



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL

**“Contaminación visual y su relación con la salud de los pobladores del
Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate - 2017 “**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniera Ambiental**

AUTORA:

Massiel Ariana Estrella Landa

ASESOR:

Dr. José Eloy Cuellar Bautista


LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistema de Gestión Ambiental

LIMA-PERÚ

2017 – II

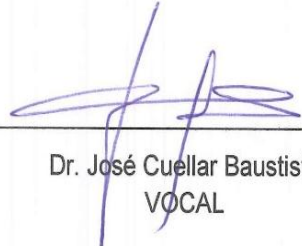
PÁGINA DEL JURADO



Dr. Lorgio Valdiviezo Gonzales
PRESIDENTE



Mg. Marco Herrera Díaz
SECRETARIO



Dr. José Cuellar Baustista
VOCAL

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por guiarme y haberme permitido concluir este trabajo de investigación.

A mis queridos padres José Miguel y María Esther, a mis hermanos Lisbeth Giovanna y Grover Jesús, quienes son mi motivación para alcanzar mis objetivos y metas trazadas.

En la memoria de mis abuelitos Héctor y Octavio que desde el cielo me guían y protegen.

Massiel Ariana

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a Dios, por haberme dado la vida, por estar conmigo en cada paso que doy. por escuchar mis oraciones, y sobre todo guiarme por el buen camino.

A mis padres, Landa Carlos, José, Rivas Rodríguez María, y a mi segunda madre Landa Rivas, Lisbeth, son mi motivo e impulso para seguir adelante con mis metas sin mirar atrás durante mi carrera universitaria.

A mis hermanos Grover, Antony, Fabricio y mi pequeño Farid quienes fueron mi motivación en esta lucha,

A mis familiares y tios Gilmar Landa, Jose Antonio, Javier, Germán, María Luisa, gracias por confiar en mí y aconsejarme en todo momento.

Agradecer a la Universidad César Vallejo Lima Este que me ayudó a formarme como futura Ingeniera Ambiental.

A mi asesor el Dr. José Eloy Cuellar Bautista, por su seguimiento y supervisión continúa de la misma, sobre todo por el apoyo recibido durante el desarrollo de la presente investigación.

Asimismo un agradecimiento especial para los profesores de mi escuela el Dr. Antonio Delgado Arenas y al Ingeniero Marco Antonio Sanchez por brindarme sus conocimientos, orientarme y aconsejarme a cada momento.

A mis amistades más cercanas Brian Ted, Jhosili, Cinthya, Walter y Leonardo, gracias por su motivación para no decaer en mis objetivos, recibir sus buenas acotaciones y observaciones para poder concluir con ésta investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Massiel Ariana Estrella Landa con DNI N° 75067100, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería Ambiental, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 20 de Noviembre del 2017



Estrella Landa, Massiel Ariana
DNI N° 75067100

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento antes ustedes la Tesis titulada **“La Contaminación Visual y su relación con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017”**, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional Ingeniera Ambiental

Massiel Ariana Estrella Landa

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I.INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	15
1.2. TRABAJOS PREVIOS.....	16
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.....	20
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	26
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	26
1.6. HIPÓTESIS.....	27
1.7. OBJETIVOS.....	27
II. MÉTODO.....	28
2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	28
2.2. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN.....	29
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	32
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	36
2.5. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS.....	41
2.6. ASPECTOS ÉTICOS.....	42
III.RESULTADOS.....	43
IV.DISCUSIÓN.....	75
V.CONCLUSIÓN.....	78
VI.RECOMENDACIONES.....	79
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80
ANEXOS	

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Municipalidad Distrital de Ate - Ordenanza 414 -MDA (2016)	85
http://www.muniate.gob.pe/ate/verNorma.php?id=1589	
Anexo 2: Municipalidad Metropolitana de Lima	85
http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/gobierno-abierto/transparencia/mml/planeamiento-y-organizacion/normas-legales-tupa/01-Gerencia-de-Desarrollo-	
Anexo 3: El Concejo Distrital de la Molina - Ordenanza modificatoria N°089 de Avisos y Publicidad Exterior	86
http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/modifican-la-ordenanza-de-avisos-y-publicidad-exterior-ordenanza-no-312-1373502-1/	
Anexo 4: Ley 14, Patrimonio Histórico de Andalucía(España).....	86
https://www.boe.es/buscar/pdf/2008/BOE-A-2008-2494-consolidado.pdf	
Anexo 5: Instrumento de Medición.....	87
Anexo 6: Solicitud de Propuesta.....	90
Anexo 7: Validación de instrumentos.....	94
Anexo 27: Matriz Operacional de Variables.....	114
Anexo 28 : Matriz de Consistencia	115
Anexos : Fotos.....	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:Operacionalización de V1	29
Tabla 2: Operacionalizacion de V2	30
Tabla 3: Rango de Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach	39
Tabla 4 de frecuencia de la variable contaminación visual	43
Tabla 5 de frecuencia de la variable contaminación visual.....	44
Tabla 6 de frecuencia de la variable contaminación visual.....	45
Tabla 7 de frecuencia de la variable contaminación visual.....	46
Tabla 8 de frecuencia de la variable contaminación visual.....	47
Tabla 9 de frecuencia de la variable contaminación visual.....	48
Tabla 10 de frecuencia de la variable contaminación visual.....	49
Tabla 11 de frecuencia de la variable contaminación visual.....	50
Tabla 12 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	51
Tabla 13 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	52
Tabla 14 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	53
Tabla 15 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	54
Tabla 16 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	55
Tabla 17 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	56
Tabla 18 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	57
Tabla 19 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	58
Tabla 20 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	59
Tabla 21 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	60
Tabla 22 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	61
Tabla 23 de frecuencia de la variable contaminación salud de los pobladores	62
Tabla 24: Prueba de normalidad Kolmogorov- Smirnov de las variables contaminación visual y las salud de los pobladores	63
Tabla 25: Cohesión de relación de Rho de Spearman de las variables Contaminación visual y la salud de los pobladores	64
Tabla 26: Cohesión de relación de Rho de Spearman de la dimensión avisos publicitarios y la salud de los pobladores	66

Tabla 27: Cohesión de relación de Rho de Spearman de la dimensión agentes contaminantes y la variable salud de los pobladores	68
Tabla 28: Prueba de Chi - cuadrado.....	70
Tabla 29 : Distribución de frecuencias y porcentajes de pobladores según nivel de avisos publicitarios y la salud de los pobladores	70
Tabla 30: Prueba de Chi-cuadrado de la dimensión avisos publicitarios y la salud de los pobladores	72
Tabla 31: Distribución de frecuencias y porcentajes de pobladores según el nivel sobre la dimensión agentes contaminantes avisos publicitarios y salud de Iso pobladores	72
Tabla 32: Prueba de Chi-cuadrado de la dimensión agentes contaminantes y la salud de los de pobladores	74

ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro N° 1:Población del Paradero Ceres.....	32
Cuadro N° 2:Estratos	35
Cuadro N° 3: Descripción de Trabajo de Campo	36
Cuadro N° 4: Cronograma de Llenado de Encuestas	37
Cuadro N° 5: Valoración de Expertos.....	38
Cuadro N° 6: Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach de la primera variable	40
Cuadro N° 7: Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach de la segunda variable	40

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 de barra	43
Gráfico N° 2 de barra	44
Gráfico N° 3 de barra	45
Gráfico N° 4 de barra	46
Gráfico N° 5 de barra	47
Gráfico N° 6 de barra	48
Gráfico N° 7 de barra	49
Gráfico N° 8 de barra	50
Gráfico N° 9 de barra	51
Gráfico N° 10 de barra	52
Gráfico N° 11 de barra	53
Gráfico N° 12 de barra	54
Gráfico N° 13 de barra	55
Gráfico N° 14 de barra	56
Gráfico N° 15 de barra	57
Gráfico N° 16 de barra	58
Gráfico N° 17 de barra	59
Gráfico N° 18 de barra	60
Gráfico N° 19 de barra	61
Gráfico N° 20 de barra	62
Gráfico N° 21 de dispersión	65
Gráfico N° 22 de dispersión	67
Gráfico N° 23 de dispersión	69
Gráfico N° 24 de barras agrupadas	71
Gráfico N° 25 de barras agrupadas	73

RESUMEN

En la presente investigación de tesis se tiene por título “Contaminación visual y su relación con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017, se tiene como objetivo evaluar la contaminación visual y su relación con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017, lo cual fue medida con los elementos de la variable Contaminación Visual, asimismo esta fue medida por las dimensiones; avisos publicitarios, agentes contaminantes. La variable dependiente es la salud de los pobladores esta fue medida por las dimensiones; perturbación y seguridad. Esta investigación utilizó un diseño no experimental, para lo cual se obtuvo una muestra de 192 pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, mediante el uso de la encuesta de escala para medir actitudes y opiniones, los datos obtenidos por el instrumento de escala Likert fueron procesados por el software SPSS Versión 22, evidenciando los resultados a través de tablas y gráficos. En conclusión, se puede aceptar la hipótesis general donde nos menciona que existe relación significativa entre la Contaminación visual y la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, ya que en la actualidad existe una saturación de avisos publicitarios de manera indiscriminada, asimismo la municipalidad de Ate no le toma la debida importancia.

Palabras claves: Contaminación visual, avisos publicitarios, agentes contaminantes.

ABSTRACT

Currently, the research refers to the relationship between the visual population and the relationship with the health of the residents of the Ceres Medio Whereabouts, District of Ate, 2017, whose objective is to assess visual contamination and its relationship with the health of the residents of the Paradero Ceres Medio, District of Ate, 2017, which was the measure with the elements of the variable Visual Contamination, was also measured by the dimensions; advertising, pollutants. The dependent variable is the health of the inhabitants this measure for the dimensions; disturbance and security. This research does not have an experimental design, for which a sample of 192 inhabitants of the Ceres Medio Paradero, District of Ate was obtained, using the use of the scale survey to measure attitudes and opinions, the data obtained by the Likert scale instrument. they were processed by the SPSS Software Version 22, evidencing the results through tables and graphs. In conclusion, the general hypothesis can be accepted when it mentions that there is a significant relationship between visual pollution and the health of the residents of the Ceres Medio Whereabouts, since the reality is a saturation of advertisements indiscriminately, in which municipality Ate does not take the due importance.

Keywords: Visual pollution, advertising, pollutants.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema de contaminación visual como un estudio poco tratado por los expertos pese a ser una problemática social que cada día es mas evidente en nuestro entorno. La contaminación visual es el emplear abusivamente materiales cómo vallas publicitarias, gigantografías, letreros comerciales, carteles y otros que alteran la belleza del paisaje, además instauran una excesiva estimulación visual muy invasiva y agresiva convirtiéndose en elementos contaminantes que actúan negativamente en la salud de los seres vivos y deteriorando nuestro medio ambiente.

La característica principal de este trabajo es señalar la importancia que debe tenerse con mayor énfasis debido a este tipo de contaminación ya que se da por el descuido administrativo de las gestiones locales en zonas urbanas que pierden el control sobre lo construido en estas zonas, además hay varias consecuencias que son provocadas a la salud de los pobladores por esta contaminación como estrés, fatiga, distracciones peligrosas al conductor, accidentes de tránsito, etc.

Actualmente el incremento de población trae una serie de resultados y dificultades que afectan de alguna manera el modo de vida en general de los que habitamos, refiriéndonos al mayor contaminante visual la publicidad según nos menciona (Hennings,Vania,2000,p.2), es una constante invasión de elementos de gran escala que se imponen ante nuestros ojos reduciendo nuestro espacio físico e influyendo en el aspecto psicológico.

La investigación de esta problemática se realizó por el interés de conocer si la contaminación visual se encuentra relacionada con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, asimismo dar alternativas de solución para tener un adecuado control de la excesiva publicidad y asimismo hacerle partícipe a la municipalidad que deben regular cada año las normas acerca de la contaminación visual para poder gestionarlo adecuadamente.

1.1. Realidad Problemática

La problemática en el Paradero Ceres Medio ubicado en el distrito de Ate, se viene dando desde que la población urbana ha ido en aumento con sus diversas necesidades en los alrededores del punto de estudio. En esta zona se infringen normas que la municipalidad local rige para regular la adecuada publicidad y el comercio ambulatorio, también se observó la publicidad informal expresadas en afiches pegados en las paredes y postes ofreciendo el servicio desde cursos hasta el amarre de parejas con brujos norteños, paneles, banderolas y personas volanteando que anunciaban los eventos de fiestas chicha y folklóricos que alimentaban la cultura de los migrantes, también cables de luz, teléfono, cables de internet y televisión imitaban en su tejido la telaraña, ambulantes con ayuda de un panel tratando de cautivar a sus compradores, asimismo la basura generada por todo aquel que consumía con la facilidad de su decisión lanzaban empaques de productos consumidos por las calles. Además influye en la estética paisajista del lugar que poco a poco se vaya degradando ocasionando malestares en la salud, la psicología y accidentes de tránsito que obligan al conductor distraerse o esquivar al peatón en un fortuito momento. Todos estos agentes contaminantes agravan la ciudad dejándonos en la idea de una mejor supervisión y cumplimiento de normas por parte de las autoridades y quién solicite este elemento publicitario.

La contaminación visual es el abuso de ciertos elementos, principalmente los anuncios publicitarios que perturban la estética de los paisajes tanto rural cómo especialmente urbano, rompiendo con la belleza natural o arquitectónica produciendo una sobre estimulación visual agresiva que produce efectos negativos en el equilibrio psicológico (Aguilar, 2006, p.408). Sin embargo se sabe que la publicidad se da en zonas donde haya más comercialización mayormente en avenidas centrales.

La molestia por la contaminación visual del paisaje urbano es un tema de interés en países desarrollados en el que la sensibilización acerca del aspecto de sus entornos urbanos se origina a través de estrictas normativas, contra el exceso publicitario.

Según Pérez, A.(2010), en su artículo sostiene que “La saturación de publicidad es una ilegalidad al espacio público, espacio que pertenece a todos, que por naturaleza no puede ser privatizado por lo que se considera un bien público y debe ser administrado por entidades públicas” (p.45). Por ello las personas que hacen uso de la publicidad no solo ocasionan daños a la salud sino también a nuestra naturaleza, ellas deberían de cumplir con las normas y acatarlas.

1.2. TRABAJOS PREVIOS

1.2.1. Nacionales

Montalván, B. (2015), sustentó a través de su tesis “*Avisos Publicitarios como agentes de contaminación visual en la ciudad de Iquitos, Perú 2015*”, de la Universidad Nacional de Amazonía Peruana, se planteó como objetivo principal el determinar si los avisos publicitarios son agentes de contaminación visual en la Ciudad de Iquitos-Perú, también identificar los tipos de avisos publicitarios que se encuentran en la Ciudad y las consecuencias que produce en los pobladores. En cuanto a la metodología se procedió a la selección de las áreas de estudio con una población conformada por varones y mujeres mayores de 18 años que habitan y transitaban por la Av. Abelardo Quiñones y Av. 28 de Julio de la cual se extrajo una muestra al azar de 384 personas, asimismo a estas se les aplicó un cuestionario y la prueba de chi cuadrado para validar la hipótesis planteada. En los resultados de la encuesta se muestra que existe mucha contaminación visual por avisos publicitarios que afectan al poblador en forma de dolor de cabeza siendo el más perjudicial, luego el mal de humor, después la alteración del sistema nervioso y por último la saturación visual que afecta al medio ambiente produciendo alteración estética del paisaje urbano en el ornato, tránsito y en el orden establecido en la ciudad. Finalmente se llegó a la conclusión que los avisos publicitarios existentes en la Avenidas Abelardo Quiñones y 28 de Julio son agentes de contaminación visual. Este trabajo se relaciona con la investigación en curso ya que en dicha investigación identificaron la contaminación visual y las consecuencias que producen estos elementos de publicidad.

Espejo, W. (2014) sustentó a través de su tesis titulada *“Contaminación Visual y propuesta de Regulación en el Distrito de Wanchaq”*, de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco - Facultad de Ciencias Biológicas, se planteó como objetivo general estimar el nivel de contaminación visual del Distrito de Wanchaq y elaborar una propuesta de regulación. Este trabajo busca disminuir, atenuar o mitigar los daños producidos por la contaminación visual, además que el Cusco es una ciudad turística viene tanto turismo interno como del exterior siendo principal destino turístico del Perú los compromete a presentar una ciudad limpia, ordenada que se brinden buenos servicios y en este caso un ambiente sano. En cuanto a la metodología se utilizó la observación directa y la medición. En los resultados se obtuvo que el impacto es negativo y de acuerdo con los resultados los impactos entre 25 y 50 se consideraron moderados, mostrándose además que la intensidad del impacto que ocasionan las actividades en esta zona es alta, que es casi extensa a todo el sitio, además que es persistente en el tiempo, también su reversibilidad sería a largo plazo que no son nada sinérgicos con el paisaje lo cual son mayormente de tipo acumulativas que tienen efectos directos y son continuas. Se concluyó que 10 agentes de contaminación visual son las propagandas comerciales, avisos publicitarios, propagandas políticas no removidas, residuos sólidos acumulados, cableado excesivo, construcciones en mal estado, desmontes, comercio ambulatorio, pintas, grafitis y anuncios. Es así que este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que tiene como propósito hacer una propuesta de regulación a la municipalidad del Distrito de Wanchaq.

1.2.2. Internacionales

Méndez, C.(2013), sustentó a través de su tesis *“Contaminación visual de espacios públicos en Venezuela”*, nos dice que día a día los habitantes de las ciudades se exponen a contaminación visual, el propósito de este trabajo fue estudiar el impacto ambiental causado por la contaminación visual en espacios públicos usando como caso de estudio un vecindario de uso mixto en San Cristóbal capital del estado Tachira, Venezuela. En cuanto a la metodología se empezó desde un enfoque cualitativo concediendo importancia a la percepción de estos impactos ambientales

por parte de una muestra intencional de usuarios del sector, sin embargo para la recolección de datos se realizaron encuestas sobre que contaminantes visuales ocasionan mayor perjuicio. Los resultados según la población encuestada son de mayor grado causadas por la publicidad y cableado aéreo, mientras que los grafitis y la basura son menor grado. Finalmente se concluyó que los habitantes del vecindario son perceptivos a la presencia de estos contaminantes visuales, lo cual afecta su salud tanto física y psicológica así como su calidad visual de su entorno, además estos indicios sirvieron para orientar una evaluación cualitativa de los impactos ambientales generados por este fenómeno y proponer medidas para poder mitigarlos. Este trabajo se relaciona con la investigación en curso ya que nos da entender que lo primero que se tiene que hacer en cualquier investigación descriptiva sería estudiar el impacto ambiental que puede ocasionar no solo al medio ambiente sino a la salud de los seres vivos.

Azeema, Nusrat. (2015), presentó en su tesis en inglés titulado "*Visual Pollution* ", dicha investigación se realizó para evaluar el efecto de la cartelera en las imágenes y la cantidad de conductores se tensan debido a las vallas electrónicas o de impresión, como objetivo se determinó el explorar el impacto que genera la publicidad en vallas publicitarias causando los accidentes de tráfico, asimismo en los resultados nos dice que la mayoría de las personas que conducen en el día se quejan de que los colores y las palabras de colocación con el estilo de escritura les distraen cuando están manejando, pero en el otro lado los conductores nocturnos se quejan de que la cartelera electrónica de la pantalla tiene colores que hacen desviar su visión y convertirse en una causa de accidentes. Se llegó a la conclusión que conclusión de visual sino que también destruyen el hábitat natural de aves y animales a través de la tala de árboles. Por ello este trabajo se relaciona con la investigación en curso porque mi problemática aborda la contaminación visual que comprende por todo tipo de avisos publicitarios, los cuales no solo provocan daños a la salud de las personas también pueden ser distractores y ser consecuentes de accidentes de tránsito vehicular.

Ormaza, J. (2016), sustentó a través de su tesis titulada *“Análisis de la contaminación visual provocada por el exceso de letreros comerciales en la Av. Padre Luis Vacari de la Segunda Etapa del Sector Carapungo”*, de la Universidad Central del Ecuador, se planteó como objetivo vislumbrar como en la actualidad los anuncios publicitarios se encuentran con mayor agresividad, generando a la vez contaminación visual. En cuanto a la metodología es analítica ya que se centra en el análisis de la contaminación visual desde la conceptualización de términos como publicidad e impacto ambiental, para la recolección de datos se usó la técnica de la observación participante y no participante. Para concluir en la actualidad no es preocupación de autoridades u órganos que deberían ser quienes regulen el excesivo uso de la publicidad en los locales comerciales que generan una súper abundancia de formas y colores que rompen la estética del ambiente, causando daños a la salud física y psicológica del sector de Carapungo. Este trabajo se relaciona con la investigación de mi tema ya que el exceso de publicidad en la Avenida Ceres es demasiada y poder llegar hacer un análisis de todo tipo de contaminantes visuales que deterioran no solo nuestro paisaje urbano sino también nuestra salud.

Araujo Portella, A. (2007), presentó en su tesis de inglés titulado *"The effects of advertising and signaling control in the sense of the user quality of the environment"*, planteó como objetivo el identificar los aspectos relacionados con el funcionamiento de los controles de señalización comercial. Este trabajo es para saber la importancia del estudio que radica el daño visual causado por los signos comerciales en la ciudad y sus efectos en la percepción de los usuarios, además este trabajo tiene como propósito ayudar a las autoridades nacionales, regionales y locales de diferentes contextos urbanos a implementar controles de señalización comercial. En cuanto a la metodología fue exploratoria ya que la percepción de los usuarios y la evaluación de controles de señalización se dan en tres diferentes centros históricos de la ciudad. Finalmente se llegó a la conclusión la definición de una serie de aspectos sobre los controles de señalización comercial y las características físicas de los signos y edificios que deben tenerse en cuenta en el desarrollo, asimismo una etapa futura de la investigación en este tema puede ser la aplicación de la misma metodología en otros estudios.

Fuentes,V.(2015), sustentó a través de su tesis titulada *“Indicadores de contaminación visual y sus efectos en la población”*, se planteó como objetivo general la estimación de los niveles de contaminación visual en un sector de la Parroquia Cotocollao y los efectos que esta tiene en la población, también proponer indicadores de medición y analizar los puntos críticos que tiene el sector con respecto a la contaminación visual existente, además un cumplimiento de la normativa local con respecto a la publicidad exterior fija en el sector. En la metodología utilizada se basó en la propuesta de indicadores fabricados con base a la legislación local vigente, los cuales son planteados para realizar un análisis cuantitativo de este tipo de contaminación, para la recolección de datos se aplicó a través de encuestas para realizar un análisis cualitativo de los efectos de este tipo de contaminación. En los resultados se pudo ver que la población sufre efectos definitivamente graves y no graves siendo el efecto que menor porcentaje tuvo amenaza con un 29 % del total de los encuestados y los efectos que tuvieron mayor incidencia fueron cansancio visual 97%, dolor de cabeza 94%, obstrucción visual 94 % y estrés 93%. Para concluir la población tiene varias nociones sobre la definición de la misma que son tanto afectaciones a la salud como a su entorno de igual manera un exceso de elementos ajenos al ambiente. Este trabajo se relaciona con la investigación en curso ya que se basa en la propuesta de indicadores de medición, asimismo examinando los puntos críticos que tiene el área de estudio a investigar.

1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA

1.3.1. MARCO TEÓRICO

La Contaminación Visual parte de todo aquello el cual aturda la visualización de un paisaje mediante avisos publicitarios, letreros comerciales, cableado eléctrico, vallas publicitarias, convirtiéndose en agentes contaminantes debido a la expansión urbana, lo cual se da mayormente en zonas o avenidas más comercializadas. Según Velasco, J. (2006,p.33) nos dice que” la contaminación visual es el cambio en el paisaje que altera la estética de un determinado lugar y que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivos”.

Sin embargo Acosta, R. (2008), nos señala en su libro que la contaminación visual es aquello que aflija o perturbe la visualización de algún sitio, zona o paisaje, cargando aún más el espacio visual y superando la capacidad de absorción de datos que tiene el cerebro humano con mensajes publicitarios u otros elementos que sobre estimulan a las personas (p.86).

De igual manera García, M. [et al].(2006), menciona que la contaminación visual vendrá determinada por la interrupción, ocultación o difuminación de los límites. La distribución aleatoria de distintos elementos antrópicos en un paisaje puede dar una sensación de desorden a encontrarse diseminados sin ningún objetivo común aparente que el espectador pueda descubrir fácilmente lo cual puede ocasionar que el paisaje sea poco legible, asimismo la unidad, simetría, desequilibrio, regularidad, coherencia pueden ser factores que contribuyan a provocar que el grado de diseminación sea causante de contaminación visual (p.498).

Por otra parte Rivera,G.(2013) señala que “un elemento atípico empieza a conformarse sobre cualquier aspecto físico de lo relacionado se presenta como por ejemplo abuso en la publicidad, deterioro de la fachada, postes saturados de cableado, etc. “(p.90). Por ello un elemento atípico se puede situar en varios lugares que se encuentran afectadas o deterioradas.

La sociedad es sensible a todo tipo de contaminación, sin embargo se encuentra en un nivel menos consciente provocando alteraciones a nuestro planeta cómo a nosotros mismo como seres vivos. Se sabe que los carteles o anuncios publicitarios en las avenidas públicas son contaminantes visuales que distraen la atención de peatones y automovilistas además que perturban el paisaje, también impiden contemplar la belleza natural. Por otra parte el hombre percibe un ambiente caótico y de confusión que lo excita y estimula, provocándole una ansiedad momentánea mientras dura el estímulo. Estos estímulos a los que se ven sometidos, por ejemplo los automovilistas, pueden llegar a generar distracción, e incluso a imposibilitar la percepción de las señales indicadoras de tránsito, transformándose en inductores de accidentes de tránsito. (UNNE, 2006).

Según Gerula, R.(2007) la contaminación visual no afecta sólo a los automovilistas sino a todos modificando seriamente nuestro equilibrio, ya que es material que procesa preponderadamente el hemisferio central izquierdo asociado a la producción de adrenalina y la alerta permanente de todos los sistemas de vigilia (p.223).

La salud de las personas se ve alterada a causa de mucha contaminación visual que se percibe en zonas muy comercializada lo cual trae efectos como estrés, fatiga, ansiedad, dolores de cabeza y problemas visuales, además también contaminamos nuestro sistema nervioso central a través de la visión. Asimismo el Servicio de Protección de la Naturaleza de la Guardia Civil de España (Seprona) nos dice que las consecuencias de la contaminación visual son diversas lo que provoca dolor de cabeza, estrés por saturación de colores y elementos, distracciones peligrosas al conductor cuando desvía la atención para ver un cartel en la carretera o cuando ocultan señalizaciones de tipo informativo (Acosta, 2008, p.87).

Según Aguilar, S. [et al].(2006), señala que la contaminación visual aflige la salud de las personas provocando estrés, dolores de cabeza, distorsión de colores visuales y accidentes de tránsito por distracciones y en ocasiones provocando la muerte de algunas especies como las aves las cuales se estrellan con los anuncios espectaculares (p.407). Asimismo Escobar, R.(2013), nos dice que el bombardeo de avisos genera cansancio, dolores de cabeza, estrés, también distracciones peligrosas para la persona que maneja lo cual puede ocasionar accidentes, además sostiene que la gente se entretiene observando los avisos o hablando por celular.

Sin embargo el geobiólogo Arbohain Y Garcen, L.(2001) nos dicen que el procedimiento del cerebro del ser humano que tiene una determinada capacidad de absorción de datos, los sentidos son los encargados de transmitir el cerebro toda la información que perciben del entorno, entre ellos el sentido de la vista es uno de los más complejos y de los de mayor incidencia tiene en la percepción global del entorno y también las reacciones psicofísicas del hombre (p.11).

1.3.2. MARCO CONCEPTUAL

- **Contaminación Visual:** es el cambio o desequilibrio en el paisaje, ya sea natural o artificial que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivos.(Conam,2001).
- **Publicidad:** “Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios “(Gonzales, M, Y Prieto, M, 2009, p.15).
- **Avisos publicitarios:** es la publicidad impresa a través de letras recortadas o logotipos que se consignan en la parte frontal del toldo (REFERENCIA ORDENANZA N°414-MDA).
- **Agente Distractor:** “elemento que hace perder la atención a determinada situación o acción”. (Mota, I ,1994,p.458).
- **Paisaje:** “Se entiende por cualquier parte del territorio tal como la percibe la población cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales o humanos “ (Busquets ,J.2009.p.3).
- **Banderolas :** “anuncio y aviso publicitario cuyo mensaje es impreso en una superficie laminar de papel, cartón que se adhiere a una parámetro o cartelera” (ORDENANZA N°414 – MDA, 2016) (Véase en Anexo1)
- **Estética:** la estética es como está relacionado la calidad visual que el ser humano puede percibir y lo cuál puede parecerle agradable o desagradable a los sentidos.
- **Perturbación:** es una alteración la cual se produce en las características permanentes que conforman en la mejora de un proceso.
- **Seguridad:** se refiere a la persona que se encuentra libre de cualquier peligro o inseguridad ante una circunstancia.
- **Letrero comercial:** es un aviso publicitario el cual consta de imágenes para poder llamar la atención de la marca para poder promocionarla.
- **Saturación:** Delojo, G. (2011), se define “es la densidad de predominio que trata de indicar la cantidad de color que hay en una mezcla “ (p.11).

- **Salud:** la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y también social, no solamente la ausencia de enfermedad o dolencia (OMS,1948).
- **Estrés:** Según el diccionario de la Lengua Española es la tensión provocada por situaciones agobiantes que originan reacciones psicósomáticas o trastornos psicológicos a veces graves (2016).
- **Distorsión visual:** es un síntoma exclusivo de una alteración de los trastornos que afectan a la mácula, ya que se deben al desplazamiento relativo de los fotorreceptores maculares (Rollero, 2016).
- **Dolores de cabeza:** Según el diccionario de la Real Academia Española son uno de los trastornos más comunes del sistema nervioso. e incapacitantes como la jaqueca o migraña, la cefalea tensional y la cefalea en brotes (2016).

1.3.3. MARCO LEGAL

En la Municipalidad de Ate en el mes de noviembre del año 2016 regularon la ubicación de anuncios y avisos publicitarios según la Ordenanza N°414 – MDA el cual es de cumplimiento obligatorio en todo ámbito jurisdiccional del distrito, con la finalidad de conservar y preservar el ornato, la estética urbana y calidad del paisaje de la ciudad así como la seguridad de los ciudadanos.

En la Ordenanza Municipal del Distrito Ate N° 414-MDA-2016, señala, en su Artículo 8: sobre Clasificación de los Anuncios y Avisos Publicitarios por sus Características Físicas, indica que los anuncios o avisos publicitarios, por las características de su apariencia y forma se clasifican en:

- ❖ Banderola : anuncio y aviso publicitario cuyo mensaje publicitario es impreso sobre material flexible(tela) el cual se sujeta de sus extremos , asimismo se definen en 3 tipos :
 - Banderola : propiamente dicha hasta 16 m2 de área
 - Gigantografía: cuando su área de exhibición es mayor a 16m2.

- Pasacalle : cuando una banderola atraviesa una vía
- Panel simple : es el anuncio o aviso publicitario constituido por superficies sostenidas por parantes sencillos que no excedan los 9 m2. (Véase en el Anexo 1, p.4)

La Municipalidad Metropolitana de Lima regulan la ubicación de anuncios y avisos publicitarios en la provincia de Lima, Ordenanza N° 1094 que regula la protección del Ambiente Urbano y el Ornato de la ciudad (2007) (Véase en el Anexo 2).

En el Consejo Distrital de la Molina en el año (2016) modifican la Ordenanza N° 089 de Avisos y Publicidad Exterior, modificaron los artículos necesarios, asimismo redactando de la siguiente forma por ejemplo en el artículo 7 la definición para efectos de la presente ordenanza se entiende por Contaminación visual: “el fenómeno mediante el cual se ocasionan impactos negativos en la percepción visual por el abuso de ciertos elementos que alteran la estética o la imagen del paisaje urbano y que generan una saturación visual alterando el ornato, el tránsito y en general el orden establecido en una ciudad “ (Véase en el Anexo 3).

Sin embargo la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972 señala en su artículo 80° numeral 3,4 que “son funciones exclusivas de las municipalidades distritales el fiscalizar y realizar labores de control respecto de la emisión de humos, gases, ruidos, y otros elementos contaminantes de la atmósfera y el ambiente”. Es importante tener en cuenta que en toda municipalidad se debe realizar controles a estos contaminantes para poder gestionarlos. Se sabe que este problema de contaminación visual no solo se viene dando en nuestro país, sino también en distintos países como España en su Ley 14, Patrimonio Histórico de Andalucía en su artículo 19 nos señala que “la contaminación visual es la que interviene para el bien de su entorno para la protección que degrade los valores del patrimonio histórico o alguna interrupción que distorsione su contemplación” (2007).

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la contaminación visual y la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017?

1.4.2. Problemas Específicos

¿De qué manera los avisos publicitarios se relaciona con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017?

¿De qué manera los agentes contaminantes se relaciona con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017?

1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El presente trabajo de investigación nace con la finalidad de determinar si la contaminación visual generada por el exceso de publicidad se relaciona con la salud de las personas aledañas del Paradero Ceres Medio del Distrito de Ate, provocando un deterioro ambiental al paisaje urbano, que sin duda es una problemática que se encuentra en este paradero ya que es muy comercializado donde estos anuncios publicitarios se han convertido en un recurso excesivo de mercado a través de elementos como banderolas, avisos, vallas publicitarias, paneles, gigantografías, acumulación de residuos sólidos que las personas con facilidad tiran sus desechos en las cuales son visibles desde las vías de uso de dominio público bien sean peatonales o vehiculares, afectando el campo visual. Finalmente sirve para tener conocimiento que realmente la contaminación visual conformada por toda publicidad comercial ocasiona un efecto a la salud de los seres vivos, asimismo hacerle partícipe a la Municipalidad de una propuesta de regulación de normas legales para que hagan constantemente supervisiones adecuadas para disminuir la excesiva publicidad ilegal que se viene dando en el Paradero Ceres Medio. (Véase en el anexo 7).

1.6. HIPÓTESIS

1.6.1. Hipótesis General

- Existe relación entre la contaminación visual y la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate - 2017.
- No existe relación entre la contaminación visual y la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate - 2017

1.6.2. Hipótesis Específicos

- Existe relación entre los avisos publicitarios y la Salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017.
- Existe relación entre los agentes contaminantes y la Salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017.

1.7. OBJETIVOS

1.7.1. Objetivo General

- Evaluar la contaminación visual y su relación con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Identificar los avisos publicitarios y su relación con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017?
- Determinar los agentes contaminantes y su relación con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017?

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

El diseño de la presente investigación fue no experimental, porque no se manipula las variables de estudio, ya que pertenece a la subjetividad observar los fenómenos en su contexto natural que serán analizados. Según Hernández, F Y Baptista, P. (2006) ellos señalan que la investigación no experimental, lo que hace es observar el fenómeno tal y como se da en su contexto natural, para poder analizarlo (p.118).

Tipo de Estudio

La presente investigación es de tipo descriptiva correlacional con el que se pretende determinar la relación que existe entre la variable contaminación visual y la salud de los pobladores.

Hernández, F. (2010) este tipo de investigación correlacional pretende conocer la relación o el grado de asociación que existe entre dos variables en un contexto particular. Asimismo es descriptiva ya que se procura especificar características o rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice (p.117).

De acuerdo a su enfoque de investigación

En esta investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, ya que se manipuló la estadística en base a la información recogida y procesada. Asimismo Hernández, F Y Baptista, L. (2010) el enfoque cuantitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico [...]” (p.4).

De acuerdo a su temporalidad

La investigación que se profundizó fue de acuerdo a su temporalidad dado por el diseño transversal ya que se recolectó la información necesaria en un único momento. Según Gómez, M. (2006), su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (p160).

2.2. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN

2.2.1. Definición Conceptual

➤ V1: Contaminación visual:

La contaminación visual se refiere al desequilibrio en el paisaje ya sea natural o artificial que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivos (ACOSTA, R, 2008, p.86).

V2: Salud:

“Afectan la salud de los pobladores provocando estrés, dolor de cabeza y accidentes de tránsito por distracciones y en ocasiones provocan la muerte de algunas especies como las aves “(AGUILAR, S 2006, p.408).

Tabla 1:Operacionalización de V1

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES						
VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEM	ESCALA Y VALORES
VARIABLE 1: CONTAMINACIÓN VISUAL	La contaminación visual es un tipo de contaminación que parte de todo aquello que afecte la visualización de alguna zona o paisaje ya sea a través de mensajes publicitarios o comerciales. (Acosta,2008,p.86)	La operacionalización de la variable contaminación visual será aplicada a través de un cuestionario tipo Likert a los pobladores del Paradero de Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017 el que constará de 10 preguntas.	Avisos Publicitarios	Tipos de avisos	1,2	Totalmente de acuerdo (5) De acuerdo (4) Indeciso (3) En desacuerdo (2) Totalmente de acuerdo (1)
				Característica Técnica	2,3	
			Agentes Contaminantes	Residuos Sólidos Acumulados	5,6	
				Cableado eléctrico aéreo	7,8	

Fuente : Elaboración Propia

2.2.2. Definición Operacional

➤ V1: Contaminación Visual :

La operacionalización de la variable contaminación visual se realizará a través de un cuestionario tipo Likert aplicada a los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017 el cuestionario constará de 10 preguntas.

➤ V2: Salud

La operacionalización de la variable salud se realizará a través de un cuestionario tipo Likert aplicada a los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017 el cuestionario constará de 10 preguntas.

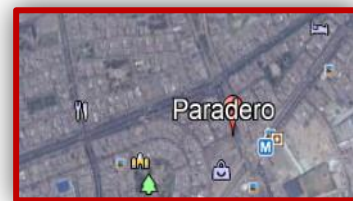
Tabla 2: Operacionalizacion de V2

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES						
VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEM	ESCALA Y VALORES
VARIABLE 2 : SALUD DE LOS POBLADORES	*Afectan la salud de los pobladores provocando estrés , dolor de cabeza y accidentes de tránsito por distracciones y en ocasiones provocan la muerte de algunas especies como las aves * (Aguilar, 2006, p.408	La operacionalización de la variable salud se realizará a través de un cuestionario tipo Likert aplicada a los pobladores del Paradero Ceres Medio , Distrito de Ate ,2017 el cuestionario constará de 10 preguntas	Perturbación	Dolores de Cabeza	9,10	Totalmente de acuerdo (5) De acuerdo (4) Indeciso (3) En desacuerdo (2) Totalmente de acuerdo (1)
				Estrés por saturación de colores	11,12	
				Cansancio visual	13,14	
				Distorsión visual	15,16	
			Seguridad	Sustracciones de objetos personales	17,18	Totalmente de acuerdo (5) De acuerdo (4) Indeciso (3) En desacuerdo (2) Totalmente de acuerdo (1)
				Costumbres culturales	19,20	

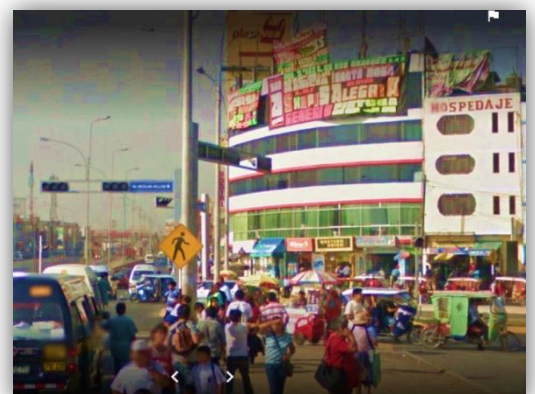
Fuente : Elaboración Propia

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

El Paradero Ceres Medio se encuentra situado en el Distrito de Ate con Prolongación con Javier Prado, mediante la observación se encontró en este paradero mayor contaminación por paneles publicitarios anunciando eventos sociales, ventas de artefactos y otros productos, esto se debe ya que este paradero es el punto central de Ate, debido a esto se aglomeran estos tipos de anuncios, también se da porque en esta zona existe discotecas aledañas al paradero por ello es la razón que se escoge esta zona de estudio.



PUNTO PARADERO CERES MEDIO	COORDENADAS
LATITUD	12° 1'51.55"S
LONGITUD	76°55'37.78"O



2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Según Rienzo, J, [et al], (2008) define a la “población como un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinado con alguna característica común observable o medible” (p.2).

En la presente investigación se determinó la población mediante el método de conteo de las personas, para ello se tuvo que preguntar si viven cerca del paradero Ceres Medio, distrito de Ate, asimismo se llevó a cabo en el horario de 2:00 a 4:30 pm ya que las personas de la zona se encontraron en este horario, los días establecidos se dió porque se visitó la zona de estudio los días que se fue son los Lunes, Miércoles, Viernes, Sábado y Domingo donde se hizo el respectivo conteo. Según García,O.(2013),el método del conteo son aquellas que son usadas para enumerar eventos difíciles de cuantificar.

Cuadro N° 1:Población del Paradero Ceres

DIAS	N° PERSONAS	POBLACIÓN
	2:00 PM — 4:30PM	
LUNES	71	71
MIERCOLES	65	65
VIERNES	83	83
SÁBADO	95	95
DOMINGO	70	70
	TOTAL	384

Fuente : Elaboración Propia

2.3.2. Muestra

Para llegar a la muestra, anteriormente se hizo el método del conteo de las personas que residen cerca del paradero Ceres Medio lo cuál fue dado en el horario de 2:00 a 4:30 pm, los días lunes, miércoles, viernes, sábado y domingo, llegándose a una totalidad de 384 personas, luego de haber obtenido la cantidad se utilizó la siguiente formula y se reemplazó los datos. Según Carrasco Díaz, Sergio (2015), señala que la muestra es una porción de la población con particularidades de esta y que el desenlace se extiende a todos los habitantes (p.237).

Fórmula para calcular la muestra:

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{(N-1)*e^2 + \sigma^2 * Z^2}$$

Dónde:

N= Tamaño de la población de estudio

n = tamaño de la muestra

σ = desviación estándar de la población (0.5)

e = margen de error (0.05)

Z= Nivel de confianza =1.96

Reemplazando valores tenemos:

$$n = \frac{384 x (0.5)^2 x (1.96)^2}{(N - 1)x(0.05)^2 + (0.5)^2x(1.96)^2}$$

$$n = \frac{384 x (0.25)x 3.816}{(384 - 1) x (0.05)^2 + (0.25)x 3.816}$$

$$n = \frac{384 \times (0.25) \times 3.816}{(383) \times (0.05)^2 + (0.25) \times 3.816}$$

$$n = \frac{366.336}{1.9115}$$

$$n = 191.64$$

Redondeado: N = 192

2.3.3. Muestreo

En la investigación se utilizó el método probabilístico, de muestreo estratificado. El tipo de muestreo probabilístico de manera estratificada es aquel que se puede prever anticipadamente cual será la probabilidad de poder obtener cada dato que sea posible desde una población o universo (Sánchez y Reyes, 1996).

Del mismo modo Ávila Baray, H. (2006) menciona que este procedimiento de muestreo determina los estratos que conforman una población de estudio para seleccionar y extraer de ellos la muestra (p.91).

Para hallar el muestreo se aplicó la siguiente fórmula :

Dónde:

K: proporción

n: muestra

N: población

$$k = \frac{n}{N}$$

$$k = \frac{192}{384}$$

$$k = \frac{192}{384} = 0.5013$$

$$k = 0.5013$$

Para hallar el muestreo estratificado se tuvo que reemplazar los valores dados por la formula, del cuál se obtuvo una proporción de 0.5013, este fue multiplicado por cada estratos que en este caso viene a ser los días Lunes, Miércoles, Viernes, Sábado y Domingo, asimismo se obtuvo de cada día las personas que se encuestó en el horario de 2:00 a 4:30pm.

- **Días de la Semana :**

Lunes: 36 personas encuestadas

Miércoles: 32 personas encuestadas

Viernes: 41 personas encuestadas

Sábado: 48 personas encuestadas

Domingo: 35 personas encuestadas

Cuadro N° 2: Estratos de muestra

DIAS (ESTRATOS)	POBLADORES	PROPORCION(K)	N
LUNES	71	0.5013	36
MIERCOLES	64	0.5013	32
VIERNES	82	0.5013	41
SABADO	95	0.5013	48
DOMINGO	70	0.5013	35
TOTAL			192

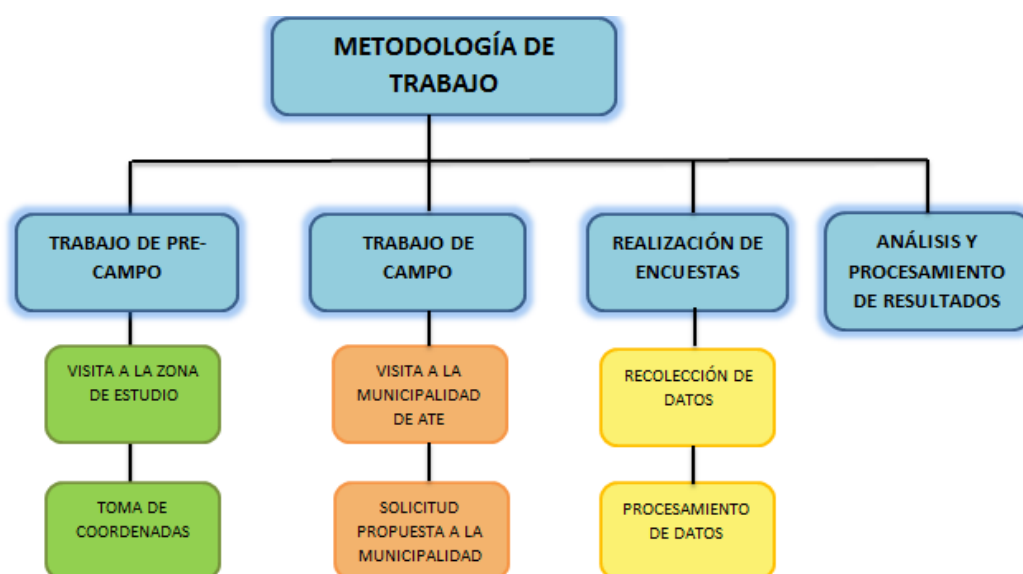
Fuente : Elaboración Propia

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos , validez y confiabilidad

2.4.1. Descripción del procedimiento

En el presente gráfico nos muestra el proceso para la recolección de datos en campo, además para ser procesadas al programa estadístico (SPSS22) y finalmente obtener los resultados e interpretarlos.

Cuadro N° 3: Descripción de Trabajo de Campo



Fuente : Elaboración Propia

2.4.2. Técnica de recolección de datos :

La técnica que se empleó en este trabajo de investigación fue la encuesta con la finalidad de recolectar la información de la muestra seleccionada para un eficaz y rápido resultado.

Según Pérez, R, especifica la encuesta como la técnica de recolección de información sobre ciertas características de todos y cada uno de los elementos que componen la población. (1986, p. 138).

2.4.3. Instrumento de recolección de datos:

Lo que respecta al instrumento para obtener los datos pertinentes, se hizo el uso del cuestionario, que consistió en un conjunto de preguntas, en este caso cerradas, que dieron respuestas a los problemas planteados en la investigación. Según Malhotra, Naresh. (2004) “un cuestionario es un conjunto formal de preguntas para obtener información de los encuestados” (p. 280).

Escala de Medición

En el trabajo de investigación se elaboró un cuestionario tipo escala Likert con un total de 20 ítems.

Según Diaz, Angel y Miranda, Ana.(2015), nos menciona que la escala de tipo Likert consiste en un conjunto de ítems en forma de juicios ante los cuales se pide respuesta o reacción a un estímulo a los sujetos de la investigación(p.130). De igual manera Malhotra, Naresh.(2004), señala que es una escala de medición ampliamente utilizada con cinco categorías de respuesta que requiere que los encuestadores indiquen un grado de acuerdo o desacuerdo con cada serie de enunciados que se relacionan con los objetivos de estímulo (p. 258).

Cuadro N° 4: Cronograma de Llenado de Encuestas

DÍA	FECHA	HORA	N°DE ENCUESTAS
LUNES	18/09/17	2:00 - 4:30	36
MIERCOLES	19/09/17	2:00 – 4:30	32
VIERNES	20/09/17	2:00 – 4:30	42
SÁBADO	21/09/17	2:00 – 4:30	48
DOMINGO	22/09/17	2:00 – 4:30	35

Fuente : Elaboración Propia

2.4.4. Validez y confiabilidad

2.4.4.1. Validez

En la investigación, el instrumento, fue el cuestionario sirvió para recolectar la información necesaria, luego fue validado por el Psicólogo Caller Luna, Juan Bautista especialista en el área de investigación sobre el constructo de ítems. Seguidamente fue sometido a juicio de expertos, a quienes se les solicitó que evalúen y expresen su opinión acerca del instrumento que se utilizará para la recolección de datos, en este caso será el cuestionario.

“La validez de expertos es el grado en la que un instrumento de medición, mide la variable en cuestión según el criterio calificado” (Hernández et al. 2010, p. 204).

Para cumplir con los requisitos de validación del instrumento en el desarrollo de investigación, se trabajó con cinco especialistas en los cuáles serán nombrados en el cuadro N° 05.

Cuadro N° 5: Valoración de Expertos

EXPERTOS	PROMEDIO DE VALORACIÓN	
	V1	V2
Dr. Antonio Delgado Arenas	90	90
Dr. Alejandro Suarez Alvites	90	90
Dr. Milton Cesar Tullume	85	85
Mg. Augusto Mescua Figueroa	85	85
Mg. Luis Gamarra Chavarry	95	95

2.4.4.2. Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se determinó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach de acuerdo a los ítems de las variables: Contaminación visual el cual está conformada por 8 preguntas de la semana 1 que fueron los días Lunes, Miércoles, Viernes, Sábado y Domingo y de igual manera con la variable 2 es la salud de los pobladores, está conformada por 12 preguntas.

Según Hernández y Sampieri nos señala que la confiabilidad es un instrumento de medición que se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales (p.200, 2013).

Tabla 3: Rango de Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach

COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD	
VALORES	INTERPRETACION
0.25	Baja confiabilidad
0.50	Media Confiabilidad
0.75	Aceptable Confiabilidad
0.90	Alta confiabilidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010)

Fuente : Elaboración Propia

Se observa en la tabla el Coeficiente de Alfa de Cronbach los porcentajes que van de cero a uno, lo cual porcentaje más alto es la unidad más confiable.

Cuadro N° 6: Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach de la primera variable

Escala: CONTAMINACIÓN VISUAL

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	192	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	192	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,874	8

PROGRAMA: SPSS 22

La primera variable Contaminación Visual que fue analizada por el Alfa de Cronbach muestra una aceptable confiabilidad según los porcentajes de Hernández, Fernández y Baptista.

Cuadro N° 7: Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach de la segunda variable

Escala: SALUD DE LOS POBLADORES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	192	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	192	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,834	12

PROGRAMA: SPSS 22

La segunda variable Salud de los pobladores que fue analizada por el Alfa de Cronbach muestra una aceptable confiabilidad según los porcentajes de Hernández, Fernández y Baptista.

2.5. Método de Análisis de Datos

2.5.1. Recojo de Datos

En el trabajo de investigación de tesis para recolectar los datos se utilizó la técnica que permite medir actitudes y opiniones, mediante el instrumento de escala de Likert. Aplicandose en una semana durante los días Lunes, miércoles, viernes, sábado y domingo.

2.5.2. Análisis de Datos

El análisis de datos consiste en realizar un modelo estadístico metamático en la cuál vamos a representar la técnica investigativa. De esta manera se efectuará la validez y confiabilidad del instrumento según el Alfa de Cronbach, en el cual nos dan valores mediante este resultado se percibe que tan confiable es el instrumento, también con la ayuda del programa estadístico SPSS versión 22, se analizó e interpretó los datos previamente recolectados. Además se analizó las tablas de frecuencia por cada pregunta del respectivo cuestionario con sus gráficos de barra, también se uso la estadística inferencial cómo la contrastación de hipótesis o modelo de correlación de Pearson, la prueba de normalidad, el chi cuadrado para luego ser interpretados .

2.6. Aspectos Éticos

La contaminación visual generada por los avisos publicitarios se relaciona directamente con la salud de los pobladores del paradero Ceres Medio del Distrito de Ate, alterando la estética del paisaje tanto rural como urbano.

Según Agius, E. La ética ambiental intenta encontrar un sistema económico que contemple los límites de la Tierra y las exigencias de la calidad de la vida, [...] además la ética constituye la extensión máxima de la ética humana nos exige que reflexionemos y actuemos tanto a nivel local como mundial. (2009, p.27).

Lecaros, J. nos menciona que la ética ambiental es aplicada, la cuál reflexiona sobre los fundamentos de los deberes y compromisos del ser humano con la naturaleza, los seres vivos y las futuras generaciones. (2013,p.177).

El autor nos da entender que nosotros como seres vivos deberíamos aplicar una ética ambiental, reflexionar sobre nuestras acciones en el cuidado del Medio Ambiente y ser responsables de ello, para no perjudicar a nuestras generaciones futuras.

Es por ello que mi investigación surge con la finalidad de que los pobladores aledaños tengan conocimientos de los daños que les puede ocasionar el exceso de publicidad como el estrés, dolores de cabeza, distorsión visual, etc. Sin embargo también teniendo en cuenta como debemos de poder preservar y conservar nuestro medio ambiente ya que si existe una agresiva publicidad influirá no solo en nuestra salud sino también en nuestro alrededor que es el medio ambiente para eso nosotros como ciudadanos debemos de reflexionar acerca de que si no hacemos uso de cumplir con las normas establecidas por la municipalidad sobre la regulación de los anuncios publicitarios nos veremos afectados en un futuro.

III.RESULTADOS

3.1. INTERPRETACIÓN DE CUADROS

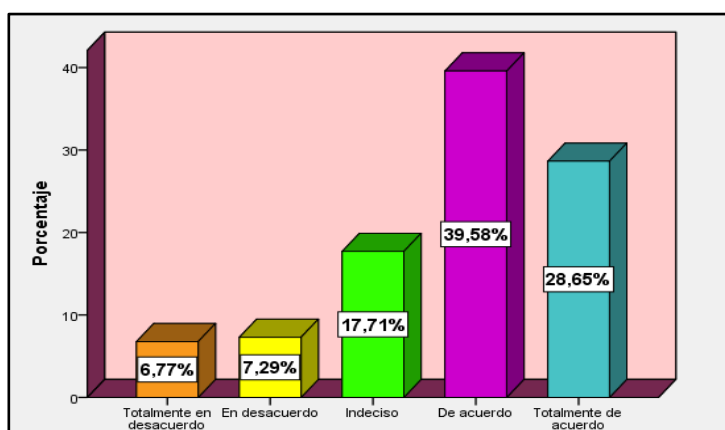
Pregunta 1:

¿Considera usted que los paneles simples banderolas y gigantografías son fuentes de contaminación visual?

Tabla 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	6,8	6,8	6,8
	En desacuerdo	14	7,3	7,3	14,1
	Indeciso	34	17,7	17,7	31,8
	De acuerdo	76	39,6	39,6	71,4
	Totalmente de acuerdo	55	28,6	28,6	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 1



¿ Considera usted que los paneles simples y gigantografías son fuentes de contaminación visual ?

Fuente: Spss

De la Tabla 4 y Gráfico N°1 observamos que de los 192 encuestados el 39,58% de los pobladores están de acuerdo que las banderolas, gigantografías son fuentes de contaminación visual porque alteran la estética de la zona urbana, asimismo un 28,65% se encuentra totalmente de acuerdo, mientras que un 17,71% se encuentra indeciso, un 7,29% esta en desacuerdo y por último un 6,7% está totalmente en desacuerdo que estos avisos sean contaminantes visuales.

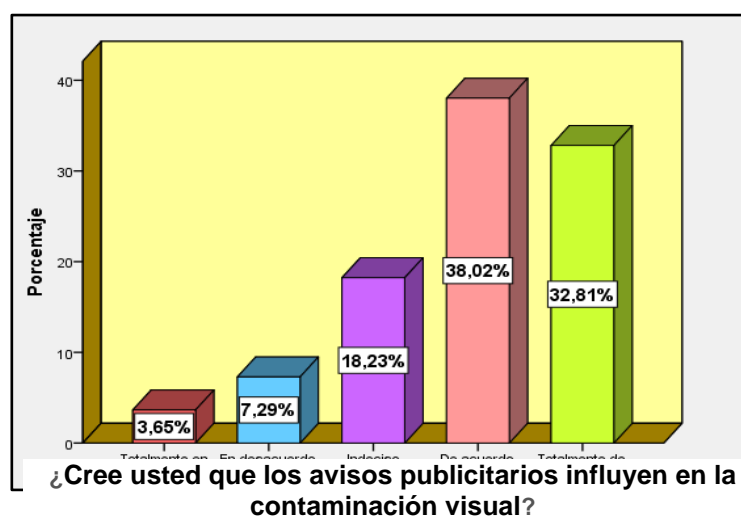
Pregunta 2:

¿Cree usted que los avisos publicitarios influyen en la contaminación visual?

Tabla 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	3,6	3,6	3,6
	En desacuerdo	14	7,3	7,3	10,9
	Indeciso	35	18,2	18,2	29,2
	De acuerdo	73	38,0	38,0	67,2
	Totalmente de acuerdo	63	32,8	32,8	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 2



Fuente: spss

De la Tabla 5 y Gráfico N°2 observamos que de los 192 encuestados el 38,02% de los pobladores están de acuerdo que los avisos publicitarios influyen en la contaminación visual porque alteran el ornato urbano con sus distintos tipos de avisos, asimismo un 32,81% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 18,23% se encuentra indeciso, mientras un 7,29% esta en desacuerdo y por último un 3.6% está totalmente en desacuerdo que estos avisos publicitarios influyen la contaminación visual.

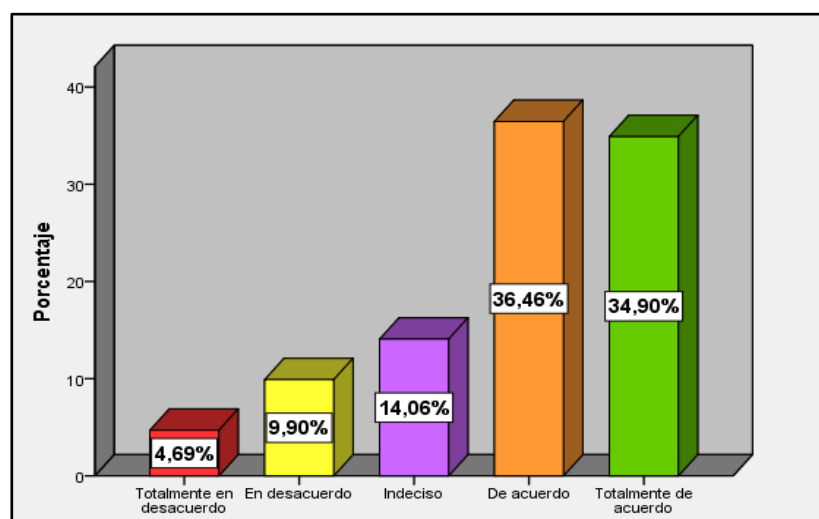
Pregunta 3:

¿Cree usted que el uso de rayos láser en los anuncios publicitarios cause daños visuales?

Tabla 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	4,7	4,7	4,7
	En desacuerdo	19	9,9	9,9	14,6
	Indeciso	27	14,1	14,1	28,6
	De acuerdo	70	36,5	36,5	65,1
	Totalmente de acuerdo	67	34,9	34,9	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 3



¿Cree usted que el uso de rayos láser en los anuncios publicitarios causa daños visuales?

Fuente: Spss

De la Tabla 6 y Gráfico N° 3 observamos que de los 192 encuestados, el 36,46% de los pobladores están de acuerdo que el uso de rayos láser en los anuncios publicitarios cause daños a la visión porque estos tienen radiación muy fuerte lo cual ocasiona ceguera, asimismo un 34,90% se encuentra de acuerdo, sin embargo un 14,06% está indeciso, mientras un 9,90% en desacuerdo y por último un 4,69% está totalmente en desacuerdo que estos rayos láser produzcan daños visuales.

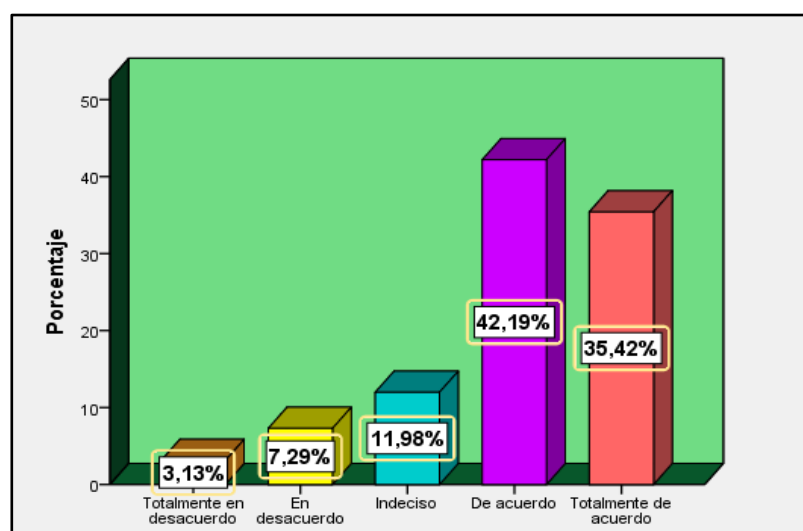
Pregunta 4:

¿Considera usted que todo aviso publicitario debe ser sencillo?

Tabla 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	3,1	3,1	3,1
	En desacuerdo	14	7,3	7,3	10,4
	Indeciso	23	12,0	12,0	22,4
	De acuerdo	81	42,2	42,2	64,6
	Totalmente de acuerdo	68	35,4	35,4	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 4



¿Considera usted que todo aviso publicitario debe ser sencillo?

Fuente: Spss

De la Tabla 7 y Gráfico N° 4 observamos que de los 192 encuestados el 42,1% de los pobladores están de acuerdo que todo aviso publicitario debe ser sencillo referido a que no debe tener colores encendidos, asimismo un 35,4% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 11,98% se encuentra indeciso, mientras un 7,2% está en desacuerdo y por último un 3,1% está totalmente en desacuerdo. en que los avisos deben tener colores sencillos.

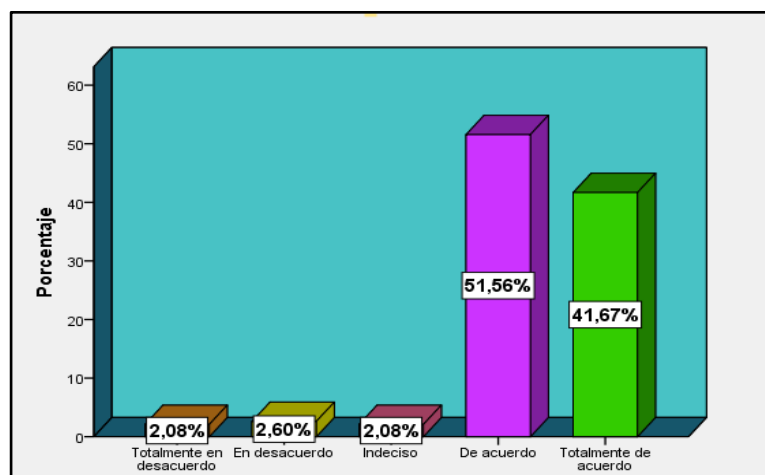
Pregunta 5:

¿Considera usted que debido al exceso de publicidad se genera mayor cantidad de residuos sólidos?

Tabla 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,1	2,1	2,1
	En desacuerdo	5	2,6	2,6	4,7
	Indeciso	4	2,1	2,1	6,8
	De acuerdo	99	51,6	51,6	58,3
	Totalmente de acuerdo	80	41,7	41,7	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 5



¿Considera usted que debido al exceso de publicidad se genera mayor cantidad de residuos sólidos?

Fuente: Spss

De la Tabla 8 y Gráfico N° 5 observamos que de los 192 encuestados el 51,6% de los pobladores están de acuerdo que el exceso de publicidad genere mayor cantidad de residuos sólidos como los afiches publicitarios, volantes y esto genera aspecto desagradable a la zona, asimismo un 41,6% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 2,1% se encuentra indeciso, mientras un 2,6% está en desacuerdo y por último un 2,08% está totalmente en desacuerdo.

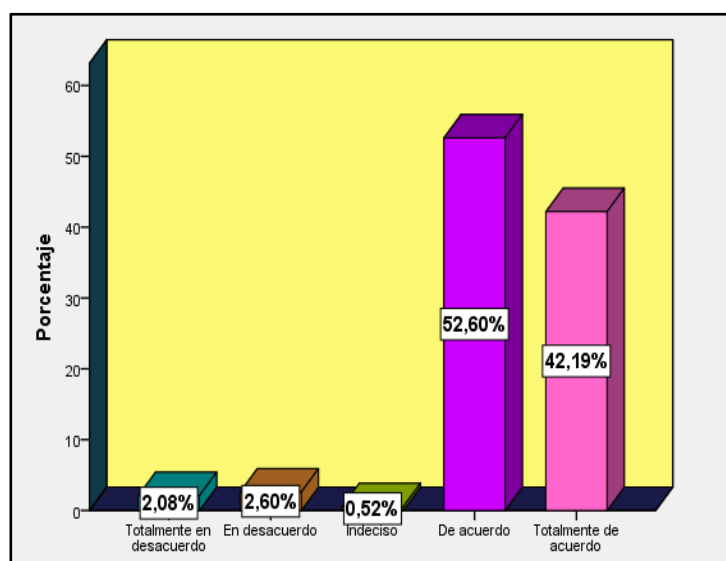
Pregunta 6:

¿Usted cree que los residuos sólidos acumulados generen un aspecto visualmente desagradable?

Tabla 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,1	2,1	2,1
	En desacuerdo	5	2,6	2,6	4,7
	Indeciso	1	,5	,5	5,2
	De acuerdo	101	52,6	52,6	57,8
	Totalmente de acuerdo	81	42,2	42,2	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 6



¿Usted cree que los residuos sólidos acumulados generen un aspecto visualmente desagradable?

Fuente: spss

De la Tabla 9 y Gráfico N° 6 observamos que de los 192 encuestados el 52,6% de los pobladores están de acuerdo que los residuos acumulados generan un aspecto visualmente desagradable al ser arrojados en la vía pública, asimismo un 42,1% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 0,5% se encuentra indeciso, mientras un 2,6% está en desacuerdo y por último un 2,08% está totalmente en desacuerdo que los residuos generan un mal aspecto.

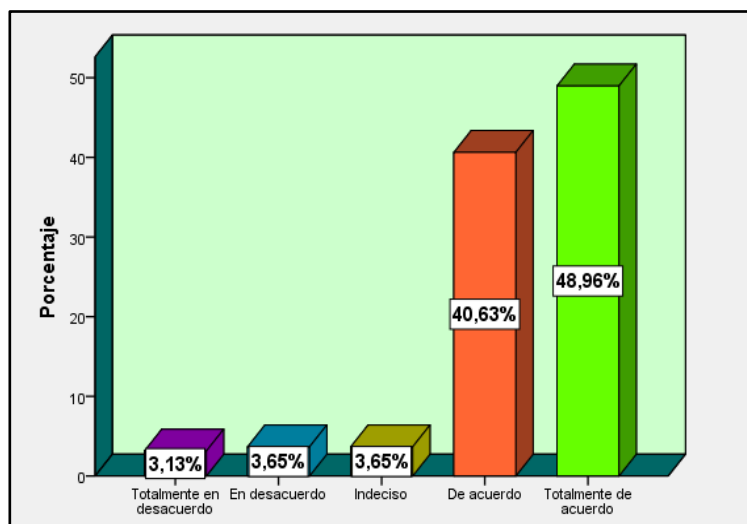
Pregunta 7:

¿Cree usted que los cableados eléctricos aéreos afectan la estética de la zona urbana?

Tabla 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	3,1	3,1	3,1
	En desacuerdo	7	3,6	3,6	6,8
	Indeciso	7	3,6	3,6	10,4
	De acuerdo	78	40,6	40,6	51,0
	Totalmente de acuerdo	94	49,0	49,0	100,0
Total		192	100,0	100,0	

Gráfico N° 7



¿Cree usted que los cableados eléctricos aéreos afectan la estética de la zona urbana?

De la Tabla 10 y Gráfico N° 7 observamos que de los 192 encuestados el 48,9% de los pobladores están totalmente de acuerdo que los cableados eléctricos afectan la estética de la zona porque se encuentra en total desorden, asimismo un 40,6% se encuentra de acuerdo, sin embargo un 3,6% se encuentra indeciso, igualmente un 3,6% está en desacuerdo y por último un 3,1% está totalmente en desacuerdo que el cableado aéreo afecte el pasaje urbano.

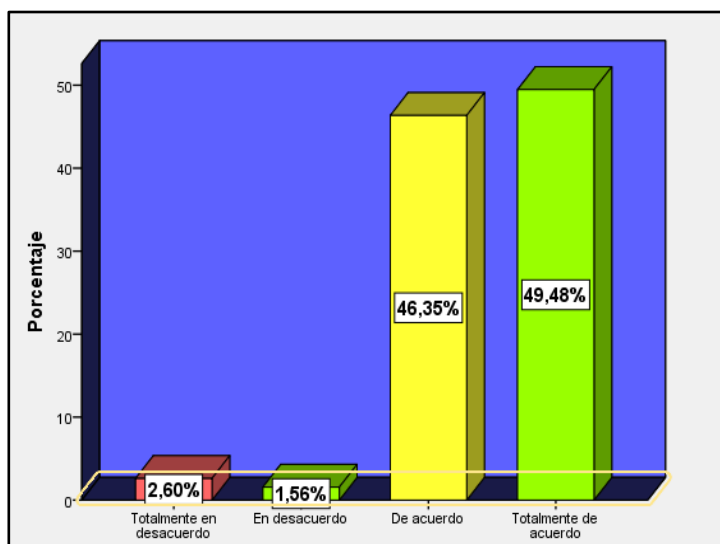
Pregunta 8:

¿Considera usted peligroso el tendido de cables eléctricos aéreos?

Tabla 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2,6	2,6	2,6
	En desacuerdo	3	1,6	1,6	4,2
	De acuerdo	89	46,4	46,4	50,5
	Totalmente de acuerdo	95	49,5	49,5	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 8



¿Considera usted peligroso el tendido de cables eléctricos aéreos?

De la Tabla 11 y Gráfico N° 8 observamos que de los 192 encuestados el 49,4% de los pobladores están totalmente de acuerdo que el tendido de cables eléctricos son peligrosos para la salud porque puede ocasionar un corte circuito, asimismo un 46,3 % se encuentra de acuerdo, sin embargo un 1,5% se encuentra en desacuerdo y por último un 2,6% está totalmente en desacuerdo que sea peligroso para la zona.

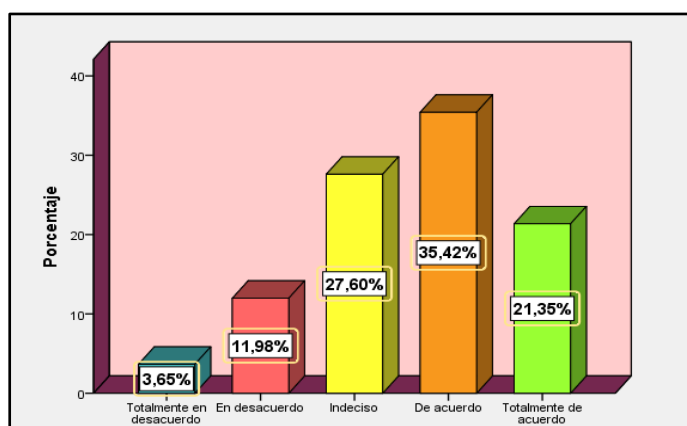
Pregunta 9:

¿Cree usted que los avisos publicitarios influyen en la salud de los pobladores ocasionando los dolores de cabeza?

Tabla 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	3,6	3,6	3,6
	En desacuerdo	23	12,0	12,0	15,6
	Indeciso	53	27,6	27,6	43,2
	De acuerdo	68	35,4	35,4	78,6
	Totalmente de acuerdo	41	21,4	21,4	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 9



¿Cree usted que los avisos publicitarios influyen en la salud de los pobladores ocasionando los dolores de cabeza?

Fuente: Spss

De la Tabla 12 y Gráfico N° 9 observamos que de los 192 encuestados el 35,4% de los pobladores están de acuerdo que los avisos publicitarios influyen en su salud ocasionando dolores de cabeza porque hay mucha saturación de anuncios publicitarios, letreros comerciales, asimismo un 27,6 % se encuentra indeciso, sin embargo un 21,3% se encuentra totalmente de acuerdo, mientras que un 11,9% está en desacuerdo y por último un 3,6% está totalmente en desacuerdo que esto cause dolores de cabeza a las personas.

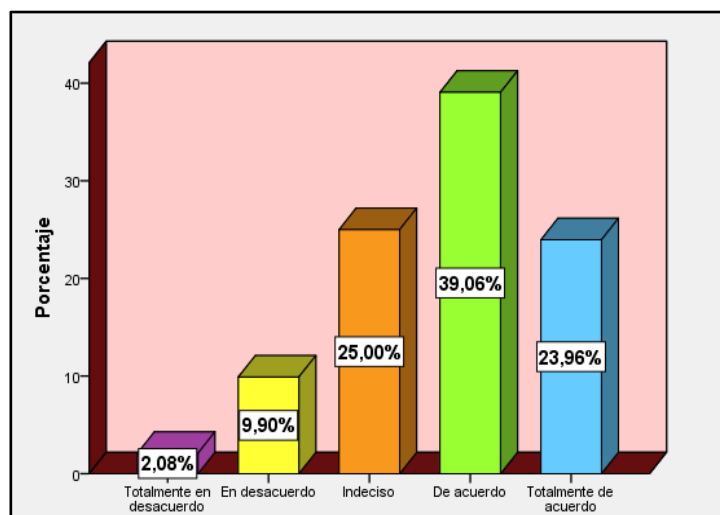
Pregunta 10:

¿Considera usted que los dolores de cabeza son consecuencias de la excesiva publicidad?

Tabla 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,1	2,1	2,1
	En desacuerdo	19	9,9	9,9	12,0
	Indeciso	48	25,0	25,0	37,0
	De acuerdo	75	39,1	39,1	76,0
	Totalmente de acuerdo	46	24,0	24,0	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 10



¿Considera usted que los dolores de cabeza son consecuencias de la excesiva publicidad?

Fuente: Spss

De la Tabla 13 y Gráfico N° 10 observamos que de los 192 encuestados el 36,06% de los pobladores están de acuerdo en que los dolores de cabeza son consecuencias del exceso de publicidad por que tienen colores muy encendidos, asimismo un 25% se encuentra indeciso, sin embargo un 23,9% se encuentra totalmente de acuerdo, mientras que un 9,9% está en desacuerdo y por último un 2,08% está totalmente en desacuerdo que estos dolores de cabeza se deba a la excesiva publicidad.

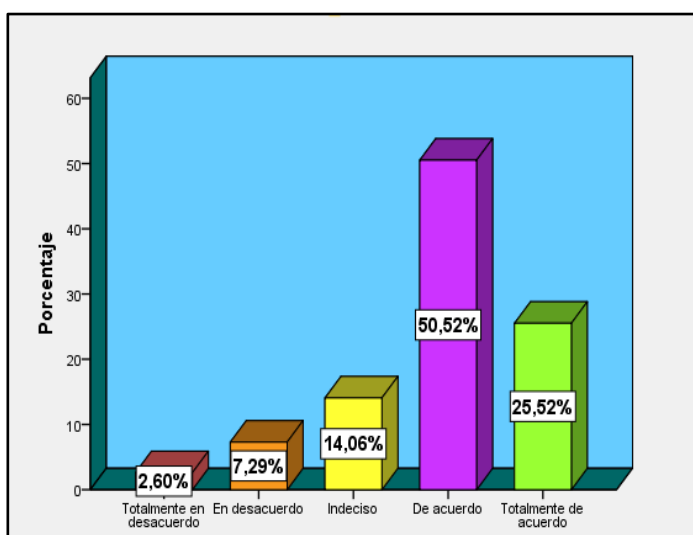
Pregunta 11:

¿Cree usted que las banderolas, gigantografías, paneles simples producen estrés por la gran variedad de colores?

Tabla 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2,6	2,6	2,6
	En desacuerdo	14	7,3	7,3	9,9
	Indeciso	27	14,1	14,1	24,0
	De acuerdo	97	50,5	50,5	74,5
	Totalmente de acuerdo	49	25,5	25,5	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 11



¿Cree usted que las banderolas, gigantografías, paneles simples producen estrés por la gran variedad de colores?

Fuente: Spss

De la Tabla 14 y Gráfico N° 11 observamos que de los 192 encuestados el 50,5% de los pobladores están de acuerdo que las banderolas, gigantografías y otros avisos producen estrés por que la variedad de sus colores son muy iluminados, asimismo un 25,5% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 14,06% se encuentra indeciso, mientras que un 7,2% está en desacuerdo y por último un 2,6% está totalmente en desacuerdo. que el estrés se deba por la diversidad de colores.

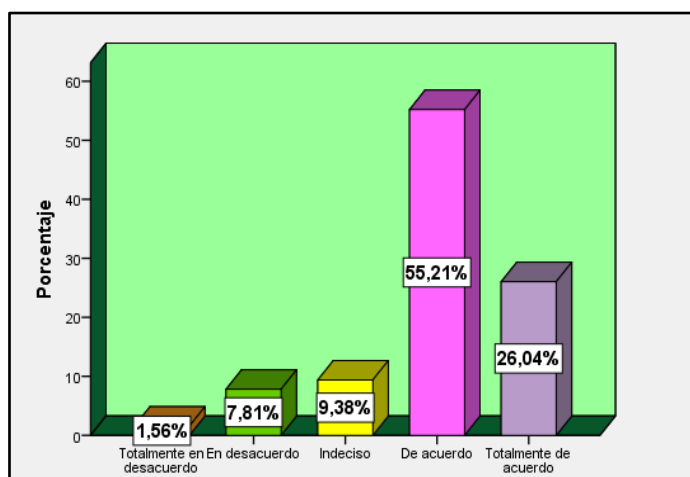
Pregunta 12:

¿Cree usted que el estrés por saturación de colores se debe a no cumplir con las normas adecuadas en avisos publicitarios?

Tabla 15

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo	15	7,8	7,8	9,4
	Indeciso	18	9,4	9,4	18,8
	De acuerdo	106	55,2	55,2	74,0
	Totalmente de acuerdo	50	26,0	26,0	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 12



¿Cree usted que el estrés por saturación de colores se debe a no cumplir con las normas adecuadas en avisos publicitarios?

Fuente Spss

De la Tabla 15 y Gráfico N° 12 observamos que de los 192 encuestados el 55,2% de los pobladores están de acuerdo que las personas que hacen publicidad no acatan las normas ya que no hay una supervisión adecuada por parte de la municipalidad, asimismo un 26,04% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 14% se encuentra indeciso, mientras que un 7,3% está en desacuerdo y por último un 2,6% está totalmente en desacuerdo que el estrés por saturación de colores se deba a que no haya una gestión adecuada de los avisos publicitarios.

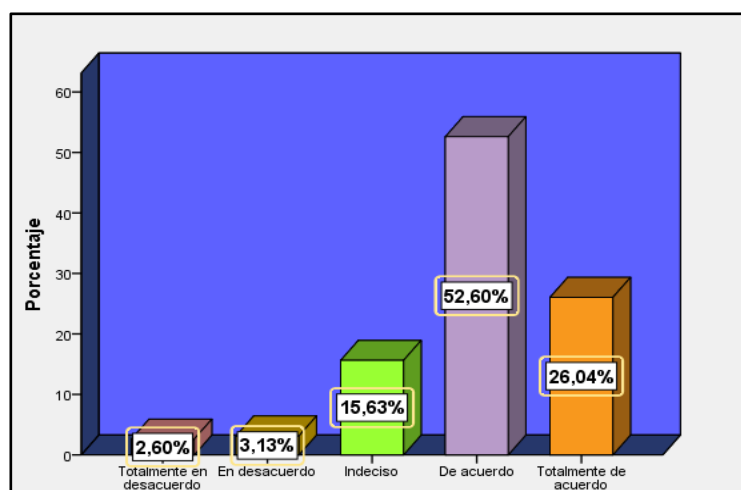
Pregunta 13:

¿Cree usted que algunos avisos publicitarios influyen en su salud ocasionando cansancio visual?

Tabla 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2,6	2,6	2,6
	En desacuerdo	6	3,1	3,1	5,7
	Indeciso	30	15,6	15,6	21,4
	De acuerdo	101	52,6	52,6	74,0
	Totalmente de acuerdo	50	26,0	26,0	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 13



¿Cree usted que algunos avisos publicitarios influyen en su salud ocasionando cansancio visual?

Fuente: Spss

De la Tabla 16 y Gráfico N° 13 observamos que de los 192 encuestados el 52,6% de los pobladores están de acuerdo que los avisos publicitarios influyen en su salud ocasionando cansancio visual por letreros luminosos, avisos, gigantografías asimismo un 26,4% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 15,6% se encuentra indeciso, mientras que un 3,1% está en desacuerdo y por último un 2,6% está totalmente en desacuerdo que hay el cansancio visual sea generado por cualquier aviso.

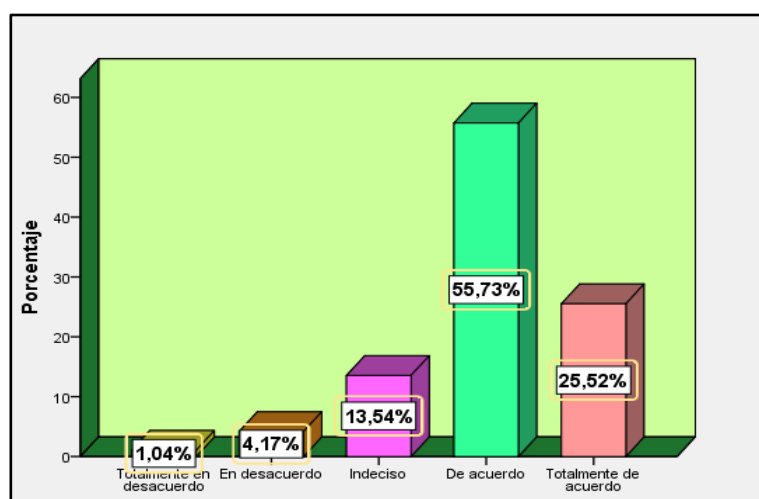
Pregunta 14:

¿Usted cree que los colores encendidos utilizados en los avisos publicitarios provoquen cansancio visual?

Tabla 17

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	1,0	1,0	1,0
	En desacuerdo	8	4,2	4,2	5,2
	Indeciso	26	13,5	13,5	18,8
	De acuerdo	107	55,7	55,7	74,5
	Totalmente de acuerdo	49	25,5	25,5	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 14



¿Usted cree que los colores encendidos utilizados en los avisos publicitarios provoquen cansancio visual?

Fuente: Spss

De la Tabla 17 y Gráfico N°14 observamos que de los 192 encuestados el 55,7% de los pobladores están de acuerdo que los colores fuertes o encendidos utilizados en avisos publicitarios provoque cansancio visual por la cantidad de publicidad percibida en la zona, asimismo un 25,5% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 13,6% se encuentra indeciso, mientras que un 4,1% está en desacuerdo y por último 1.04% está totalmente en desacuerdo que los avisos inciten cansancio visual.

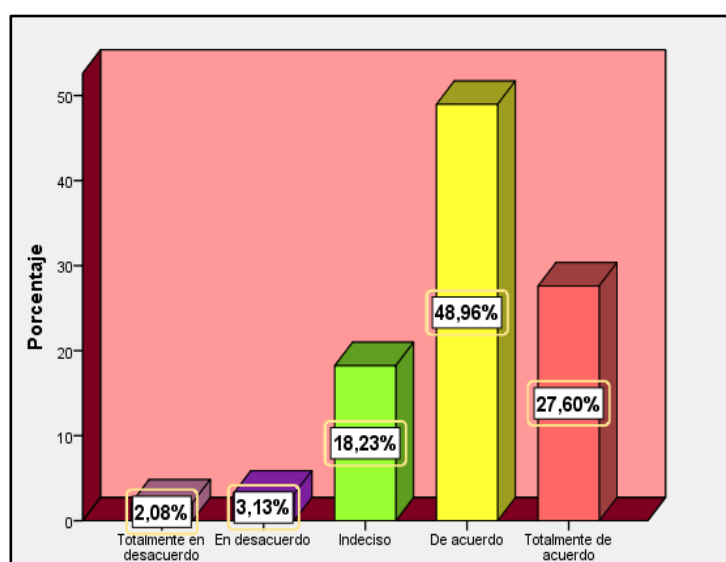
Pregunta 15:

¿Cree usted que los avisos publicitarios son causantes de la distorsión visual?

Tabla 18

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,1	2,1	2,1
	En desacuerdo	6	3,1	3,1	5,2
	Indeciso	35	18,2	18,2	23,4
	De acuerdo	94	49,0	49,0	72,4
	Totalmente de acuerdo	53	27,6	27,6	100,0
Total		192	100,0	100,0	

Gráfico N° 15



¿Cree usted que los avisos publicitarios son causantes de la distorsión visual?

Fuente: Spss

De la Tabla 18 y Gráfico N° 15 observamos que de los 192 encuestados el 48,96% de los pobladores están de acuerdo que los avisos publicitarios son causantes de la distorsión visual porque daña la retina produciendo que las imágenes se vean borrosas, asimismo un 27,6% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 18,2% se encuentra indeciso, mientras que un 3,1% está en desacuerdo y por último un 2,08% está totalmente en desacuerdo. que esto sea causa de desviación a la vista.

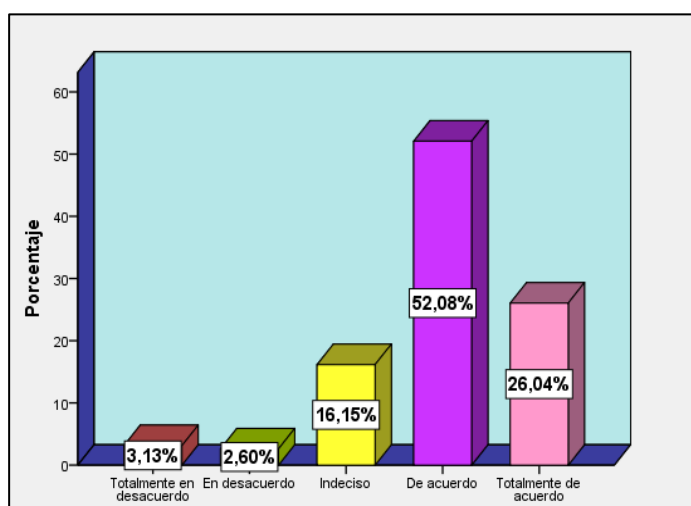
Pregunta 16:

¿Cree usted que si se cumpliera las normas de los avisos publicitarios se podría evitar algún daño como la distorsión visual?

Tabla 19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	3,1	3,1	3,1
	En desacuerdo	5	2,6	2,6	5,7
	Indeciso	31	16,1	16,1	21,9
	De acuerdo	100	52,1	52,1	74,0
	Totalmente de acuerdo	50	26,0	26,0	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 16



¿Cree usted que si se cumpliera las normas de los avisos publicitarios se podría evitar algún daño como la distorsión visual?

Fuente: Spss

De la Tabla 19 y Gráfico N° 16 observamos que de los 192 encuestados el 52,08% de los pobladores están de acuerdo que si se cumplen las normas de avisos publicitarios se evitaría daño perjudicial a la vista cómo la distorsión visual, asimismo un 26,4% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 16,1% se encuentra indeciso, mientras que un 2,6% está en desacuerdo y por último un 3,1% está totalmente en desacuerdo que los tipos de avisos sea causa de distorsión visual.

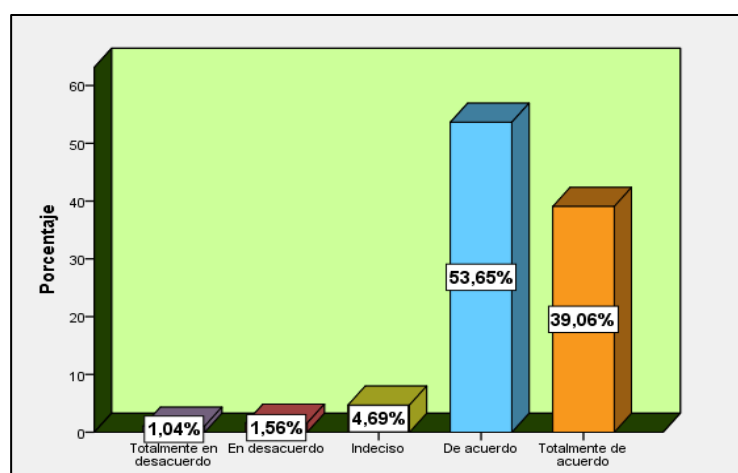
Pregunta 17:

¿Usted cree que debido a la publicidad excesiva su seguridad está en riesgo por ser un agente distractor?

Tabla 20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	1,0	1,0	1,0
	En desacuerdo	3	1,6	1,6	2,6
	Indeciso	9	4,7	4,7	7,3
	De acuerdo	103	53,6	53,6	60,9
	Totalmente de acuerdo	75	39,1	39,1	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 17



¿Usted cree que debido a la publicidad excesiva su seguridad está en riesgo por ser un agente distractor?

Fuente: Spss

De la Tabla 20 y Gráfico N° 17 observamos que de los 192 encuestados el 53,6% de los pobladores están de acuerdo que debido a la publicidad en exceso su seguridad está en riesgo por ser un agente distractor, asimismo un 39,06% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 4,6% se encuentra indeciso, mientras que un 1,56% está en desacuerdo y por último 1.04% está totalmente en desacuerdo que la publicidad ocasione un peligro para las personas.

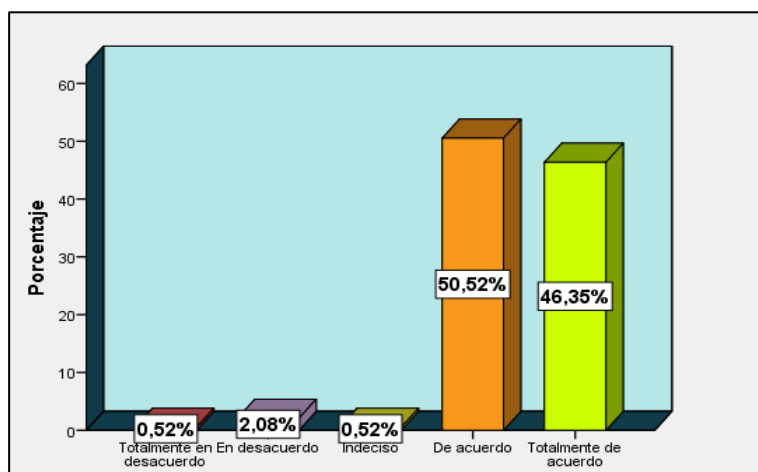
Pregunta 18:

¿Cree usted que los avisos publicitarios son agentes distractores que vulneren su seguridad ocasionando sustracciones de objetos personales?

Tabla 21

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	,5	,5	,5
	En desacuerdo	4	2,1	2,1	2,6
	Indeciso	1	,5	,5	3,1
	De acuerdo	97	50,5	50,5	53,6
	Totalmente de acuerdo	89	46,4	46,4	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 18



¿Cree usted que los avisos publicitarios son agentes distractores que vulneren su seguridad ocasionando sustracciones de objetos personales?

Fuente: Spss

De la Tabla 21 y Gráfico N°18 observamos que de los 192 encuestados el 50,5% de los pobladores están de acuerdo que los avisos publicitarios son agentes distractores porque vulneran su seguridad y ponen riesgo su vida, asimismo un 46,35% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 0,5% se encuentra indeciso, mientras que un 2,08% está en desacuerdo y por último un 0,5% está totalmente en desacuerdo.

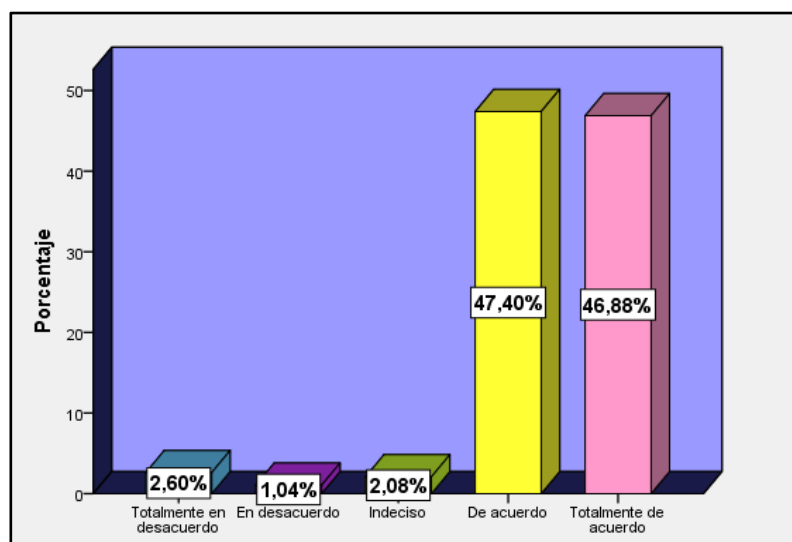
Pregunta 19:

¿Cree usted que los avisos publicitarios son causantes de los accidentes de tránsito?

Tabla 22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2,6	2,6	2,6
	En desacuerdo	2	1,0	1,0	3,6
	Indeciso	4	2,1	2,1	5,7
	De acuerdo	91	47,4	47,4	53,1
	Totalmente de acuerdo	90	46,9	46,9	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Gráfico N° 19



¿Cree usted que los avisos publicitarios son causantes de los accidentes de tránsito?

Fuente: Spss

De la Tabla 22 y Gráfico N°19 observamos que de los 192 encuestados el 47,4% de los pobladores están de acuerdo que los avisos publicitarios son causantes de los accidentes porque son agentes distractores que llaman la atención de uno, igualmente un 46,8% se encuentra totalmente de acuerdo, sin embargo un 2,08% se encuentra indeciso, mientras que un 1,04% está en desacuerdo y por último un 2,6% está totalmente en desacuerdo que estos avisos sean los promotores de ocasionar graves accidentes.

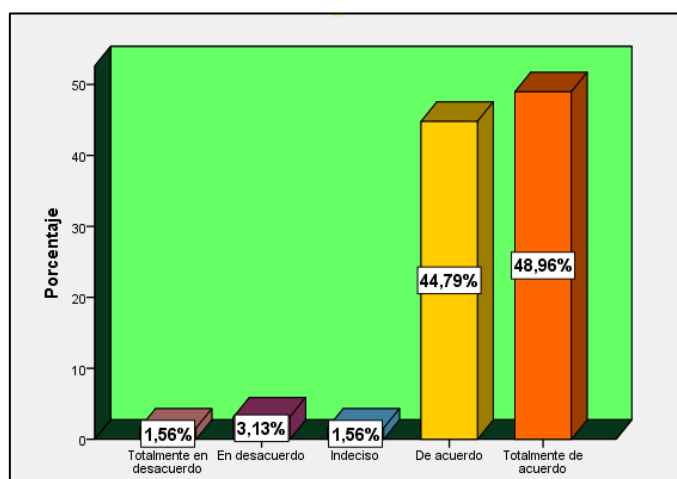
Pregunta 20:

¿Cree usted que la excesiva publicidad produzca accidentes de tránsito a los peatones?

Tabla 23

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo	6	3,1	3,1	4,7
	Indeciso	3	1,6	1,6	6,3
	De acuerdo	86	44,8	44,8	51,0
	Totalmente de acuerdo	94	49,0	49,0	100,0
	Total		192	100,0	100,0

Gráfico N° 20



¿Cree usted que la excesiva publicidad produzca accidentes de tránsito a los peatones?

Fuente: Spss

De la Tabla 23 y Gráfico N°20 observamos que de los 192 encuestados el 48,9% de los pobladores se encuentra totalmente de acuerdo que la excesiva publicidad produzca accidentes de tránsito a los peatones porque al distraerse por un aviso de publicidad se ocasiona daños a su salud, asimismo un 44,7% está de acuerdo, sin embargo un 1,56% se encuentra indeciso, mientras que 3,13% está en desacuerdo y por último un 1,56% está totalmente en desacuerdo que la publicidad produzca lesiones graves.

3.2. ESTADÍSTICA INFERENCIAL

PRUEBA DE NORMALIDAD

Ho: Las variables Contaminación visual y La salud de los pobladores tienen distribución normal

Ha : Las variables Contaminación y La salud de los pobladores no tienen distribución normal

Tabla 24: Prueba de normalidad Kolmogorov- Smirnov de las variables contaminación visual y las salud de los pobladores

	Prueba de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Contaminación Visual	,146	192	,000
Salud de los Pobladores	,139	192	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Spss

Como se muestra en la Tabla 24, de acuerdo a la prueba de Kolmogorov-Smirnov para la variable Contaminación visual se obtuvo un valor $p=.000$, siendo este ($***p < 0.5$) y la variable Salud de los pobladores obtuvo un valor $p=.000$, siendo este ($***p < .05$). Por lo tanto se rechaza la Ho y se acepta la Ha. En conclusión se estableció que no existe una distribución normal y se aplica una estadística No Paramétrica, asimismo dentro de ella se aplicó la prueba de Coeficiente de Rho de Spearman.

CONTRASTE DE HIPÓTESIS

Pruebas de Hipótesis

Ho: No existe relación significativa entre la contaminación visual y la salud de los pobladores del paradero Ceres Medio, distrito de Ate, 2017.

Ha: Existe relación significativa entre la contaminación visual y la salud de los pobladores del paradero Ceres Medio, distrito de Ate, 2017.

Tabla 25: Cohesión de relación de Rho de Spearman de las variables Contaminación visual y la salud de los pobladores

Correlaciones			Contaminación Visual	Salud de los Pobladores
Rho de Spearman	Contaminación Visual	Coefficiente de correlación	1,000	,428**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	192	192
	Salud de los Pobladores	Coefficiente de correlación	,428**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	192	192

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

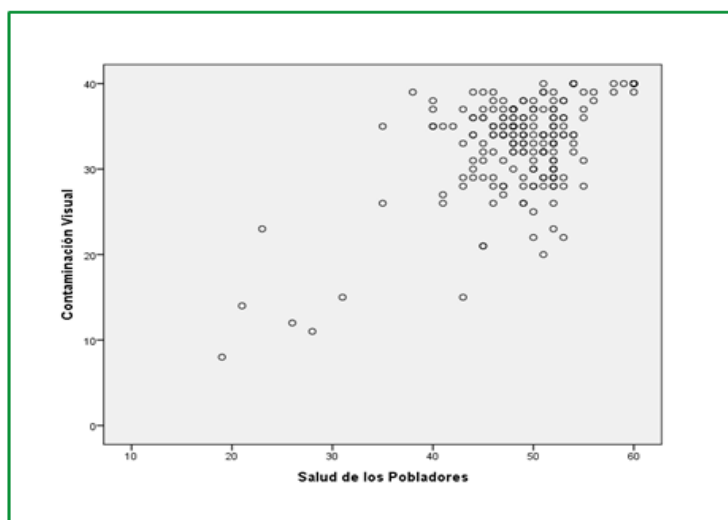
Fuente: Spss

De acuerdo con la Tabla 25 los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una relación $r= 0.428$ entre las variables contaminación visual y la salud de los pobladores. Este grado de correlación indica que la relación entre ambas es positiva y tiene un nivel de correlación positiva moderada. La significancia de $p= 0,000$ muestra que $p < 0,05$, lo que permite señalar que la relación es significativa por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Se concluye diciendo que existe relación significativa entre las variables contaminación visual y la salud de los pobladores del paradero Ceres Medio , distrito de Ate , 2017.

Gráfico de dispersión de puntos de las variables Contaminación Visual y la Salud de los pobladores.

Gráfico N° 21



Dispersión de las variables contaminación visual y salud de los pobladores

En el Gráfico N°21, se observa en el diagrama de dispersión de puntos que se encuentran dispersos a la línea imaginaria por lo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es positiva y moderada entre las variables Contaminación Visual y la Salud de los Pobladores.

- **Prueba de hipótesis específicas**

- Dimensión 1**

- Ho: No existe relación entre los avisos publicitarios y la Salud de los pobladores del paradero Ceres Medio, distrito de Ate, 2017.

- Ha: Existe relación entre los avisos publicitarios y la Salud de los pobladores del paradero Ceres Medio , distrito de Ate , 2017.

Tabla 26: Cohesión de relación de Rho de Spearman de la dimensión avisos publicitarios y la salud de los pobladores

Correlaciones			Avisos Publicitarios	Salud de los Pobladores
Rho de Spearman	Avisos Publicitarios	Coefficiente de correlación	1,000	,448**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	192	192
	Salud de los Pobladores	Coefficiente de correlación	,448**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	192	192

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

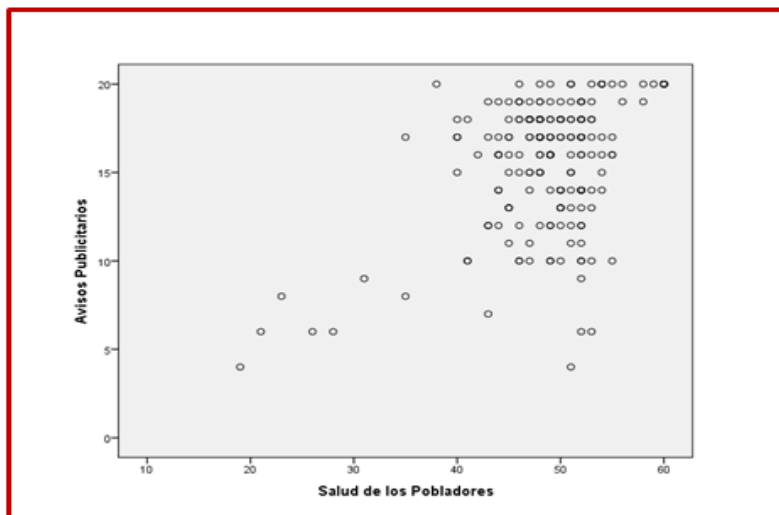
Fuente: Spss

De acuerdo con la Tabla 26, los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una relación $r = 0,448$ entre la dimensión Avisos Publicitarios y la variable Salud de los pobladores. Este grado de correlación indica que la relación entre ambas es positiva y tiene un nivel de correlación positiva moderada. La significancia de $p = 0,000$ muestra que $p < 0,05$, lo que permite señalar que la relación es significativa por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Se concluye diciendo que existe relación significativa entre la dimensión avisos publicitarios y la Salud de los pobladores del paradero Ceres Medio , distrito de Ate , 2017.

Gráfico de dispersión de puntos de la dimensión Avisos Publicitarios y la variable Salud de los Pobladores

Gráfico N° 22



Dispersión de la dimensión avisos publicitarios y la variable salud de los pobladores

En el Gráfico N°22, se observa en el diagrama de dispersión de puntos que se encuentran dispersos a la línea imaginaria por lo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es positiva y moderada entre la dimensión Avisos Publicitarios y la variable Salud de los Pobladores.

Dimensión 2

Ho: No existe relación entre los agentes contaminantes y la Salud de los pobladores del paradero Ceres Medio, distrito de Ate, 2017.

Ha: Existe relación entre los agentes contaminantes y la Salud de los pobladores del paradero Ceres Medio, distrito de Ate, 2017.

Tabla 27: Cohesión de relación de Rho de Spearman de la dimensión agentes contaminantes y la variable salud de los pobladores

Correlaciones			Agentes Contaminantes	Salud de los Pobladores
Rho de Spearman	Agentes Contaminantes	Coefficiente de correlación	1,000	,438**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	192	192
	Salud de los Pobladores	Coefficiente de correlación	,438**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	192	192

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

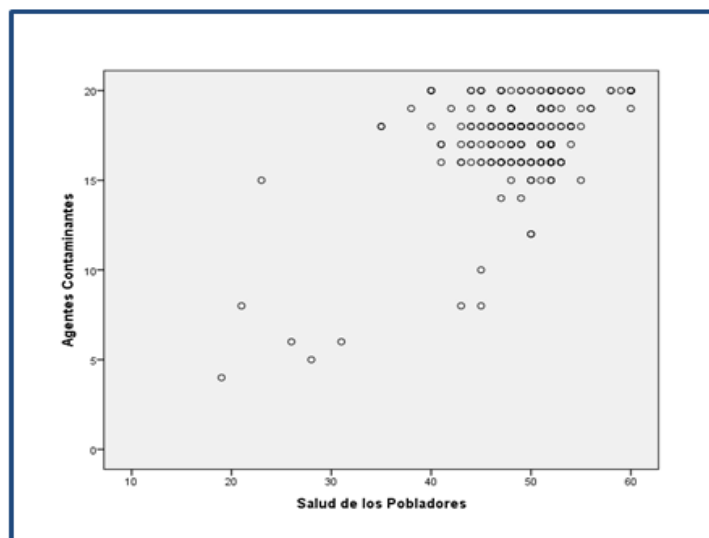
Fuente: Spss

De acuerdo con la Tabla 27, los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una relación, siendo $r = 0,438$ entre la dimensión Agentes contaminantes y la variable Salud de los Pobladores. Este grado de correlación indica que la relación entre ambas es positiva y tiene un nivel de correlación positiva moderada. La significancia de $p = 0,000$ muestra que $p < 0,05$, lo que permite señalar que la relación es significativa por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Se concluye diciendo que existe relación significativa entre la dimensión agentes contaminantes y la Salud de los pobladores del paradero Ceres Medio , distrito de Ate , 2017.

Gráfico de dispersión de puntos de la dimensión Agentes Contaminantes y la variable Salud de los Pobladores.

Gráfico N° 23



Dispersión de la dimensión agentes contaminantes y la variable salud de los pobladores

Fuente: Spss

En el Gráfico N° 23, se observa en el diagrama de dispersión de puntos que se encuentran dispersos a la línea imaginaria por lo que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es positiva y moderada entre la dimensión Agentes Contaminantes y la variable Salud de los Pobladores.

❖ PRUEBA DE CHI CUADRADO

Tabla 28: Prueba de Chi - cuadrado

Prueba de chi cuadrado de las variables Contaminación Visual y la Salud de los Pobladores

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	106,067 ^a	1	,000
Razón de verosimilitud	38,072	1	,000
Asociación lineal por lineal	34,983	1	,000
N de casos válidos	192		

Fuente: Spss

Vemos que el sig O “p valor “es de 0.000 siendo este <005. Por lo tanto se rechaza la Ho y se acepta la Ha. En conclusión, existe relación entre las variables Contaminación Visual y Salud de los Pobladores.

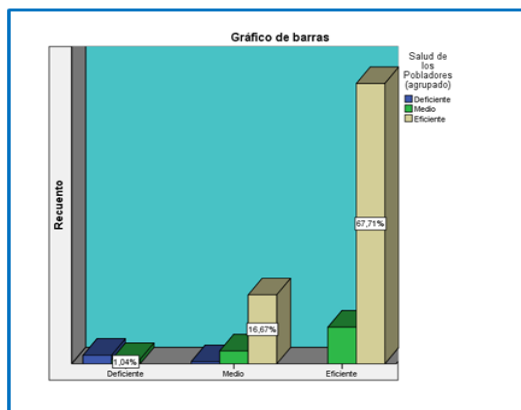
Tabla 29 : Distribución de frecuencias y porcentajes de pobladores según nivel de avisos publicitarios y la salud de los pobladores

			Salud de los Pobladores (agrupado)			Total
			Deficiente	Medio	Eficiente	
Avisos Publicitarios (agrupado)	Deficiente	Recuento	5	2	3	10
		% dentro de Avisos Publicitarios (agrupado)	50,0%	20,0%	30,0%	100,0%
	Medio	Recuento	0	8	45	53
		% dentro de Avisos Publicitarios (agrupado)	0,0%	15,1%	84,9%	100,0%
	Eficiente	Recuento	0	15	114	129
		% dentro de Avisos Publicitarios (agrupado)	0,0%	11,6%	88,4%	100,0%
Total		Recuento	5	25	162	192
		% dentro de Avisos Publicitarios (agrupado)	2,6%	13,0%	84,4%	100,0%

Fuente: Spss

Gráfico de barras agrupadas de la influencia entre la dimensión Avisos Publicitarios y la variable 2 Salud de los Pobladores

Gráfico N° 24



Barras agrupadas de la influencia entre la dimensión avisos publicitarios y la variable 2 salud de los pobladores

Fuente: Spss

De acuerdo al Gráfico N°24, observamos que el 88,4% de los pobladores encuestados presentan el nivel de aceptación **EFICIENTE** en cuanto a la dimensión Avisos Publicitarios Visual y también a la variable Salud de los pobladores, mientras que el 84,9% tiene un nivel **MEDIO** en cuanto a la dimensión avisos publicitarios y **EFICIENTE** en cuanto a su nivel de Salud de los Pobladores, Asimismo el 50% tiene un nivel **DEFICIENTE** en cuanto a la dimensión avisos publicitarios y también a la salud de los pobladores, sin embargo el 33,3% se encuentra en un nivel **DEFICIENTE** respecto a los avisos publicitarios y **EFICIENTE** en cuanto a su nivel salud de los pobladores, además el 20% tiene un nivel **DEFICIENTE** en cuanto a los avisos publicitarios y un nivel **MEDIO** respecto a la salud de los pobladores, por último tenemos un 11,6% en un nivel **MEDIO** en cuanto a la dimensión avisos publicitarios y en un nivel **MEDIO** respecto a la salud de los pobladores. Finalmente no se evidencian niveles buenos ni muy buenos en la dimensión avisos publicitarios.

Ho: No hay relación entre los avisos publicitarios y la salud de los Pobladores del paradero Ceres Medio, distrito de Ate, 2017.

Ha: Si hay relación entre los avisos publicitarios y la salud de los Pobladores del paradero Ceres Medio, distrito de Ate , 2017.

Tabla 30: Prueba de Chi-cuadrado de la dimensión avisos publicitarios y la salud de los pobladores

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	95,492 ^a	1	,000
Razón de verosimilitud	35,149	1	,000
Asociación lineal por lineal	26,486	1	,000
N de casos válidos	192		

a. 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,26.

Fuente: Spss

Vemos que el significancia O “p valor “es de 0.000 siendo este <0.05. Por lo tanto se rechaza la Ho y se acepta la Ha, en conclusión existe relación entre la dimensión Avisos Publicitarios y Salud de los Pobladores.

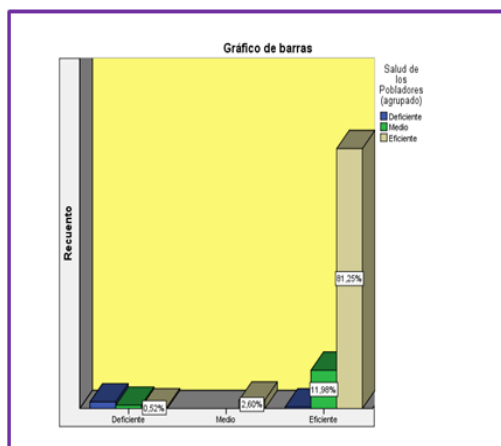
Tabla 31: Distribución de frecuencias y porcentajes de pobladores según el nivel sobre la dimensión agentes contaminantes avisos publicitarios y salud de Iso pobladores

			Salud de los Pobladores (agrupado)			Total
			Deficiente	Medio	Eficiente	
Agentes Contaminantes (agrupado)	Deficiente	Recuento	4	2	1	7
		% dentro de Agentes Contaminantes (agrupado)	57,1%	28,6%	14,3%	100,0%
	Medio	Recuento	0	0	5	5
		% dentro de Agentes Contaminantes (agrupado)	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Eficiente	Recuento	1	23	156	180
		% dentro de Agentes Contaminantes (agrupado)	0,6%	12,8%	86,7%	100,0%
Total		Recuento	5	25	162	192
		% dentro de Agentes Contaminantes (agrupado)	2,6%	13,0%	84,4%	100,0%

Fuente: Spss

Gráfico de barras agrupadas de la relación de la dimensión 2 Agentes contaminantes y la variable 2 Salud de los Pobladores.

Gráfico N° 25



Barras agrupadas de la relación de la dimensión 2 agentes contaminantes y la variable 2 salud de los pobladores

Fuente: Spss

De acuerdo al Gráfico N°25, observamos que el 100% de los pobladores encuestados presentan el nivel de aceptación **MEDIO** en cuanto a la dimensión Avisos Publicitarios Visual y nivel **EFICIENTE** respecto a la variable Salud de los pobladores, mientras que el 86,7% tiene un nivel **EFICIENTE** en cuanto a la dimensión avisos publicitarios y también cuanto a la Salud de los Pobladores, Asimismo el 57,1% tiene un nivel **DEFICIENTE** en cuanto a la dimensión avisos publicitarios y también a la salud de los pobladores, sin embargo el 28,6% se encuentra en un nivel **DEFICIENTE** respecto a los avisos publicitarios y **MEDIO** en cuanto a la salud de los pobladores, además el 12,8 tiene un nivel **EFICIENTE** en la dimensión avisos publicitarios y un nivel **MEDIO** respecto a la salud de los pobladores, por último tenemos un 0,6% en un nivel **EFICIENTE** en cuanto a la dimensión avisos publicitarios y en un nivel **DEFICIENTE** respecto a la salud de los pobladores. Finalmente no se evidencian niveles buenos ni muy buenos en la dimensión agentes contaminantes.

Ho: No hay relación entre los agentes contaminantes y la salud de los Pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017.

Ha: Si hay relación entre los agentes contaminantes y la salud de los Pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017.

Tabla 32: Prueba de Chi-cuadrado de la dimensión agentes contaminantes y la salud de los de pobladores

Pruebas de Chi-Cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	89,276 ^a	1	,000
Razón de verosimilitud	30,402	1	,000
Asociación lineal por lineal	43,458	1	,000
N de casos válidos	192		

a. 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,26.

Fuente: Spss

Vemos que el significancia O “p valor” es de 0.000 siendo este <0.05 . Por lo tanto se rechaza la H_0 y se acepta la H_a , en conclusión existe relación entre la dimensión Agentes contaminantes y la Salud de los Pobladores.

IV. DISCUSIÓN

- Conforme a la investigación, los resultados obtenidos hacen mención a la existencia de una relación significativa entre la contaminación visual y la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, distrito de Ate del que se obtuvo en la pregunta cuatro que un 42,19% representado por 81 pobladores encuestados se encuentran de acuerdo que los avisos publicitarios deben ser sencillos en cuanto a los colores que son utilizados para publicidad, además en la pregunta uno el 39,68% se refiere a 76 personas encuestadas que expresaron que las banderolas, gigantografías, vallas publicitarias son fuentes de contaminación visual, por último en la pregunta tres el 36,46% representa a 70 encuestados que están de acuerdo que el uso de rayos láser en los avisos publicitarios cause daños visuales. Los resultados nos indican que los pobladores del Paradero Ceres Medio perciben que la contaminación visual ocasiona impactos negativos deteriorando el paisaje urbanístico y calidad de vida de las personas aledañas al lugar, esto concuerda con lo expresado por Montalván, B. (2015), en su tesis "Avisos publicitarios como agentes de contaminación visual en la ciudad de Iquitos", quien manifiesta que la contaminación visual por avisos publicitarios afecta al hombre ocasionándoles consecuencias como dolor de cabeza, daños visuales, alteración del sistema nervioso, asimismo afectando el medio ambiente produciendo alteración en la estética del paisaje urbano.
- En cuanto a las dimensiones, nos da como resultado en la pregunta seis que el 52,6% de encuestados están de acuerdo que los residuos sólidos acumulados generen un aspecto desagradable en el Paradero Ceres Medio, luego en la pregunta cinco el 51,6% de encuestados nos indica que están de acuerdo que el exceso de publicidad genera mayor aumento de residuos en esta zona, asimismo en la pregunta ocho el 49,48% expresaron que están totalmente de acuerdo que el cableado eléctrico se considere peligroso, para finalizar en la pregunta siete el 48,96% de los encuestados manifestaron que están totalmente de acuerdo que el cableado eléctrico afecta a la estética de la zona urbano de dicho paradero. Estos resultados nos demuestran que la mayoría de

las personas encuestadas perciben que no solo los avisos publicitarios pueden dar una mala percepción visual sino también que los residuos sólidos se consideren parte de ellos así como el tendido desordenado del cableado eléctrico. Igualmente se acepta lo manifestado por Espejo, W. (2014) en su tesis titulada “Contaminación Visual y propuesta de Regulación en el distrito de Wanchaq “,el obtuvo que los puntos de contaminación se da por el cableado excesivo ya que es el de mayor importancia por la cantidad de propaganda comercial, el grafiti y los residuos acumulados que también se consideran parte de ella lo cuál genera un mal aspecto a la zona urbanística.

- Los resultados de la dimensión tres, en la pregunta catorce nos indica que el 55,73% de los pobladores encuestados se encuentran de acuerdo que los colores de tonos encendidos utilizados en los avisos publicitarios provoquen cansancio visual, además en la pregunta doce nos señala que el 55,21% de encuestados está de acuerdo que el estrés se manifiesta porque hay mucha saturación de colores por la cantidad de publicidad manifestada, más aún sino acatan las normas adecuadas y finalmente en la pregunta diez el 39,06% de los encuestados expresan que están de acuerdo que los dolores de cabeza se debe a las consecuencias de la publicidad. Estos resultados nos indican que en el Paradero Ceres Medio no se está gestionando adecuadamente las normativas lo cual está trayendo consecuencias no sólo al medio ambiente que percibimos sino también a la salud de los pobladores aledaños al lugar de estudio. Esto concuerda con lo determinado por Ormaza, J.(2016) en su tesis denominada “Análisis de la contaminación visual provocada por el exceso de letreros comerciales en la Av.Padre Luis Vacari de la segunda etapa del sector Carapungo”, que en la actualidad no es preocupación de autoridades u órganos que deberían ser quienes regulen el excesivo uso de la publicidad en los locales comerciales que generan una súper abundancia de formas y colores que no sólo rompen la estética del ambiente, asimismo causan daños a la salud física y psicológica.

- Con respecto a la dimensión cuatro, el 53,65% de los encuestados están de acuerdo que debido a la excesiva publicidad la seguridad de las personas esté en riesgo ya que es un agente distractor peligroso, seguidamente en la pregunta veinte el 48,96% están totalmente de acuerdo que los avisos publicitarios sean el factor importante de los accidentes de tránsito a los peatones, mientras que el 47,40% respondió que están de acuerdo que los avisos son los causantes de estos accidentes en general . Estos resultados nos muestra que nuestra vida está en riesgo ya que debido a no saber gestionar estos avisos pueda ser perjudicial para la salud de nosotros mismos. Concordando con lo indicado por Azeema, N. (2015) en su tesis de inglés titulado "*Visual Pollution* ", menciona que la mayoría de los conductores en el día se quejan de los colores y las palabras de colocación con el estilo de escritura, lo cual les distraen cuando están manejando, pero en el otro lado los conductores nocturnos se quejan de que la cartelera electrónica de la pantalla tiene colores que hacen desviar su visión, produciéndose en una causa de accidentes.

V. CONCLUSIONES

- La contaminación visual se relaciona de forma directa con la salud de los pobladores del paradero Ceres medio del distrito de Ate trayendo consecuencias como dolores de cabeza, estrés, cansancio visual, asimismo afectando al medio ambiente produciendo alteración en la estética de la zona urbana y el orden establecido en el distrito.
- Se identificó que los avisos publicitarios se relacionan de forma directa con la salud de los pobladores del paradero Ceres Medio, distrito de Ate, no solo ocasionándoles daños a su salud también poniendo en riesgo su vida a los peatones y conductores automovilísticos, ya que a través de estos avisos distractores se puede producir accidentes de tránsito y hasta la muerte.
- Se determinó que los agentes contaminantes se relacionan de forma directa con la salud de los pobladores del paradero Ceres Medio del distrito de Ate, a través de los residuos sólidos acumulados, que no sólo traen un aspecto desagradable a la zona urbana, también podría ocasionar enfermedades a nuestra salud, asimismo el desordenado cableado eléctrico aéreo que es un riesgo altamente peligroso para la inmunidad.

VI. RECOMENDACIONES

- Establecer más puntos críticos en el Distrito de Ate, para obtener resultados y a la vez identificar en donde se percibe mayor contaminación visual.
- Se debe continuar realizando investigaciones sobre el tema en otras avenidas o paraderos con el propósito de disminuir los perjuicios causados por los avisos publicitarios, también en cuanto a los agentes contaminantes como los residuos sólidos se debería colocar contenedores para poder disminuir un foco infeccioso en esta zona y un aspecto desagradable paisajístico.
- Se recomienda hacer una propuesta de regulación de normas constantemente, asimismo a las autoridades municipales se le hace partícipe dar la verdadera importancia a este problema, haciendo cumplir rigurosamente las ordenanzas establecidas sobre este tema.
- La Municipalidad de Ate debe de poner plantaciones para poder disminuir esta contaminación visual agresiva percibida en el paradero Ceres.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACOSTA Raquel, Susana. Saneamiento Ambiental e Higiene de los Alimentos. 1ra .Ed. Córdoba: Brujas, 2008 .180pp.
ISBN: 978-987-591-123-9
- AGIUS, Emanuel [et al]. Ética ambiental y Políticas internacionales. 1ra. Ed.Unesco, 2010.231pp.
ISBN:978-92-3-304039-7
- AGUILAR, Sergio[et al]. Problemas sociales, económicos y políticos de México.1ra. Ed. Córdoba: Brujas, 2008.180pp.
ISBN:978-987-591-123-9
- ALVIRA, Francisco. La encuesta: una perspectiva general metodológica. España: CIS, 2011. 120 pp.
ISBN: 8474765560
- ARAUJO Portella, Adriana. The Effects of the Control of Advertising and Signage on User's Sense of Environmental Quality. Tesis en portugués. Brazil, Oxford Brookes University School of Built Environment Joint Centre for Urban Design, 2007.410pp.
- ARBOHAIN, Claudio y Garcen, Lilia. La contaminación visual en comunidad de la Arquitectura Regional Lationamericana, 2001.11pp.
- ÁVILA Baray, Héctor. Introducción a la Metodología de la Investigación .1ra.Ed. Electrónica, 2006. 91pp.
ISBN: 84-690-1999-6
- AYESTARAN, Maite, [et al]. Determinar si la Publicidad exterior es medio publicitario o agente contaminante visual en la Autopista Prados del Este de Caracas, 2000.450pp.

- AZEEMA, Nusrat . Billboard Advertisement : Visual Pollution. Tesis en ingles (degree prior to obtaining the degree to qualify for the degree of Mass Communication).Pakistán, Fatima Jinnah Women University, 2011.22pp.
- BARRIOS López, Andrés. La contaminación visual y acústica en el medio urbano de Panamá.1ª .ed. Panamá, 2011,600pp.
Disponible:
http://www.alainet.org/images/La_Contaminaci%C3%B3n_visual_y_ac%C3%BAstica_en_el_medio_urbano_de_Panam%C3%A1_Caso_de_la_comunidad_Villa_Guadalupe.pdf
- CARRASCO Díaz, Sergio. Metodología de la Investigación Científica. 1ª .ed. San Marcos: Perú ,2005.424pp.
ISBN: 9972-34-2425
- DECRETO SUPREMO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ATE .Disponible en: <http://www.muniate.gob.pe/ate/verNorma.php?id=1589>
- DELOJO Morcillo, Gabriel. Inspección Visual Niveles II Y III el arte de ver y la ciencia de mirar. 1 a .ed. Revisada: Madrid, 2005.127pp.
ISBN: 13-97884-9273586-0
- Diagnóstico ambiental de la Percepción de la contaminación visual por parte de la población universitaria de la Facultad de Ingeniería Civil y de la Facultad de Ciencias Naturales Exactas y de la Educación de la Universidad del Cauca [en línea]. Universidad del Cauca: 2015- [fecha de consulta:22 de Mayo 2017].
Disponible en:
<http://vip.ucaldas.edu.co/lunazul/index.php/english-version/229-diagnostico-ambiental-de-la-percepcion-de-la-contaminacion-visual>

- ESPEJO Baush, Washington. Contaminación Visual y Propuesta de Regulación en el Distrito de Wanchaq. Tesis (Título Profesional de Biólogo). Cusco. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, 2014.830pp.
- FUENTEELSAZ, C y ICART, T y PULPÓN, A. Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina. Barcelona: Barcelona, 2006 [fecha de consulta: 22 de Setiembre de 2017].154pp.
Disponible en :
https://books.google.com.pe/books?id=5CWKWi3woi8C&pg=PA55&dq=poblacion+de+estudio+de+investigacion&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=poblacion%20de%20estudio%20de%20investigacion&f=false
ISBN: 8483384858
- FUENTES, Valeria y ARGUELLO, Anita. Indicadores de contaminación visual y sus efectos en la población [en línea].Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, 2015, 2ª .ed. [fecha de consulta: 20 de Abril].
Disponible en: <http://oaji.net/articles/2015/1783-1443126219.pdf>
ISBN: 1390-6542
- GARCÍA Romero, Mariela [et al]. La contaminación visual , paisajística en Costa rica , 2006 .498pp.
- GOMEZ Galán, J. Valores medioambientales en la educación: situación del futuro prodesorado de Extremadura ante la ecología y el cambio climático [en línea]. 1a.ed Secretaria General Técnica , 2010 [fecha de consulta: 25 de Octubre]. 267pp.
Disponible en:
https://books.google.com.pe/books?id=Ezwd8oyUAT4C&pg=PA42&dq=etica+ambiental&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi_2r6C6vnXAhXITCYKHSaNDswQ6AEIOzAF#v=onepage&q=etica%20ambiental&f=false
ISBN: 978-84-369-4860-8

- GOMEZ M, Marcelo. Introducción a la metodología de la investigación científica. Córdoba: Brujas, 2006. 190 pp.
ISBN: 9875910260, 9789875910263
- HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. Metodología de la Investigación. 5ª.ed. Interamericana: México, 2010. 607pp.
ISBN: 978-607-15-0291-9
- HENNINGS, Vania. La contaminación visual. 1ra .Ed. Bogotá, 2000.2pp.
- Informe anual ambiental 2008 [fecha de consulta: 15 de setiembre de 2017].181pp.
Disponible: :
<https://books.google.com.pe/books?id=C8jYVTHaT08C&pg=PA44&dq=contaminacion+visual+por+avisos+publicitarios&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiGz9b->
ISBN: 978-987-1037-81-0
- JIMÉNEZ Cisneros, Blanca. La Contaminación Ambiental en México. México: Limusa, 2001, 200pp.
ISBN: 9587410637
- KRIEGER, Peter. Paisaje urbanos: imagen y memoria. México: Unam, Instituto e Investigaciones Estéticas, 2006. 412pp.
ISBN: 9703226248
- MALHOTRA, Naresh K . Investigación de mercados: un enfoque aplicado. México: Pearson Educación, 2004. 713 pp.
ISBN: 9702604915
- MALOGÓN Londoño, Gustavo, [et al]. Garantía de calidad en salud [en línea]. 2 a. ed. Bogotá: Editorial Médica Internacional, 2006 [fecha de consulta: 18 de Octubre de 2017]. Disponible en:
<https://books.google.com.pe/books?id=zNlzAARgYZEC&pg=PA600&dq=avisos+publicitarios+contaminacion+visual&hl=es->
ISBN: 958-9181-95-3

- MENDEZ Velandia, Carmen. 2013. Contaminación visual de espacios públicos en Venezuela.
Disponibile en : <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/gestion/article/viewfile/27882/40478>
- MONTALVAN Inga, Bertha. Avisos publicitarios como agentes de contaminación visual. Tesis (Título de Doctora en Ambiente y Desarrollo Sostenible). Iquitos. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, 2015.81pp.
- OLEA Franco, Pedro. Manual de técnicas de investigación documental, México, Esfinge, 2003.
ISBN: 978-607-733-149-0
- ORMAZA Macías, Javier . Análisis de la contaminación visual provocada por el exceso de letreros comerciales en la Av. Padre Luis Vacari de la segunda etapa del sector de Carapungo. Tesis(titulación previa a la obtención del título para optar el grado de Comunicador Social con énfasis en Comunicación Organizacional). Ecuador, Universidad Central del Ecuador Facultad de Comunicación Social, 2016.67pp.
- TAMAYO, M. El proceso de la investigación científica. Mexico: Editorial LIMUSA, 1991.153pp.
ISBN: 9681811860
- TORO, Iván y DARÍO, Rubén. Método y conocimiento: metodología de la investigación. Colombia: Universidad Eafit, 2006. 387pp.
ISBN: 9588281113

ANEXOS

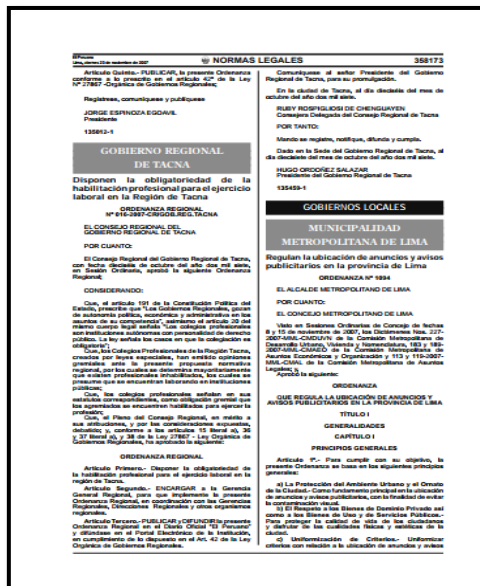
Anexo 1: Municipalidad Distrital de Ate - Ordenanza 414 -MDA (2016

LINK : <http://www.muniate.gob.pe/ate/verNorma.php?id=1589>



Anexo 2: Municipalidad Metropolitana de Lima

LINK: <http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/gobiernoabierto/transparencia/mml/planeamiento-y-organizacion/normas-legales-tupa/01-Gerencia-de-Desarrollo-Urbano/Anuncios%20y%20Publicidad%20Exterior/10.%20Ord.%201094-MML.pdf>



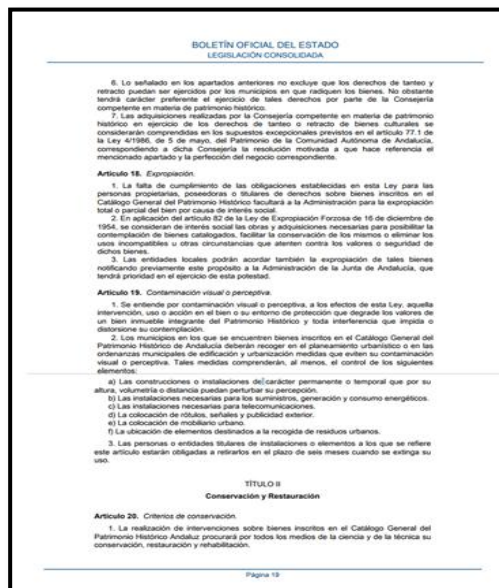
Anexo 3: El Concejo Distrital de la Molina - Ordenanza modificatoria N°089 de Avisos y Publicidad Exterior

Disponible: <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/modifican-la-ordenanza-de-avisos-y-publicidad-exterior-ordenanza-no-312-1373502-1/>



Anexo 4: Ley 14, Patrimonio Histórico de Andalucía – Artículo 19 señala sobre la Contaminación Visual

Disponible: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2008/BOE-A-2008-2494-consolidado.pdf>



ANEXO 5 – INSTRUMENTO



Facultad de Ingeniería- Lima Este EAP de Ingeniería Ambiental

CUESTIONARIO DE RECOGIDA INFORMACIÓN A CERCA DE “CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN CON LA SALUD DE LOS POBLADORES DEL PARADERO CERES MEDIO ,DISTRITO DE ATE ,2017”										
AUTORA: ESTRELLA LANDA, MASSIEL ARIANA I. INFORMACIÓN SOBRE LA CARACTERIZACIÓN DE LAS UNIDADES MUESTRALES Sexo: Masculino () Femenino () INSTRUCCIONES: Puede escribir o marcar con una aspa (X) la alternativa que Ud. crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible										
Niveles y Rangos	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO					
	5	4	3	2	1					
VARIABLE 1: CONTAMINACIÓN VISUAL										
V1	INDICADORES				RESPUESTAS					
	ITEM				1	2	3	4	5	
	TIPO DE AVISOS				TD	ED	IN	DA	TA	
AVISOS PUBLICITARIOS	1	¿Considera usted que los paneles simples, banderolas y gigantografías son fuentes de contaminación visual?								
	2	¿Cree usted que los avisos publicitarios influyen en la contaminación visual?								
	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS				TD	ED	IN	DA	TA	
	3	¿Cree usted que el uso de rayos laser en los anuncios publicitarios cause daños visuales?								
	4	¿Considera usted que todo aviso publicitario debe ser sencillo?								
AGENTES CONTAMINANTES	RESIDUOS SÓLIDOS ACUMULADOS				TD	ED	IN	DA	TA	
	5	¿Considera usted que debido al exceso de publicidad se genere mayor cantidad de residuos sólidos?								
	6	¿Cree usted que los residuos sólidos acumulados generen un aspecto visualmente desagradable?								
	CABLEADO ELÉCTRICO AÉREO				TD	ED	IN	DA	TA	
	7	¿Cree usted que los cableados eléctricos aéreos afectan la estética de la zona urbana?								
8	¿Considera usted peligroso el tendido de cables eléctricos aéreos?									

VARIABLE 2: SALUD DE LOS POBLADORES

		DOLORES DE CABEZA	TD	ED	IN	DA	TA	
PERTURBACION	9	¿Cree usted que los avisos publicitarios influyen en la salud de los pobladores ocasionando los dolores de cabeza?						
	10	¿Considera usted que los dolores de cabeza son consecuencias de la excesiva publicidad?						
			ESTRÉS POR SATURACIÓN DE COLORES	TD	ED	IN	DA	TA
	11	¿Cree usted que las banderolas, gigantografías, paneles simples producen estrés por la gran variedad de colores ?						
	12	¿Cree usted que el estrés por saturación de colores se debe a no cumplir con las normas adecuadas en avisos publicitarios?						
			CANSANCIO VISUAL	TD	ED	IN	DA	TA
	13	¿Cree usted que algunos avisos publicitarios influyen en su salud ocasionando cansancio visual?						
	14	¿Cree usted que los colores encendidos utilizados en los avisos publicitarios provoque cansancio visual?						
			DISTORSIÓN VISUAL	TD	ED	IN	DA	TA
	15	¿Cree usted que los avisos publicitarios son causantes de la distorsión visual?						
	16	¿Cree usted que si se cumplieran las normas de los avisos publicitarios se podría evitar algún daño como la distorsión visual?						

SEGURIDAD	SUSTRACCIONES DE OBJETOS PERSONALES		TD	ED	IN	DA	TA
	17	¿Considera usted que debido a la publicidad excesiva su seguridad está en riesgo por ser un agente distractor?					
	18	¿Cree usted que los avisos publicitarios son agentes distractores que vulneren su seguridad ocasionando sustracciones de objetos personales?					
	ACCIDENTES DE TRÁNSITO		TD	ED	IN	DA	TA
	19	¿Cree usted que los avisos publicitarios son causantes de los accidentes de tránsito?					
	20	¿Cree usted que la excesiva publicidad produzca accidentes de tránsito a los peatones?					

NOMBRES Y APELLIDOS DEL PSICÓLOGO: *CALLER LUNA, Juan Bautista*

FECHA: *12/09/17*

FIRMA

Juan Bautista
Callera
C.Ps. 6306

 Dr. Callera Luna, Juan B.
 ÁREA DE INVESTIGACIÓN
 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

ANEXO 6 – SOLICITUD DE PROPUESTA

SOLICITUD DE PERMISO

Para: Alcalde de la Municipalidad Distrital de Ate

Sr: Oscar Benavides



Yo, Massiel Ariana Estrella Landa con DNI 75067100, con domicilio actual Jr : José Abelardo Quiñones Mz B10 Lt 08 Urb: Mariscal Cáceres San Juan de Lurigancho , de la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental cursando el X Ciclo en la Universidad César Vallejo

Expongo lo siguiente:

Solicito a su despacho se me otorgue hacerle participe que como soy tesista universitaria quisiera proponerle una regulación de normas acerca de la contaminación visual ocasionada por los letreros comerciales, gigantografías, vallas publicitarias y otros observado en el Paradero Ceres en el Distrito de Ate es por ello que quisiera recibir su permiso para la realización desarrollo de mi investigación .

Por lo expuesto:

.Ruego a Usted, tenga a bien acceder a mi solicitud.


DNI: 75067199 / Teléf.: 3922587

Lima, 03 de Octubre del 2017

Atentamente Massiel A. Estrella Landa

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ATE

ORDENANZA REGULADORA DE BANDEROLAS, LETREROS COMERCIALES, VALLAS PUBLICITARIAS, GRAFITIS, CABLEADO ELÉCTRICO AÉREO Y OTROS ELEMENTOS DE PUBLICIDAD

CONSIDERANDO:

La publicidad en la actualidad es un medio en el cual se puede difundir mensajes ya sea comerciales, informativos, educativos utilizándose diversos medios especialmente los escritos como son las banderolas, vallas publicitarias letreros luminosos, carteleras, también mediante los grafitis , el cableado eléctrico aéreo desordenado .

La propagación de este tipo de avisos publicitarios no constantemente mantiene el equilibrio deseable entre el legítimo derecho a la libertad de empresa y de emisión de mensajes publicitarios, y el respeto que debe tener a la zona urbana asimismo el derecho de los ciudadanos a poder disfrutar de un entorno y calidad de vida que en ocasiones se ve por el establecimiento de estos elementos publicitarios en nuestro medio natural.

Es por ello que toda investigación tiene como finalidad dar solución a los problemas más graves en nuestra sociedad, el cuál fue mi impulso motor que me ha motivado con mi desarrollo de investigación, asimismo esta propuesta será referente para lo institucional. También se desconoce la importancia que tiene la imagen, el aseo que debe mostrarse en una zona urbana lo cuál con el tiempo se ha vuelto en una zona muy comercializada por sus habitantes mismos

Por ello dicha investigación se puso en marcha para la elaboración de dicha propuesta de regulación de normas. Esperando acceda mi propuesta le agradezco por su tiempo lo expuesto.

PROPUESTA DE REGULACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL PARA EL DISTRITO DE ATE – PARADERO CERES MEDIO

INTRODUCCIÓN

La siguiente propuesta nace con la finalidad en las cuales puedan basarse a una normatividad más concreta acerca de la contaminación visual, teniendo en cuenta que debido al progreso económico en nuestro país se genera una demanda de bienes y servicios dándose consigo un apogeo comercial. Lastimosamente el desarrollo trae dificultades como la afectación excedida y desorganizado al ambiente, ocasionando contaminación visual en el paisaje urbano. Asimismo en este distrito se han identificado visiblemente los agentes de contaminación visual que afectan la zona urbana, sin embargo se establecieron normas aisladas que no proyectan gestionarlas adecuadamente. El objetivo es aportar una propuesta que norme a estos agentes de contaminación visual, para dar solución a esta problemática localizada en el Paradero Ceres Medio.

PROPUESTA NORMATIVA:

- **AVISOS PUBLICITARIOS**

Deben ser colocados dentro del establecimiento, asimismo uno por producto que se ofrece a dicha persona.

Sus dimensiones pueden ser de 30 cm por 40 cm

Los materiales pueden ser de cartón o cartulina, madera

Las restricciones para estos avisos publicitarios es que no deben pegarse en las puertas sus afiches ni tampoco en los postes ya que pertenecen a una vía pública

- **ANUNCIOS , AFICHES PUBLICITARIOS**

En los sitios de acumulación de afiches publicitarios se tiene que colocar pizarras con la finalidad que están puedan ser pegadas sin la necesidad de repartirlas al público pueden tener medidas cómo de 30 cm por 40 cm..

Las restricciones es que se deben prohibir el repartir sus afiches publicitarios al público.

- **LETREROS COMERCIALES**

Para los letreros comerciales en su diseño debe ser algo sencillo y sobrio teniéndose en cuenta el color como también el de la fachada. Para los materiales puede ser una madera u otro material similar.

Además con letras en bajo relieve, el color del tablero tiene que tener tonos color pastel que nos sean encendidos. Su ubicación puede sr al costado de la puerta de ingreso.

- **RESIDUOS SÓLIDOS ACUMULADOS**

En lo puntos críticos donde se genera mayor cantidad de residuos sólido se deben poner varios contenedores medianos.

Las pobladores cercanos al paradero deben de sacar sus residuos unos minutos antes que pase el carro de basura para así no tener que amontonarlos en la vía pública.

Las restricciones es que los pobladores cercanos al paradero no deben de tirar sus residuos sólidos en la vía pública , se tiene que tener en cuenta el horario del camión de basura.

- **CABLEADO EXCESIVO**

El cableado aéreo es muy saturado en los postes además que produce contaminación visual también disminuye sus estructuras, por ello deberían ser subterráneos .

Los cables de las empresas aledañas a la zona deben ser renovadas periódicamente o sino estos cables deben estar en canaletas de cemento por el borde de la vereda y con tapas de cemento para su protección adecuada , asimismo ser movidas cuando sea necesario.

- **COMERCIO AMBULATORIO Y LA EXHIBICIÓN DE PANELES PUBLICITARIOS EN LA VIA PÚBLICA**

Por parte de la municipalidad se debe empadronar a los ambulantes de la zona y establecerlos en sitios adecuados.

Tanto los materiales que se encuentran a la venta o la exhibición de paneles deben encontrarse dentro del establecimiento.

Las restricciones es que se debe estar prohibida la venta por parte del comercio ambulatorio en la vía pública asimismo debe estar restringido exhibir los paneles en la vía pública o veredas.

ANEXO 7



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. Mg. Ms. Luis GAMARRA CHAVARRY
 1.2. Cargo e institución donde labora: SENAMHI - UCV
 1.3. Especialidad del validador: Ingeniero Geógrafo - ECONOMISTA
 1.4. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO
 1.5. Título de la investigación: CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN EN LA
 1.6. Autor del instrumento: SAUD DE LOS POBLADORES DEL PARADERO CERES MEDIO, DISTRITO DE ATE
MASSIEL ARIANA, ESTRELLA LANDA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					95%
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					95%
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					95%
4. Organización	Existe una organización lógica.					95%
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					95%
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					95%
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					95%
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					95%
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					95%
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					95%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						95%

III. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

PRIMERA VARIABLE: Contaminación Visual

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
AVISOS PUBLICITARIOS		✓		
		✓		
	Cuestionario	✓		
AGENTES CONTAMINANTES		✓		
		✓		
		✓		

ANEXO 8



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95 %.

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 23 de Septiembre del 2017.

Firma del experto informante.

DNI N° 10228440 Teléfono N° 95 28 72 387

ANEXO 9



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

V. DATOS GENERALES:

- 5.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. (Mg) Mg. Luis GAMARRA CHAVARRY
- 5.2. Cargo e institución donde labora: SENAMHI - UCV
- 5.3. Especialidad del validador: Ingeniero Geógrafo - ECONOMISTA
- 5.4. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO
- 5.5. Título de la investigación: CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN EN LA SALUD
- 5.6. Autor del instrumento: DE LOS POBLADORES DEL PARADERO CERES MEDIO, DISTRITO DE ATEWKA, MASIEL ARIANA, ESTRELLA LANDA

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
11. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					95%
12. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					95%
13. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					95%
14. Organización	Existe una organización lógica.					95%
15. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					95%
16. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					95%
17. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					95%
18. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					95%
19. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					95%
20. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					95%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						95%

VII. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

SEGUNDA VARIABLE: Salud de los pobladores

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
PERTURBACIÓN		✓		
		✓		
		✓		
	Cuestionario	✓		
		✓		
		✓		
		✓		

ANEXO 10

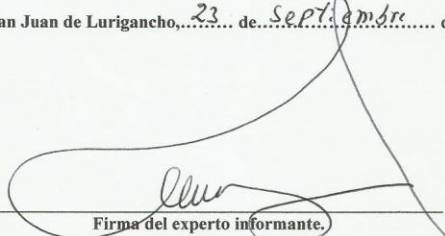


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
SEGURIDAD	Cuestionario	✓		
		✓		
		✓		

- I. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95 %.
- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 23 de Septiembre del 2017.


Firma del experto informante.

DNI N° 10228440 Teléfono N° 952872387

ANEXO 11



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. (Mg) MESCUA FIGUEROA, Augusto CESAR
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente UCV Lima Este
 1.3. Especialidad del validador: Metodólogo
 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
 1.5. Título de la investigación: CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN EN LA SALUD DE LOS POBLADORES DEL PARADERO CERES FLEDO, DISTRITO DE ATE, 2017
 1.6. Autor del instrumento: MARIEL ARIANA, ESTRELLA LANDA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					85%
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					85%
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					85%
4. Organización	Existe una organización lógica.					85%
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					85%
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					85%
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					85%
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					85%
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					85%
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					85%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

III. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

PRIMERA VARIABLE: Contaminación Visual

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
AVISOS PUBLICITARIOS		///		
	Cuestionario	///		
AGENTES CONTAMINANTES		///		
		///		

ANEXO 12



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %.

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 04 de Octubre del 2017

Firma del experto informante.

DNI N° 09926084 Teléfono N° 995577873

ANEXO 13



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

V. DATOS GENERALES:

- 5.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr./Mg: MESCUA FIGUEROA, Augusto CÉSAR
 5.2. Cargo e institución donde labora: Docente UCU Lima Este
 5.3. Especialidad del validador: Metodólogo
 5.4. Nombre del instrumento: cuestionario
 5.5. Título de la investigación: CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN EN LA SALUD DE LOS POBLADORES DEL PARADERO CÉSAR MEDIO, DISTRITO DE ATE, 2017.
 5.6. Autor del instrumento: MASSIA AQUANA, ESTRELLA LANDA

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
11. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					85%
12. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					85%
13. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					85%
14. Organización	Existe una organización lógica.					85%
15. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					85%
16. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					85%
17. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					85%
18. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					85%
19. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					85%
20. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					85%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

VII. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

SEGUNDA VARIABLE: Salud de los pobladores

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
PERTURBACIÓN		/		
		/		
	Cuestionario	/		
		/		
		/		
		/		


ANEXO 14



DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
SEGURIDAD	Cuestionario	///		
		///		
		///		

- I. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %.
- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 04 de Octubre del 2017.


Firma del experto informante.
DNI N° 09925084 Teléfono N° 995577873

ANEXO 15



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr./Mg: MILTON CÉSAR TULLUME CHAVESTA
 1.2. Cargo e institución donde labora: MINISTERIO PÚBLICO
 1.3. Especialidad del validador: INGENIERO FORESTAL
 1.4. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO
 1.5. Título de la investigación: CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN EN LA SALUD DE LOS POBLADORES DEL PARADERO CERES - DISTRITO DE ATE - 2017
 1.6. Autor del instrumento: MARIEL ARIANA, ESTRELLA LANDA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					85%
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					85%
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					85%
4. Organización	Existe una organización lógica.					85%
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					85%
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					85%
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					85%
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					85%
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					85%
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					85%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

III. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

PRIMERA VARIABLE: Contaminación Visual

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
AVISOS PUBLICITARIOS		///		
	Cuestionario	///		
AGENTES CONTAMINANTES		///		
		///		

ANEXO 16



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %.

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 06 de OCTUBRE del 2017.

Firma del experto informante.

DNI N° 07482588 / Teléfono N° 966255191

ANEXO 17



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

V. DATOS GENERALES:

- 5.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr./Mg: MILTON CESAR TULLUME CHAVESTA
- 5.2. Cargo e institución donde labora: MINISTERIO PÚBLICO
- 5.3. Especialidad del validador: INGENIERO FORESTAL
- 5.4. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO
- 5.5. Título de la investigación: CONTAMINACION VISUAL Y SU RELACION EN LA SALUD DE LOS
- 5.6. Autor del instrumento: POBLADORES DEL PARADERO CERES MASSIEL ARIANA ESTRELLA LANDA

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
11. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					85%
12. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					85%
13. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					85%
14. Organización	Existe una organización lógica.					85%
15. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					85%
16. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					85%
17. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					85%
18. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					85%
19. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					85%
20. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					85%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

VII. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

SEGUNDA VARIABLE: Salud de los pobladores

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
PERTURBACIÓN		///		
		///		
		///		
	Cuestionario	///		
		///		
		///		

ANEXO 18



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
SEGURIDAD	Cuestionario	///		
		///		

I. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %.

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 06 de SEPTIEMBRE del 2017

Firma del experto informante.

DNI N° 07482588 Teléfono N° 966255191

ANEXO 19



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr./Mg: Alejandro Quiroz Alvariz
 1.2. Cargo e institución donde labora: Profesor UCV-ESPE
 1.3. Especialidad del validador: Ing. Químico
 1.4. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO
 1.5. Título de la investigación: CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN EN LA SAUD DE LOS POBLADORES - DISTRITO DE ATE, 2017
 1.6. Autor del instrumento: MASSIEL ARIANA, ESTRELLA LANOA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					✓
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
4. Organización	Existe una organización lógica.					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					✓
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					✓
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					✓
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						90%

III. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

PRIMERA VARIABLE: Contaminación Visual

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
AVISOS PUBLICITARIOS		//		
	Cuestionario	//		
AGENTES CONTAMINANTES		//		
		//		

ANEXO 20



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 %.

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 4 de Octubre del 2017

[Firma]
Firma del experto informante.

DNI N° 07106495 Teléfono N° 945-405-402

ANEXO 21



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

V. DATOS GENERALES:

- 5.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr/Mg: Alejandro Suany Alib
 5.2. Cargo e institución donde labora: Profesor UCV- ESTE
 5.3. Especialidad del validador: Ing. Químico
 5.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
 5.5. Título de la investigación: CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN EN LA SALUD DE LOS POBLADORES DEL PARADERO CERES MEDIO, DISTRITO DE ATE, 2017
 5.6. Autor del instrumento: MASSIEL ARIANA, ESTRELLA LANDA

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
11. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					✓
12. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					✓
13. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
14. Organización	Existe una organización lógica.					✓
15. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
16. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					✓
17. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					✓
18. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					✓
19. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
20. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						90%

VII. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

SEGUNDA VARIABLE: Salud de los pobladores

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
PERTURBACIÓN		✓		
		✓		
	Cuestionario	✓		
		✓		
		✓		

ANEXO 22



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
SEGURIDAD	Cuestionario	///		
		///		
		///		

I. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 %.

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 4 de Octubre del 2017.


Firma del experto informante.

DNI N° 07106495 Teléfono N° 945-405-402

ANEXO 23



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr./Mg: Delgado Arenas, Antonio Leonardo
 1.2. Cargo e institución donde labora: Coord. de Investigación de Ingeniería Ambiental
 1.3. Especialidad del validador: Estadística
 1.4. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO
 1.5. Título de la investigación: CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN EN LA SALUD DE LOS POBLADORES DEL PARADERO CERES MEDIO, DISTRITO DE ATE, 2017
 1.6. Autor del instrumento: MASSI EL ARIANA, ESTRELLA LANPA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					90%
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					90%
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					90%
4. Organización	Existe una organización lógica.					90%
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					90%
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					90%
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					90%
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					90%
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					90%
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					90%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

III. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMES O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

PRIMERA VARIABLE: Contaminación Visual

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
AVISOS PUBLICITARIOS		✓		
		✓		
	Cuestionario	✓		
AGENTES CONTAMINANTES		✓		
		✓		
		✓		

ANEXO 24



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 %.

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 28 de Setiembre del 2017.

Firma del experto informante.

DNI N° 29671642 Teléfono N° 999106180

ANEXO 25



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

V. DATOS GENERALES:

- 5.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr./Mg: Delgado Arenas, Antonio Leonardo
 5.2. Cargo e institución donde labora: Coord de Investigación de la Escuela de Ing. Amb.
 5.3. Especialidad del validador: Psicólogo
 5.4. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO
 5.5. Título de la investigación: CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU RELACIÓN EN SALUD DE LOS POBLADORES DEL PARADERO CEPES MEDIO, DISTRITO DE ATE, 2017
 5.6. Autor del instrumento: MASSIEL ARIANA, ESTRELLA LANDA

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
11. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					90%
12. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					90%
13. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					90%
14. Organización	Existe una organización lógica.					90%
15. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					90%
16. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					90%
17. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					90%
18. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					90%
19. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					90%
20. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					90%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						90%

VII. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

SEGUNDA VARIABLE: Salud de los pobladores

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
PERTURBACIÓN		✓		
		✓		
		✓		
	Cuestionario	✓		
		✓		
		✓		

ANEXO 26



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DIMENSION	INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
SEGURIDAD		✓		
	Cuestionario	✓		
		✓		

I. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 %.

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 28 de Setiembre del 2017.


 Firma del experto informante.
 DNI N° 29671647 Teléfono N° 999106180

ANEXO 27

MATRIZ OPERACIONAL DE VARIABLES					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS
CONTAMINACIÓN VISUAL	<p>La contaminación visual es un tipo de contaminación que parte de todo aquello que afecte la visualización de alguna zona o paisaje ya sea a través de mensajes publicitarios o comerciales. (Acosta,2008,p.86)</p>	<p>La operacionalización de la variable contaminación visual será aplicada a través de un cuestionario tipo Likert a los pobladores de Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017 el que constará de preguntas, para luego procesarlo en el SPS.</p>	AVISOS PUBLICITARIOS	Tipos de avisos	Panel simple Banderola Gigantografía ITEM 1,2
			AGENTES CONTAMIANNTES	Características Técnicas	Proyección Óptica Exclusivos Iluminados Luminosos Sencillos ITEM 3,4
				Residuos sólidos acumulados	ITEM 5,6
				Cableado eléctrico aéreo	ITEM 7,8
SALUD DE LOS POBLADORES	<p>“Afectan la salud de los pobladores provocando estrés , dolor de cabeza y accidentes de tránsito por distracciones y en ocasiones provocan la muerte de algunas especies como las aves “ (Aguilar, 2006, p.408)</p>	<p>La operacionalización de la variable salud se realizará a través de un cuestionario tipo Likert aplicada a los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017 el cuestionario constará de preguntas, para luego procesarlo en el SPS.</p>	PERTURBACIÓN	Dolores de cabeza	ITEM 9,10
				Estrés por saturación de colores	ITEM 11,12
				Cansancio visual	ITEM 13,14
				Distorsión visual	ITEM 15,16
			SEGURIDAD	Sustracciones de objetos	ITEM 17,18
				Accidentes de tránsito	ITEM 19,20

FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

ANEXO 28 - MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM
¿De qué manera la contaminación visual se relaciona con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017?	Existe relación entre la contaminación visual y la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate ,2017	Evaluar la contaminación visual y su relación con la salud de los pobladores del Paradero Ceres medio, Distrito de Ate ,2017	CONTAMINACIÓN VISUAL (V1)	La contaminación visual es un tipo de contaminación que parte de todo aquello que afecte la visualización de alguna zona o paisaje ya sea a través de mensajes publicitarios o comerciales. (Acosta,2008,p.86)	La operacionalización de la variable contaminación visual será aplicada a través de un cuestionario tipo Likert a los pobladores de la Avenida Ceres del Distrito de Ate ,2017 el que constará de 10 preguntas.	Avisos Publicitarios	Tipos de avisos	Panel simple Banderolas Gigantografías ITEM 1.2
							Características técnicas	Proyección Óptica Exclusivos Iluminados Luminosos Sencillos ITEM 3,4
						Agentes contaminantes	Residuos Sólidos Acumulados	ITEM 5,6
							Cableado eléctrico aéreo	ITEM 7,8
¿De qué manera los avisos publicitarios se relaciona con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017?	Existe relación entre los avisos publicitarios y la Salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio, Distrito de Ate, 2017.	Identificar los avisos publicitarios y su relación con la salud de los pobladores del Paradero Ceres medio, Distrito de Ate ,2017.	SALUD DE LOS POBLADORES (V2)	“Afectan la salud de los pobladores provocando estrés , dolor de cabeza y accidentes de tránsito por distracciones y en ocasiones provocan la muerte de algunas especies como las aves “ (Aguilar, 2006, p.408)	La operacionalización de la variable salud se realizará a través de un cuestionario tipo Likert aplicada a los pobladores de la Avenida Ceres del Distrito de Ate ,2017 el cuestionario constará de 10 preguntas	Perturbación	Dolores Cabeza	ITEM 9,10
							Estrés por saturación de colores	ITEM 11,12
							Cansancio Visual	ITEM 13,14
							Distorsión Visual	ITEM 15,16
						Seguridad	Sustracciones de objetos personales	ITEM 17,18
Accidentes de tránsito	ITEM 19, 20							
¿De qué manera los agentes contaminantes se relaciona con salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio ,2017?	Existe relación entre los agentes contaminantes y la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio , 2017	Determinar los agentes contaminantes y su relación con la salud de los pobladores del Paradero Ceres Medio ,2017,Distrito de Ate ,2017.						

FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

ANEXOS : FOTOS

Visita a la Municipalidad de Ate para la solicitud para la propuesta realizada



Se observo tambien "la variedad de anuncios publicitarios como banderolas, letreros comerciales, paneles simples, etc.



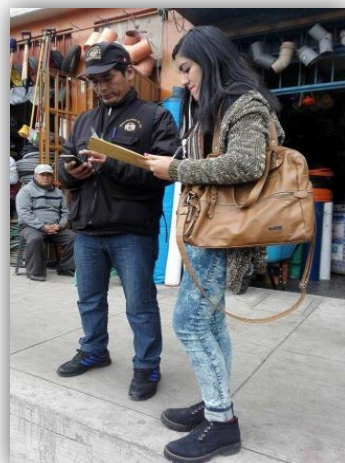
“Paradero Ceres Medio”



Se puede Observar en el lugar de estudio “Paradero Ceres Medio”, cantidad de residuos sólidos acumulados ya sea por la venta de los comerciantes ambulatorios lo cual forma parte de la contaminación visual



En el “Paradero Ceres Medio”, realizando las respectivas encuestas a las personas residentes de la zona aledaña





Las encuestas fueron realizadas de 2:00 a 4:30 pm



Los días que se hicieron las encuestas a los pobladores del Distrito de Ate fueron
Lunes , Miercoles , Viernes ,Sábado y Domingo



Procesamiento de datos al programa SPSS V.22 de toda la semana 1 : Lunes , Miércoles , Viernes , Sábado y Domingo

