos material para las actividades y vean la forma de realizarlas con reciclaje. Es uno de los retos más grandes ya que para la docente involucra más tiempo de planificación de las actividades.

Una de las principales actividades es pedirles material reciclado a los papás. Sin embargo, al inicio hemos tenido papás que no lo tomaron muy en serio y en ocasiones envían fundas con basura, cosas que no se podían utilizar para las actividades. Por mi parte si ha sido un reto empezar a dejar de pedir papelería a los papás y buscar otro tipo de recursos con material reciclado para las actividades planificadas. (Gabriela Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Empezamos desde la familia pidiéndoles el reciclaje. Hemos tenido un proceso con esto ya que al principio los papás no eran tan responsables con este tema y nos mandaban las cosas sucias. Todavía falta más información hacia los padres para que sepan qué materiales sirven y cuales no. Además, no todos colaboran con lo solicitado. Por otro lado, como profesoras ponemos de parte solicitando cada vez menos listas de papelería. Algo que podríamos mejorar es

la clasificación de los desechos ya que no lo realizamos actualmente. (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

Medios que más les llama la atención a los niños y niñas.

Los niños y niñas están expuestos a medios electrónicos de audio y video en sus hogares. Sin embargo, dentro del centro infantil se busca generar interacción mediante cuentos ya que les ayudan a generar identificación con los personajes y las historias.

En la casa todos los niños están expuestos a videos, para cualquier cosa les ponen videos en las *tablets* o celulares. Aquí en el Kinder no los utilizamos, creo que es más importante un cuento. Si bien al inicio no había mucho interés por el grupo hacia los cuentos, ya lo estamos desarrollando. (Gabriela Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Canciones, cuentos físicos y videos. Para mi el medio principal en el aula son los cuentos definitivamente. En casa sin duda son los videos y como otro medio para que lo hagan ese rato son canciones cortas que les ayude a recordar lo que van a hacer. (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

La importancia de los cuentos para los niños y niñas.

Una de las principales funciones que tienen los cuentos en el desarrollo de los niños y niñas es la posibilidad que les brinda de generar identificación con la historia que están escuchando a través de los personajes. Ellos asocian situaciones que pasan en sus vidas con las del cuento y asimilan de mejor manera el mensaje final. Además, de que dejan enseñanzas o moralejas sobre las que se pueden trabajar otros aspectos.

Los cuentos son muy importantes ya que los niños se pueden identificar a través de un personaje de un cuento. Es más fácil hacer conexiones de que lo que le está pasando a ese personaje también me está pasando a mi. Además de que te dejan enseñanzas y moralejas por el mismo hecho de que generan identificación. (Gabriela Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Los cuentos en esta edad son fundamentales para trabajar la parte emocional, cognitiva y de lectoescritura. Para tratar temas emocionales que el niño atraviesa en el hogar, como tal vez el caso del papá que tiene que salir de viaje, podemos encontrar un cuento que hable de ese tema y le facilite la asimilación de la situación al niño. (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

Importancia del papel

Pese a la penetración de la tecnología que los niños y niñas tiene en casa, para ellos sigue siendo igual de atractivo e interesante cualquier tipo de material que pongas a su disposición.

Creo que eso más bien es algo impuesto por nosotras como profesoras. Para el niño es igual de emocionante trabajar con papel, cartón, o cualquier otro material. Para él sigue siendo igual de emocionante y atractivo (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

Personajes con los que los niños y niñas generan una mayor identificación.

Se ve una tendencia fuerte hacia los superhéroes por parte de los niños y las niñas. De igual manera que con los cuentos se identifican con los personajes y buscan emularlos con disfraces o repitiendo frases que ellos dicen en las películas.

En mi clase les encantan los superhéroes. Por ejemplo, las niñas ahora juegan a ser princesas superhéroes. Los que más les gusta son: *Spiderman*, *Iron Man*. Las capas les encanta, se ponen una y se divierten mucho jugando (Gabriela Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Los animales les encantan, pero si hay uno que les gusta más es el león. Igualmente les gusta los superhéroes, en especial *Spiderman* (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

Utilización de material reciclado para las actividades en clase.

Si bien las profesoras preferirían enviar a comprar papelería para trabajar con los niños y niñas, su compromiso con los principios del Kinder Gym son más grandes y buscan que los trabajos generados sean hechos en material reciclado. Esta es una de las barreras que se tendría en otros centros infantiles ya que de no existir la colaboración y apertura por parte del docente difícilmente se podría generar un avance significativo.

Enviar a comprar material siempre va a ser más fácil, inclusive si comparas, los trabajos se van a ver más bonitos, pero se trata de buscar otros recursos y manejar un equilibrio (Gabriela Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Es un compromiso. Es mucho más fácil mandarles a comprar material y tener todo hecho. Pero, es el reto que tenemos como centro infantil el utilizar el material reciclado que tenemos aquí. Nosotras por lo menos estamos poniendo más énfasis en reciclar (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

Ideas.

Las ideas que tienen las docentes para las actividades con los niños son adaptadas de portales en internet. Al no existir una guía oficial por parte del Kinder Gym tienen que recurrir a fuentes externas. Aquí existe una oportunidad para desarrollar algo propio de la institución que ayude y motive a más docentes a realizar actividades con materiales reciclados.

Yo me apoyo mucho en el internet, si necesito algo busco un tutorial para poder hacerlo. Cuando yo empecé no había muchas cosas de reciclaje en internet, pero hoy encuentras de todo (Gabriela Hidalgo, comunicación personal, 2018).

Hoy en día hay muchísima información, pueden entrar en Pinterest y buscar, o en YouTube, Facebook. Sin duda lo que más utilizamos es Pinterest y YouTube (Pamela Baldus, comunicación personal, 2018).

3.4.2. Conclusiones

Al pensar en desarrollar un hábito en un niño o una niña se debe idear un proceso que lo puedan repetir de manera simple todos los días para lograr que

se implante. De lo contrario se corre el riesgo de que sea una actividad momentánea.

Es importante que los niños y niñas reciban una explicación sobre las actividades que van a realizar. De esta manera la experiencia se vuelve más significativa y se va a tener mayor atención de su parte.

Los niños y niñas de 3 a 4 años se vuelven más conscientes de su entorno y por ende son más críticos sobre todas las cosas que pasan. Es necesario saber responder adecuadamente las inquietudes que se les generen.

Los cuentos son una herramienta que se puede aprovechar para generar identificación mediante la creación de algún tipo de personaje que les sea llamativo. Además, hablando de personajes tanto niños como niñas se sienten atraídos por los superhéroes.

3.4.3. Fichas de observación

Con las fichas de observación (tabla 4) se determinó la interacción de los niños y niñas frente a la basura y cuál es su comportamiento reciclando. De igual manera se desarrollaron actividades lúdicas en las cuales se les brindó información a manera de cuentos y conversatorios sobre el reciclaje.

Se reunió a todos los niños en una sola clase para contarles un cuento sobre el reciclaje llamado "Capitán Verdeman". Posterior a la historia se les indicó que iban a poder jugar en su arenero, lugar que disfrutaban mucho y le tienen un cariño especial. Mientras los niños estaban en el cuento se procedió a ensuciar el arenero con material reciclable como botellas plásticas, tetra pack, fundas plásticas, retazos de papel y hojas secas.

Tabla 4.

Resultados Ficha de Observación.

Fecha: 22/11/2018 | **Lugar:** Kinder Gym | Interior Exterior
Hora de inicio: 09:30am | **Hora de fin:** 11:30am
Participantes: Niños Niñas Docentes Padres
Número de niños: 8 | **Número de niñas:** 5 | **Número de adultos:** 5

Ítem	Observaciones
Reacción emocional frente al reciclaje	<p><i>Alegría y Sorpresa.</i></p> <p>Los niños y niñas muestran interés por el reciclaje y sí se motivan a practicarlo. Hay niñas que lo hacen en su casa y son quienes lideran las actividades.</p>
Participación en las actividades	<p><i>Sugerida.</i></p> <p>Hubo dos niñas que empezaron a liderar la actividad, pero fue necesaria la ayuda de las profesoras para que los otros niños y niñas empezaran a ordenar su arenero.</p> <p>Mientras limpiaban, un niño se inventó una canción para reciclar que la cantó en voz alta, cuando se le preguntó en dónde había escuchado se rio y dejó de cantar.</p>
¿Se cuestionan la importancia del reciclaje?	<p><i>Sí.</i></p> <p>Reaccionan con desagrado a los lugares sucios. Hubo dos niños que dijeron que les gustaría estar en un</p>

	<p>lugar lleno de basura, pero luego de una pequeña reflexión cambiaron de opinión. Estos niños fueron los mismos que no reaccionaron frente al arenero sucio y se sentaron encima de la basura a jugar.</p>
<p>¿Relacionan la información nueva con experiencias pasadas?</p>	<p><i>Sí.</i></p> <p>Al hablar sobre parques o playas sucias hacen referencia a lugar que ya conocen y lo relacionan con el tema que se está conversando.</p>
<p>¿Los niños y niñas plantean soluciones para reciclar?</p>	<p><i>Sí.</i></p> <p>Al momento de preguntar qué hacer con el arenero sucio una niña dijo: “podemos reciclar la basura”.</p>
<p>¿Quién se involucra más en las actividades?</p>	<p><i>Niñas.</i></p> <p>Las niñas muestran una participación protagonista en las actividades.</p>
<p>¿Quiénes son los líderes que motivan?</p>	<p><i>Niñas.</i></p> <p>Muestran una mayor participación en las actividades y son quienes empiezan a separar la basura en los diferentes contenedores. Una vez que los líderes colocan las botellas en un contenedor, el tetra pack en otro y demás, el resto de los niños emulan sus acciones.</p>

<p>¿Cómo reaccionan frente a la basura?</p>	<p><i>Olor:</i> asco</p> <p><i>Aspecto:</i> curiosidad</p> <p><i>Textura:</i> curiosidad</p> <p><i>Parque limpio:</i> alegría</p> <p><i>Parque sucio:</i> sorpresa, asco, confusión</p>
<p>¿Identifican con facilidad los contenedores para separar la basura?</p>	<p><i>No.</i></p> <p>Algo interesante que sucedió es que los niños y niñas relacionan los colores de los objetos con el de los contenedores y los emparejan por color.</p>
<p>¿El uso de pictogramas facilita la identificación?</p>	<p><i>Sí.</i></p> <p>Ayuda en cierta medida. Sin embargo, no todos se dan el tiempo suficiente para observar cada fotografía y depositan los desechos en donde creen correcto.</p>

3.4.4. Conclusiones

Los niños mostraron interés frente a la historia e interactuaron cuando se habló sobre la basura que existía en la ciudad. Relacionan la nueva información con experiencias previas.

Al momento que los niños llegaron al arenero se quedaron impactados y no quisieron entrar a jugar, manifestaron que el lugar se encontraba muy sucio y

que alguien tenía que limpiar. Sin embargo, hubo niños y niñas a los que no les importó y se sentaron encima de la basura y utilizaron las botellas como juguete.

Fue necesaria una pequeña reflexión por parte de las profesoras para que los niños y niñas propusieran reciclar la basura. Para esto, se colocó cuatro cartones pintados con los colores asignados para cada material reciclable: Negro: basura común; Verde: basura orgánica; Azul: plástico; Plomo: papel y cartón.

Uno de los comportamientos más destacable es que ciertos niños y niñas emparejan los objetos por colores de una manera casi mecánica. Este fenómeno se repitió en varias actividades que se realizaron.

Las niñas mostraron un mayor liderazgo en las actividades que se realizaron.

4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA

En el presente capítulo se detallan los hallazgos más relevantes de la investigación y la propuesta generada para la construcción de hábitos de reciclaje en los niños y niñas de 3 a 4 años estudiantes del Kinder Gym. Los resultados que arrojó la investigación plantean las posibles soluciones a la problemática.

4.1. Hallazgos

Mediante encuestas y fichas de observación se determinó que los colores asignados por la normativa INEN no son fácilmente identificables y generan confusión en niños, niñas y adultos. Lo interesante de esta problemática es cómo los niños y niñas lo solucionaron.

En el experimento del arenero (figura 42) se descubrió que la manera más fácil de separar la basura es emparejarla por colores (figura 43, 44 y 45), este es un comportamiento intuitivo que tienen los niños y niñas.



Figura 42. Experimento arenero. Ficha de observación (2018).



Figura 43. Clasificación por colores, verde. Ficha de observación (2018).



Figura 44. Clasificación por colores, gris. Ficha de observación (2018).



Figura 45. Clasificación por colores, azul. Ficha de observación (2018).

Para que un comportamiento se convierta en un hábito es necesario que los niños y niñas entiendan la importancia o el por qué de la acción que van a realizar, seguido de la repetición constante de la misma. El tiempo que tome la adopción de un nuevo hábito dependerá de la personalidad de cada niño o niña.

Una de las herramientas que se puede emplear es la utilización de cuentos para generar identificación con los niños y niñas. En esta edad les gusta mucho los animales y los superhéroes. De igual manera se pueden emplear canciones sencillas que les ayude a recordar la acción que van a realizar.

Al hablar de formación de hábitos, las profesoras cumplen un rol fundamental ya que ellas son quienes interactúan día a día con los niños y niñas. Por tal motivo, es importante que los materiales didácticos que generen para las actividades sean elaborados con material reciclado, de esta manera los niños y niñas entenderán que los desechos pueden ser aprovechados de distintas maneras. Además de que es importante generar una conciencia sobre la conservación del medio ambiente y sus recursos.

Con base en los hallazgos de la investigación se han planteado los objetivos de campaña, seguido por una estrategia que ayudará a unificar el mensaje en las diferentes tácticas propuestas.

4.2. Objetivo de campaña

4.2.1. Objetivo general

Generar hábitos de reciclaje en niños y niñas de 3 a 4 años.

4.2.2. Objetivos específicos

- Desarrollar un sistema gráfico que ayude a la identificación intuitiva de los colores asignados para cada material reciclable.

- Motivar a los padres y madres de familia a adoptar prácticas de reciclaje en sus hogares.

4.3. Estrategia

Simon Sinek (2018), escritor y motivador británico, habla que las empresas muchas veces tienen claro a qué se dedican en su negocio. Algunas tienen clara la manera en la que realizan sus procesos. Pero muy pocas entienden y asimilan el por qué lo hacen, su razón de existir en el mercado. Con base en este pensamiento desarrolló un modelo estratégico que denomina *golden circle*, el cual consiste en identificar la creencia o propósito de la marca, empresa o producto (figura 46).

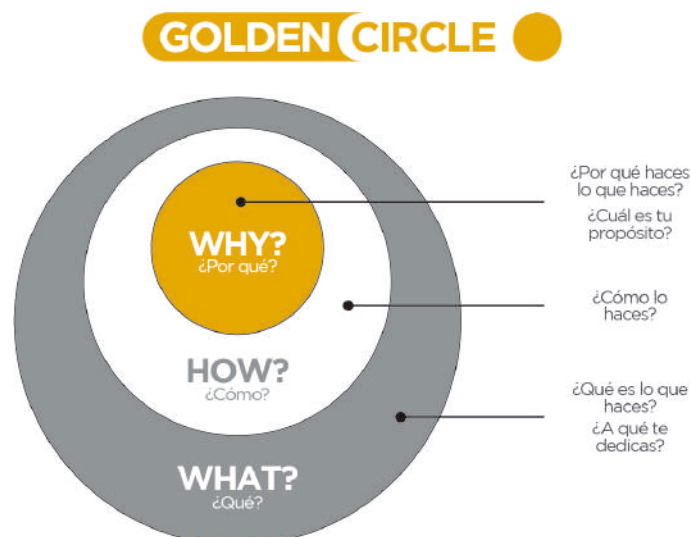


Figura 46. Golden circle.

- **What?**
Queremos que los niños y niñas generen un hábito de reciclaje.
- **How?**
Aprovechando su instinto de emparejar objetos por colores y formas.
- **Why?**
Creemos que el poder para cambiar las cosas está en las pequeñas acciones que repetimos todos los días.

4.4. Concepto

Superhéroes de colores.

4.5. Tácticas

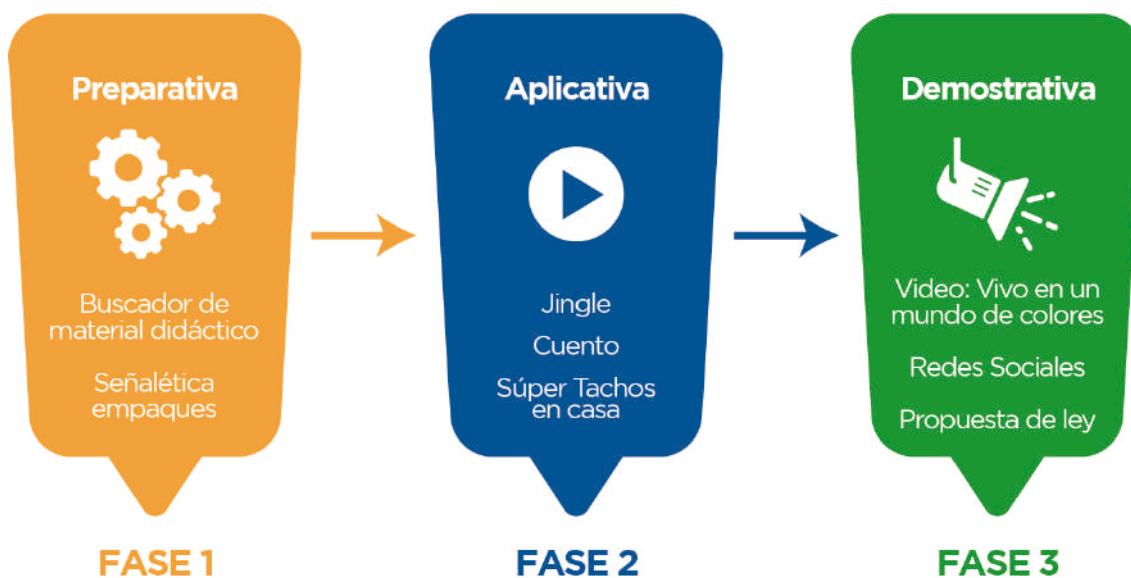


Figura 47. Fases tácticas.

La campaña constará de tres fases (figura 47). Como primera será la etapa preparativa, la investigación muestra que los niños y niñas deben realizar acciones significativas y concretas para captar su atención. Con esta fase se propone la creación de un buscador de material didáctico, hecho con material reciclado, con el que las profesoras puedan trabajar en los diferentes módulos de su planificación académica. De igual manera, aprovechando que los niños y niñas clasifican intuitivamente los objetos por colores se propone la creación de una señalética que vaya en los empaques para que les resulte más fácil su identificación y separación.

En la segunda fase se aplicarán diferentes actividades. Se les compartirá información sobre el reciclaje con la utilización de un cuento en el que el personaje *Súper Tacho* les explique la importancia de reciclar. Internamente se compartirá un jingle que ayudará a generar recordación sobre el tema, mismo que servirá como refuerzo dentro de las actividades que se relacionen al

reciclaje. Finalmente, se involucrará a las familias con los *Súper Tachos* en casa para que los niños y niñas puedan reforzar lo aprendido en sus hogares.

Por último, en la tercera fase se hará público lo que el Kinder Gym está trabajando con sus niños y niñas para contribuir a generar un verdadero cambio en el mundo. Mediante sus redes sociales se hará un llamado al gobierno y empresas privadas para que se sumen a la iniciativa y la propuesta de la señalización de los empaques llegue a convertirse en una regulación nacional.

4.5.1. Primera fase

- **Buscador de material didáctico**

Se propone la creación de un buscador de material didáctico, con base en la planificación académica de las diferentes aulas. El buscador va a estar alojado en el sitio web del Kinder Gym (figuras 48 y 49) el cual servirá para consulta del personal docente, así como también para los padres si quisieran replicar estas actividades en la casa.

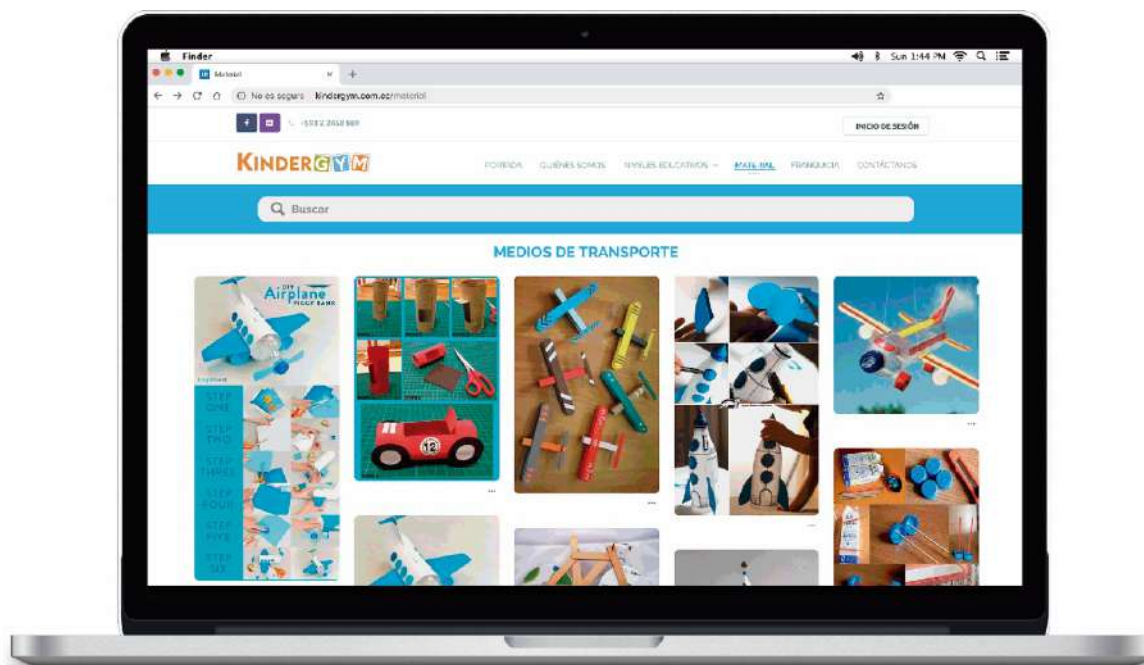


Figura 48. Buscador de material didáctico, medios de transporte.

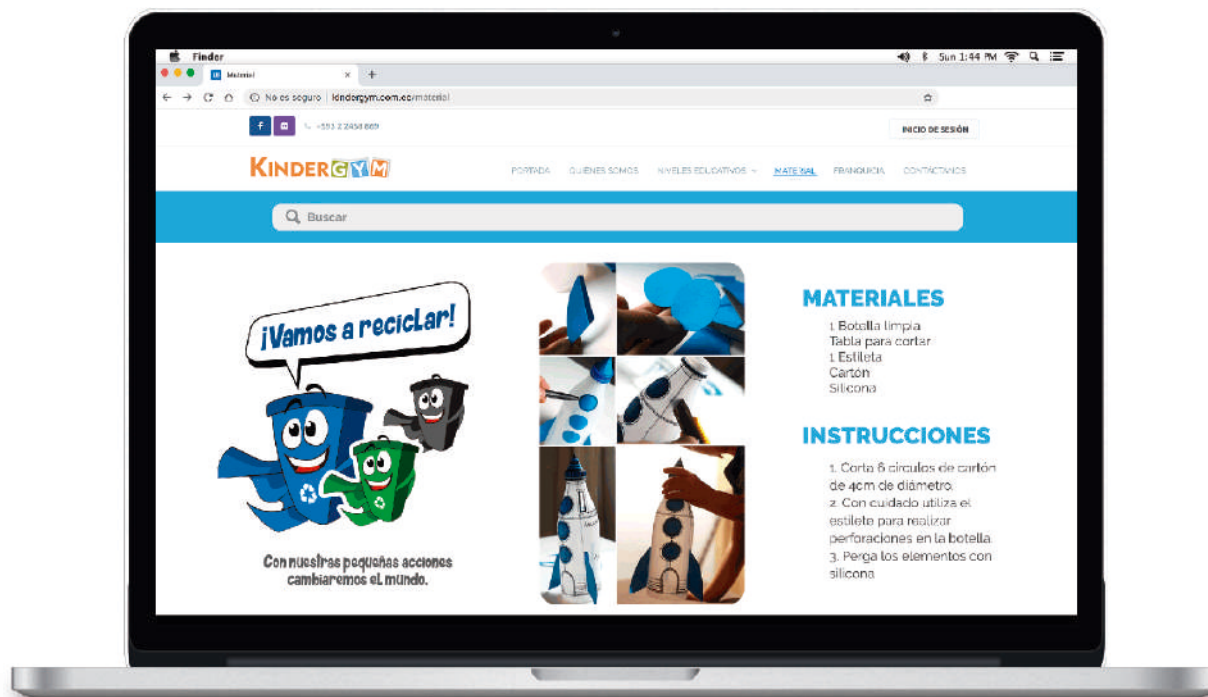


Figura 49. Buscador de material didáctico, ejemplo.

- **Señalética empaques**

Uno de los hallazgos más interesantes que se produjo en la investigación fue la clasificación de la basura por colores que realizaron los niños y niñas. Es por lo que, una de las propuestas es generar un sistema de señalética (figura 50) que se implemente en los empaques de productos para que los niños y niñas, al momento de desecharlos, sepan de manera rápida en qué contenedor corresponde. Esta táctica sirve de igual manera para los adultos ya que, como se menciona a las encuestas, resulta confuso la identificación de los colores para reciclar.



Figura 50. Propuesta de Stickers.

Por otra parte, para el desarrollo del personaje se tomó en cuenta lo señalado en las entrevistas por las profesoras: los niños y niñas se identifican con los superhéroes y emulan ser uno. De esta manera se busca que el personaje destaque en los empaques y se convierta en un elemento llamativo (figura 51).

Una de las barreras para reciclar es que en la mayoría de los hogares no cuentan con separadores de basura por colores. Por tal motivo, como fase inicial se propone la creación de los tres colores que se están manejando por parte del Supermaxi y Megamaxi en su campaña “La basura en su lugar” ya que de esta manera se aprovechan las fundas que distribuyen para poder clasificar la basura. El escenario ideal es, en un futuro, diferenciar aún más los desechos reciclables asignándoles un color específico.

El personaje se basó en la forma de los contenedores de basura y se lo caracterizó como un superhéroe, se lo bautizó como: *Súper Tacho*, el cual será portavoz de toda la campaña para lograr la mayor recordación en lo niños y niñas.



Figura 51. Ejemplo de aplicación en empaques.

4.5.2. Segunda fase

- **Jingle**

El objetivo del jingle (tabla 5) es generar recordación sobre la nueva señalética que se implementará en los empaques. *Súper Tacho* será quien les diga a los niños que lo encuentren en los diferentes empaques y lo ayuden a terminar con la basura.

Tabla 5.

Jingle Súper Tachos.

Jingle Súper Tachos	
Guion técnico	Guion literario
<p>Locución: Voz femenina 25 años, carismática.</p> <p>Referencia de pista: https://www.pond5.com/stock-music/75260296/funny-spy-detective-children-sneaky-comic-comedy-music-mix-b.html</p>	<p>Hoy los Súper Tachos te van a enseñar, Cómo la basura puedes reciclar, En los empaques tú, nos vas a encontrar, Para que los desechos puedas separar.</p> <p>Con Súper Tacho azul vas a reciclar, Y a esa basura nueva vida dar, Súper Tacho verde siempre se divierte, Llevándose lo orgánico a su vientre.</p> <p>Hoy los Súper Tachos te van a enseñar, Cómo la basura puedes reciclar, En los empaques tú, nos vas a encontrar, Para que los desechos puedas separar.</p> <p>Súper Tacho negro está de acuerdo, Que la basura común ¡se va en un bum!, A nuestro planeta vamos a cuidar, Porque no queremos dejar de jugar.</p>

- **Cuento**

En la edad de 3 a 4 años los cuentos cumplen un papel fundamental para la formación de los niños y niñas ya que los personajes y las historias que se narran hacen que se identifiquen y asimilen de mejor manera los temas. Con esta táctica se contará cómo nace *Súper Tacho* y qué hace para cambiar al mundo y liberarlo de basura (figuras 52, 53, 54, 55, 56 y 57).



Figura 52. Cuento Portada.



Figura 53. Cuento página 1.



Figura 54. Cuento página 2.



Figura 55. Cuento página 3.

manera, ayudará a que los padres y madres aprendan a identificar el tipo de material que corresponde a cada recipiente.

La idea consiste en generar señalética con los elementos que deben ser depositados en cada tacho contenedor (figura 58, 59 y 60). Se sugiere colocar en la parte superior de los contenedores de basura a la vista de los ojos de los niños para que les ayude a identificar a los personajes.



Figura 58. Señalética hogares - orgánicos.



Figura 59. Señalética hogares - reciclable.



Figura 60. Señalética hogares - basura común.

4.5.3. Tercera fase

- **Video**

Se plantea la producción de un video manifiesto que haga saber a todos cuál es la creencia del Kinder Gym y enseñe cómo estas pequeñas acciones pueden generar un gran cambio en la sociedad (figura 61). El video se lo compartirá en las redes sociales del Kinder.

Manifiesto

Día a día comentamos que las cosas no andan bien, que en otros países es distinto, que nadie se preocupa por lo que pasa aquí, pero ¿qué haces tú para que eso cambie? Muchas veces nos complicamos y no entendemos que las soluciones son más simples de lo que parecen. En Kinder Gym entendimos que tenemos el poder de cambiar el mundo con pequeñas acciones, y que no hay nada más lindo que construir el mundo en el que quieres vivir. Porque nuestros niños y niñas merecen recibir un lugar en el cual puedan jugar y disfrutar. Te invitamos a sumarte a nuestra iniciativa, para que todos los niños y niñas del Ecuador le enseñen al mundo que el cambio nace en las pequeñas cosas.

Entérate más en www.kindergym.com.ec



Figura 61. Video manifiesto.

El principal objetivo es llamar la atención de autoridades de gobierno, de empresarios y de la ciudadanía en general para poder implementar esta iniciativa a nivel nacional como proyecto de ley.

- **Redes sociales**

Parte de la estrategia de visibilización de la campaña es generar contenido para redes sociales con el objetivo de impulsar la propuesta de regulación de los empaques. Actualmente el Kinder Gym cuenta con un solo canal de comunicación digital, Facebook. El contenido que se genere será destinado para esta plataforma (figura 62, 63, 64 y 65).



Figura 62. Post Facebook 1.



Figura 63. Post Facebook 2.



Figura 64. Post Facebook 3.



Figura 65. Post Facebook 4.

Todos los *posts* van a invitar a que las personas se enteren más sobre la campaña de reciclaje y apoyen que la iniciativa del Kinder Gym se convierta en un proyecto de ley, las personas que ingresen llenarán un formulario en apoyo para poder presentar la propuesta en la Asamblea Nacional (figura 66).



Figura 66. Web informativa campaña.

4.6. Cronograma

La campaña ha sido diseñada para tener una implementación durante 3 meses. Este tiempo ha sido definido para que cada fase planteada logre implementarse de la mejor manera sin quitarle protagonismo a las posteriores (figura 67).

Táctica	Duración	Marzo			Abril				Mayo				
		Semanas											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Buscador de material didáctico	04-mar-2019 31-abr-2019	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Señalética empaques	25-mar-2019 30-abr-2019				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Jingle	25-mar-2019 30-abr-2019				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Cuento	25-mar-2019 30-abr-2019				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Súper Tachos en casa	25-mar-2019 30-abr-2019				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Redes Sociales	06-abr-2019 30-abr-2019									■	■	■	■

Figura 67. Cronograma propuesta de campaña.

4.7. Plan de medios

Dada la naturaleza de la campaña el único medio externo que se utilizará serán las redes sociales para dar a conocer lo que se llevó a cabo con los niños y niñas dentro del centro infantil. Por tal motivo, se propone la pauta de diferente tipo de contenido durante el mes de abril de 2019. De esta manera, se optimiza el presupuesto de inversión para la campaña (figura 68).

Medio	Tipo de anuncio	Descripción	L	M	M	J	V	S	D	Duración	Costo Unidad	Cantidad de Interacciones	Total
Digital	Facebook	Promoted post	■	■	■	■	■	■	■	1 mes	\$ 0,05	2000	\$ 100,00
		Video	■	■	■	■	■	■	\$ 0,10		3000	\$ 300,00	
		Carrusel	■	■	■	■	■	■	\$ 0,10		1000	\$ 100,00	
		Clic to website	■	■	■	■	■	■	\$ 0,25		400	\$ 100,00	
											Total Costo	\$ 600,00	
											Total Interacciones	6.400	

Figura 68. Plan de medios propuesta de campaña.

4.8. Presupuesto

Para el desarrollo de la campaña se tomó en cuenta que el Kinder Gym no cuenta con un presupuesto destinado para acciones publicitarias. Por tal motivo, se optimizó al máximo el dinero de inversión para que la campaña sea efectiva y no se exceda en costos.

No se ha incluido el valor de comisión de agencia ya que dentro de cada rubro está considerada la utilidad (figura 69).

Táctica	Costo
Buscador de material didáctico	USD 1.500,00
Señalética empaques	USD 250,00
Jingle	USD 250,00
Cuento	USD 400,00
Redes Sociales	USD 600,00
Creatividad y diseño	USD 500,00
Súper Tachos en casa	USD 200,00
Producción video	USD 500,00
TOTAL	USD 4.200,00

Figura 69. Presupuesto propuesta campaña.

5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez finalizado el trabajo de investigación y el desarrollo de la propuesta se han concluido diferentes puntos que deben ser tomados en cuenta por el Kinder Gym. De igual manera, se detallan las recomendaciones a tener en cuenta para la implementación de la campaña en el centro infantil.

5.1. Conclusiones

- Más de la mitad de los padres y madres de familia aseguran tener ciertas prácticas de reciclaje en sus hogares, esto se da por la filosofía de trabajo del Kinder Gym lo cual muestra que se está realizando un buen trabajo en ese aspecto. Sin embargo, todavía existe desinterés por parte de ciertas familias.
- Uno de los retos que existe en el Kinder Gym es que las profesoras apoyen las prácticas de reciclaje que se tiene y empleen material reciclado en sus actividades de trabajo.
- Los colores asignados por el INEN para el material reciclable son de difícil identificación, lo cual genera confusión al momento de reciclar.
- Todavía existe un gran desconocimiento sobre todos los desechos que se pueden reciclar.
- El reciclaje es relacionado principalmente con el plástico, papel y cartón.
- Los niños y niñas se cuestionan sobre la importancia del reciclaje y muestran interés por mantener los lugares limpios.
- La reacción intuitiva de los niños y niñas al momento de clasificar la basura es agruparla por colores.

En los niños y niñas

- Los cuentos en la edad de 3 a 4 años son de vital importancia en su proceso de formación, ya que mediante ellos logran identificarse con los personajes y las historias, esto les ayuda a asimilar los temas de una manera más rápida.
- Una estrategia para lograr que los niños recuerden una acción que estén realizando es acompañar la actividad con una canción pegajosa y repetitiva.

5.2. Recomendaciones

Basados en la investigación realizada se recomienda al Kinder Gym:

- Involucrar a los padres con más acciones que los impulsen a reciclar, de esta manera se reforzará el tema en los hogares.
- Implementar separadores de basura en el Kinder para que los niños y niñas se vayan familiarizando con los colores y el tipo de material que corresponde en cada uno.
- Establecer compromisos con las profesoras para que la mayoría del material que utilicen en sus actividades con los niños y niñas sea realizado con material reciclado.
- Realizar con los niños y niñas ejercicios de separación de residuos periódicamente para que se vaya construyendo el hábito.
- Comunicar las acciones que se realizan en pro del medio ambiente en sus redes sociales, este tipo de contenido resulta muy interesante para los padres de familia que se preocupan por el planeta y la correcta educación de su hijos e hijas.

REFERENCIAS

- Adweek. (2014). Campaña botellas por hamburguesas Mc Donalds. [Figura 22]. Recuperado de <https://www.adweek.com/brand-marketing/consumers-trade-recyclables-burgers-mcdonalds-sweden-159775/>
- Alarcón, I. (28 de abril de 2017). Ecuador tiene un déficit en reciclar basura. El Comercio. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-deficit-reciclar-basura-contaminacion.html>
- Arias, V [@veronicaariascabanilla]. (2018, Agosto 28). [Figura 14]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BnC86xFjvdh/>
- Arias, V [@veronicaariascabanilla]. (2018, Julio 25). [Figura 13]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BlqiBzUDjuN/?tagged=quitoareciclar>
- Arias, V [@veronicaariascabanilla]. (2018, Octubre 13). [Figura 11]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/Bo3-Xf-jdp1/?tagged=quitoareciclar>
- Arroyo, A. (2016). *Plan de comunicación para incentivar la cultura de reciclaje en la ciudad de Quito, como parte del proyecto de la iniciativa para el reciclaje inclusivo (IRR)*. (Tesis de Posgrado). UDLA, Quito, Ecuador.
- Battro, A., Fischer, K., Léna, P. (2016). *Cerebro Educado*. Barcelona, España: Gedesia.
- BrandMedia. (2016). La publicidad social, directa al corazón. Tomado de <https://brandmedia.es/la-publicidad-social-directa-al-corazon/>
- Bueno, I. (2015). *Reggio Emilia: una manera diferente de trabajar en Educación Infantil*. (Tesis de Posgrado). Universidad de Granada, Granada, España.
- Casal, J. & Mateu, E. (2003). *Tipos de Muestreo*. Barcelona, España: CReSA.

- CIIFEN. (s/f). Efecto invernadero. Recuperado de http://www.ciifen.org/index.php?option=com_content&view=categor&y&layout=blog&id=99&Itemid=342&lang=e
- Ekos. (2014). Generación de residuos a nivel nacional. [Figura 2]. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1006.pdf>
- Ekos. (2014). Reciclaje por provincia en Ecuador. [Figura 3]. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1006.pdf>
- EMASEO. (2016). Campaña Quito a reciclar. [Figura 8]. Recuperado de <http://www.emaseo.gob.ec/gestion-ambiental/quitoareciclar/>
- EMASEO. (2016). Desechos especiales. [Figura 9]. Recuperado de <http://www.emaseo.gob.ec/gestion-ambiental/quitoareciclar/>
- EMASEO. (2016). Diferenciación mixta. [Figura 10]. Recuperado de <http://www.emaseo.gob.ec/gestion-ambiental/quitoareciclar/>
- Hidalgo, G. Comunicación personal, 19 de junio de 2018.
- Holguín, C. (10 de junio de 2015). 5 claves del éxito del reciclaje en Suecia. El Colombiano. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/medio-ambiente/5-claves-del-exito-del-reciclaje-en-suecia-IB2113183>
- INEC. (2014). Información ambiental en hogares. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares_2014/Documento_tecnico_Modulo_Ambiental_Hogares_2014.pdf
- INEN. (2014). Gestión ambiental. Estandarización de colores para recipientes de depósito y almacenamiento temporal de residuos sólidos. Requisitos. Recuperado de http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/249439/INEN+2841_Norma+de+colores.pdf/a7ef5d4c-b120-4b6e-8b3e-6c895fa3cfb5;jsessionid=5fmsxHVNkhphFtYPvOlytAKO?version=1.0
- Jaramillo, D. (2014). *Guía básica sobre educación infantil en Colombia*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.

- Kinder Gym. (2018). ¿Quiénes somos?. Recuperado de http://kindergym.com.ec/quienes_somos
- Kotler, P. (2018). *Marketing 3.0*. Madrid, España: LID.
- Lund, H. (1996). *Manual McGraw-Hill de reciclaje*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill
- Marketing Directo. (2013). Los mosquitos aman el azul. [Figura 6]. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/cuando-la-publicidad-no-solo-vende-sino-que-tambien-educa>
- Marketing Directo. (2013). Porcentaje de carbono en el cuerpo. [Figura 5]. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/cuando-la-publicidad-no-solo-vende-sino-que-tambien-educa>
- Marketing Directo. (2013). Ves mejor cuando estás asustado. [Figura 4]. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/cuando-la-publicidad-no-solo-vende-sino-que-tambien-educa>
- Ministerio del Ambiente. (2015). Uso de tachos recolectores. [Figura 7]. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/02/BPA-Buenas-Pr%C3%A1cticas-Ambientales1.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (s/f). Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos - PNGIDS Ecuador. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- Ministerio del Ambiente. (s/f). Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos – PNGIDS Ecuador. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- ONU. (1973). Informe de la conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio humano. Recuperado de <https://www.dipublico.org/conferencias/mediohumano/A-CONF.48-14-REV.1.pdf>

- ONU. (1992). Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/documents/declaracionrio.htm>
- ONU. (1997). Cumbre para la Tierra + 5. Periodo extraordinario de sesiones de la Asamblea General para el Examen y la Evaluación de la Aplicación del Programa 21. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/conferences/cumbre&5.htm>
- ONU. (2010). Convención Marco sobre el Cambio Climático. Recuperado de <https://unfccc.int/resource/docs/2009/cop15/spa/11a01s.pdf>
- OSMAN. (s/f). Botaderos a cielo abierto. Recuperado de <http://www.osman.es/diccionario/definicion.php?id=11792>
- Palacios, D. (2017). *Reciclaje y tratamiento de los residuos sólidos urbanos industriales en Ecuador (IRR)*. (Tesis de Posgrado).
- Perinat, A. (2015). *La primera infancia*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Pozo, F. (Productor). (2015). Reciclaje Quito tú [YOUTUBE]. De <https://www.youtube.com/watch?v=3WTFC4gXuyI>
- RAE. (2019). Definición vertedero. Tomado de <https://dle.rae.es/?id=bgC4ZJB>
- Reci Veci. (Productor). (2016). ¿Qué es ReciVeci? [YOUTUBE]. De <https://www.youtube.com/watch?v=CK5tWLQ9jbw>
- ReciVeci [@reciveci]. (2017, Enero 21). [Figura 16]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BeO23Ymnfhf/>
- ReciVeci [@reciveci]. (2018, Junio 5). [Figura 15]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BjpdmcTjfyz/?taken-by=recivec>
- ReciVeci. (2018). Manejo de residuos en Ecuador. [Figura 1]. Recuperado de <http://www.reciveci.ec/wp-content/uploads/2018/09/estadisticas.png>
- Redacción Ekos. (2014, 27 de junio). Zoom al sector del reciclaje. EKOS. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=4008>

- Rodas, M [@MauricioRodasEC]. (2018, Agosto 2). [Figura 12]. Recuperado de <https://twitter.com/search?q=%23quitoareciclar&src=typd>
- Sinek, S. (2018). *Empieza con el por qué*. Madrid, España: Empresa Activa.
- Skinner, F. (1991). *Reflexiones sobre conductismo y sociedad*. México D.F., México: Tirillas.
- Suecia. (s/f). Revolución sueca del reciclaje. Recuperado de <https://sweden.se/nature/the-swedish-recycling-revolution/>
- Supermaxi Ecuador. (Productor). (2018). Campaña: la basura en su lugar [YOUTUBE]. De <https://www.youtube.com/watch?v=k0oSp93UgrE>
- Supermaxi. (2018). Azul, reciclable. [Figura 19]. Recuperado de <http://www.supermaxi.com/contenido/hogar/supermaxi-y-megamaxi-le-invitan-a-ser-parte-de-la-nueva-campana-de-reciclaje/>
- Supermaxi. (2018). La basura en su lugar. [Figura 17]. Recuperado de <http://www.supermaxi.com/contenido/hogar/supermaxi-y-megamaxi-le-invitan-a-ser-parte-de-la-nueva-campana-de-reciclaje/>
- Supermaxi. (2018). Negro, basura común. [Figura 20]. Recuperado de <http://www.supermaxi.com/contenido/hogar/supermaxi-y-megamaxi-le-invitan-a-ser-parte-de-la-nueva-campana-de-reciclaje/>
- Supermaxi. (2018). Verde, orgánicos. [Figura 18]. Recuperado de <http://www.supermaxi.com/contenido/hogar/supermaxi-y-megamaxi-le-invitan-a-ser-parte-de-la-nueva-campana-de-reciclaje/>
- Werner, A. (2013, 21 de agosto). La publicidad 3.0 es la que educa. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/blog/anunciosluegoexistes/2012/08/la-publicidad-30-es-la-que-edu.html?ref=gesr>

ANEXOS

Anexo 1.

Entrevista Gabriela Hidalgo.



Gabriela Hidalgo

Breve descripción:

- Coordinadora académica Kinder Gym.
- Profesora titular clase de “Los Monos”.

Pregunta	Resumen respuesta
En base a su experiencia ¿cómo adquiere un hábito un niño o una niña?	Para que un hábito se cree debe haber repetición. Si no puede ser algo emergente de una sola vez, que hoy haces y luego no. Cuando repites algo ya creas un hábito.
¿Qué tiempo toma generar un hábito?	Todo va a depender de la personalidad del niño. Un hábito para alguien se puede generar en una semana o puede tardar de uno a dos meses, todo depende de qué tan flexible eres para adoptar algo nuevo. Además, para que un hábito se desarrolle de manera correcta es importante explicarle el por qué al niño, una vez que él entiende es mucho más importante y se les vuelve significativo.
Hablando del reciclaje ¿qué estrategias se pueden aplicar para desarrollar este hábito en los niños y niñas?	A mis niños les encantan los animales, si tu logras hacer una relación de que van a cuidar con el reciclaje a los animales se les va a

volver significativo hacerlo. Hay que primero empezar por esta introducción para que ellos entiendan la importancia.

También es importante explicarles cómo lo que se recicla va a ser transformado en algo nuevo. Por ejemplo, decirles que con los tubos de papel higiénico vamos a crear algo diferente, ellos van a entender que lo que están haciendo es útil.

Igualmente, va a depender del refuerzo que tengan en casa. Aquí podemos dar ideas, pero si en casa no las aplican no van a tener efecto en los niños.

¿Qué actividades genera el Kinder Gym para impulsar el reciclaje?

Una de las principales actividades es pedirles material reciclado a los papás. Sin embargo, al inicio hemos tenido papás que no lo tomaron muy en serio y en ocasiones envían fundas con basura, cosas que no se podían utilizar para las actividades.

Por mi parte si ha sido un reto empezar a dejar de pedir papelería a los papás y buscar otro tipo de recursos con material reciclado para las actividades planificadas.

¿Cuáles son los medios que más les llama la atención a los niños y niñas?

En la casa todos los niños están expuestos a videos, para cualquier cosa les ponen videos en las *tablets* o celulares. Aquí en el Kinder no los utilizamos, creo que es más importante un cuento. Si bien al inicio no había mucho interés por el grupo hacia los cuentos, ya lo estamos desarrollando.

Es importante que los niños tengan acceso al cuento y que puedan interactuar con el, que lo puedan sentir y manipular.

En esta edad, ¿qué importancia tiene leerles cuentos a los niños y niñas?

Los cuentos son muy importantes ya que los niños se pueden identificar a través de un personaje de un cuento. Es más fácil hacer conexiones de que lo que le está pasando a ese personaje también me está pasando a mi. Además de que te dejan enseñanzas y moralejas por el mismo hecho de que generan identificación.

¿Con qué personaje generan una mayor identificación los niños y niñas?

En mi clase les encantan los superhéroes. Por ejemplo, las niñas ahora juegan a ser princesas superhéroes. Los que más les gusta son: *Spiderman*, *Iron Man*. Las capas les encanta, se ponen una y se divierten mucho jugando.

Para trabajar las actividades en clase prefieres ¿utilizar material

Enviar a comprar material siempre va a ser más fácil, inclusive si comparas,

reciclado? O ¿enviarles a comprar papelería?

los trabajos se van a ver más bonitos, pero se trata de buscar otros recursos y manejar un equilibrio.

Comparando con el año pasado si se ha reducido la lista de materiales que se pedía antes.

¿De dónde sacas las ideas para utilizar material reciclado en las actividades?

Yo me apoyo mucho en el internet, si necesito algo busco un tutorial para poder hacerlo.

Cuando yo empecé no había muchas cosas de reciclaje en internet, pero hoy encuentras de todo.

Anexo 2.

Entrevista Pamela Baldus.



Pamela Baldus

Breve descripción:

- Profesora titular clase de “Los Tucanes”.

Pregunta

Resumen respuesta

En base a su experiencia ¿cómo adquiere un hábito un niño o una niña?

Adquieren hábitos mediante la rutina. Por ejemplo, aquí en el Kinder, lavarnos las manos todos los días. Hacer que los niños se den cuenta

<p>¿Qué tiempo toma generar un hábito?</p>	<p>que antes de comer hay que hacerlo vamos creando hábitos.</p> <p>Depende de qué tan significativo es el hábito que se quiere desarrollar para el niño, de qué tan importante para él es desarrollarlo. Por ejemplo, una alumna mía tiene el hábito de no utilizar sorbetes porque dice que eso mata peces, para ella es importante cuidar los animales ya que tuvo una explicación por parte de sus papás. Por tal motivo, ella lo adquirió rápido.</p> <p>Otros niños tal vez si lo ven como algo que se les impone no van a querer hacerlo ya que lo van a sentir como una obligación.</p>
<p>Hablando del reciclaje ¿qué estrategias se pueden aplicar para desarrollar este hábito en los niños y niñas?</p>	<p>Hay que volver todo muy concreto y vivencial para ellos. Por ejemplo, el hecho de que traigan material reciclable de sus casas y que vean que aquí tienen un fin específico para desarrollar algún tipo de actividad hace que entiendan lo que están haciendo.</p> <p>Además, en esta edad los niños se cuestionan todo. Cuando estamos trabajando con hojas ellos utilizan un lado y quieren otra para seguir dibujando, pero una vez que les explicas que en el otro lado también</p>

¿Qué actividades genera el Kinder Gym para impulsar el reciclaje?

se puede trabajar lo asimilan y poco a poco van adoptando esa práctica.

Empezamos desde la familia pidiéndoles el reciclaje. Hemos tenido un proceso con esto ya que al principio los papás no eran tan responsables con este tema y nos mandaban las cosas sucias. Ahora ya somos más específicas y les decimos que si nos van a enviar los tarros de leche que estén lavados y cosas por el estilo.

Todavía falta más información hacia los padres para que sepan qué materiales sirven y cuales no. Además, no todos colaboran con lo solicitado.

Por otro lado, como profesoras ponemos de parte solicitando cada vez menos listas de papelería.

Algo que podríamos mejorar como profesoras es la clasificación de los desechos ya que no lo realizamos actualmente.

¿Cuáles son los medios que más les llama la atención a los niños y niñas?

Canciones, cuentos físicos y videos. Para mi el medio principal en el aula son los cuentos definitivamente. En casa sin duda son los videos y como otro medio para que lo hagan ese rato

¿El papel sigue siendo importante para los niños y niñas? O ¿ya no es tan llamativo para ellos?

son canciones cortas que les ayude a recordar lo que van a hacer.

Creo que eso más bien es algo impuesto por nosotras como profesoras. Para el niño es igual de emocionante trabajar con papel, cartón, o cualquier otro material. Para él sigue siendo igual de emocionante y atractivo.

En esta edad, ¿qué importancia tiene leerles cuentos a los niños y niñas?

Los cuentos en esta edad son fundamentales para trabajar la parte emocional, cognitiva y de lectoescritura.

Para tratar temas emocionales que el niño atraviesa en el hogar, como tal vez el caso del papá que tiene que salir de viaje, podemos encontrar un cuento que hable de ese tema y le facilite la asimilación de la situación al niño.

¿Con qué personaje generan una mayor identificación los niños y niñas?

Los animales les encantan, pero si hay uno que les gusta más es el león. Igualmente les gusta los superhéroes, en especial *Spiderman*.

Para trabajar las actividades en clase prefieres ¿utilizar material reciclado? O ¿enviarles a comprar papelería?

Es un compromiso. Es mucho más fácil mandarles a comprar material y tener todo hecho. Pero, es el reto que tenemos como centro infantil el utilizar el material reciclado que tenemos aquí. Nosotras por lo menos estamos poniendo más énfasis en reciclar.

¿De dónde sacas las ideas para utilizar material reciclado en las actividades?

Hoy en día hay muchísima información, pueden entrar en Pinterest y buscar, o en YouTube, Facebook. Sin duda lo que más utilizamos es Pinterest y YouTube.

! ! !

+