

M  
036

I N S T I T U T O   V A L L E C A U C A N O   D E  
I N V E S T I G A C I O N E S   C I E N T I F I C A S  
I.N.C.I.V.A.

PAUTAS PARA EL DISEÑO DE UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL

SEGUNDO INFORME:

RESULTADOS DE LA ENCUESTA SOBRE EL INSTITUTO,

ANALISIS Y RECOMENDACIONES

Por: FEDERICO ARROYAVE

## INDICE

	Pag.
INTRODUCCION	
NECESIDAD DE LA ENCUESTA Y METODOLOGIAS.....	1 - 3
CUADRO # 1: PRIMEROS DATOS GLOBALES POR CIUDADES.....	4 - 9
CUADRO # 2: RESPUESTAS POR SECTORES SOCIALES A LA PRIMERA PREGUNTA.....	10
CUADRO # 3: RESPUESTAS PROMEDIO POR CIUDADES A LA PRIMERA PREGUNTA.....	11
CUADRO # 4: DATO GLOBAL FINAL DE LAS RESPUESTAS A LA PRIMERA PREGUNTA.....	12
CUADRO # 5: RESPUESTAS PROMEDIO POR CIUDADES Y POR SECTORES A LA TERCERA PREGUNTA.....	13
CUADRO # 6: RESULTADO FINAL GLOBAL DE LAS RES- PUESTAS A LA TERCERA PREGUNTA.....	14
CUADRO # 7: COMPARACION DE LAS RESPUESTAS A LA PRIMERA Y TERCERA PREGUNTAS.....	15
EVALUACION DE RESULTADOS.....	16
FORMULACIONES QUE SURGEN DE LA LECTURA EVALUATIVA DE LA ENCUESTA.....	17 - 18
LOS CENTROS OPERACIONALES Y LA DIFUSION E IMAGEN DEL INCIVA.....	19
RECOMENDACIONES.....	20
LOS CENTROS OPERACIONALES Y LA PROMOCION DE CLUBES JUVENILES ECOLOGICOS Y ASOCIACIONES DE AMIGOS DE CADA CENTRO.....	21

## INTRODUCCION

Uno de los objetivos trazados para la investigación sobre el INCIVA y su proyección a la comunidad, es el de captar el grado de conocimiento que la opinión pública vallecaucana tiene sobre el Instituto. Ello, además de indicar cuantitativamente hasta qué punto el Instituto es conocido, le permitirá trazar estrategias, planes y programas que lleguen a capas más amplias de la población incorporandolas dinámicamente a estos.

Una primera exigencia de éste objetivo, la constituyó la necesidad de adelantar una encuesta directa que midiera con alguna precisión el grado de conocimiento que tienen los vallecaucanos sobre la Institución. A ésta exigencia se respondió con la realización, bajo nuestra dirección, de la encuesta tipo "muestreo poblacional" y cuyos resultados respectivamente tabulados son presentados en ésta segunda entrega del informe. Se acompaña este informe con los correspondientes análisis, lecturas de datos y recomendaciones a que dieron lugar.

En la última parte se hace un esbozo de los delineamientos generales de lo que constituirá el tercer informe y que tiene que ver con la creación, sostenimiento y asesorías de Asociaciones de Amigos de los Centros Operacionales y Clubes Juveniles Ecológicos que aseguren una efectiva relación recíproca entre el Instituto y la comunidad a la cual quiere proyectarse.

## 1. CONOCIMIENTO POR PARTE DE LA OPINION VALLECAUCANA DE LA ACCION DEL INCIVA

Para tener una aproximación de tipo cuantitativo que de alguna manera midiera el conocimiento o no que el común de las gentes del Valle tienen sobre el INCIVA y su acción, se realizó un muestreo de campo con técnica de encuesta directa en los principales núcleos urbanos del Departamento procurando respuestas en los estratos bajo, medio y altos de la población, a quienes se les hizo el siguiente simple cuestionario:

1. Sabe Usted qué es y qué hace el INCIVA?
2. Considera importante o valora la acción que cumple el Instituto Vallecaucano de Investigaciones Científicas?
3. Sabe Usted qué son y qué función cumplen los Centros Operacionales del INCIVA?

### 1.1. METODOLOGIAS

Con técnica de encuesta directa la primera pregunta se hizo escueta, sin ninguna explicación de lo que significa la sigla INCIVA, tratando de detectar directamente qué grado de conocimiento tiene la opinión vallecaucana acerca de lo que es el INCIVA.

En la segunda pregunta se tuvo la intención de describir lo que es el INCIVA ampliando la descripción de las funciones que cumple la entidad, y así poder medir el grado de importancia que la comunidad le dá a la misma.

Para la tercera pregunta se describió lo que son los Centros Operacionales y en cada ciudad se hizo énfasis sobre el Centro Operacional del INCIVA que en ella opera. Ejemplo: en Tuluá se preguntó si se conoce, si se sabe qué es y qué hace el Jardín Botánico "Juan María Céspedes".

Dos aspectos básicos pretendieron inferirse de la tercera pregunta: de una parte medir qué grado de conocimientos se tiene por parte de la comunidad del Museo de Historia Natural, de la Estación Experimental "El Vínculo", del Jardín Botánico "Juan María Céspedes", del Museo Arqueológico "Calima", y de las actividades que allí se cumplen. De otra parte se quisieron obtener elementos que nos permitan dilucidar el grado de relación que la opinión pública establece entre cada uno de los Centros Operacionales y el INCIVA.

La encuesta se realizó en: Cartago, Sevilla-Caicedonia, Tuluá, Buga, Darien y Cali, y se mantuvo como una constante en todas las ciudades la entrevista a los sectores populares a nivel de galerías en días de mercado. Para los sectores medios se procuró la encuesta a nivel de áreas de comercio, servicios y de empleados oficiales. Finalmente, para los sectores altos se entrevistaron personas a nivel de: empresarios agroindustriales y dirigentes políticos y en general del sector privado.

## 1.2. RESULTADOS

Tabulados los resultados de las encuestas, se describen de la siguiente manera:

- 1.2.1. En el Cuadro # 1 se enumeran los primeros datos globales obtenidos en cada una de las ciudades a las tres preguntas en los tres sectores consultados.
- 1.2.2. En el Cuadro # 2 aparecen las respuestas obtenidas por sectores sociales a la primera pregunta.
- 1.2.3. En el Cuadro # 3 se describen las respuestas promedio por ciudades a la primera pregunta.
- 1.2.4. En el Cuadro # 4 aparece el dato global final de las respuestas a la primera pregunta.
- 1.2.5. En el Cuadro # 5 se resumen las respuestas promedio por ciudades y por sectores a la tercera pregunta.
- 1.2.6. En el Cuadro # 6 se presentan los resultados finales globales de las respuestas a la tercera pregunta.

1.2.7. En el cuadro # 7 se establece la comparación entre las respuestas a la primera y tercera preguntas.

INVESTIGACION INCIVA

TRABAJO DE CAMPO - MUESTREO POBLACIONAL

CUADRO # 1 : PRIMEROS DATOS GLOBALES POR CIUDADES

CARTAGO

SECTORES POPULARES

Número encuestados: 436

Primera pregunta: No= 89% Si= 4% Aprox.= 7%

Segunda pregunta: Muy importante= 69% Indiferente= 31%

Tercera pregunta: No= 80% Si= 7% Idea aprox.= 13%

SECTORES MEDIOS

Número encuestados: 312

Primera pregunta: No= 69% Si= 11% Aprox.= 20%

Segunda pregunta: Muy importante= 78% Indiferente= 22%

Tercera pregunta: No= 78% Si= 9% Idea aprox.= 13%

SECTORES ALTOS

Número encuestados: 48

Primera pregunta: No= 65% Si= 13% Aprox.= 22%

Segunda pregunta: Muy importante= 86% Indiferente= 14%

Tercera pregunta: No= 75% Si= 12% Idea aprox.= 13%

CUADRO # 1 : PRIMEROS DATOS GLOBALES POR CIUDADES (Hoja # 2)

SEVILLA - CAICEDONIA

SECTORES POPULARES

Número encuestados: 312

Primera pregunta: No= 93% Si= 3% Aprox.= 4%

Segunda pregunta: Muy importante= 82% Indiferente= 18%

Tercera pregunta: No= 86% Si= 3% Idea aprox.= 11%

SECTORES MEDIOS

Número encuestados: 158

Primera pregunta: No= 83% Si= 7% Aprox.= 10%

Segunda pregunta: Muy importante= 87% Indiferente= 13%

Tercera pregunta: No= 80% Si= 7% Idea aprox.= 13%

SECTORES ALTOS

Número encuestados: 28

Primera pregunta: No= 90% Si= 4% Aprox.= 6%

Segunda pregunta: Muy importante= 91% Indiferente= 9%

Tercera pregunta: No= 78% Si= 9% Idea aprox.= 13%

CUADRO # 1 : PRIMEROS DATOS GLOBALES POR CIUDADES (Hoja # 3)

TULUA

SECTORES POPULARES

Número encuestados: 400

Primera pregunta: No= 67% Si= 8% Aprox.= 25%

Segunda pregunta: Muy importante= 79% Indiferente= 21%

Tercera pregunta: No= 11% Si= 69% Idea aprox.= 20%

SECTORES MEDIOS

Número encuestados: 275

Primera pregunta: No= 61% Si= 16% Aprox.= 23%

Segunda pregunta: Muy importante= 81% Indiferente= 19%

Tercera pregunta: No= 7% Si= 81% Idea aprox.= 12%

SECTORES ALTOS

Número encuestados: 84

Primera pregunta: No= 52% Si= 15% Aprox.= 33%

Segunda pregunta: Muy importante= 84% Indiferente= 16%

Tercera pregunta: No= 7% Si= 81% Idea aprox.= 12%

CUADRO # 1 : PRIMEROS DATOS GLOBALES POR CIUDADES (Hoja # 4)

BUGA

SECTORES POPULARES

Número encuestados: 419

Primera pregunta: No= 57% Si= 9% Aprox.= 34%

Segunda pregunta: Muy importante= 79% Indiferente= 34%

Tercera pregunta: No= 15% Si= 61% Idea aprox.= 24%

SECTORES MEDIOS

Número encuestados: 302

Primera pregunta: No= 52% Si= 15% Aprox.= 33%

Segunda pregunta: Muy importante= 92% Indiferente= 8%

Tercera pregunta: No= 11% Si= 65% Idea aprox.= 24%

SECTORES ALTOS

Número encuestados: 74

Primera pregunta: No= 50% Si= 16% Aprox.= 34%

Segunda pregunta: Muy importante= 90% Indiferente= 10%

Tercera pregunta: No= 10% Si= 70% Idea aprox.= 20%

CUADRO # 1 : PRIMEROS DATOS GLOBALES POR CIUDADES (Hoja # 5)

DARIEN

SECTORES POPULARES

Número encuestados: 214

Primera pregunta: No= 69% Si= 14% Aprox.= 17%

Segunda pregunta: Muy importante= 78% Indiferente= 22%

Tercera pregunta: No= 11% Si= 80% Idea aprox.= 9%

SECTORES MEDIOS Y ALTOS

Número encuestados: 56

Primera pregunta: No= 52% Si= 16% Aprox.= 32%

Segunda pregunta: Muy importante= 85% Indiferente= 15%

Tercera pregunta: No= 4% Si= 91% Idea aprox.= 5%

CUADRO # 1 : PRIMEROS DATOS GLOBALES POR CIUDADES (Hoja # 6)

CALI

SECTORES POPULARES

Número encuestados: 475

Primera pregunta: No= 68% Si= 12% Aprox.= 20%

Segunda pregunta: Muy importante= 81% Indiferente= 19%

Tercera pregunta: No= 12% Si= 63% Idea aprox.= 25%

SECTORES MEDIOS

Número encuestados: 244

Primera pregunta: No= 34,5% Si= 21.5% Aprox.= 44%

Segunda pregunta: Muy importante= 89% Indiferente= 11%

Tercera pregunta: No= 12% Si= 76% Idea aprox.= 12%

SECTORES ALTOS

Número encuestados: 134

Primera pregunta: No= 34% Si= 24% Aprox.= 42%

Segunda pregunta: Muy importante= 94% Indiferente= 6%

Tercera pregunta: No= 3% Si= 79% Idea aprox.= 17%

INVESTIGACION INCIVA

TRABAJO DE CAMPO - MUESTREO POBLACIONAL

CUADRO # 2 : RESPUESTAS POR SECTORES SOCIALES A LA PRIMERA PREGUNTA:

" Sabe Usted qué es y qué hace el INCIVA? "

SECTORES POPULARES

CIUDADES	NUMERO ENCUESTADOS	RESPUESTAS POSITIVAS	RESPUESTAS NEGATIVAS	RESPUESTAS APROXIMADAS
CARTAGO	436	4%	89%	7%
SEVILLA-CAICEDONIA	312	3%	93%	4%
TULUA	400	8%	67%	25%
BUGA	419	9%	57%	34%
DARIEN	214	14%	69%	17%
CALI	475	12%	68%	20%

SECTORES MEDIOS

CARTAGO	312	11%	69%	20%
SEVILLA-CAICEDONIA	158	7%	23%	10%
TULUA	275	16%	61%	23%
BUGA	302	15%	52%	33%
DARIEN	56	16%	52%	32%
CALI	244	21.5%	34.5%	44%

SECTORES ALTOS

CARTAGO	48	13%	65%	22%
SEVILLA-CAICEDONIA	28	4%	90%	6%
TULUA	84	15%	52%	33%
BUGA	74	16%	50%	34%
DARIEN	56	16%	52%	36%
CALI	134	24%	34%	42%

INVESTIGACION INCIVA

TRABAJO DE CAMPO - MUESTREO POBLACIONAL

CUADRO # 3 : RESPUESTAS PROMEDIO POR CIUDADES A LA PRIMERA PREGUNTA:  
" Sabe Usted qué es y qué hace el INCIVA? "

CIUDADES	SI (%)			NO (%)			- APROX. (%)					
	POPULAR	MEDIA	ALTA	PROM.	POPULAR	MEDIA	ALTA	PROM.	POPULAR	MEDIA	ALTA	PROM.
CARTAGO	4	11	11	8.66	89	69	65	74.33	7	20	22	16.33
SEVILLA-CAICEDONIA	3	7	4	4.66	93	83	90	88.66	4	10	6	6.66
TULUA	8	16	15	13.0	67	61	52	60.0	25	23	33	27.0
BUGA	9	13	16	12.66	57	52	50	53.0	34	33	33	33.33
DARIEN	14	16	16	13.0	69	56	52	57.66	17	32	36	27.0
CALI	12	21.5	24	20.10	68	34.5	34	43.0	20	44	42	37.0

INVESTIGACION INCIVA

TRABAJO DE CAMPO - MUESTREO POBLACIONAL

CUADRO # 4 : DATO GLOBAL DE LAS RESPUESTAS A LA PRIMERA PREGUNTA:

" Sabe Usted qué es y qué hace el INCIVA? "

CIUDADES	TOTAL # ENCUESTADOS	%		
		SI	NO	APROX.
CARTAGO	796	9	75	16
SEVILLA-CAICEDONIA	498	5	89	6
TULUA	759	13	60	27
BUGA	795	13	54	33
DARIEN	270	14	58	28
CALI	853	20	43	37
<b>TOTAL CIUDADES</b>	<b>3971</b>	<b>12</b>	<b>63</b>	<b>25</b>

INVESTIGACION INCIVA

TRABAJO DE CAMPO - MUESTREO POBLACIONAL

CUADRO # 5 : RESPUESTAS PROMEDIO POR CIUDADES Y POR SECTORES A LA TERCERA PREGUNTA:

" Sabe Usted qué son y qué hacen Los Centros Operacionales del INCIVA? "

CIUDADES	<u>POPULARES</u>			<u>MEDIOS</u>			<u>ALTOS</u>			<u>PROMEDIOS</u>		
	SI	NO	IDEA	SI	NO	IDEA	SI	NO	IDEA	SI	NO	IDEA
CARTAGO	7	80	13	9	78	13	12	75	13	9.33	77.66	13.0
SEVILLA-CAICEDONIA	3	86	11	7	80	13	9	78	13	6.33	81.33	12.3
TULUA	69	11	20	79	9	12	81	7	12	76.33	9.0	14.6
BUGA	61	15	24	65	11	24	70	10	20	65.33	12.0	22.6
DARIEN	80	11	9	91	4	5	91	4	5	87.33	6.33	6.33
CALI	63	12	25	76	12	12	79	3	17	72.66	9.0	18.0

INVESTIGACION INCIVA

TRABAJO DE CAMPO - MUESTREO POBLACIONAL

CUADRO # 6 : RESULTADO FINAL GLOBAL DE LAS RESPUESTAS A LA TERCERA  
PREGUNTA: " Sabe Usted qué son y qué hacen los Centros  
Operacionales del INCIVA? "

CIUDADES	TOTAL # ENCUESTADOS	% IDEA APROX.		
		SI	NO	
CARTAGO	796	10	77	13
SEVILLA-CAICEDONIA	498	7	81	12
TULUA	759	77	9	14
BUGA	795	66	12	22
DARIEN	270	87	7	6
CALI	853	73	9	18
TOTAL CIUDADES	3971	53	33	14

INVESTIGACION INCIVA

TRABAJO DE CAMPO - MUESTREO POBLACIONAL

CUADRO # 7 : COMPARACION DE LAS RESPUESTAS A LA PRIMERA Y TERCERA PREGUNTAS:

PRIMERA PREGUNTA: " Sabe Usted qué es y qué hace el INCIVA? "

TERCERA PREGUNTA: " Sabe Usted qué son y qué hacen los Centros Operacionales del INCIVA? "

	TOTAL # ENCUESTADOS	% -----		
		SI	NO	IDEA APROX.
PRIMERA PREGUNTA	3971	12	63	25
TERCERA PREGUNTA	3971	53	33	14

### 1.3. EVALUACION DE RESULTADOS

De la primera lectura de los tabulados se infiere:

1.3.1. El resultado final global de la encuesta indica que de los 3971 ciudadanos vallecaucanos entrevistados, el 12% afirma conocer el INCIVA, mientras que el 63% dice no conocerlo y el 25% tiene una idea apenas aproximada.

1.3.2. En las ciudades donde el INCIVA no tiene Centro Operacional el desconocimiento de la entidad aumenta en altos porcentajes; así por ejemplo, en Cartago el 75% de los encuestados afirman no conocer la Institución, en cambio en Tuluá, sede del Jardín Botánico "Juan María Céspedes", ese porcentaje disminuye notoriamente.

1.3.3. Un dato relevante lo constituye el hecho evidenciado en las ciudades donde hay Centros Operativos. En estas ciudades se conocen más ampliamente los Centros Operativos que la misma INCIVA (Cuadro # 7).

1.3.4. A nivel de clases sociales, en los sectores populares es más amplio el desconocimiento de la entidad, aumentando el grado de conocimiento en los sectores medio y alto.

1.3.5. A nivel de todos los sectores, pero enfatizando los medios y altos, aumenta la idea aproximada que se tiene del INCIVA sin poderlo definir con propiedad, lo que indica que en estos sectores no se tiene una idea clara, objetiva y precisa de lo que es el INCIVA.

1.3.6. Al efectuarse la segunda pregunta en la que se ampliaba el contenido explicatorio de lo que hace la entidad, las respuestas en alto porcentaje fueron muy positivas en todos los sectores llegando a un 89% que le otorga marcada importancia a la función que en beneficio del Departamento el Instituto cumple.

## 2. FORMULACIONES QUE SURGEN DE LA LECTURA EVALUATIVA DE LA ENCUESTA

2.1. Si de los 3971 encuestados el 63% afirman no conocer a la entidad y el 25% sólo tiene idea aproximada de la misma, salta a primera vista la necesidad de una campaña a todo nivel promocional sobre lo que es y hace el Instituto. Se sugiere que la campaña, que debe hacerse utilizando todos los medios de comunicación masivos de la región, no se haga preocupados por vender la imagen de la entidad, sino que se ha de tener como mayor preocupación la promoción de las actividades que los vallecaucanos podemos cumplir estimulados, educados y orientados por la entidad que de esta manera difundiría su imagen y promocionaría el compromiso de los vallecaucanos con su acción. Por ejemplo, si nuestros antropólogos nos afirman que en la región sur del Departamento habitaron los indios "jamundíes" por muchos años, podría hacerse un montaje aprovechando este elemento antropológico e invitar a las generaciones presentes a que si ellos, los jamundíes, poblaron e insufectuaron la región por muchos siglos sin afectar el ecosistema, porqué nosotros no podemos hacer lo mismo. El montaje educaría sobre nuestra prehistoria, crearía conciencia ecológica y daría a conocer el Instituto quien debe aparecer como gestor y promotor de la idea y de la campaña.

2.2. Es incuestionable que la conciencia ecológica y conocimiento que de la acción del Instituto se pretende, debe ser ante todo a nivel de las nuevas generaciones y para ello resulta inaplazable e indelegable la perentoria necesidad de institucionalizar el objetivo, debiéndose comprometer ante todo en este aspecto a la Secretaría de Educación del Departamento. Con éste estamento del gobierno departamental, después de presentarle un sólido y bien fundamentado proyecto, deben firmarse convenios de trabajo conjunto en muchos aspectos, programas y acciones, entre los cuales señalamos como prioritarios los siguientes:

2.2.1. Debe lograrse al costo que sea necesario la implantación e implementación de la cátedra de "Prehistoria Vallecaucana" a nivel de la educación media, debiendo el INCIVA diseñar los contenidos generales y supervisar la fiel aplicación de estos.

2.2.2. Comprometer oficialmente la Secretaría para que dentro del marco del servicio social que deben cumplir los bachilleres, se diseñe toda una estrategia, en compañía con el INCIVA, en la cual los bachilleres del departamento que tengan vocación para lo ecológico se les autorice su servicio alfabetizador en éste campo específico de lo ecológico, siendo los Centros Operacionales quienes canalizarían ésta actividad en sus acciones promocionales ocupando los bachilleres ya sea como promotores y responsables del funcionamiento de clubes ecológicos o como guías de los Centros.

Esta acción de los bachilleres reconocida oficialmente por el Ministerio y Secretaría de Educación, motivaría a la juventud para éste tipo de servicios y a los Centros y por ende al Inciva, les significaría un gran aporte al logro de sus objetivos asegurando su continuidad dado que la promoción de bachilleres es continua.

Obviamente el INCIVA tendría que designar un Coordinador dentro de su planta de personal que respondiera exclusivamente por éste programa que juzgamos como prioritario si se quiere dar a conocer más el INCIVA y proyectarlo a la comunidad comprometiendo la misma en las actividades del Instituto.

2.2.3. Dentro de estos convenios y dependiendo de la presentación que se haga del proyecto, la Secretaría debe comprometerse a compartir o responder por los costos que demande a cada Centro y al INCIVA en la realización de planes concretos dentro de los programas educativos y promocionales del medio ambiente vallecaucano.

### 3. LOS CENTROS OPERACIONALES Y LA DIFUSION E IMAGEN DEL INCIVA

De la importancia radical de los Centros Operacionales en la imagen del INCIVA, hablan las estadísticas que demuestran como allí en los nucleos urbanos donde operan, es mucho mas amplio el conocimiento que la ciudadanía tiene del INCIVA, pero con el agravante de que allí en esos mismos sitios la imagen de los Centros supera la del Instituto. Para efectos de contrarrestar este último deface, se hace necesario mayor atención en la planeación de cada Centro que debe mantener como una constante el acentuar en cada acto y actividad su pertenencia al INCIVA, de tal manera que cada vez que se hable del Museo Antropológico "Calima", del Jardín Botánico "Juan María Cespedes", de la estación experimental "El Vínculo" y del Museo de Historia Natural, se está hablando del Instituto Vallecaucano de Investigaciones Científicas.

Es muy importante que los responsables de cada Centro cada vez que se refieran al INCIVA no se queden en la sigla simplemente, sino que siempre, como norma, citen la razon social completa de la entidad.

#### 3.1. LA IMAGEN DE LOS CENTROS ES LA IMAGEN DEL INCIVA

Ya se ha dicho cómo debe existir una correlación directa entre los Centros y el INCIVA, y la imagen externa de los mismos no puede ser una excepción, por ello cada Centro debe preocuparse más por su misma imagen externa y para ello se recomienda arbitrar recursos para la instalación de vallas en los territorios próximos a sus sedes, en las cuales no solo se indique el Centro sino tambien su pertenencia al INCIVA, lo mismo que la acción principal que se cumple de tal manera que ellas se conviertan en una poderosa razón para visitarlos y para difundir la imagen del INCIVA.

En ésta area de vallas e imagen externa el Museo Arqueológico "Calima" ha obtenido mayores logros, que puede naturalmente mejorar. Por el contrario, el Jardín Botánico "Juan Maria Cespedes" carece de promoción externa y practicamente es casi inexistente ante los ojos del desprevenido transeunte.

### 3.2. RECOMENDACIONES

De acuerdo a concepto técnico de planificadores de publicidad itinerante, se aconseja como estrategia la ubicación de vallas de corte preferentemente ecológico en los siguientes sitios de cada Centro Operacional:

3.2.1. Para la Estación Experimental "El Vínculo" de Buga dos vallas de amplia información que deben ubicarse en la glorieta del Sena en Buga y en Sonso, y dos vallas de menor tamaño que deben ubicarse medio kilómetro antes y después de la Estación en la carretera central.

3.2.2. Para el Jardín Botánico "Juan María Cespedes" de Tuluá se recomienda una gran valla de diseño intenso y vital que debe ser ubicada en la carretera central en la entrada a la escuela de la policía "Simón Bolívar" y en la cual debe indicarse el nombre del Jardín, los kilómetros de distancia, la pertenencia del mismo al INCIVA y razones que motiven la visita al Jardín.

3.2.3. Para el Museo Arqueológico "Calima", además de las vallas que existen, es importante colocar otras del estilo de la ubicada en el Alto Calima, en las glorietas de Media Canoa y el Sena, lo mismo que en la bifurcación de Puente Tierra. Se aconseja también para el Museo Arqueológico una fuerte ofensiva de señalización en Darien con flechas que indiquen y motiven la visita al Museo. Sería ésta una fuerte inversión pero que llenaría con creces el déficit de información existente sobre el INCIVA y sus Centros.

Se propone que una buena presentación de éste proyecto sobre las vallas puede hacerse a ASOCAÑA para su posible financiación.

Es muy importante que cada Centro diseñe o rediseñe, y profusamente haga circular plegables ilustrativos de cada uno de ellos. Estos plegables deben enviarse a las autoridades y entidades de cada uno de los municipios del Departamento, sobre todo a los ubicados en los radios de acción de cada Centro.

#### 4. LOS CENTROS OPERACIONALES Y LA PROMOCION DE CLUBES JUVENILES ECOLOGICOS Y ASOCIACIONES DE AMIGOS DE CADA CENTRO

Ante la deficiencia de recursos para aspectos promocionales de los Centros y sobretodo para asegurar la continuidad de ésta actividad, es importante vincular a cada Centro equipos humanos que no sólo se incorporen a ellos sino que se comprometan dinámicamente con la acción que estos cumplen.

Estos equipos que se proponen pueden ser de dos tipos:

a. Equipos juveniles con los cuales se constituirían clubes juveniles ecológicos que ampliarían y asegurarían la difusión de cada Centro comprometiendolos en continuos propulsores, defensores y formadores en la defensa y protección del medioambiente uniendolos íntimamente a la acción que cada Centro cumple.

b. La configuración de Asociaciones de Amigos de cada Centro que contribuyan a la operatividad de los mismos, teniendo en cuenta que hay un buen número de adultos en cada región que pueden tener una vocación innata para el servicio social y que no ha sido canalizada y orientada hacia éste tipo de servicios ecológico.

En el tercer informe se describirá ampliamente cómo deben fundarse y sostenerse éstos Clubes Juveniles Ecológicos y Asociaciones de Amigos. Se indicará además qué filosofías van a motivar éstas agrupaciones indicando las formas de promocionarlos, sostenerlos y dirigirlos. No dudamos que a ésta última parte promocional que se propone deben dedicarse ingentes esfuerzos pues creemos que sólo en la medida que incorporemos en una acción continua a las nuevas generaciones en las actividades de cada Centro, se asegurará la difusión del INCIVA y su proyección en la comunidad.