



**CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA SOBRE EL CUIDADO DEL
MEDIO AMBIENTE ENFOCADA EN EL BUEN USO DEL PAPEL EN LA
COMUNIDAD UNIVERSITARIA DE CALI**

PROYECTO DE GRADO

DANIELA CARMONA CUÉLLAR

DANIELA GIRALDO MORENO

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

MERCADEO INTERNACIONAL Y PUBLICIDAD

SANTIAGO DE CALI

2016

**CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA SOBRE EL CUIDADO DEL
MEDIO AMBIENTE ENFOCADA EN EL BUEN USO DEL PAPEL EN LA
COMUNIDAD UNIVERSITARIA DE CALI**

DANIELA CARMONA CUÉLLAR

DANIELA GIRALDO MORENO

PROYECTO DE GRADO

PROFESOR:

VICTORIA EUGENIA CONCHA AVILA

PhD(c) Dirección de Empresas

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

MERCADEO INTERNACIONAL Y PUBLICIDAD

SANTIAGO DE CALI

2016

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	4
PALABRAS CLAVE	4
ABSTRACT	5
KEYWORDS	5
1. INTRODUCCIÓN	6
2. ANTECEDENTES	7
4. GRUPO OBJETIVO	11
5. PREGUNTA PROBLEMA.....	12
6. OBJETIVO GENERAL	12
7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
8. MARCO TEÓRICO	13
9. METODOLOGÍA.....	19
10. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	25
11. CONSUMO Y GASTO DE PAPEL DE LAS UNIVERSIDADES	31
12. PROPUESTA DE CAMPAÑA.....	33
13. ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA	34
14. CONCLUSIONES	36
15. RECOMENDACIONES.....	38
16. BIBLIOGRAFÍA.....	39
ANEXOS	40
1. GUÍA DE ENTREVISTA A DIRECTIVOS	40
2. LISTADO DE ENTREVISTADOS.....	41
3. GUIA DE ENTREVISTA A ESTUDIANTES	43
4. GUIA FOCUS GROUP	44
5. GUIA DE ENTREVISTA A EXPERTOS.....	46
TABLAS.....	47
Tabla 1.	47
Tabla 2.	48
Tabla 3.	48
Tabla 4.	48
Tabla 5.	48

RESUMEN

La contaminación del medio ambiente es un tema del cual se habla constantemente en la actualidad. Expertos en el tema continuamente escriben artículos acerca de la gravedad de este fenómeno, las empresas han emprendido planes de responsabilidad social con el fin de contribuir a esta causa, entre muchas otras acciones iniciadas con el ánimo de mitigar este daño.

Esta investigación se centra en la contaminación producida por el papel, es decir, el impacto que causa el uso desmedido del papel en el medio ambiente. De esta manera, este documento recoge información cualitativa acerca de los conocimientos y prácticas de uso y reciclaje de papel que tiene la comunidad universitaria de la ciudad de Cali.

Finalmente, se realiza un análisis de los datos obtenidos, con el fin de reunir insights que permitan el desarrollo de una campaña de comunicación publicitaria sobre el cuidado del medio ambiente enfocada en el buen uso del papel para la comunidad universitaria de la ciudad de Cali, con el fin de minimizar su uso y concientizar a las mismas sobre el impacto en el medio ambiente.

PALABRAS CLAVE

Medio ambiente, conciencia ambiental, minimización del uso del papel, reciclaje, campaña publicitaria.

ABSTRACT

Pollution of the environment is a topic that is constantly being talked about today. Experts on the subject write articles about the severity of this phenomenon, companies have undertaken social responsibility plans in order to contribute to this cause, among many other actions that have been undertaken with the aim of mitigating this damage.

This research has as its theme the pollution produced by paper, that is, the impact caused by the excessive use of paper in the environment. In this way, this document gathers qualitative information about the knowledge and practices of use and recycling of paper that has the university community of the city of Cali.

Finally, an analysis of the data obtained is carried out in order to gather insights that allow the development of an advertising communication campaign on the care of the environment focused on the good use of paper for the university community of the city of Cali in order to minimize their use and make them aware of the impact on the environment.

KEYWORDS

Environment, environmental conscience, Minimizing the use of paper, recycling, advertising campaign

1. INTRODUCCIÓN

Los cambios climáticos y los daños ambientales actuales, a los cuales se está enfrentando el planeta son debido a los abusos que la humanidad tiene con el medio ambiente y al uso desmedido de los recursos no renovables. La destrucción del ozono atmosférico, las altas temperaturas, la extinción de varias especies de animales, la contaminación, el mal manejo de los desechos tóxicos y un sin fin de artículos que llegan a los océanos, entre otros, son reflejo de la falta de conciencia que tiene el ser humano respecto a esta problemática y también de la falta de interés en emprender acciones que promuevan prácticas ambientales que contribuyan con el cuidado del medio ambiente.

El uso desmedido del papel es una de las causas de esta problemática, actualmente las instituciones educativas, utilizan grandes cantidades de papel. Es por esto que se hace fundamental que se fomente la implementación de acciones que contribuyan al uso racional de este bien y al reciclaje del mismo, con el fin de que se logre reducir el impacto medioambiental que se viene evidenciando. Una de las principales acciones que se pueden llevar a cabo son las campañas publicitarias sociales, las cuales tienen como objetivo causar impacto a las personas a quienes se dirige con el fin de lograr un cambio de comportamiento en las mismas.

Por este motivo, esta investigación tiene como objetivo general desarrollar una campaña social dirigida a la comunidad universitaria de la ciudad de Cali con el fin de concientizarla de la situación medio ambiental actual e incentivar el reciclaje y el uso racional del papel como aporte al cuidado del medio ambiente. Para cumplir con este objetivo se llevará a cabo una investigación de carácter cualitativo de tipo exploratorio, la cual tendrá como técnicas de investigación lo siguiente: Entrevistas a expertos y a la comunidad universitaria, análisis documental de las mismas y el desarrollo de un focus group.

Finalmente, se llega a la conclusión de que existe muy poca conciencia del reciclaje del papel y de los daños al medio ambiente que se causan a falta de este por parte de la comunidad universitaria. Según uno de los datos proporcionados por los expertos “de todo el papel que se produce en el país, se recupera un poco más del 50% de todo el papel y el cartón que consumimos, esa tasa compara con la de Estados Unidos y países de Europa es baja” De esta manera, se hace evidente la necesidad de emprender acciones que mitiguen este daño mediante la campaña publicitaria social, la cual debe ser de forma permanente en las instituciones con el fin de que esta cree recordación y finalmente se logre cumplir con el objetivo de la misma.

2. ANTECEDENTES

La basura ha existido desde el momento en que el hombre apareció en este planeta. Para las primeras civilizaciones, tanto para las grandes ciudades de hoy en día, la basura ha sido un problema que ha ido incrementándose. Desde la aparición del fuego la basura empezó a generarse de una forma más peligrosa. Después, con el invento del papel la producción de residuos sólidos creció, ya que durante siglos no se tuvo conciencia de cómo esto afectaba al planeta, pero después de varios años el problema se evidenció de una forma tal que el hombre tuvo que poner soluciones para contrarrestar el daño que le había hecho a la naturaleza.

Uno de los daños medioambientales que causa la fabricación y consumo del papel es la polución, es decir, la contaminación ambiental que provocan estas sustancias y desechos, los cuales generan múltiples problemas para la naturaleza y para todos los seres vivos. Es importante resaltar que no todos los tipos de papel tienen el mismo impacto ambiental, debido a que sus procesos de elaboración y su ciclo de vida son distintos, pero finalmente todos causan contaminación. El consumo desmedido del papel provoca que cada día se talen más árboles para su elaboración, lo

cual está generando la pérdida de hábitat para especies protegidas, la desaparición de flora en vías de extinción y un daño irreversible en el equilibrio del ciclo hídrico a nivel mundial. Algunas empresas que fabrican papel tiene plantaciones propias y tienen plantaciones certificadas que dicen ser sostenibles, pero estas no lo son. De acuerdo con Greenpeace, se disparará el uso de herbicidas por la moda de utilizar semillas transgénicas para mejorar la gestión industrial de las plantaciones, lo cual consumir grandes cantidades de agua, energía y madera, y a su vez se necesitan muchos medios de transporte, con lo cual se eleva la huella de carbono.

Una de las mejores soluciones frente al impacto ambiental del papel producido por el ser humano es el reciclaje. En el año de 1690 una familia llamada Rittenhouse realizó una especie de experimento en el que por primera vez se reciclaron materiales. Posteriormente, en la ciudad de New York se abrió el primer centro de reciclaje oficial en los Estados Unidos. Ya en 1970 se creó la Agencia de Protección Ambiental y se difundió con mayor interés el reciclaje.

Por otro lado, en Colombia con el fin de apoyar el impacto ambiental se han hecho diferentes campañas publicitarias que buscan concientizar y sensibilizar a las personas al cuidado del medio ambiente. Estas campañas buscan que las personas tengan cambios en su comportamiento y desarrollen ciertas conductas que ayuden a reducir el impacto de la contaminación, una de estas es el reciclaje. Del mismo modo, es importante saber que para cuidar el medio ambiente no solo basta con reciclar el papel, es fundamental que se disminuya su consumo, ya que esta es una solución que va a la raíz del problema. En la medida en que se disminuya el uso del papel, se utilicen con mayor frecuencia los medios virtuales, se reutilice el papel, entre otras prácticas que se pueden hacer, el daño se va disminuir, ya que la tala de árboles va a reducir causando un impacto positivo en el medio ambiente.

Actualmente, empresas como Greenpeace y WWF son organizaciones que tienen como misión llevar a cabo campañas para detener el cambio climático, proteger la biodiversidad, acabar con la contaminación y preservar los océanos y sus especies en todo el mundo. Estas organizaciones se han visto en la necesidad de realizar estas campañas con el fin de que el mundo vaya cambiando su mentalidad en cuanto al daño que se le hace al medio ambiente y se puedan llevar a cabo acciones correctivas y preventivas para contrarrestar este fenómeno.

Del mismo modo, empresas grandes y medianas se han preocupado por este fenómeno y han sido conscientes del daño que han causado al medio ambiente mediante los gases que expiden las diferentes industrias, el consumo masivo de tecnología, la abundancia de “cosas” que existen en el planeta, la tala de árboles, la explotación de petróleo, entre otras actividades que hacen que haya dicha contaminación. Es por esto, que estas empresas también han desarrollado campañas y prácticas de responsabilidad empresarial para contribuir a esta problemática.

De esta manera, las campañas publicitarias del medio ambiente en Colombia se han venido desarrollando con mayor auge, incentivando a que cada una de las personas y empresas se sensibilicen y comiencen a desarrollar actividades en pro del medio ambiente.

3. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación de tipo cualitativo busca detectar los principales hábitos del ser humano que están generando daño irreversible en el medio ambiente. De este modo, se pretende evidenciar la falta de conciencia que tiene la sociedad respecto a la contaminación ambiental en especial por el exceso desmedido de consumo de papel y la falta de implementación del reciclaje. Debido a que

cada vez es mayor la cantidad de papel que se utiliza en las instituciones educativas, se tiene como objetivo desarrollar una campaña social dirigida a las principales universidades de la ciudad de Cali, con el fin de generar un cambio de comportamiento en cuanto al uso del papel en las personas que están vinculadas a ellas, es decir, profesores, directivos, personal administrativo y estudiantes. De esta manera, se busca comunicar los debidos usos del papel y la manera adecuada de reciclarlo con el fin de contribuir con el cuidado del medio ambiente, tanto en el campus universitario como en su vida cotidiana. Finalmente se busca que mediante esta campaña haya una reducción del uso del papel al interior de estas instituciones , que se le dé un uso óptimo y que el papel que se usa actualmente sea amigable con el medio ambiente, es decir, que esté elaborado con materiales biodegradables.

Es pertinente decir que el reciclaje y el buen uso del papel son hábitos que se aprenden desde el seno familiar y se van fortaleciendo con el tiempo, es por esto, que por medio de la educación universitaria se puede abordar este tema de una forma más efectiva, debido al crecimiento de los seres humanos, no solo académicamente sino también como seres integrales. De esta manera, debido a que en las universidad diariamente circula gran cantidad de papel, se busca que se implementen por parte de las universidades ciertas estrategias que permitan cambiar los hábitos actuales con respecto al uso del papel y que sean estos en pro del cuidado ambiental.

De igual forma, es importante decir que algunas empresas productoras de papel se preocupan porque sus procesos sean hechos de forma responsable. Según un experto en el tema, gerente de la empresa más grande de papel en Colombia asegura que ellos recuperan el papel y el cartón trabajando desde el origen donde están generando los materiales, para que allí se clasifiquen y se seleccionen bien, para luego los acopiarlos y los compactarlos. Del mismo modo, en la planta con

los materiales lo que buscan la eficiencia en el transporte para minimizar el impacto en el medio ambiente, asegurando la disposición final adecuada de los materiales, ya que estos se utilizan como materia prima para producir papel y empaques. Así mismo, la compañía está certificada por el manejo responsable del reciclaje, por la disposición final, por la responsabilidad social, por el conjunto de las normas legales, teniendo el sello FSC, el cual certifica que el proceso de plantación o por aprovechamiento de bosque natural ha sido sostenible y toda la cadena de custodia hasta que llega al tiene un componente social, ambiental y económicamente sostenible.

Por todo lo anterior, es importante crear conciencia del buen uso del papel por medio de una campaña publicitaria y a pesar de que es una tarea ardua, la cual requiere de mucha dedicación debe hacerse. Así que para los investigadores de este proyecto resulta de suma importancia la aplicación de todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y de información adicional de expertos, fuentes externas, bases de datos, etc. para el desarrollo de esta campaña publicitaria, la cual tiene como fin un bien común debido a que a través de este tipo de proyectos se pueden apoyar este tipo de causas sociales, las cuales ayudan a la comunidad en general.

4. GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo de la investigación son algunas de las principales universidades de la ciudad de Cali, en este caso vamos a tomar tres de las más renombradas y que a su vez tienen una gran cantidad de estudiantes. Estas universidades están situadas en el sector sur de la ciudad y son: la Universidad Icesi, la Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad Autónoma de Occidente. Para efectos de la investigación consideramos apropiado incluir en el estudio a estudiantes, directivos, administrativos y terceros que sean parte de las respectivas universidades.

5. PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo hacer una campaña para que la comunidad universitaria de la ciudad de Cali se concientice de la situación medio ambiental actual e implementen el reciclaje y el uso racional del papel como aporte al cuidado del medio ambiente?.

6. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una campaña social dirigida a la comunidad universitaria de la ciudad de Cali con el fin de concientizarla de la situación medio ambiental actual e incentivar el reciclaje y el uso racional del papel como aporte al cuidado del medio ambiente.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Revisar el estado del arte sobre los principales hábitos humanos que afectan el medio ambiente.
2. Realizar un diagnóstico sobre los hábitos que existen dentro de la comunidad universitaria respecto al uso del papel.
3. Caracterizar al grupo objetivo a quien iría dirigida la campaña, con el fin de conocer su punto de vista frente a esta problemática, hábitos, insights, espacios y consumo de medios.
4. Reunir insights que sirvan de punto de partida para realizar la campaña.
5. Proponer una campaña para la concientización del uso racional del papel y el reciclaje dentro de la Comunidad Universitaria.
6. Hacer una propuesta de ejecución de la campaña.

8. MARCO TEÓRICO

Actualmente, existen varios estudios alrededor de las causas del deterioro del medio ambiente, así como de las acciones que podrían emprenderse para contrarrestar este daño. Además, existe gran cantidad de artículos que hablan acerca del deterioro global del medio ambiente y los recursos naturales. La importancia del estudio de esta problemática ha visto incrementando debido a las consecuencias que se han estado evidenciando, ya que esta es una problemática global, y por ende es un tema que afecta a toda la humanidad.

En líneas generales, puede decirse que el medio ambiente es un conjunto natural formado por tres elementos fundamentales: el suelo, el aire y el agua. Por lo que al primero de ellos se refiere, se debe distinguir entre espacio agrícola y el industrial y urbano. El primero, está formado en su mayoría por tierras destinadas al cultivo, páramos, bosques y montes. El segundo, es el que ocupa una menor proporción del espacio terrestre y suele estar dividido en dos partes: una dedicada al ejercicio de actividades industriales y otra destinada a residencia. (Revista Española De La Opinión, 1974).

En segundo lugar, según la (Revista Española De La Opinión, 1974), el aire tiene la misión de transmitir el calor del sol a la superficie terrestre, así como la de ser portador de humedad y de distintos gases necesarios para la vida. De este modo, se halla íntimamente relacionado con el clima. Por último, el agua, es un elemento que también es vital, y de este dependen los cultivos, los abastecimientos a ciudades y pueblos, la higiene, la electricidad, etc. Pero, hay que distinguir entre el agua procedente de lagos, ríos y la de los océanos.

Por otro lado, las principales afectaciones al ambiente global, se expresan en el agotamiento de

recursos naturales renovables y no renovables; en la distribución ecológica desigual del consumo de energía entre países y en la disminución de la capacidad del sistema ambiental planetario para asimilar los desechos producidos por la sociedad. Un importante problema ambiental mundial es el caso del desequilibrio en la atmósfera, causado por la producción antrópica de gases efecto invernadero, que empezó a inducir cambios en los patrones del clima global (González. Osmeý, Pérez. Wilhem, Rodríguez Ricardo, Rodríguez, Joseliana, Bastardo. Keila, 2014).

El uso irracional de los recursos naturales renovables y no renovables en actividades de naturaleza industrial, minera, agropecuaria y doméstica está impactando al ambiente produciendo efectos ecológicos sobre los ecosistemas naturales y el hombre y su dimensión socio-cultural. En los ecosistemas naturales tales como: la contaminación del aire, agua, suelo, la destrucción de la flora y fauna y la alteración del clima. En el hombre y su dimensión socio-cultural tales como: la degradación del paisaje y las enfermedades. Los efectos más graves y dañinos por los seres humanos, han sido los ocasionados a los recursos naturales como el aire, agua, suelo, flora y fauna (González. Osmeý, Pérez. Wilhem, Rodríguez Ricardo, Rodríguez, Joseliana, Bastardo. Keila, 2014).

De acuerdo con lo anterior, es importante que se emprendan acciones que incentiven el cuidado del medio ambiente, ya que de lo contrario estos recursos no renovables, que son fundamentales para la existencia de los seres humanos y seres vivos se van a ir agotando hasta su desaparición. Es por esto que se han iniciado una serie de campañas sociales desde varias perspectivas, no solo gubernamentales sino también organizacionales.

Los sucesivos fenómenos que denotan el deterioro del Medio Ambiente derivado de la profusa actividad humana hacen que los expertos académicos, los gobiernos y las distintas organizaciones

sociales, periódicamente, manifiesten su preocupación y realicen propuestas para ubicar la protección medioambiental en el centro de las discusiones. A lo largo del tiempo, estos impulsos han promovido la aprobación de diversos convenios internacionales y la adopción de distintas medidas (regulación, incentivos económicos, control, sanción) que tienen efectos sobre la actividad empresarial, y, por sobre todo, han provocado la discusión del tema con cada vez mayor asiduidad en la medida que el ambiente deja ver con mayor dramatismo las consecuencias de su degradación. (Pini. José A, 2009).

Actualmente, las empresas están comprometidas con esta problemática y aprovechan positivamente su nombre con el fin de movilizar acciones que permitan el cuidado del medio ambiente, o inculcar una cultura acerca de estas problemáticas. Su intención es promover el cambio de ideas y actitudes a grupos sociales por medio de la comunicación dirigida a la sociedad. Según el (Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia, 2006), “la responsabilidad social empresarial (RSE) se define con los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes”. Es por esto que varias empresas han elaborado planes de RSE en pro del cuidado del medio ambiente.

Por otro lado, desde la perspectiva de la publicidad social se pueden identificar una gran cantidad de campañas publicitarias en nuestro medio, en donde la proliferación de este tipo de comunicación se ha realizado sin una concepción teórica sólida, en ella ha primado la práctica por encima de la teoría: hoy en día vemos agencias de publicidad especializadas en mercadeo y publicidad social, campañas publicitarias del sector público y del privado, manejo de medios BTL directamente relacionados con los públicos objetivos (adoptantes objetivo) de la publicidad social; pero a lo que

no se le ha abierto todavía un espacio primordial en Colombia es a las teorías asociadas directamente al desarrollo de este tipo de comunicación (Orozco Toro. Jaime Alberto, 2016).

Al momento de reconocer lo que la campaña debe comunicar es la investigación de las necesidades, pero igualmente importante será decidir lo que se va a comunicar. Para algunos agentes de cambio es más importante definir lo que se va a decir que la forma en la que se piensa decir. Se debe entender entonces que ambas circunstancias son igualmente significativas. En cualquier contexto lo que se comunica al adoptante hace parte de la razón de ser de la campaña, pero la forma en que se hace determina en buena medida el éxito o fracaso de los esfuerzos de comunicación (Orozco Toro. Jaime Alberto, 2016).

Igualmente, la elaboración de una campaña de publicidad social cuenta con seis etapas, las cuales se deben realizar paso a paso con el fin de que se llegue a un buen término y se cumpla el objetivo propuesto. La primera etapa es la de investigación, en esta se realiza el análisis de la investigación, el análisis del grupo objetivo y de otros agentes de cambio. La segunda etapa es la formulación de los objetivos. La tercera es la etapa de formulación estratégica, en esta se define el tipo de comunicación a emplear, el planteamiento de las estrategias de mercadeo que se van a utilizar, el planteamiento de las estrategias de comunicación, la mezcla de mercadeo, el plan de medios y por último el presupuesto a emplear. La cuarta etapa es la formulación táctica, es decir, el cómo se van a hacer las acciones concretas. La quinta etapa es la de ejecución y por último la sexta es la de control y evaluación en donde se determina el alcance de dicha campaña (Orozco Toro. Jaime Alberto, 2016).

Por otro lado, para la elaboración de este proyecto se consultará una serie de bases de datos como ebscohost, sciencedirect y jstore, las cuales son proporcionadas por la base de datos de la

universidad Icesi de la ciudad de Cali. En esta base de datos se encontraron varios artículos, los cuales sirven como introducción a las problemáticas actuales del medio ambiente. En el texto “La protección del medio ambiente y la salud, un desafío social y ético” (Rodríguez Morales, Vilma, Bustamante Alfonso, Leticia M, Mirabal Jean Claude, Magdalena, 2011) tiene el propósito de exponer la implicación de los seres humanos en el deterioro ambiental y cómo este contexto está repercutiendo negativamente en la salud. Se aborda además, la influencia positiva de la educación ambiental en la conservación del entorno, a partir de la información disponible en anuarios y la revisión de resultados de investigaciones.

El deterioro ecológico a nivel global en los últimos años se ha agudizado, esta situación ha sido provocada por el uso indiscriminado de los recursos naturales, unido al desinterés de los países responsables de estas dramáticas condiciones, que afectan a la naturaleza y por consiguiente a la sociedad y al ser humano, incluida su salud. Los países pobres y los que están en vías de desarrollo son los más afectados con la destrucción del medio ambiente, y al mismo tiempo, los gobiernos y pueblos democráticos y progresistas, con sus proyectos sociales humanistas son los que se enfrentan hoy con sus ideas y acciones al uso egoísta, desmedido y perjudicial del medio ambiente por los países poderosos. (Rodríguez Morales, Vilma, Bustamante Alfonso, Leticia M, Mirabal Jean Claude, Magdalena, 2011). De esta manera, esta investigación da fe de que el cuidado del medio ambiente se ha convertido en un desafío social y ético, ya que involucra a toda la sociedad en varias de sus dimensiones, en especial en países como Colombia.

Otro de los textos importantes para la realización de este trabajo es el texto Educación ambiental y la formación de valores, el cual tiene relevancia para este proyecto, ya que al tener a la comunidad universitaria como grupo objetivo es de gran importancia tener información acerca de esta

educación que se genera actualmente, ya que este es un artículo que se inscribe en un proyecto de investigación iniciado por el grupo Educación Ambiental del Centro de Investigaciones Ambientales de la FAUyD. Es un trabajo que propone indagar sobre cuestiones de Ética, Valores y Hábitos. Entre las falencias que deben subsanarse se reconocen - entre otras cuestiones - la necesidad de abordar una nueva ética. Una “Ética Ambiental” que oriente las acciones humanas hacia un cambio de actitud tanto con sus congéneres como con todas las formas de vida (Maria Ester, Leiva, 2008).

Además, es importante resaltar que las acciones populares han crecido gracias a la preocupación de las personas por el medio ambiente y los daños irreversibles que se están causando, pero lamentablemente en Colombia a pesar de haber acciones populares que van atadas a las leyes del medio ambiente encontramos que la jurisprudencia colombiana inexplicablemente ha suprimido la naturaleza indemnizatoria de las acciones populares, lo que contradice en forma clara lo dispuesto por la ley colombiana. De la misma manera, la jurisprudencia colombiana, también inexplicablemente, no permite que se pague a particulares daños consecutivos provenientes de un daño colectivo, lo que también permite la ley colombiana. La jurisprudencia colombiana está desconociendo en forma flagrante la ley, lo que jurídicamente es imposible, salvo que la ley desconozca una norma constitucional y esto no ocurre en el caso de las acciones populares. (Baron Granados, Mauricio, 2010). Es por esto que las acciones populares y las campañas sociales deben estar presentes para promover a las personas al cuidado del ambiente y reforzar estos valores aprendidos en casa.

Actualmente, Colombia es un país que se preocupa por estas causas, más aún cuando es un país en el que ha sido difícil acogerse a este tipo de leyes. Es por esto que En Colombia se han efectuado dos grandes reformas de la política pública ambiental (1973-1976, y 1990-1993) que después de

un cierto grado de consolidación entraron en declive, procesos estos que el presente artículo describe e intenta explicar. En últimas, el caso de Colombia demuestra las enormes dificultades de hacer más verde al Estado, un hecho que, en general, se ha registrado tanto en países desarrollados como en desarrollo. Se muestra, además, cómo cada una de las reformas ha sido acompañada de una nueva visión sobre la relación sociedad y medio ambiente que, conjuntamente con las políticas que orientan, han entrado, con frecuencia, en conflicto con los procesos de desarrollo económico (Becerra & Becerra Rodríguez, 2009). Lo anterior nos demuestra la necesidad de efectuar este tipo de campañas que ayuden a promover este Estado verde al que se pretende y se quiere llegar.

Todo lo anterior, demuestra que en la actualidad hay un sin número de investigaciones que se han venido desarrollando alrededor de la contaminación ambiental, y de los daños irreversibles que se le está causando al planeta. Es por esto que esta investigación tiene gran relevancia en la sociedad colombiana.

9. METODOLOGÍA

Este proyecto se abordará con una investigación de carácter cualitativo exploratorio-descriptivo y se usarán como técnicas la entrevista en profundidad a diferentes participantes de la comunidad universitaria, entrevistas a expertos, la observación, focus group y un análisis documental basado en la información sobre los consumos que se realizan en las Universidades. Con el fin de cumplir los objetivos se realizarán una serie de actividades que ayudarán a recolectar información previa acerca del daño medio ambiental, reunir insights y por último elaborar la campaña publicitaria. De tal manera que este proyecto se divide en 5 etapas.

La primera etapa cubrirá el objetivo número uno (revisar el estado del arte sobre los principales hábitos humanos que afectan el medio ambiente), para esto se llevará a cabo una investigación sobre los hábitos humanos que más afectan el medio ambiente a través de investigación pertinente. Para esto se hará uso de las bases de datos proporcionadas por la universidad Icesi como lo son ebscohost, sciencedirect, jstore, entre otras. De igual forma, se realizará investigación de otras fuentes adicionales que hablen acerca del reciclaje en general y del uso del papel específicamente.

En la segunda etapa se desarrollará el objetivo número dos (realizar un diagnóstico sobre los hábitos que existen dentro de la comunidad universitaria respecto al uso del papel), de esta manera se realizará un diagnóstico de la situación actual de la Universidad frente a esos hábitos definidos en la etapa uno. De tal forma, se realizarán entrevistas a directivos de las universidades pertenecientes al grupo objetivo (Universidad Icesi, Pontificia Universidad Javeriana y Universidad Autónoma de Occidente), con el fin de indagar cuáles son sus conocimientos acerca del reciclaje de papel, sus hábitos personales e institucionales en cuanto al uso de este y su punto de vista frente a la problemática de la contaminación ambiental, (en especial con el uso inapropiado del papel) además de las posibles soluciones que se puedan implementar en una campaña para la resolución de esta problemática en cada una de las universidades nombradas anteriormente .

Estas entrevistas serán de tipo cualitativo, con el fin de reunir insights que contribuyan a la elaboración de la campaña. Con el fin de reclutar una información lo suficientemente amplia y de ayuda para la ejecución de este proyecto, se entrevistará a 2 directivos por universidad. De esta manera, la muestra será por conveniencia. (Ver guías de entrevista a directivos en anexo 1).

La observación que se realizará en esta etapa consiste en verificar la cantidad de papel que se utiliza en cada una de las instituciones universitarias, la forma como lo almacenan y si existe algún

tipo de reciclaje en las mismas. De la misma manera, esta evidencia y los datos que se recauden en las entrevistas serán almacenados audios y las entrevistas serán transcritas con el fin de ser citadas en el estudio y de la misma manera poder reunir los insights que permitan desarrollar la campaña. Es importante mencionar que al ser esta una investigación de tipo cualitativa, no se hará uso de programas estadísticos para análisis de datos. A pesar de no ser un estudio de tipo cuantitativo se establecerá el número específico de gasto de papel en las universidades para medir la efectividad del reciclaje impulsado por la campaña. Para esto se pedirá la información al departamento de compras de cada universidad.

Para el desarrollo de esta etapa, en la Universidad Autónoma de Occidente se entrevistará al Vicerrector administrativo, el señor Álvaro del Campo, debido a que este es el encargado de coordinar toda la parte administrativa de la universidad y es uno de los altos directivos, el cual podría poner en marcha la campaña propuesta. De igual manera, se entrevistará al director de programa de Ingeniería Ambiental, al señor Mario Andrés Gandini, ya que él es una persona experta en el tema ambiental y podría contribuir de manera favorable con la iniciativa de la implementación de la campaña de reciclaje de papel dentro de la institución.

En la Pontificia Universidad Javeriana, se entrevistará al rector, el señor Luis Felipe Gómez, ya que este es la mayor autoridad a la hora de toma de decisiones y es de suma importancia conocer su punto de vista frente a la problemática en cuestión y sus posibles soluciones. Además, se entrevistará a la señora Margarita María Jaramillo, quien es profesional en gestión ambiental y se encarga del manejo de todos los temas ambientales de la universidad y a su vez es la responsable de emprender acciones que fomenten esta gestión.

Por último, en la Universidad Icesi, se entrevistará a la señora Luisa Fernanda Altosarra, quien es la analista de gestión ambiental de la institución, de esta manera, es la persona encargada de diseñar e implementar acciones que fomenten el cuidado del medio ambiente en la universidad. Así mismo, se entrevistará al señor Juan Manuel González, director de programa de Mercadeo Internacional y Publicidad, ya que este programa se encarga de hacer un acompañamiento al área de gestión ambiental para la elaboración de campañas a favor de estas acciones ambientales.

En la tercera etapa se llevará a cabo el objetivo número tres (caracterizar al grupo objetivo a quien iría dirigida la campaña, con el fin de conocer su punto de vista frente a esta problemática, hábitos, insights, espacios y consumo de medios) y el objetivo número cuatro (reunir insights que sirvan de punto de partida para realizar la campaña), de tal forma se realizará una investigación del grupo objetivo a quien va dirigida esta campaña, que finalmente son los estudiantes de las respectivas universidades.

Para lograr estos objetivos se realizarán entrevistas a 3 estudiantes de cada una de las universidades del grupo objetivo. El perfil de estos estudiantes se basará en el tiempo que llevan en la institución y el programa al que pertenecen. Por este motivo los estudiantes entrevistados serán estudiantes que estén entre 7º y 9º semestre. En la universidad Icesi se escogerán 3 estudiantes del programa de Mercadeo Internacional y Publicidad, María Paula Cardona, Luisa Sánchez y Laura Rincón, ya que estos estarán en la capacidad de proporcionar información basada en sus conocimientos de mercadeo y publicidad que permitan obtener ideas de cómo guiar la campaña publicitaria; en la universidad Autónoma de Occidente se escogerán 3 estudiantes de Comunicación Social y Periodismo, David Núñez, Mariana Llano y Alejandra Samboni, ya que estos mediante sus conocimientos aportaran ideas de cómo se podría comunicar dicha campaña; por último en la

Pontificia Universidad Javeriana se escogerán 3 estudiantes carreras distintas, debido a la disposición y conveniencia en la muestra, de esta manera, se entrevistará un estudiante de Medicina, Carlos Quintero; uno de Ingeniería Industrial, Valentina Giraldo; y otro de Diseño de la Comunicación Visual, Isabela Enciso. Cada uno de estos nos podrá dar su aporte respecto a su área de interés. (Ver listado de entrevistados en anexo 2 y guía de entrevista a estudiantes en anexo 3).

De la misma manera, con el ánimo de conocer el punto de vista frente a esta problemática, hábitos, insights, espacios y consumo de medios de los estudiantes se realizará un focus group. Este focus group tendrá un total de 6 participantes, los cuáles serán personas de distintas universidades pertenecientes al grupo objetivo. Participará un estudiante de la Universidad Icesi, tres estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana y dos estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente.

Este focus se hace con el fin de escuchar las diferentes opiniones de las personas entrevistadas acerca de estado medioambiental, sus hábitos en cuanto al uso del papel y su opinión frente a preguntas específicas acerca de iniciativas ecológicas. Se pretende crear un ambiente de discusión que sirva de base para la recolección de los insights, causas y motivaciones para cambiar dicho hábito. La información recaudada en cada uno de los focus será grabada mediante un video, con el fin de observar el lenguaje corporal de cada uno de los participantes, de la misma manera, este será transcrito posteriormente para efecto de la investigación. La guía de focus group consta de cuatro preguntas generales que se le hacen a cada uno de los participantes y posteriormente catorce preguntas específicas que se discuten en la medida que se va generando la conversación. (Ver guía de focus group en anexo 4).

Finalmente, en esta etapa se realizarán entrevistas a personas expertas en el tema ambiental, con el fin de entender a fondo la problemática actual y escuchar su opinión frente al uso indiscriminado del papel y la falta de conciencia que existe actualmente en relación con este tema. De este modo, se realizarán dos entrevistas a expertos, la primera, es a la señora Carmen Ana Dereix, quien es perteneciente a la fundación WWF en Colombia, debido a que es esta fundación es la principal organización de conservación global, con presencia en más de 100 países y que cuenta con el apoyo de más de 5 millones de socios. El trabajo de WWF para conservar los recursos naturales de nuestro planeta. De esta manera, es una fuente confiable y experta sobre temas medioambientales, en este caso el reciclaje del papel. La segunda entrevista será del señor Carlos Humberto Casas, el cual es gerente de planta de la empresa productora de papel y cartón más grande de Colombia (nos reservamos el nombre de la empresa por motivos organizacionales), por tanto, al ser una empresa que trabaja directamente con el recurso podrá brindar información esencial para la investigación. De la misma manera, las entrevistas serán grabadas en audio y serán transcritas posteriormente para su respectivo análisis. (Ver guía de entrevista a expertos en anexo 5).

Para culminar esta etapa, después de haber hecho todas las entrevistas y focus group, se procederá a realizar un análisis detallado de la información obtenida para posteriormente desarrollar el objetivo número cinco. Este análisis consiste en realizar una observación en cada una de las universidades, con el fin de identificar los comportamientos de los estudiantes de dichas instituciones en cuanto al reciclaje y utilización del papel. Del mismo modo, se llevará a cabo un análisis del consumo del papel de la Universidad Icesi y en la Pontificia Universidad Javeriana, con el fin de realizar una comparación del gasto que se genera actualmente de papel bond en

cantidad y en unidades monetarias, con el que se incurría si estas resmas que se compran fueran de papel reciclado, el cual es amigable con el medio ambiente.

En la cuarta etapa se desarrollará el objetivo número cinco (proponer una campaña para la concientización del uso racional del papel y el reciclaje dentro de la Comunidad Universitaria), de esta manera, después de haber hecho el análisis y después de obtener los insights de dicha investigación, se elaborará la propuesta de campaña publicitaria con el fin de obtener un cambio en los hábitos de uso y consumo del papel al interior de las instituciones universitarias.

Por último, para culminar el desarrollo del proyecto, en la quinta etapa se realizará la propuesta de implementación de la campaña publicitaria. De esta forma, se desarrollará finalmente el objetivo número seis (hacer una propuesta de ejecución de la campaña).

10. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Después de haber realizado la investigación, se logró evidenciar la falta conciencia de la comunidad educativa en cuanto al reciclaje del papel. Tanto los estudiantes como los directivos conocen acerca de la problemática pero no existe ningún tipo de acción que estos emprendan para mitigar el daño que se le causa al medio ambiente. Por otro lado, las entrevistas que se les hicieron a las personas expertas nos permitieron conocer información de primera mano, que fue fundamental a la hora de proponer las estrategias para la campaña.

Por un lado, las entrevistas realizadas a los estudiantes muestran que hay varios elementos que son comunes en todos los que fueron entrevistados. Uno de ellos es la ausencia de acciones en pro del medio ambiente, pese a la preocupación por el medio ambiente y el daño que actualmente se le está causando que hay de los mismos. Además, se evidencia la disposición que tienen para

contribuir positivamente con esta problemática, y por último, se demuestra la falta de información que hay en cuanto a la forma de reciclar el papel.

Además, se encontró que los estudiantes tienen gran preferencia por el uso de dispositivos electrónicos, lo cual evidencia la necesidad de reducir la impresión de documentos. Se extrajeron insights como “A mi casi no me gusta usar papel”, “Si son trabajos prefiero enviarlos por internet”, “Los profesores dan talleres, quices, boletines y parciales impresos, se gasta mucho papel innecesariamente y son cosas que se pueden enviar por correo o Blackboard” y “Tratar de que no se utilice tanto papel, eliminarlo y más bien tratar de utilizar medios electrónicos”. Todo esto deja ver cómo los estudiantes están de acuerdo en incrementar el uso de las plataformas web, e-mail, entre otras plataformas virtuales que facilitan la comunicación y evitan la impresión de dichos documentos.

De esta manera, se encontró la necesidad de educar e informar a los estudiantes acerca del daño que se causa con la falta del reciclaje del papel y con las malas prácticas del mismo. Insights como “En cuanto al reciclaje del papel no tengo muchos conocimientos”, “Es necesario más que técnicas, implementar una educación en el reciclaje”; dejan ver la carencia de educación que se tiene sobre esta problemática.

Por otro lado, las entrevistas a los directivos fueron bastante importantes para la investigación debido a que estos son pieza fundamental para el desarrollo de la campaña, ya que mediante la investigación se encontró que las personas mayores son más ajenas a este tipo de problemáticas, ya que esta es una problemática relativamente actual. Además, debido a su personalidad conservadora, resulta más difícil cambiar el comportamiento que vienen teniendo hasta ahora. Por el contrario, los estudiantes y la población joven es más sensible al cambio.

De igual forma, se sabe que las acciones importantes que se pueden generar en las universidades deben ser aprobadas por estos directivos, de esta manera, es importante hacer una sensibilización de estos temas a estas personas. A su vez, estos son personas informadas que conocen sobre el tema, en especial las personas encargadas de gestión ambiental de cada una de las universidades. Los insights más relevantes, que a su vez confirman este hallazgo son: “Hoy en día los jóvenes están como más conscientes de pronto de los problemas que hay en el medio ambiente”, “Los jóvenes tienen más conciencia digamos de la que yo tuve cuando fui estudiante de la cuestión ecológica”, “Las personas hacen lo que el directivo diga entonces es súper importante ese compromiso”, “No solamente porque falta conciencia por parte de los estudiantes sino también de los profesores”.

Además, se encontró que muchos de ellos coincidieron en que la raíz del problema es el uso del papel, es decir, estas personas estuvieron de acuerdo en que se debe reducir el uso del papel, reemplazándolo por los formatos digitales. Alguno de los insights que refuerzan esta idea son: “Hoy en día es una tendencia a utilizar cada vez menos papel”, “A nivel cultural, se ha enfatizado en disminuir el consumo”, “Incluso los formatos digitales culturalmente son más cercanos a los muchachos” y “Yo me lanzaría en una campaña por el no uso del papel. Yo me voy a la raíz de la cosa”.

Igualmente, las personas directivas y de gestión ambiental también concordaron en que las campañas y acciones que se emprendan deben tener elementos que motiven a los actores, en este caso a los estudiantes, profesores, directivos, personal administrativo y visitantes de las universidades. Se evidencia la necesidad de emprender acciones que se salgan de lo tradicional. Algunos de los insights que evidenciaron esta necesidad son: “Hacer una compañía y que sea una

campaña continua”, “Algo que sea motivador”, “Para mí la campaña de poner un pendón o poner un afiche no sirve, definitivamente no sirve”, “Motivar a la gente con concursos y hacer cosas que realmente llamen la atención”, “Nuestras campañas deben ser más agresivas”.

Además, se reconoce por parte de los directivos que una de sus preocupaciones es la rentabilidad; “Cuando la persona es el doliente el recurso entonces ahí la cosa ya puede funcionar más”, esto es una muestra de que si las acciones demuestran que se puede hacer un ahorro, funciona. De tal manera, como se mencionó anteriormente, al usar papel ecológico en las impresiones que se deban hacer, se está ahorrando dinero, al tiempo que se contribuye con el medio ambiente.

Por último, el análisis de las entrevistas a los expertos fueron de gran importancia, ya que estos a través de su experiencia y conocimiento fueron pieza clave para el planteamiento de la idea de campaña. Estos expertos, aportaron su conocimiento acerca de las prácticas actuales que se implementan y algunas de las que se podrían implementar para la campaña, a la vez de aportar algunos elementos que debería tener esta para que sea efectiva y cause impacto en la población universitaria.

De acuerdo con lo anterior, se llega a la conclusión de que los conocimientos que las personas tiene actualmente en cuanto al uso del papel y el reciclaje del mismo son muy vagos y que la necesidad de educar a la sociedad es latente. Alguno de los insights que fundamentan esto son: “Nos falta mucho por trabajar mucho en la cultura el reciclaje en el país para evitar que haya tanto impacto ambiental”, “Debemos trabajar en los jóvenes y niños que son el futuro del país”. Del mismo modo, los expertos argumentan que para que una campaña sea atractiva para este tipo de instituciones debe presentar ahorros económicos en el gasto del papel. “Si tu logras que la empresa reconozca que puede tener ahorros económicos en el gasto del papel con una campaña de ahorro

de papel puede funcionar”, “Cualquier empresa se mueve por la parte económica, ese es un factor fundamental”. Estos insights fueron aportados por los expertos, lo cual confirma dicho hallazgo, que a su vez se demostró mediante la utilización del papel ecológico y la venta del material reciclado.

Finalmente, los expertos aseguran que no basta solo con lanzar la campaña, sino que es necesario que haya una estructura al interior de la institución que guíe, informe y vele por que se cumpla el objetivo. “Es como una cadena y una secuencia de acciones que hay que tener en cuenta para que funcione una campaña”, “Si tú le vas a pedir a una empresa que haga reciclaje entonces debes tener toda la estructura del proceso de la cadena de uso del papel dentro de la organización, como lo vas a implementar, como lo vas a monitorear”. Los insights anteriores evidencian esta necesidad de acompañamiento.

De acuerdo con lo dicho anteriormente, la Universidad Autónoma de Occidente es una de las más ecológicas de Colombia debido a su “campus sostenible”. Esta institución muestra a sus estudiantes su preocupación por el cuidado de los recursos ambientales pero estos creen que aún hace falta implementar ciertas prácticas y dejar a un lado tanta formalidad a la hora de entregar trabajos, e implementar más educación respecto al reciclaje. Son estudiantes dispuestos a seguir colaborando frente al reciclaje y reutilización el papel dentro de la institución ya que esto les ha creado hábitos en su vida personal positivos que aquellos estudiantes que no pertenecen a esta.

Por su parte, los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana la reconocen como un campus supremamente amplio y con gran espacio verde, que gozan de gran variedad de fauna y flora, pero estos consideran que no se tienen prácticas de reciclaje. De mismo modo, se encuentran en disposición de aportar e implementar practicas ya que son supremamente tecnológicos y prefieren

enviar trabajos por correo que gastar una hoja por un solo lado, aunque se ha visto que muchos profesores no permiten este medio y tienen muchas prácticas a la antigua que perjudican a los estudiantes hoy en día.

Finalmente, los estudiantes de la Universidad Icesi son totalmente ajenos a estas prácticas ambientales. Al interior de la institución se encuentran de las debidas canecas alrededor de esta pero no se ven resultados del reciclaje. Del mismo modo, los estudiantes no tienen muchos conocimientos debido a la ausencia de información.

De acuerdo con la observación realizada, se llega a la conclusión de que la comunidad universitaria intenta llevar a cabo acciones en pro del reciclaje de papel, pero estas no son efectivas, es decir, a pesar de que las instituciones tienen destinadas canecas de reciclaje, no complementan este tipo de acciones con información hacia los estudiantes, de tal manera que los oriente a ejercer estas prácticas al mismo tiempo que los informe acerca del impacto medio ambiental real en el que se está incurriendo actualmente.

También, es importante rescatar que pese a la falta de información y falta de conciencia que tienen los estudiantes en cuanto al reciclaje de papel la disminución de uso, cuando se les preguntó acerca de su disposición a emprender acciones y colaborar en pro de estas si se llevaran a cabo en cada una de sus universidades, estos respondieron de manera favorable, lo cual demuestra la latente necesidad de emprender este tipo de acciones a la vez que se motive a la comunidad a hacerlo.

Finalmente, una de las conclusiones más importantes es la necesidad de disminuir el uso del papel a la hora de entregar trabajos por parte de los estudiantes y de los profesores, y también de las comunicaciones internas por parte del personal administrativo. De esta manera, es importante que

se utilice con mayor frecuencia las plataformas virtuales que cada universidad dispone, para aprovechar la tecnología con la que cuentan actualmente.

11. CONSUMO Y GASTO DE PAPEL DE LAS UNIVERSIDADES

Durante la investigación se utilizó la información de dos universidades con el fin de realizar un análisis consolidado y ver tendencias de consumo de papel en las mismas. Así mismo, se tiene como objetivo realizar una comparación de la cantidad de dinero que se destina actualmente para las compra de resmas de papel bond versus el gasto en el que se incurriría si estas resmas fueran de papel ecológico, el cual es amigable con el medio ambiente.

De acuerdo con la información obtenida por una de las universidades, se pudo observar que entre los meses Febrero a Octubre del año 2015 se consumió un total de 2.983 resmas de papel bond, las cuales dieron un total de 21.771.388 millones de pesos. Para estimar el precio unitario, se dividió la cantidad de gasto en millones entre la cantidad de resmas, con el fin de hacer una comparación del gasto en resmas de papel bond con el gasto en el que se incurriría si se utilizara papel ecológico, siendo el precio de este de 7.500 pesos (Ver en tabla 1 y 2).

Para tener un resultado exacto se necesitaría el costo unitario de cada una de las resmas, información que no fue proporcionada por la fuente. De igual forma, se evidencia que la diferencia estimada en el tipo de papel es de 601.112 pesos, lo cual no es un valor alto en comparación con el gasto, pero, si es traducido en el impacto medio ambiental al usar este papel ecológico en vez del papel bond (Ver en tabla 3).

Del mismo modo, en otra de las universidades, se encontró que el precio de una resma de papel ecológica es de 7.500 pesos sin IVA, encontramos que la cantidad de gasto en millones de pesos

es inferior al gasto de papel bond. De esta manera, se obtiene un ahorro de 3.875.750 millones de pesos, a la vez de que se reduce el impacto ambiental (Ver en tabla 4 y 5).

Con los resultados obtenidos se puede observar que la iniciativa de utilizar papel ecológico al interior de las universidades resulta además de ser responsable, una iniciativa que representa reducción de gastos. Además, es importante rescatar que las empresas ganan dinero cuando venden el material reciclado; empresas como Kimberly compran el papel que se recicla en las instituciones para la producción de papel reciclado. Esta es otra manera de contribuir con el medio ambiente a la vez de generar ingresos para las instituciones.

Finalmente, después de obtener los análisis y los resultados de la investigación, se puede concluir que existen ideas fundamentales para el desarrollo de la quinta etapa del proyecto, proponer una campaña para la concientización del uso racional del papel y el reciclaje dentro de la Comunidad Universitaria. Estas ideas finales son:

1. La campaña debe estar enfocada en primera instancia a los directivos, para que a su vez se divulgue los docentes y se ejecute efectivamente.
2. Se debe evidenciar el ahorro en el gasto de papel y ganancias en la venta del reciclaje del mismo.
3. La campaña debe educar a la población y fomentar una cultura del reciclaje.
4. La campaña debe motivar, incentivar e impactar a la población.
5. Se debe establecer una “tendencia” del uso responsable y del reciclaje de papel.
6. La campaña debe ser permanente.
7. Se deben buscar aliados estratégicos para la implementación del papel ecológico y la venta del reciclaje.

12. PROPUESTA DE CAMPAÑA

Concepto: Pero haz algo.

Copy: Piensa el triple, haz el doble, utiliza la mitad.

El concepto de la campaña es “pero haz algo”. Este nace de la necesidad de hacer un llamado a la acción a la comunidad educativa, con el fin de que se emprendan acciones en pro del buen uso del papel. Para esto, se llevarán a cabo una serie de estrategias para guiar a la comunidad en estas prácticas ambientales.

Actualmente, los jóvenes son más conscientes de las problemáticas ambientales y de la necesidad de ejercer acciones que promuevan este tipo de iniciativas, pero falta la acción. Es decir, estas problemáticas ambientales, la necesidad del reciclaje y la reutilización del papel, el buen uso del mismo, entre otras, son evidentes y las personas lo reconocen, pero no se emprenden acciones para mitigar los impactos que estos causan en el medio ambiente.

Por lo anterior, se llegó a “pero haz algo” con la finalidad de que el problema no quede solo en palabras y evidencias, sino que del mismo modo, cada una de las personas que vean la campaña sigan estas estrategias planteadas y hagan algo al respecto.

Por otro lado, el encabezado de la campaña “Piensa el triple, haz el doble, utiliza la mitad” se diseñó para llamar la atención de la comunidad educativa, y que las personas que están al interior de las instituciones se tomen el tiempo de comprender el mensaje y que se concienticen de que es importante que se piense más allá de lo que normalmente se piensa en cuanto a estas problemáticas ambientales, que hagan el doble respecto al diario vivir y a cosas buenas que se piensan pero jamás se ejecutan y por último que utilicen la mitad en cuanto al papel y también en cuanto a

desechos, los cuales se deben utilizar de una manera responsable. Finalmente, la idea es que el encabezado logre que las personas se detengan a leer el anuncio y a hacer algo al respecto.

Respecto al tono de la comunicación se sugiere que en cuanto a su contenido sea de forma argumental, ya que este no solo ofrece información, sino que a su vez brinda fundamentos racionales acerca del porqué se debe reciclar y disminuir el uso del papel. En este caso, es importante que se proporcione información actual acerca de la cifra de tala de árboles y daño ambiental. De acuerdo con el modo, es importante que este sea reflexivo, ya que se necesita tocar los sentimientos de la comunidad, con el fin de crear un sentido de pertenencia con la universidad y que este mensaje a su vez sea llevado a casa e implementado en su diario vivir.

Finalmente, en cuanto a piezas gráficas e imagen se recomienda que éstas evidencien las cifras que se proporcionen, es importante que estas imágenes sean evidencia de la situación actual, por ejemplo, se pueden mostrar bosques desforestados, hábitats en vías de extinción, la falta de reservas naturales y sus consecuencias, entre otras. De esta forma, estas imágenes estarán dando evidencia gráfica del tono que se quiere usar para la campaña. Lo que se quiere lograr es que las personas reflexionen al ver estas imágenes que van acompañadas del copy y finalmente que se motiven a llevar a cabo las acciones propuestas.

13. ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA

La campaña está dirigida a cada una de las universidades, y se realizará de forma permanente, las estrategias para esta son las siguientes:

1. Implementar toda la papelería de las universidades en papel reciclado donde todos los documentos internos sean entregados en este tipo de papel y de esta manera se invite a reciclar este de la debida manera para colaborar con el medio ambiente.
2. Con el fin de lanzar la campaña, se proyectará un video en cada uno de los salones de las universidades, en el cual se muestre el impacto que se está causando en el medio ambiente con la problemática del papel, este video debe tener cifras y datos actualizados. El video finalizará con la imagen de la campaña, junto al encabezado “Piensa el triple, haz el doble, utiliza la mitad, pero haz algo”.
3. Promover mensajes en las emisoras principales de la ciudad, en las cuales se haga una pauta recordando a quienes se desplazan a las universidades la campaña.
4. Poner de fondo de pantalla de los computadores de las universidades la imagen principal de la campaña, la idea es que se pongan en los salones y en las pantallas de toda la planta física, manteniendo una continuidad de este al interior de las universidades.
5. Disponer personas que incentiven el de reciclaje de papel al interior de las instituciones, las cuales inviten a los estudiantes a minimizar el uso de este entregando folletos en papel reciclado que muestren la campaña.
6. Imprimir en papel 100% reciclado la imagen de la campaña en tamaños pequeños para que todo el personal administrativo y estudiantes las ponga en su lugar de trabajo y permanentemente se esté viendo este y cree recordación para que se vuelva un hábito en cuanto a la reducción del uso del papel dentro de las instituciones.
7. Promover dentro de las universidades un límite mensual de uso de papel en las impresoras de esta para que las personas se concienticen y dejen de imprimir documentos innecesarios; esta será por medio de la entrega de cierta cantidad de resmas de papel

reciclado para que las personas lleven un seguimiento de cuanto papel utiliza mensual y cuanto le sobra para que muestre cuál es su aporte al medio ambiente.

8. Poner en las agendas de las universidades imágenes que muestren el impacto medio ambiental que causa el uso indiscriminado del uso del papel y las consecuencias que se están generado, con el fin de crear recordación del mensaje y la campaña.
9. Invitar a los docentes de las universidades a que no reciban más trabajos ni documentos en físico, que los quices y demás talleres sean entregados de manera virtual, para eso están las plataformas de las universidades donde ellos pueden poner una hora de envío de este mismo y se evite tanto uso del papel.
10. Programar un día específico cada semestre donde se haga una colecta masiva de residuos tanto de papel como pilas y artículos que no sepan donde depositar, para que los estudiantes lleven todos estos a las universidades y puedan depositarlos en un lugar especial dándoles la garantía de que la universidad hará el uso debido de estos desechos.

14. CONCLUSIONES

1. De todo el papel que se produce en el país, se recupera un poco más del 50% de todo el papel y el cartón que consumimos, esa tasa compara con la de Estados Unidos y países de Europa es baja.
2. En el estado del arte en cuanto a los principales hábitos humanos que afectan el medioambiente se encontraron que las principales afectaciones al ambiente global, se expresan en el agotamiento de los recursos naturales renovables y no renovables, en la distribución ecológica desigual del consumo de energía entre países y en la disminución

de la capacidad del sistema ambiental para asimilar los desechos producidos por la sociedad.

3. Se encontró que los efectos de los seres humanos sobre el ambiente son derivados del uso irracional de los recursos en actividades de naturaleza industrial, minera, agropecuaria y doméstica. Los principales efectos son sobre el aire, el agua, el suelo y la flora y fauna.
4. La comunidad educativa de la ciudad de Cali tiene muy poca conciencia del daño medioambiental que se causa con el mal uso del papel, de igual forma, se nota que existen muy pocos hábitos de reciclaje de este recurso por parte de los estudiantes de las universidades que se investigaron (Universidad Icesi, Pontificia Universidad Javeriana y Universidad Autónoma de Occidente), al igual que de los directivos de las mismas.
5. Son muy pocos los hábitos que se llevan a cabo por parte la comunidad educativa. Tanto los estudiantes como personal administrativos evidencian carencia de hábitos no solo al interior de las instituciones, sino también en sus hogares.
6. Es necesario desarrollar una campaña social en la comunidad universitaria de la ciudad de Cali con el fin de concientizarla de la situación medio ambiental actual e incentivar el reciclaje y el uso racional del papel como aporte al cuidado del medio ambiente, ya que estos son temas que cada día son más preocupantes debido a los impactos ambientales que se ocasionan.
7. La comunidad educativa debe ser llamada mediante sentimientos, es decir, se debe sensibilizar mediante datos, imágenes, e información que no solo informe sino que también impacte a la comunidad.
8. Las universidades investigadas llevan a cabo algunas acciones en pro del buen uso del papel pero no la comunican a los estudiantes y personas de la institución. Es importante

que la comunicación se haga, ya que esto crea sentido de pertenencia e incentiva a la comunidad a contribuir.

9. El uso de papel reciclado resulta mucho más económico a diferencia de la percepción que las personas tenían de que este era más costoso. De esta forma, mientras se ahorra en costos también se contribuye al cuidado del medio ambiente.
10. La campaña que se lleva a cabo debe ser constante, es decir, debe permanecer en las universidades con el fin de lograr que esta sea efectiva y tenga recordación por parte de la comunidad educativa.

15. RECOMENDACIONES

- Llevar un seguimiento del gasto de papel por parte del departamento de compras de cada una de las universidades investigadas, con el fin de evaluar los resultados obtenidos con la campaña.
- Realizar encuestas de forma aleatoria a los estudiantes de cada una de las universidades con el fin de conocer su percepción acerca de la campaña implementada.
- Controlar el uso de impresiones de trabajos entregados a los docentes de las universidades e incentivar el uso de las plataformas virtuales.

16. BIBLIOGRAFÍA

Barón Granados, Mauricio. (2010). Las acciones populares y de grupo en el derecho. Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas. EBSCOhost. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S165789532010000200004&lng=en&nrm=iso.

Becerra, Manuel Rodríguez. (2009) . ¿Hacer más verde al Estado Colombiano?. Revista de Estudios Sociales. EBSCOhost. Recuperado de http://www.mendeley.com/research/hacer-más-verde-al-estado-colombiano/?utm_source=desktop&utm_medium=1.16.1&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bf8a4634f-19b5-40f3-8f96-d5021007c075%7D

González. Osmeý, Pérez. Wilhem, Rodríguez Ricardo, Rodríguez, Joseliana, Bastardo. Keila. (2014). *Problemas ambientales/Medio ambiente*. Instituto Universitario Politécnico Santiago Nariño. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos102/problemas-ambientales-medio-ambiente/problemas-ambientales-medio-ambiente.shtml>

María Ester, Leiva. (2008). Educación ambiental y la formación de valores. + A: Investigación + Acción. EBSCOhost. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=44306330&lang=es&site=ehost-live>.

Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>

Morales, Francisco. (2015, abril). Marketing social vs Publicidad social. Recuperado de <http://www.roastbrief.com.mx/2015/04/marketing-social-vs-publicidad-social/>.

Orozco Toro, Jaime Alberto. (2016). *Diseño de estrategias De publicidad social*. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_ auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6047.pdf

Página web de Ecología verde: <http://www.ecologiaverde.com/impacto-ambiental-de-la-fabricacion-y-consumo-del-papel/>

Página web de inspiration: <https://www.inspiration.org/cambio-climatico/contaminacion/tipos-de-contaminacion/contaminacion-ambiental>

Página web de WWF en Colombia: <http://www.wwf.org.co/>

Pini, José A. (2009). Responsabilidad Social y Medio Ambiente. El Rol del Estado. Recuperado de: [http://www.ccee.edu.uy/investigacion/lineas/etica/Responsabilidad Social y Medio Ambiente. El Rol del Estado.pdf](http://www.ccee.edu.uy/investigacion/lineas/etica/Responsabilidad_Social_y_Medio_Ambiente.El_Rol_del_Estado.pdf)

Revista Española De La Opinión Pública . (1974). Contaminación Y Medio Ambiente. (38), 307-324. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/40182258>

Rodríguez Morales, Vilma, Bustamante Alfonso, Leticia M, Mirabal Jean-Claude, Magdalena. (2011). La protección del medio ambiente y la salud, un desafío social y ético. actual. Rev Cub Salud Publica. EBSCOhost. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&npid=S0864-34662011000400015.

ANEXOS

1. GUÍA DE ENTREVISTA A DIRECTIVOS

La siguiente entrevista es con fines netamente académicos, se desarrolla con el fin de recolectar información que permita responder a la pregunta problema de este proyecto de grado: ¿Cómo

hacer una campaña para que la comunidad universitaria de la ciudad de Cali se concientice de la situación medio ambiental actual e implementen el reciclaje y el uso racional del papel como aporte al cuidado del medio ambiente?.

1. ¿ Cuáles son sus conocimientos acerca del reciclaje del papel?
2. ¿ Qué hábitos tiene en cuanto al reciclaje del papel?
3. En promedio ¿Cuántas hojas de papel utiliza al día?
4. ¿De qué manera se recicla el papel dentro de la institución?
5. ¿Ha visto campañas de reciclaje de papel? ¿Cuáles?
6. ¿Qué impacto causa en usted las campañas de reciclaje de papel que ha visto?
7. ¿Alguna vez ha utilizado papel reciclado? ¿Con qué fin lo ha hecho?
8. ¿Considera que la universidad debería emprender acciones en pro del buen uso del papel?
9. ¿Cree usted que los estudiantes de la universidad tienen algún tipo de consciencia del buen uso del papel?
10. ¿Alguna vez ha emprendido iniciativas que fomenten el cuidado del medio ambiente dentro de la institución?
11. ¿Qué acciones cree usted que se podrían implementar para el reciclaje de papel dentro de la institución?

2. LISTADO DE ENTREVISTADOS

- Entrevistados
- Universidad Icesi

Directivos

1. Luisa Fernanda Altosarra Contreras / Analista de gestión ambiental / SOMA
2. Juan Manuel González / Director de programa Mercadeo Internacional y Publicidad

Estudiantes

1. María Paula Cardona / Estudiante 9 semestre MIP
2. Luisa Fernanda Sánchez / Estudiante 9 semestre MIP
3. Laura Andrea Rincón / Estudiante 9 semestre MIP

- Universidad Pontificia Javeriana

Directivos

1. Margarita María Jaramillo / Profesional en gestión ambiental
2. Luisa Felipe Gómez Restrepo / Rector

Estudiantes

1. Valentina Giraldo Matiz / Estudiante 9 semestre Ingeniería Industrial
2. Carlos Andrés Quintero / Estudiante 7 semestre Medicina
3. Isabela Enciso Sánchez / Estudiante 7 semestre Diseño de la Comunicación Visual

- Universidad Autónoma de Occidente

Directivos

1. Mario Andrés Gandini / Director de programa Ingeniería Ambiental
2. Álvaro del Campo Parra / Vicerrector administrativo

Estudiantes

1. David Núñez / Estudiante 7 semestre Comunicación Social y Periodismo
2. Mariana Llano / Estudiante 7 semestre Comunicación Social y Periodismo
3. Alejandra Samboni / Estudiante 9 semestre Comunicación Social y Periodismo

• Invitados Focus Group

1. Linett Laudith Osorio / Pontificia Universidad Javeriana
2. Alejandra Samboni Daza / Autónoma de Occidente
3. David Núñez Nogales /Autónoma de Occidente
4. Valentina Giraldo Matiz /Pontificia Universidad Javeriana

5. Carlos Andrés Quintero Orozco / Pontificia Universidad Javeriana

6. Daniela Becerra Guerrero / Universidad Icesi

3. GUIA DE ENTREVISTA A ESTUDIANTES

La siguiente entrevista es con fines netamente académicos, se desarrolla con el fin de recolectar información que permita responder a la pregunta problema de este proyecto de grado: ¿Cómo hacer una campaña para que la comunidad universitaria de la ciudad de Cali se concientice de la situación medio ambiental actual e implementen el reciclaje y el uso racional del papel como aporte al cuidado del medio ambiente?.

1. ¿Cuáles son sus conocimientos acerca del reciclaje del papel?
2. ¿Qué hábitos tiene en cuanto al reciclaje del papel?
3. ¿En su casa tienen hábitos de reciclaje del papel? ¿Cuáles?
4. En promedio ¿Cuántas hojas de papel utiliza al día?
5. ¿De qué manera se recicla el papel dentro de la institución?
6. ¿Ha visto campañas de reciclaje de papel? ¿Cuáles?
7. ¿Qué impacto causa en usted las campañas de reciclaje de papel que ha visto?
8. ¿Alguna vez ha utilizado papel reciclado? ¿Con qué fin lo ha hecho?
9. ¿Cree que la universidad emprende acciones que fomenten el reciclaje del papel?
10. ¿Considera que la universidad es vista como una institución que se preocupa por el cuidado del medio ambiente?
11. ¿Qué tan dispuesto estaría usted a contribuir positivamente si la universidad emprendiera acciones que fomenten el reciclaje del papel?

4. GUIA FOCUS GROUP

El siguiente focus group es con fines netamente académicos, se desarrolla con el fin de recolectar información que permita responder a la pregunta problema de este proyecto de grado: ¿Cómo hacer una campaña para que la comunidad universitaria de la ciudad de Cali se concientice de la situación medio ambiental actual e implementen el reciclaje y el uso racional del papel como aporte al cuidado del medio ambiente?.

Nombres de los participantes / Universidad / Cargo o programa al que pertenece / Edad

1. Linett Laudith Osorio/Pontificia Universidad Javeriana/Administración de Empresas/21
2. Alejandra Samboni Daza/Autónoma de Occidente /Comunicación social y periodismo/22
3. David Núñez Nogales/Autónoma de Occidente / Comunicación social y periodismo/20
4. Valentina Giraldo Matiz /Pontificia Universidad Javeriana / Ingeniería Industrial / 22
5. Carlos Andrés Quintero Orozco / Pontificia Universidad Javeriana / Medicina / 23
6. Daniela Becerra Guerrero / Icesi / Mercadeo Internacional y Publicidad / 21

- Presentación
 - a. Presentación de las Moderadoras. Para que estos se sientan familiarizados al momento de realizar las preguntas.
 - b. Motivo de la reunión. Se explicara el porqué de la reunión.
 - c. Presentación de los Integrantes. Cada integrante tendrá tiempo para conocerse y así ser llamados por sus nombres.
 - d. Tiempo de duración: 40 minutos aproximadamente.
- Explicación Introdutoria para la Sesión de Grupo
 - a. Se le informa a los participantes que se grabará la entrevista y se les invitará a ponerse cómodos.

- b. Se les pedirá el favor de que hable una sola persona a la vez y se levante la mano para indicar que quiere hablar.
 - c. Se les hará saber que si alguno de los integrantes tiene una opinión diferente a las demás personas del grupo, es importante que lo haga saber.
 - d. Se responderá a cualquier tipo de pregunta.
- Preguntas Generales o de Apertura
 - a. ¿Qué sabe acerca de la situación medioambiental actual?
 - b. ¿Qué tan importante considera que es el reciclaje del papel para el medio ambiente?
 - c. ¿Tiene conocimiento de campañas en pro del reciclaje de papel?
 - d. ¿Qué le motivaría a usted a contribuir en pro de una campaña del reciclaje de papel, es decir, qué información le gustaría que esta mostrara?
 - Preguntas Específicas (Hoja de papel reciclado)

Para llevar a cabo estas preguntas se les presentara a los integrantes una hoja reciclada la cual contiene información académica, con el fin de ejemplificar la iniciativa del uso del papel reciclado en las instituciones educativas, en este caso en la universidad a la cual pertenecen.

- a. ¿Alguna vez ha usado este tipo de papel?
 - b. ¿Con qué fin lo ha usado?
 - c. ¿Con qué frecuencia usted utiliza papel reciclado?
 - d. ¿Prefiere usar papel reciclado o el papel bond? ¿Porqué?
 - e. ¿Qué le parece este tipo de papel para el uso diario?
 - f. ¿Le gusta este tipo de papel reciclado?¿Por qué?
 - g. ¿Qué pensaría de una iniciativa por parte de la universidad de implementar este tipo de papel para uso institucional?
- Preguntas Específicas (Caja recicladora)

Para llevar a cabo estas preguntas se les presentara a los integrantes caja recicladora, la cual es hecha con cartón corrugado y tiene el sello FSC. Esto con el fin de conocer su percepción de la implementación de esta en su cotidianidad.

- a. ¿Cuál es su percepción de esta caja recicladora?
- b. ¿Haría uso de esta caja en su casa o lugar de estudio/trabajo?
- c. ¿Considera que esta caja es útil y cumple correctamente con su función?

- Preguntas Específicas (Bolsa ecológica)

Para llevar a cabo estas preguntas se les presentara a los integrantes una bolsa ecológica la cual es hecha con papel de árboles de bosques cultivados, cuenta con el sello ambiental colombiano y el sello FSC, con el fin de conocer su percepción de la implementación de esta en su cotidianidad.

- a. ¿Cuál es su percepción de esta bolsa papel?
- b. ¿Qué tan funcional considera que es esta bolsa de papel?
- c. ¿Usaría esta bolsa para transportar elementos que normalmente usa?
- d. ¿Le daría varios usos a esta bolsa, como por ejemplo llevarla al supermercado para que empaquen en esta sus productos?

- Agradecimiento por la Participación

Se les agradece a los integrantes por su participación y por la calidad de respuestas que se obtuvo en las preguntas. A cada participante se le entregará un pequeño obsequio.

5. GUIA DE ENTREVISTA A EXPERTOS

La siguiente entrevista es con fines netamente académicos, se desarrolla con el fin de recolectar información que permita responder a la pregunta problema de este proyecto de grado: ¿Cómo hacer una campaña para que la comunidad universitaria de la ciudad de Cali se concientice de la situación medio ambiental actual e implementen el reciclaje y el uso racional del papel como aporte al cuidado del medio ambiente?.

1. ¿Cuáles son sus conocimientos acerca del reciclaje del papel?

2. ¿Qué tan importante considera usted que es el reciclaje del papel? ¿Por qué?
3. ¿Qué hábitos tiene en cuanto al reciclaje del papel?
4. ¿Ha visto campañas de reciclaje de papel? ¿Cuáles?
5. ¿Qué impacto causa en usted las campañas de reciclaje de papel que ha visto?
6. ¿Qué prácticas ha implementado en la compañía sobre el reciclaje del papel?
7. ¿Cuáles son los procesos de reciclaje de papel que la compañía utiliza?
8. ¿Qué piensa sobre utilizar papel reciclado en el día a día al interior de la compañía?
9. ¿Qué cree que le haga falta implementar a esta compañía para el cuidado del medio ambiente?
10. ¿Qué aspectos o características considera usted que debe tener una campaña para el reciclaje del papel para que sea efectiva y cause impacto en las instituciones educativas, especialmente las universidades de la ciudad de Cali?

TABLAS

Tabla 1. Consumo de papel Bond, año 2015 Febrero - Octubre

Mes	Cantidad resmas	Valor sin IVA
Febrero	226	\$ 1.666.871
Marzo	673	\$ 4.677.164
Abril	140	\$ 1.069.645
Mayo	289	\$ 2.151.911
Junio	210	\$ 1.493.310
Julio	128	\$ 993.518
Agosto	296	\$ 2.114.471
Septiembre	408	\$ 2.910.903
Octubre	613	\$ 4.693.595
Total	2.983	\$ 21.771.388

Fuente: Departamento de compras

Tabla 2. Consumo de papel Bond con precio promedio

Año	Cantidad resmas	Precio Unitario Promedio	Valor sin IVA
2015	2983	\$ 7.298	\$ 21.771.388

Tabla 3. Consumo estimado de papel ecológico

Mes	Cantidad resmas	Precio Unitario sin IVA	Valor sin IVA
2015	2983	\$ 7.500	\$ 22.372.500

Tabla 4. Consumo de papel Bond, año 2015

Nombre	Cantidad	Precio unitario sin IVA	Valor sin IVA
PAPEL CARTA FOTOCOPIA LASER 75 GRS REPROGRAF	6713	\$ 7.750	\$ 52.025.750
PAPEL CARTA FOTOCOPIA-LASER 75G OFIXPRESROPAL	270	\$ 7.750	\$ 2.092.500
PAPEL OFICIO FOTOCOPIA LASER 75 GRS REPROGRAF	657	\$ 10.500	\$ 6.898.500
PAPEL OFICIO FOTOCOPIA-LASER 75G OFIXPRES PROPAL	53	\$ 10.500	\$ 556.500
	7.693		\$ 61.573.250

Fuente: Departamento de compras.

Tabla 5. Consumo estimado de papel ecológico.

Cantidad	Precio unitario sin IVA	Valor sin IVA
6713	\$ 7.500	\$ 50.347.500
270	\$ 7.500	\$ 2.025.000
657	\$ 7.500	\$ 4.927.500
53	\$ 7.500	\$ 397.500
7.693		\$ 57.697.500