

II Congreso Internacional de Investigación Multidisciplinaria (CIIM)



RESUMEN DE CONGRESO

Experiencia de capacitación ambiental en el Proyecto Ecoparque de Tijuana, México

Environmental training experience at the Tijuana Ecopark Project, Mexico

Xiomara Marina Delgado Rodríguez¹ , Humberto González Galbán¹ , Tania Evelyn Bermudez Reyes¹ , Idana Beroska Rincón Soto² 

¹El Colegio de la Frontera Norte, México.

²Universidad Nacional de Costa Rica. Universidad del Zulia, Venezuela.

Citar como: Delgado Rodríguez X M, González Galbán H, Bermudez Reyes T E, Rincón Soto I B. Experiencia de capacitación ambiental en el Proyecto Ecoparque de Tijuana, México. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias. 2023; 2(2):210. Disponible en: <https://doi.org/10.56294/sctconf2023210>

Recibido: 10-02-2023

Revisado: 31-03-2023

Aceptado: 24-04-2023

Publicado: 07-05-2023

RESUMEN

La conservación del medio ambiente depende, en gran medida, de la educación de los niños y jóvenes al respecto. Atendiendo a ello y a las supuestas limitaciones que presenta una parte significativa de los docentes en la enseñanza de esta problemática se llevó a cabo un proyecto de exploración y capacitación a través de un curso-taller donde participaron docentes de nivel básico y medio superior, con el objetivo de ampliar los conocimientos sobre el problema del cambio climático: su naturaleza, causas y previsibles consecuencias para las regiones con características peculiares que las hacen prioritarias, como es el caso de la frontera norte de México, para lo cual se hizo uso de un Diseño Integral Curricular Instruccional y Formativo (DICIF), al cual se le realizó adaptaciones para aplicarlo a temáticas ambientales. El curso se llevó a cabo en el equipamiento ambiental denominado ECOPARQUE, dirigido por el Colegio de la Frontera Norte. El presente trabajo presenta una breve introducción donde se hace referencia a la importancia del Programa de Educación Ambiental de Ecoparque para la realización de actividades dentro de la llamada educación No Formal, donde se toma el medio ambiente como el contexto integrador del aprendizaje, seguidamente se explica la metodología utilizada, mostrándose los resultados obtenidos en el curso-taller en materia de cambio climático denominado: “El fortalecimiento de la gestión ambiental escolar en Baja California”, una vez que se presenta la discusión de los mismos, se dan las conclusiones para terminar con las referencias bibliográficas ocasionadas con el tema.

Palabras clave: Educación Ambiental; Cambio Climático; Diseño Curricular.

ABSTRACT

The conservation of the environment depends, to a great extent, on the education of children and young people in this respect. In response to this and to the supposed limitations that a significant number of teachers present in the teaching of this problem, an exploration and training project was

carried out through a course-workshop with the participation of elementary and high school teachers, with the objective of broadening knowledge about the problem of climate change: Its nature, causes and foreseeable consequences for regions with peculiar characteristics that make them a priority, as is the case of Mexico's northern border, for which an Integral Instructional and Formative Curricular Design (DICIF) was used and adapted to apply it to environmental issues. The course was carried out in the environmental equipment called ECOPARQUE, directed by the Colegio de la Frontera Norte. This paper presents a brief introduction where reference is made to the importance of the Environmental Education Program of Ecoparque for the realization of activities within the so-called non-formal education, where the environment is taken as the integrating context of learning, then the methodology used is explained, showing the results obtained in the course-workshop on climate change called: "The strengthening of school environmental management in Baja California", once the discussion of the same is presented, the conclusions are given to finish with the bibliographical references caused with the subject.

Keywords: Environmental Education; Climate Change; Curricular Design.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abedian M, Amindoust A, Maddahi R, Jouzdani J. Un enfoque de teoría de juegos para seleccionar estrategias de mezcla de marketing. *Journal of Advances in Management Research*. 2022; 19(1).139-158. Disponible en: <https://doi.org/10.1108/JAMR-10-2020-0264>

Al-Mashari M A. Implementing ERP through SAP R/3: A Process Change Management (PCM) Perspective. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*. 2022; 14, 25-38. Disponible en: [https://doi.org/10.1016/S1319-1578\(02\)80002-7](https://doi.org/10.1016/S1319-1578(02)80002-7)

Altay B C, Okumuş A. Adıgüzel Mercangöz B. Un enfoque inteligente para analizar los impactos de la pandemia de COVID-19 en los elementos de la mezcla de marketing (7P) del servicio de entrega de comestibles a pedido. *Inteligencia compleja. sist.* 2022; 8: 129-140. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/s40747-021-00358-1>

Armijos-Delgado N M. Marketing Digital: una herramienta para potenciar y promocionar las Mypimes en el ámbito internacional. *INNOVA Research Journal*. 2019; 4(1). Disponible en: <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n1.2019.764>

Cabrera M. Impacto del uso de las redes sociales como estrategia de marketing en las ventas de sociedad predial y mercantil Milatex S.A. (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil; 2018. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11703/1/T-UCSG-POS-MAE-201.pdf>

Chávez P. Mejora de la experiencia de usuario de sistema ERP SAP con la plataforma y aplicaciones basadas en el ERP SAP para la empresa Marion S.A. (Tesis de pregrado). Universidad de Lima; 2022. Disponible en: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/16478/Chavez_Mejora-experiencia-sistema-ERP-SAP.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dwivedi Y K, Ismagilova E, Hughes D L, Carlson, J, Filieri R, Jacobson J, Jain V, Karjaluoto H, Kefi H, Krishen A S, Kumar V, Rahman M M, Raman R, Rauschnabel P A, Rowley, J, Salo, J, Tran G A, Wang Y. Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions.

International Journal of Information Management. 2021; 59. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>

Emerging Markets Group Company [EMIS]. SC IMPORT COSMETI'C SCIMPORT S.A. (ECUADOR); 2021. Disponible en: https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Sc_Import_Cosmeti_C_Scimport_SA_es_5468997.html

Fernández Marcial V. Marketing mix de servicios de información valor e importancia de la P de producto. Bibliotecas. Anales de Investigación. 2015; 11 (4), 64-78. Disponible en: <http://revistas.bnjm.cu/index.php/BAI/article/view/196>

González-Ferriz F. Aprendizaje Basado en Proyectos en Formación Profesional: la aplicación de las nuevas tecnologías a la investigación de mercados en los ciclos de comercio y marketing. ENSAYOS. Revista de La Facultad de Educación de Albacete. 2021; 1(36). Disponible en: <https://doi.org/10.18239/ensayos.v36i1.2653>

Herrera E. Propuesta de mejoramiento del proceso de distribución de una empresa comercializadora de alimentos mediante el modelo Cross-docking. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Abierta y A Distancia; 2021. Disponible en: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/43993/ejherreragPDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ley Orgánica de Educación Superior [LOES]. (2018). Atr. 8 fines de la educación superior. Disponible en: <https://www.ces.gob.ec/documentos/Normativa/LOES.pdf>

Lino J, Bermúdez P. Marketing integral para la empresa perfumería BiBi'S en la ciudad de Guayaquil en el año 2019. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil; 2019. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45842/1/2%20TESIS%20PERFUMERIA%20BIBIS.pdf>

Muebles el Bosque. Descripción de la empresa; 2021. Disponible en: <https://www.bosque.com.ec/institucional/quienes-somos>

Ramírez Sobalvarro Y. La investigación de mercado una oportunidad para el aprendizaje en Mercadotecnia. Revista Multi-Ensayos. 2019; 5(9). Disponible en: <https://doi.org/10.5377/multiensayos.v5i9.9434>

Rincón, V, & Zorrilla, P. (2017). Protocolo: Comparación del ABP y lección magistral activa para desarrollar la capacidad emprendedora en estudiantes universitarios del área de Marketing. Working Papers on Operations Management, 8(1), 1-8. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4995/wpom.v8i1.6470>

Sá E, Farhangmehr M, Pinho J C, Dibb S. Marketing decisions and implementation process for entrepreneurial and managerial practices: a critical incident technique approach. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship. 2022; 24(2), 221-241. Disponible en: <https://doi.org/10.1108/JRME-04-2021-0052>

Tamayo A. La evolución de la tienda De Prati su impacto en el posicionamiento del mercado. Caso de estudio [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio de la Universidad

Catolica de Santiago de Guayaquil; 2018. Disponible en:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11475/3/T-UCSG-PRE-ESP-IAV-334.pdf>

Toledo Morales P, Sánchez García J M. Aprendizaje basado en Proyectos: Una experiencia universitaria. Profesorado, Revista de Currículum y Formación Del Profesorado. 2018; 22(2). Disponible en: <https://doi.org/10.30827/profesorado.v22i2.7733>

Wichmann J R K, Uppal A, Sharma A, Dekimpe M G. A global perspective on the marketing mix across time and space. International Journal of Research in Marketing. 2022; 39(2), 502-521. Disponible en: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>

Yépez-Galarza G, Quimis-Izquierdo N, Sumba-Bustamante R. El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. Polo del Conocimiento. 2021; 6(3), 2045-2069. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.23857/pc.v6i3.2492>