



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA
MEJORA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS EN EL
MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE,
DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTORES:

Bach. ALBERCA JIMENEZ, YOLANDA YANINA

Bach. MORALES CHAPOÑAN, JAYDEE LIZETH

ASESOR:

DR. MENDIBURU ROJAS, AUGUSTO FRANKLIN

SECCIÓN:

CIENCIAS EMPRESARIALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTION AMBIENTAL Y DEL TERRITORIO

PERÚ – 2018

Dedicatoria

La presente tesis está dedicada a Dios por haberme dado salud, sabiduría para tomar las decisiones correctas, y sobre todo guiarme en cada paso que he dado, porque siempre me ha dado fortaleza cuando más la necesitaba, sobre todo porque tuve la bendición de rodearme de personas que confiaron en mí y me apoyaron a lo largo de esta travesía, como mis padres que fueron el pilar más importante en mi vida, mi motor y motivo para culminar esta etapa muy significativa, que me ayudado tanto profesionalmente y como persona. Y a todas las personas amigos y familiares que confiaron en mí.

Yolanda Alberca Jiménez

Dedico este proyecto:

A Dios, por siempre darme las fuerzas y la calma espiritual para seguir adelante a pesar de los obstáculos que se me pudiesen presentar.

A mis padres por mostrarme siempre el camino de la superación.

A mis hermanos por darme su apoyo y palabras de aliento.

A mi amada hija Jerlig, quien es la fuente de mi motivación y superación día a día para así poder construir un futuro mejor en nuestras vidas.

Jaydee Morales Chapoñan

Agradecimiento

A lo largo de esta vida entendí que no hay lucha que la que no se hace, que si uno desea algo tiene que ser convincente, perseverante y luchar por lo que uno quiere, que todo esfuerzo tiene su recompensa y sobre todo que un corazón agradecido es el principio de la felicidad.

Gracias Dios por tantas bendiciones que has tenido para mí, en mi corazón no hay más que solo agradecimiento, porque has sido mi fortaleza en mis momentos de debilidad.

A mi docente, Dr. Augusto Franklin Mendiburu Rojas, porque más que un docente un gran amigo, que con su sencillez y carisma supo llegar a sus alumnos, impartiendo respeto, tolerancia, perseverancia, y sobre todo compartiendo sus experiencias y conocimientos para superar las adversidades de la vida y los caminos que aún nos falta recorrer, gracias por creer en mí, incluso más de lo que yo misma creía. Y a todos los docentes que contribuyeron en esta etapa de formación de la maestría.

Yolanda Alberca Jiménez

Agradezco a Dios por haberme permitido tener unos padres que siempre se preocuparon por el desarrollo de sus hijos, brindado siempre amor y comprensión. Y que gracias a ellos hoy estoy culminando una etapa más en este largo transitar de la vida, llena de muchos miedos e inseguridades pero que con su amor se puede salir victorioso.

Más que abuelos, son mis segundos padres quienes se preocupan por mí a pesar del paso de los años. Me enseñaron muchas cosas importantes y me encaminaron por el camino del bien.

A mis maestros quienes con sus enseñanzas me permitieron descubrir nuevas habilidades y por ayudarme a cumplir una nueva meta en mi vida profesional.

A ti por todo el tiempo y apoyo incondicional que siempre me has brindado, porque has estado conmigo en los momentos más turbulentos. No fue fácil pero estuviste motivándome hasta donde tus alcances lo permitían.

A mi asesor Dr. Augusto Franklin Mendiburu Rojas que me ha ayudado a vivir el sueño de superación y cumplir mis expectativas, y de siempre ir por la constante mejora para ser mejores seres humanos. Esta ocasión no ha sido la excepción y exalto su trabajo y le agradezco por ayudarme a lograr esta nueva meta, mi maestría.

Jaydee Morales Chapoñan

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **Yolanda Yanina Alberca Jiménez** egresado (a) del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificada con DNI N° 46094615

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

Soy autor(a) de la tesis titulada:

PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA MEJORA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS EN EL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE, DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ

La misma que presento para optar el grado de: Maestro en Gestión Pública.

1. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
2. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
3. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Chiclayo, 05 de agosto de 2018



FIRMA

YOLANDA YANINA ALBERCA JIMÉNEZ

DNI: 4609461

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **Jaydee Lizeth Morales Chapoñan** egresado (a) del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificada con DNI N° 46331749

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

Soy autor(a) de la tesis titulada:

PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA MEJORA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS EN EL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE, DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ

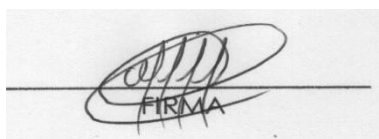
La misma que presento para optar el grado de: Maestro en Gestión Pública.

1. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
2. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
3. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Chiclayo, 05 de agosto de 2018



FIRMA

JAYDEE LIZETH MORALES CHAPOÑAN
DNI: 46331749

Presentación

En la presente tesis titulada PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA MEJORA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS EN EL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE, DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ, 2018 cuyos objetivos son sensibilizar e incentivar a nivel comunal el cuidado y manejo responsable de los espacios públicos de los usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque, mejorar las pautas y hábitos de convivencia medioambiental entre los usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque, disminuir el abandono y la gestión incorrecta de los residuos sólidos en la zona circundante al mercado Mayorista Moshoqueque y diseñar materiales informativos y planificar actividades de sensibilización en especial de población usuaria del mercado Mayorista Moshoqueque.

Esta investigación se ha realizado por la necesidad del día a día de que cada ciudadano busca un lugar limpio ordenado y tranquilo en el que puedas realizar tus compras en el cual se ha creído conveniente realizar una investigación exhaustiva para identificar ¿Cómo mejorar los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoqueque, distrito de José Leonardo Ortiz, 2018?

Asimismo, se precisa que el siguiente trabajo de investigación ha sido elaborado de acuerdo a la estructura y metodología de investigación en cumplimiento a las normas establecidas en el reglamento de grados y Títulos de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo – Chiclayo, como un requisito indispensable para poder obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública.

Con el fin de conseguir estos objetivos, el presente trabajo se encuentra estructurado en cuatro capítulos además de las conclusiones, recomendaciones, referencias, bibliografía y anexos.

En el capítulo I, se detalla la idea de la investigación, dicho recorrido tiene como punto de inicio la realidad problemática en torno a los espacios públicos del mercado Moshoqueque del Distrito de José Leonardo Ortiz y la poca importancia que se brinda por parte de la ciudadanía y gobierno para generar una calidad de vida adecuada para la ciudadanía. En esta misma sección se mencionan la justificación, hipótesis y objetivos del estudio.

En el capítulo II, se explica el diseño de la investigación, las variables a estudiar, la población y muestra elegida para el estudio en sí, técnicas e instrumentos para recolección de datos, así como el método de análisis de datos y los aspectos éticos a la hora de desarrollar la investigación.

En el capítulo III, vamos a interpretar los cuadros de los resultados obtenidos de haber empleado nuestras encuestas a la muestra elegida para nuestra investigación.

En el capítulo IV, se plantea la propuesta que consiste en un Programa de Sensibilización para la mejora de los Espacios Públicos del Mercado Mayorista Moshoqueque en el cual se detalla la manera en cómo se realizara y los objetivos que apunta a mejorar la calidad de vida, así como la seguridad de los usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque, mediante la recuperación de espacios públicos en la zona circundante al mercado y zonas aledañas.

Finalmente, se presenta en una última sección las discusiones, conclusiones y recomendaciones que han surgido a lo largo de este trabajo, que al mismo tiempo permitirá que se generen más estudios locales debido a que hoy en día no se le toma importancia al tema de recuperación de espacios públicos.

Índice

Página de Jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria DE autenticidad.....	v
Presentación.....	vii
Índice	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad Problemática.....	12
1.2. Trabajos Previos	16
1.3. Teorías Relacionadas al tema.....	23
1.4. Formulación al Problema.....	53
1.5. Justificación del estudio.....	54
1.6. Hipótesis	55
1.7. Objetivo	55
II. MÉTODO	57
2.1. Diseño de investigación.....	57
2.2. Variables, operacionalización	58
2.3. Población y Muestra	60
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	61
2.5. Métodos de análisis de datos	62
2.6. Aspectos éticos.....	63
III.RESULTADOS	64
IV.PROPUESTA	93
V.DISCUSIÓN	107
VI.CONCLUSIONES	110
VII.RECOMENDACIONES.....	111
VIII.REFERENCIAS.....	112
ANEXO 01.....	115
Cuestionario.....	118
Matriz de consistencia.....	120
Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación.....	121
Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV.....	126
Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	128

Resumen

En el presente trabajo se trata sobre la importancia y la manera en cómo mejorar los espacios públicos del mercado mayorista Moshoqueque en el distrito de José Leonardo Ortiz, y como esté afecta la calidad de vida de los pobladores de las zonas aledañas, de los usuarios y propios comerciantes.

Los resultados que se obtuvieron al realizar la encuesta muestran que el estado actual de los espacios público del mercado mayorista Moshoqueque, se encuentra en estado caótico.

Por lo que esta investigación cumple con el objetivo de implementar un programa de sensibilización para mejorar estos espacios públicos a través de talleres dirigidos a las escuelas, comercios, vecinos y usuarios del mercado mayorista Moshoqueque.

Por lo cual se propone una construcción teórica como práctica teniendo como base el principio de transformación el cual busca generar un cambio en la mentalidad de todos los usuarios del mercado en cuanto a seguridad, limpieza, contaminación, ordenamiento y libre esparcimiento.

De acuerdo con lo evidenciado en el juicio de expertos, el programa tendrá un impacto positivo debido a que los usuarios del mercado mayorista Moshoqueque se empoderaran del conocimiento sobre qué es un espacio público y cuál es el debido uso que deben de darle y por ende valorar su participación de todos ellos para contribuir a que se recuperen y mejoren los espacios públicos colindantes al mercado.

Se recomienda que tanto los comités organizados, empadronadores y personal de la municipalidad diseñen estrategias en conjunto con la finalidad de asegurar la implementación del programa de sensibilización así como el propiciar un sentido de identidad para generar involucramiento en la mejora de los espacios públicos.

Palabras Claves: Sensibilización, Espacios Públicos, Mercado Mayorista

Abstract

This paper deals with the importance and how to improve the public spaces of the wholesale market Moshoqueque in the district of José Leonardo Ortiz, and how it affects the quality of life of the settlers of the surrounding areas, of the users and own merchants.

The results obtained during the survey show that the current state of the public spaces of the wholesale market Moshoqueque is in a chaotic state.

So this research meets the objective of implementing an awareness program to improve these public spaces through workshops aimed at schools, shops, neighbors and users of the wholesale market Moshoqueque.

Therefore, a theoretical construction is proposed as a practice based on the principle of transformation which seeks to generate a change in the mentality of all users of the market in terms of safety, cleanliness, pollution, ordering and free recreation.

According to what was evidenced in the expert judgment, the program will have a positive impact due to the fact that the users of the wholesale market Moshoqueque will be empowered with knowledge about what a public space is and what is the proper use that should be given to it and therefore value their participation of all of them to contribute to the recovery and improvement of public spaces adjoining the market.

It is recommended that both the organized committees, enumerators and the municipality's staff design strategies together in order to ensure the implementation of the awareness program as well as foster a sense of identity to generate involvement in the improvement of public spaces.

Keywords: Sensitization, Public Spaces, Wholesale Market

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Los estudios que día a día se vienen presentando respecto a los espacios públicos urbanos, buscan entender y conocer el vínculo que se genera entre “ciudadano-ciudad” y la forma en que se produce la apropiación del espacio público, y como esto, de alguna forma ayuda a los pobladores a identificar su ciudadanía.

El diario El Tiempo de Colombia en su edición del 31 de marzo del 2018, muestra como la población hace un uso inapropiado de los espacios públicos

Y menciona lo siguiente: “Luego de que un ciudadano denunciara en su cuenta de Twitter las condiciones de insalubridad en las que estaban los implementos usados para preparar los alimentos que se venden en el mirador de Las Palmas de Medellín, las autoridades hicieron un operativo en el lugar, que es habitualmente visitado por personas que van a disfrutar de la vista de la ciudad, mientras se toman un chocolate caliente o se comen un chorizo.”, evidenciando que existe una creciente apropiación de los espacios públicos para fines lucrativos que van en desmedro de la salud de la población.

Según el diario Design de fecha 6 de junio del 2016, en Barcelona-España, se otorgó “El Premio Europeo del Espacio Público Urbano es una iniciativa del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona CCCB que, a raíz de su exposición La Reconquista de Europa que tuvo lugar en 1999, decidió ser testigo del proceso de rehabilitación de los espacios públicos que tiene lugar en muchas ciudades europeas.”, haciendo hincapié en que “El Premio nació con el fin de reconocer y promover el carácter público de los espacios en las ciudades así como su capacidad de cohesión social. Asumiendo las ambigüedades inherentes a la noción de espacio público, el Premio es el único en Europa que reconoce y promueve un espacio a la vez público (abierto y de acceso universal) y urbano. El Premio se distingue así de otras

iniciativas centradas en la figura del arquitecto y de los premios consagrados al paisaje, para poner de relieve el carácter relacional y cívico del espacio típicamente urbano.”

Así también en Argentina, en el desarrollo del IX Coloquio Internacional de Geocrítica (junio-2007), Raquel Perahia, disertó sobre “Las Ciudades y su Espacio Público”, en la cual resumió lo siguiente: “En las ciudades tradicionales, el Espacio Público es el que da identidad y carácter a la ciudad, el que permite reconocerla y vivirla en sus sitios urbanos: naturales, culturales y patrimoniales. Aunque los gobiernos locales se ocuparon de su gestión a través de la regulación, la normativa y los proyectos urbanos en la década de los 80, no pudieron prevenir ni corregir las constantes y, muchas veces toleradas, invasiones privadas que deterioraron la calidad de vida y el medio ambiente. En los 90 el mercado, con importantes inversiones en centros de recreación y consumo (los nuevos espacios del encuentro) y en las urbanizaciones privadas, introduce el concepto de espacio privado de uso público. Sin embargo, el tratamiento de los espacios públicos cotidianos, con fuerte participación ciudadana, multiplica las acciones y la diversidad de soluciones mejorando la calidad ambiental del conjunto”. Dicha ponencia ha puesto de manifiesto que si los estados tomaran la iniciativa de darle el tratamiento adecuado a los espacios públicos, estos se convertirían en espacios saludables.

La CAF en su portal de internet www.caf.com, en julio del 2017, presenta un artículo titulado “La reconquista del espacio público”, en que dentro de su análisis pone de manifiesto que “ ... Durante la segunda mitad del siglo XX estas ciudades fueron víctimas de la explosión demográfica y de la migración del campo a la ciudad, y vieron cómo sus barrios informales no planeados y su infraestructura dedicada al vehículo particular se expandieron más de lo previsto. Todos estos cambios transformaron la ciudad de nuestros padres y

abuelos en una ciudad con poco espacio para sus ciudadanos y para el disfrute del espacio público.

La de hoy es una ciudad agobiada por la congestión y la contaminación, hecho que en los últimos años nos ha alentado a identificar estrategias para devolver los espacios urbanos a sus habitantes y fomentar el uso de modos de transporte más sostenibles.

Una de estas estrategias consiste en recuperar el espacio público a través de la utilización de las áreas dedicadas al parqueo de vehículos o al uso indiscriminado del automóvil para que los ciudadanos puedan disfrutarlas como lugares de esparcimiento y actividad física.”

En un reporte noticioso RPP, de fecha noviembre del 2015, titula “¿Cuál es la situación de los espacios públicos en el país?, este reporte nace de la creciente preocupación de la población de verse con un día a día contaminado de muchas formas razón por lo cual expone lo siguiente: “El espacio público no solo son parques o jardines, sino también veredas y pistas, las cuales deben estar bien cuidadas y libres de obstáculos. ¿Se cumple esto en tu barrio?. De hecho, una encuesta del observatorio Lima Cómo Vamos encontró que el 60 % de la población cree que un espacio público es un parque, olvidándose de las calles y veredas, que son los espacios públicos de mayor extensión. Al respecto, Mariana Alegre, coordinadora de Lima Cómo Vamos, señaló que “un espacio público es donde empieza la calle”, o sea, que se puede incluir en la definición a las pistas, las veredas, los parques, los cerros, los ríos y el transporte público también. “Se trata de hacer la diferencia entre el espacio privado y el espacio compartido, pero al mismo tiempo se trata de pensar la ciudad en un espacio en el que sea común. Eso justamente es el espacio público”, mencionó.”, todo esto muestra que hay una desinformación de lo que realmente es espacio público y que mientras la población no la identifique como tal, seguirá dañándola.

En la ciudad de Chiclayo existe el mercado mayorista Moshoqueque, el mismo que se ha venido convirtiendo en tierra de nadie, un informe especial de <http://elinformante.pe>, en el año 2017, manifiesta que “Moshoqueque es uno de los emporios comerciales más grandes del norte del país. Recorrer sus alrededores implica lidiar con basura, tricicleros, mototaxistas, fruta y verdura podrida. Y por supuesto estar alerta para no ser víctima de ladrones o vehículos que aprovechan el desorden. Hasta aquí llegan una variedad de frutas y verduras para los más de 3, 500 comerciantes formales que se asientan sobre Moshoqueque. Camotes, papas, cebollas, mangos y papayas llegan para luego embarcarse a otras ciudades del país. Sin embargo, el más agobiante problema es la basura, que esta regada por las avenidas como Bolívar, El Dorado y Ricardo Palma sin importar la contaminación que puede ocasionar. “El problema de la basura en Moshoqueque está en la maquinaria malograda que se encuentra amontonada en el estadio Carlos Castañeda. No hay camiones para el recojo de desperdicios.”

En el mercado existen tres sectores con puestos fijos para mayoristas y minoristas. A ellos se suman cerca de 7,000 comerciantes ambulantes y mayoristas que llegan solo a vender su mercadería y regresan a su lugar de origen. Los ambulantes cancelan un sol diario al municipio por ocupar la vía pública, los transportistas de carga pesada entre cinco y diez soles por toneladas que cargan y descargan. Esto sin contar el pago de los comerciantes formales por el alquiler del local. El desorden vehicular y la basura es visible en la avenida Uruguay, a la altura de la puerta de ingreso al primer sector donde están los mayoristas. Los montículos de frutas generan un hedor insoportable que se incrementa por el calor. El improvisado botadero atrae nubes de moscas y todos son vulnerables”.

Frente a toda esta situación, es que los moradores que viven en la periferia del mercado, se encuentran muy preocupados, han realizado numerosos reclamos ante la autoridad edil para que tome cartas en el asunto y pueda plantear las soluciones que esto amerita.

La municipalidad dentro sus funciones y competencias se encuentra facultada para dar soluciones a las problemáticas que se presentan en su espacio de acción, es por ello que, ante la falta de espacios públicos saludables, está en la obligación de proponer estrategias que permitan recuperar los espacios públicos en el mercado mayorista Moshoqueque, y que se pueda generar una armonía de convivencia entre los involucrados que serían todos aquellos que hacen uso del mercado.

1.2. Trabajos Previos

En el ámbito internacional:

Daza (2008), en Colombia, en su investigación ***La Intervención en el Espacio Público como Estrategia para el Mejoramiento de la Calidad de Vida Urbana***, concluyo que: “El espacio público se presenta como el articulador de la existencia de la Ciudad, no solo en el plano físico-funcional sino en el simbólico-interpretativo. Si se parte entonces de reconocer que lo urbano desborda la visión de lo meramente edilicio y se reconoce el hecho de que su propia naturaleza comporta hechos culturales, sociales, económicos y de identidad, se entiende por qué intervenir el espacio público denota intervenir el espacio vital de quienes habitan el territorio en el cual este tiene lugar.”, en ese sentido lo que evidencia es “la necesidad de recuperar los espacios pues estos contribuyen a dinamizar los diferentes sectores de acción de la población” y además afirma: “Desarrollando la hipótesis de que intervenir la dimensión física del espacio público significa también intervenir en la dimensión de representación social colectiva y la manera como el individuo se reconoce en el entorno, es claro que el espacio público se configura en elemento de la práctica política, no solo como escenario sino también como dinamizador, en la medida en que su presencia o ausencia definirá ciertas prácticas asociativas y de representación institucional a partir de ejercicios de debate y construcción discursiva.”, enfatizando en lo importante de enfocar el

desarrollo de los espacios públicos como espacios multidisciplinarios en los cuales afirma además que: “Con respecto a los flujos y territorios que lo circundan de forma inmediata, y aun con aquellos que sostienen intercambios comerciales y de servicios a pesar de mediar importantes distancias geográficas entre estos y Pitalito, es evidente que se trata de un territorio altamente dinámico, muy promisorio desde el punto de vista económico - comercial pero que, de igual manera, comporta unos requerimientos de espacios adecuados para adelantar tales intercambios así como para generar opciones productivas sostenibles que permitan aprovechar los recursos disponibles sin comprometer su existencia en el mediano y largo plazo.”

Lara (2014), en Chile, en su trabajo de investigación ***Reconocimiento, Uso y Apropiación del Espacio Público***, para optar el Título de Magister en Desarrollo Urbano, concluye que: “Es importante reconocer que los espacios públicos son un elemento fundamental en la concepción y planificación del territorio en todas las escalas, pues son el lugar donde se lleva a cabo la mayor parte de la vida social y comunitaria de las personas que lo habitan, de esta manera se reconoce que su principal función es la de reforzar el tejido social de la población. Se evidencia que existe una relación directa entre los habitantes y el espacio urbano, y producto de esta relación se origina una transformación espacial y construcción de una identidad de los habitantes que lo usan.” Esta conclusión nos permite asociar la necesidad de empoderar a las personas en el conocimiento de los espacios públicos y los usos que se les debe dar, asimismo manifiesta que: “Es entonces que un espacio público se define principalmente por su accesibilidad y su uso colectivo, no por su estado de legalidad o sus características físicas; como lo aborda Borja (1998), donde expone que el espacio público también tiene una dimensión socio-cultural. Es un lugar de relación y de identificación, de contacto entre la gente, de animación urbana, a veces de expresión comunitaria. La dinámica propia de la ciudad y los comportamientos de su gente pueden crear

espacios públicos que jurídicamente no lo son, o que no estaban previstos como tales, abiertos o cerrados, de paso o a los que hay que ir. Puede ser una fábrica o un depósito abandonado o un espacio intersticial entre edificaciones.

En todos estos casos lo que define la naturaleza del espacio público es el uso y no el estatuto jurídico (Borja, 1998); o como lo afirma Selle (2001 citado en Schlak, 2007); donde se reconoce como característica distintiva del espacio público su grado de accesibilidad o la posibilidad de su uso sin restricciones para cualquier persona. En sentido sociológico, el espacio público es el espacio de uso público.” Y por último refiere que: “Se afirma entonces que los espacios públicos constituyen valores patrimoniales cuando los grupos sociales se apropian de ellos y les imprimen significados. “El déficit cualitativo y cuantitativo de espacio público en los estratos populares hace que se produzca una presión y uso intensivos hacia éste y con ello se afiance el sentido de pertenencia e identificación para afirmar así el sentimiento y el concepto de lo propio” (Pérez, 2004:29). En ese caso, entonces, la relación entre usuario y espacio no se da solo a partir del uso, sino a través de su producción y modificación. El espacio creado se origina de los que los usuarios decidieron, de sus dinámicas, de sus necesidades y sus posibilidades, fortaleciendo así la relación entre ambos, la que se fortalece más con el uso cotidiano. Esta relación, por lo tanto, tiende a ser cercana y va en ambos sentidos: los lugares son transformados por las acciones sociales, y las prácticas sociales son transformadas por su interacción con los lugares (Holloway y Hubbard, 2001).”

Romero (2016), en su investigación realizada en México, *Espacios Públicos y Calidad de Vida Urbana. Estudio de Caso en Tijuana, Baja California*, concluyó que: “Los usuarios hacen uso de los espacios porque en ellos satisfacen necesidades que se relacionan con la calidad de vida urbana, lo cual les producen beneficios. Entre estos se encuentran el aumento en su bienestar, el mantener su condición física, el oxigenarse o reducir estrés. Las necesidades relacionadas a

la calidad de vida que satisfacen los usuarios son muy variadas, siendo estas la forma de entender los usos del espacio y la construcción de la calidad de vida. Las necesidades son: la mejora de la salud, el trabajar su condición física, hacer deporte, competir en torneos, la reducción de estrés, la rehabilitación física, oxigenarse. Otras necesidades son tener tranquilidad, el estar en contacto con la naturaleza, la convivencia en familia, el educar a sus hijos en el espacio público, hasta tomar el sol, o tomar café en algunos establecimientos privados colindantes con el Malecón. Otros usuarios tienen la necesidad de leer en la playa, escuchar el mar u observar obras de arte.”, lo cual evidencia que la necesidad de contar con espacios públicos adecuados genera condiciones de vida óptimas para los usuarios, asimismo manifiesta que: “Todo este conjunto de formas de construir la calidad de vida urbana puede ser observadas en los espacios públicos estudiados. Los espacios por sí solos no parecen tener beneficios en los usuarios. La participación activa de los usuarios en el uso del espacio es considerada por muchos de ellos como la causa de que se mejore la calidad de vida. Argumentar que los espacios mejoran la calidad de vida resulta incompleto, ya que para que ello suceda invariablemente debe tenerse en cuenta que los usuarios son quienes la construyen. Por lo que es correcto decir que la calidad de vida urbana es construida por los usuarios en los espacios públicos.”, y también enfoca claramente el accionar respecto a la seguridad manifestando que: “Todos los usuarios poseen percepciones sobre la seguridad de los espacios y sobre la ciudad. Todos coinciden en que existe un regreso de la violencia registrada en la ciudad, pero a pesar de ello, no causa que dejen de acudir a los espacios. Una parte de los usuarios percibe que los espacios son seguros por diversas razones que plantean, siendo la más común, el no ser víctimas de delitos. El ser víctima de algún delito genera que se perciba el espacio público como inseguro. Sin embargo, algunas usuarias son las principales afectadas por tales experiencias y aun así, acuden a hacer uso del espacio. De esto se

desprende que la percepción de un espacio inseguro no causa que se deje de utilizar por siempre.”

Cotes (2013), en Chile, en su estudio *Implementación de un Programa de Sensibilización: Análisis del proceso de ajuste de un taller de Sensibilización de Cultura Organizacional y Gestión del Cambio implementado en una Institución pública chilena*, concluyo que: “los objetivos y características licitadas y los principales planteamientos teóricos y metodológicos asociados, resulta importante recordar algunos de los elementos centrales vinculados al cambio y cultura organizacional, y particularmente, cómo estos ocurren en las instituciones públicas. De acuerdo a la definición adoptada en este trabajo, el cambio organizacional constituye el “complejo proceso analítico, político y cultural de desafiar y cambiar las creencias fundamentales, la estructura y estrategia de la firma” (Pettigrew, 1987, p. 650, traducción realizada por el autor), estando siempre contextualizado y supeditado a factores sociales, económicos, políticos y competitivos, tanto externos como internos de la organización (Pettigrew, 1987). Tal era el caso de la institución Cliente, de acuerdo a los elementos presentados en el apartado de contextualización, al estar sometida a exigencias derivadas del debate a nivel nacional asociado a su quehacer, exigiéndosele un rol de asesor al Gobierno en dichas materias. A esto se suma que las organizaciones que hacían uso de las instalaciones y materiales asociados al quehacer de la institución habían avanzado en el desarrollo de los productos que antes le eran solicitados, por lo que se consideraba como pertinente traspasar algunas de estas aplicaciones y productos.”, con lo cual se aprecia que es importante generar programas de sensibilización que ayuden a mejorar la interrelación entre los actores de un determinado grupo de estudio, asimismo enfatiza que “Entre los aspectos a destacar, es posible plantear que diversos elementos implicados en la fase de diseño estuvieron alineados con lo indicado en las bases y

propuesta técnica, así como con los antecedentes teóricos presentados. De esta manera, y sin ánimos de ser repetitivos, se evidencia que, en términos generales, el taller cumplió con los requerimientos formulados por el Cliente, y con los productos solicitados para la iniciativa, respecto de los aspectos metodológicos. Lo mismo sucedió con las características planteadas en la propuesta, exceptuando algunos aspectos puntuales (la realización de una actividad de role playing y análisis de caso). Se agrega que la versión final de los productos del diseño cumplió con los aspectos básicos formulados en las bases teóricas, respecto de la realización de actividades individuales y de reflexión colectiva, vinculando la teoría con actividades prácticas (Ramírez et al., 2008), de modo que los ejercicios daban sustento al temario de la intervención (Beckschi y Doty, 2000).

Beltrán & Ganem (2014), en Colombia, en su estudio *Propuesta de Sensibilización en Responsabilidad Social Empresarial al Público Interno. Caso: Global Forest Lumber Company*, concluyo que: “La idea principal detrás de la propuesta de sensibilización en responsabilidad social empresarial al público interno. Caso: Global Forest Lumber Company, es analizar las actividades que está llevando a cabo la empresa en materia de RSE desde su interior, para la conservación del bosque como principal generador de su materia prima para el producto final, con base a esto, crear una serie de propuestas para la compañía que busquen mejorar su estado actual y propicie la evolución y el desarrollo en cuanto a la RSE.

Para mayor claridad con respecto a la estructura de la investigación propuesta, la presente investigación consta de cuatro secciones delimitadas e interrelacionadas. La primera sección hace referencia al problema en estudio. La segunda por su parte a todas las teorías y documentos que sirven como acervo para el desarrollo de la investigación. Una tercera sección que explica el diseño metodológico y los instrumentos utilizados para la recopilación de la información. La

última sección, da cuenta de forma básica los hallazgos principales, resultados generales de la investigación, consta de los elementos que permiten llevar a cabo el objetivo general propuesto, la creación de un plan de sensibilización para el público interno de Global Forest, en Responsabilidad Social Empresarial.”

En el ámbito nacional:

Burneo (2010), en Lima, en su estudio ***Construcción de la Ciudadanía Mediante el Uso Cotidiano del Espacio Público*** concluye que: “Tanto el Centro de Lima como el Jirón de la Unión han sufrido transformaciones a lo largo del tiempo. A inicios de los años 80, la ocupación informal dominada por el comercio ambulatorio restringió cualquier tipo de actividad y uso que la población pudiera hacer en los espacios públicos del centro histórico. El Jirón de la Unión se encontraba ocupado por dos hileras de ambulantes, en ese entonces se daba una apropiación del espacio con fines comerciales que impedía la proliferación de otras actividades tales como el paseo y la recreación. Además, la delincuencia preponderaba en la zona originando un miedo creciente en la población en general y en los mismos vecinos disipando cualquier intención de visitar el centro histórico de Lima. Luego de muchas intervenciones por parte de los gobiernos municipales, principalmente del ex Alcalde Andrade, el centro es nuevamente un foco de atracción para turistas, vecinos y habitantes de la gran ciudad.”, lo que muestra que los espacios públicos se ven afectados por la informalidad y las demás actividades que se generan a partir de ella, adicionando que “Actualmente, el Jirón de la Unión se consolida como un espacio público que promueve el encuentro a partir de situaciones de copresencia, tolerancia y situaciones cara a cara entre diversas personas de distintos sectores sociales. Los usuarios proceden de distritos de Lima Central, Lima Este, Lima Norte, el Callao y Lima Sur. En días de semana las posibilidades de encuentro de los distintos sectores sociales son mayores.”, además “En este contexto el Jirón se impone como una vía

peatonal con una vocación de espacio comercial, donde la principal actividad de los usuarios, que antes consistía en “jironear”, hoy, es “vitriñar”. Para los usuarios los locales comerciales son el principal atractivo de la calle. La oferta comercial y de locales de comida rápida dominan el ritmo de los transeúntes que “van y vienen”, así como también de aquellos que solo transitan por el jirón para conectarse con alguna de las dos plazas ubicadas en los extremos de la calle. Sin embargo, este carácter comercial no limita el uso que las personas hacen de este espacio relacional. Junto a la acción de “vitriñar” se observaron además actividades como pasear, caminar, comer, todas ellas insertas en una lógica de movimiento, es decir de “ir y venir” por el jirón. Se observa un uso del espacio público de acuerdo a las necesidades de la gente, tales como el paseo, las compras, el trabajo, el encuentro, etc. Estas acciones, como mirar las vitrinas sin necesidad de comprar y el constante “ir y venir”, sugieren que el acto de caminar se convierte, como dice Vega Centeno (2006a:23), en un placer urbano. Al respecto Sansot (2001) dice que la felicidad del callejeo nace del mismo caminar y del sentimiento de estar a gusto. En este sentido el jirón ofrece la oportunidad de refugio, donde las personas pueden olvidar sus problemas y dejarlos en casa, caminar sin tener que llegar a nada, envueltos en ese sentimiento que el autor llama “la no urgencia”. Es por ello que en el jirón las permanencias son mayores a las que se esperaría de un transeúnte.”

1.3. Teorías Relacionadas al tema

1.3.1 EL PROCESO DE SENSIBILIZACIÓN

En su libro Beltrán y Pérez, definen lo siguiente: “El proceso de sensibilización hace referencia a la necesidad de establecer un contexto mental en el estudiante que le permita acercarse al aprendizaje significativo en las mejores condiciones posibles. Las líneas de fuerza de este contexto mental son tres: la motivación, las actitudes y el control emocional. Dicho de otra manera, para que el alumno construya sus conocimientos y no se limite a reproducir los

datos informativos que recibe del profesor o del libro de texto, es necesario arrancar de él un triple compromiso inicial: querer aprender de manera significativa, crear disposiciones favorables hacia el aprendizaje, y desarrollar un clima emocional adecuado, es decir, motivación, actitudes y control emocional. Si el alumno no tiene interés por aprender, sus actitudes son más bien negativas y está dominado por la ansiedad, el aprendizaje significativo difícilmente podrá producirse. En este cuaderno vamos a describir la naturaleza de estas tres instancias del proceso de sensibilización, cómo desarrollarlas en el aula y cómo hacerlo en un contexto tecnológico.”

Los niveles en el proceso son:

1. Motivación

Es habitual, los profesores piensan que los estudiantes de este momento no están motivados para aprender o, al menos, para instruirse. Sino probablemente sería más adecuado expresar que no están motivados para educarse lo que les queremos enseñar o en la condición en que queremos hacerlo. En cualquier suceso, es cierto que motivación y aprendizaje están estrechamente interconectados. Tanto que, al final, los estudiantes aprenden lo que quieren estudiar y tienen una gran limitación en instruirse los conocimientos que no les interesan. La motivación no es un constructo escueto, sino complicado, y hace relación al conjunto de procesos de activación, orientación y constancia de la conducta, en este asunto, de la ruta de aprendizaje. Son tres, ya que, las circunstancias para dialogar de un aprendiz motivado: una etapa de activación, orientación hacia una meta y constancia en la consecución de la misma. La definición nos sirve hasta para revelar que algunos alumnos fallan ya en la primera estipulación, porque no se deciden a aprender; otros se deciden, pero lo hacen en una ruta equivocada, y otros, al final, están decididos, están conformes orientados, pero se cansan rápidamente y renuncian a su intención inicial.

La motivación de logro

La motivación de logro se define como el ideal de resaltar, de batir o de alcanzar un grado de excelencia. El factor superior de esta doctrina es Atkinson y su proposición clave es que la energía de la motivación para educarse es una misión multiplicativa de la energía del motivo, la posibilidad de lograr el aliciente y el coste del aliciente. Una forma de perfeccionar la motivación de los alumnos es incrementar el interés por el rédito o acortar el pavor al fracaso. Otra es acrecentar la posibilidad de triunfo dividiendo la causa en pequeñas unidades que el estudiante puede manipular más fácilmente. Otro punto de vista motivacional es el de las atribuciones causales o esclarecimientos que la gente da referente su éxito o fracaso en una labor. Las expectativas de triunfo son estimaciones subjetivas de las personas acerca de sus oportunidades de poseer reputación en una misión dada. La masa tiende a imputar sus fracasos o éxitos a una de estas cuatro clases de causas: capacidad, azar, voluntad o freno. Estas atribuciones, a su tiempo, determinan los sentimientos concernientes a ellos mismos, sus predicciones de triunfo y la posibilidad de que ellos trabajen más o menos firme en su labor de futuro. Por ejemplo, si la persona atribuye su frustración a algo que puede regular, por ejemplo, el arrojo, se sentirá procesado y pensará que en el futuro tendrá la victoria si se esfuerza más y más. Las atribuciones de las personas afectan a las expectativas y éstas influyen en las reacciones emocionales y en la constancia o no de la diligencia relacionada con el rendimiento. Es el brío y no la cabida lo que ayuda a lograr grandes metas. Hoy bien, el instructor es la fuente más significativa de las atribuciones, ya que trata diferencialmente a los alumnos. A unos les hace preguntas fáciles, a otros difíciles. A unos les da espacio para concluir la respuesta y a otros no. Los expertos aconsejan brindar a los estudiantes como razones del fracaso la mala utilización de estrategias, una pobre destreza de la meta y la falta de esfuerzo, porque todas ellas se pueden mejorar. En los últimos años se han elaborado algunas correcciones a los modelos anteriores. Por ejemplo, Dweck (1983) ha demostrado que los

niños sostienen dos teorías diferentes relativo a los resultados. Algunos niños piensan que la razón es un atributo más conforme constante y completo y que ellos tienen una cuantía fija de razón que se despliega mientras la realización y que los resultados indican si son o no inteligentes. Es la teoría de la comprensión como forma. Otros creen que la comprensión es más bien un acumulado de habilidades que se pueden incrementar y perfeccionar por intermedio de la experiencia. Es la teoría incremental. Pero cada idea moviliza motivaciones diferentes. Con la idea entitativa de la inteligencia se inclinan los sujetos a investigar juicios positivos y sortear los negativos y a orientarse hacia metas de aspecto inteligente y de realización. En cambio, con una idea incremental de la comprensión el interesado se inclina a desplegar y amplificar las habilidades que llevan a ser perspicaz y a conseguir metas de instrucción. Los sujetos con metas de actuación, posteriormente de un fiasco no sólo tienden a advertir sentimientos negativos, sino que ven deteriorada la realización. Los sujetos con metas de instrucción no únicamente no experimentan sentimientos negativos, sino que ni disminuyen su categoría de ejecución. Hallar obstáculos no significa para ellos escasear de destreza, sino que deben puntualizar sus actividades centradas en la hegemonía y progreso de sus metas. Nicholl (1983) habla de sujetos orientados a la faena y orientados al yo. Ambas son formas de motivación de provecho porque se alterna de amplificar una capacidad alta más que baja. Asimismo Beltrán y Pérez enfatizan que: “En la orientación a la tarea el aprendizaje es esencialmente valorado por sí mismo, resulta más satisfactorio y la atención está en las estrategias adecuadas para dominarla. En la orientación al yo el aprendizaje es un medio para aparecer como inteligente o evitar aparecer como torpe y la atención se centra en el yo. Además, en la orientación a la tarea, el aprendizaje o la mejora implica competencia; en la orientación al yo, el aprendizaje o la capacidad se concibe como una capacidad relativa a la de otros. El orientado a la tarea se pregunta ¿Cómo funciona esto? o ¿Cómo puedo aprender esto?; el orientado al yo se pregunta ¿Qué puedo

hacer para parecer más listo en comparación a los otros? Kuhl (1987) destaca el factor de control de la acción y señala que la ejecución resultará facilitada cuando la atención se centra en la información relacionada con el resultado. El sujeto orientado a la acción atiende a todos estos elementos: estado presente, futuro, discrepancia entre los dos, y alternativas para transformarlo uno en otro. Si falta alguno de éstos, el sujeto estará más orientado al resultado (estado) más que a la acción (proceso). Parece que los sujetos orientados al aprendizaje, la tarea o la acción se sienten más motivados y obtienen mejores resultados que los sujetos orientados a la ejecución, al yo y a los resultados.

Estrategia de refuerzo. El refuerzo es algo que aumenta la probabilidad de la respuesta a la que sigue. La frecuencia de una conducta depende de las consecuencias que tiene esa conducta. Este es el principio. Si las consecuencias son positivas tenderá a repetirse. Si son negativas, no. Los refuerzos disminuyen la motivación intrínseca.”

La motivación intrínseca

Los autores refieren que: “Hasta hace bien poco, la Psicología y la pedagogía sólo acudían a la motivación extrínseca, a los premios y castigos, para resolver los problemas del aprendizaje. No conviene olvidarlos, porque tienen mucha fuerza. Pero no son los únicos recursos que la Psicología puede ofrecer a la educación. Al contrario, el enfoque verdaderamente potente y revolucionario es el que se centra en los recursos naturales internos del propio estudiante para aprender. Como decía Aristóteles, “todo ser humano desea por naturaleza aprender”. Si eso es así, ¿qué puede estar pasando en nuestra sociedad para que un proceso natural, como aprender, no se produzca si no va acompañado de consecuencias? No es fácil definir la motivación intrínseca. Hay, sin embargo, algunos criterios que nos ayudan a distinguirla de la motivación extrínseca.

Cuando la única razón para hacer una cosa es conseguir algo fuera de la actividad misma, la motivación es extrínseca. Por ejemplo, si un

alumno estudia sólo por las notas, se trata de una motivación extrínseca. La mayor parte de las veces hacemos cosas por razones extrínsecas, no porque queramos hacerlas. Ahora bien, cuando hay un interés directo en hacer las cosas, la motivación es intrínseca. El criterio, una vez más, es bastante claro: ¿haríamos esas cosas si no obtuviéramos nada a cambio? Si la respuesta es sí, la motivación es intrínseca (Beltrán, 1984). El premio de la motivación intrínseca no es algo tangible como un premio, o algo simbólico como el dinero. Los verdaderos premios intrínsecos consisten en una experiencia directa, un estado de conciencia que es tan disfrutable o más que los mismos premios externos.

Hay cuatro líneas motivacionales estratégicas, de carácter intrínseco, que el profesor puede utilizar para mejorar la motivación de los alumnos: curiosidad, desafío, competencia y fantasía.”

a) Curiosidad

en este punto dicen: “La curiosidad es el apetito de ver, saber y conocer, capaz de hacer manejar montañas de datos o de conocimientos si no se detiene su impulso. La curiosidad obliga a trabajar duro y a mantener una fuerte auto-disciplina si se quiere verla satisfecha. La curiosidad lleva, limitada por el tiempo y el espacio, más allá de lo inmediato. En la naturaleza del hombre está la tendencia a conocer y a descubrir lo que el ser humano tiene a su alrededor. Cuando uno es un niño, la fiebre de aprender define su conducta. Está lleno de admiración por todo: ver, examinar, tocar, probar, sostener, alcanzar. Y en cuanto empieza a hablar, se llena de preguntas: ¿por qué el cielo es azul, por qué siempre está ahí arriba, por qué sale, por qué se esconde, por qué mañana no puede ser ayer? Los adultos tratan de contestar todas esas preguntas pues saben que, satisfaciendo esa curiosidad y fiebre de saber, ellos ayudan a aprender y a lograr el gusto por adquirir nuevos conocimientos.

Pero al ir creciendo, en el niño se producen algunos cambios importantes. Su sentido de admiración comienza a verse afectado por la creciente comprensión de las realidades del mundo. Lo que antes

aparecía como maravilloso y lleno de misterio se convierte en algo rutinario y natural. Además, otras personas le devuelven gradualmente la tarea de satisfacer esa curiosidad, dejan en sus manos el don de aprender a leer, conducir o manejar aparatos, y enseguida descubren que el aprendizaje exige esfuerzo que ellos prefieren evitar. Por último, llegan a ser conscientes de su propia curiosidad y empiezan a tener miedo de hacer preguntas en público (Beltrán y Pérez, 2003).

La curiosidad es insaciable. Se alimenta continuamente a sí misma. Los misteriosos mecanismos internos de la curiosidad y la admiración nos empujan a un trabajo detectivesco en el cual cada clave conduce a otra, y cada hecho conduce a preguntas adicionales. Incluso cuando el misterio se ha resuelto y el criminal es desenmascarado, todavía no sabe uno si es el único, o si comprendes el motivo, o si la solución tiene sentido. Todavía quedan muchas preguntas. Así pasa con la curiosidad. Es algo que le empuja a uno interminablemente, convirtiéndolo en estudiante para toda la vida, creciendo así en conocimiento y comprensión, Aunque no se sienta curiosidad, no hay que asustarse. No tener curiosidad no significa que el cerebro esté muerto. Puede significar simplemente que no se presta atención adecuada al mundo que le rodea, o que se está concentrado en actividades pasivas o no productivas, como ver la TV, el deporte y nada más. Por eso es un buen consejo apagar la TV y abrir los ojos a todo lo nuevo. A veces no se encuentran respuestas que satisfagan la curiosidad. En este caso, hay que aprender del hecho mismo de no poder satisfacerla. De esta forma, se convierte la insatisfacción en algo creativo. Quizás es que no se intenta suficientemente; quizás no se ha buscado en el sitio adecuado. Si nadie tiene la respuesta a la pregunta que a uno le sigue punzando, uno puede, a lo mejor, ser el primero. Conocer o hacer lo que nadie ha conseguido conocer o hacer es la base de todos los descubrimientos, inventos o ideas (Banner y Cannon, 1999).”

Ahora: “La relación entre la curiosidad y el aprendizaje es evidente. La filosofía, la ciencia, el conocimiento en general tienen su origen en la

curiosidad. Ahora bien, ¿cómo se puede suscitar la curiosidad en los estudiantes? La curiosidad se puede provocar mediante actividades que suministren a los estudiantes ideas sorprendentes, incongruentes o discrepantes respecto a sus ideas o creencias personales. De esta manera, la información que sugiere a los estudiantes que sus ideas son incongruentes generará con seguridad un alto nivel de activación. Las incongruencias instigan la búsqueda de información, las expectativas no confirmadas buscan explicaciones y las inconsistencias gritan y piden soluciones. Pero tampoco hay que ir a los extremos: los niveles intermedios de incongruencia o discrepancia son los mejores para incrementar la motivación escolar. Lo que sí es cierto es que hay una tendencia general hacia la curiosidad. La gente busca experiencias nuevas, encuentra satisfacción en resolver puzzles o situaciones problemáticas, disfruta aprendiendo cosas diferentes a las que ya domina, o simplemente quiere desarrollar una mayor competencia. El profesor tiene, pues, aquí una buena tarea: educar la curiosidad del alumno para mejorar su aprendizaje. Ahora bien, ¿cómo se aplica esto en el aula?

Berlyne (1960) descubrió que hacer preguntas a los estudiantes en lugar de presentarles información sobre los hechos no sólo mejoraba el aprendizaje, sino que aumentaba también el interés en aprender más sobre el tema. Las preguntas eran realmente efectivas para elevar la curiosidad sobre cosas conocidas y familiares. Las preguntas más eficaces eran las más inesperadas. En realidad, la combinación o interacción entre lo novedoso y lo familiar es importante en el desarrollo de la curiosidad. Según Berlyne (1960), el ser humano desarrolla un alto nivel de estimulación sin una explicación biológica aparente, esto es, una curiosidad epistémica bajo la cual se encuentra algún tipo de conflicto conceptual. El conflicto conceptual puede generar curiosidad y, por tanto, un alto grado de motivación para el aprendizaje. De ahí la preferencia de Berlyne por el método de aprendizaje por descubrimiento, ya que motiva a los sujetos sometidos a conflicto conceptual en forma de sorpresa, duda, incongruencia, perplejidad, etc.

La motivación intrínseca se origina ante estímulos novedosos, inesperados, sorprendentes, que provocan la ruptura del equilibrio intelectual y activan la exploración de rutas nuevas para superar el problema.”

DESARROLLAR LA CURIOSIDAD

Utilizar métodos socráticos

- Plantear problemas que creen conflicto cognitivo.
- Formular preguntas que hagan pensar.
- Hacer debates en la clase.

Utilizar métodos asociativos

- Presentar problemas reales que personas expertas resuelven utilizando los conocimientos aprendidos.
- Presentar problemas, en contextos imaginarios, que permitan a los estudiantes identificarse con ellos.

Utilizar métodos experimentales

- Hacer prácticas de laboratorio.
- Hacer simulaciones de un fenómeno.

b) Confianza en la competencia personal

Según White (1959), uno de los motivos más fuertes que los seres humanos sienten en la vida es el impulso de la competencia, el deseo de ser competentes, de ser buenos en algo, es decir, la autoeficacia personal. Es otro motivo intrínseco para el aprendizaje. Los seres humanos obtienen placer en hacer las cosas bien. En la medida en que los profesores ayuden a los estudiantes a tener conciencia de los criterios o estándares que les permitan ver que están desarrollando una habilidad cada vez mayor, contribuirán, también, a mejorar la motivación.

DESARROLLAR LA CONFIANZA

Maximizar el éxito directamente

- Alabar al estudiante después del éxito.

- Expresar la confianza en el estudiante después del éxito.

Maximizar el éxito indirectamente

- Comentar la dificultad de la tarea.
- Destacar la autonomía y capacidad del estudiante.
- Implicarle en situaciones lúdicas.

Minimizar el fracaso directamente

- Mostrar empatía después del fracaso.
- Acentuar cualquier éxito parcial.

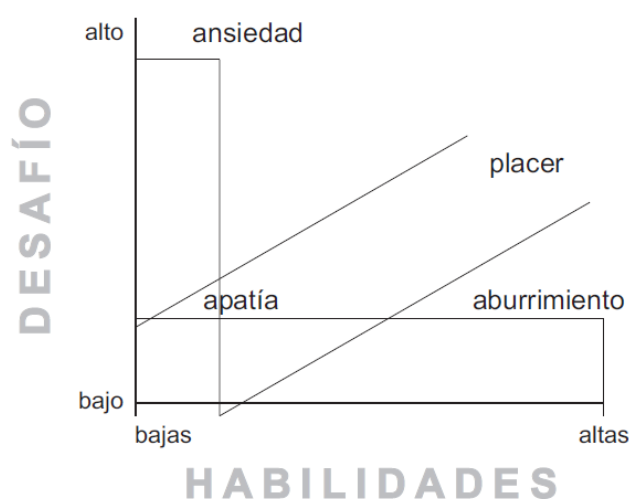
Minimizar el fracaso indirectamente

- Atribuir el fracaso a la dificultad de tarea.
- Dar explicaciones que alivien el fracaso.
- Dar feedback adecuado mejor que indicar solo las respuestas incorrectas.

Bandura (1977) ha desarrollado la teoría de la autoeficacia. Sugiere que aunque los profesores son una buena fuente de información sobre la autoeficacia, los estudiantes interpretarán la misma información de diferentes maneras, dependiendo del contexto de información y de su experiencia previa. Ver al profesor o a otros estudiantes ejecutar una tarea animará a los estudiantes que se ven a sí mismos como semejantes a los que tienen éxito, pero no ayudará a quienes se ven a sí mismos tan diferentes de ellos que el éxito de los otros no guarda relación con sus probabilidades de éxito. Incluso su propio éxito puede malinterpretarse como debido a la suerte. Para ayudar a esos estudiantes, los profesores tienen que unir el éxito con la percepción de que es debido a la propia habilidad y esfuerzo del estudiante. El éxito sólo no basta. A los estudiantes que carecen de sentido de eficacia los profesores deben suministrar no sólo situaciones donde pueda producirse el éxito, sino también oportunidades para resolver tareas por sí mismos y demostrarse que pueden tener éxito.

c) Desafío

La función más obvia y permanente de la motivación intrínseca que las actividades pueden ofrecer a los estudiantes es el planteamiento de un desafío efectivo a sus habilidades. Para suministrar a los estudiantes un nivel adecuado de desafío, la actividad debe presentar una meta clara y significativa o metas de alcance incierto. Son actividades desafiantes aquellas que se sitúan en un nivel de dificultad intermedio para el estudiante, es decir, actividades que no son ni demasiado fáciles ni demasiado difíciles, que pueden variar en sus demandas sobre la tarea y sus habilidades adecuadas para ella, que tienen metas con algún significado para los estudiantes, que plantean algún reto a las habilidades o conocimientos del estudiante.



Un factor decisivo para el disfrute es el equilibrio entre desafío y habilidades. En un momento dado, los alumnos están procesando dos tipos importantes de información: ¿Qué se puede hacer aquí? Y ¿De qué soy yo capaz? La primera pregunta trata de las oportunidades para la acción en el ambiente, o los desafíos. La segunda se refiere a la propia capacidad para actuar, es decir, las habilidades. Cuando los desafíos superan las habilidades nos sentimos ansiosos; cuando las habilidades superan los desafíos, nos sentimos aburridos. El placer se

produce cuando nos acercamos al equilibrio entre los dos. Las habilidades y los desafíos son parcialmente rasgos objetivos de la situación, y también son resultados de la actitud subjetiva de uno. Los dos están relacionados y ambos son importantes para activar la motivación.

d) Habilidades

El equilibrio, sin embargo, no es estático. Si la complejidad de los desafíos que uno enfrenta no aumenta con el tiempo, la satisfacción da paso al aburrimiento. Cuando practicamos una actividad, nuestras habilidades en ella aumentan hasta que sobrepasan los desafíos. Por tanto, para mantener la motivación se deben hacer provisiones para encontrar nuevas cosas en las que comprometer nuestra atención y habilidad, no sea que lo que acostumbraba a ser divertido se convierta en aburrido.

MANTENER UN CLIMA DE DESAFIO INTELECTUAL

Modular la dificultad objetiva de la tarea.

- Aumentar la dificultad real de los problemas.
- Graduar la dificultad en función de los sujetos.

Modular la dificultad subjetiva de la tarea.

- Acentuar explícitamente la dificultad del problema.
- Desafiar directamente al estudiante.
- Comprometer al estudiante en competiciones lúdicas.

Suministrar apoyo al estudiante.

- Decidir cuándo y cómo ayudar.
- Dividir el problema para facilitar la solución.
- Aumentar o disminuir las indicaciones.

e) Fantasía

Las actividades pueden provocar motivación intrínseca a través de la creación de ambientes de aprendizaje que animan al estudiante a implicarse en un mundo de fantasía. Estos ambientes de fantasía

pueden evocar imágenes de situaciones físicas o sociales no actualmente presentes, y pueden contribuir a la motivación intrínseca de diversas maneras. El uso de ambientes de aprendizaje llenos de fantasía puede servir a una variedad de necesidades emocionales o motivacionales. A través de la fantasía, los estudiantes pueden experimentar vicariamente, a través de un proceso de identificación con personajes de ficción, una serie de premios que pueden no estar disponibles para ellos en la vida real. De esta manera, el uso de la fantasía puede suministrar frecuentemente una fuente de significado para los estudiantes comprometidos en actividades personalmente irrelevantes. Se puede acentuar la motivación de los alumnos, suministrando escenarios concretos y familiares para dar a la actividad carácter relevante.

2. Actitudes y disposiciones

Sin unas buenas actitudes o disposiciones es difícil que el aprendizaje sea lo que debe ser. Estas disposiciones tienen una doble dirección. Por una parte, el alumno debe estar bien equipado, como cuando se va de viaje. Esto exige por parte del alumno una buena dosis de esfuerzo, de entusiasmo y autodisciplina. Pero también disposiciones por parte de la clase: aceptación, orden y calidad de tareas.

a) Esfuerzo

Pocas cosas se consiguen hoy en la vida sin esfuerzo. Y aprender no es una excepción. En general, se puede decir que los verdaderos estudiantes trabajan muy duro. Ocurre en todas las profesiones y les ocurre a todas las personas. Si quieren conseguir algo, tienen que esforzarse al máximo. No hay más que pensar en los grandes músicos, atletas, artistas, exploradores o científicos. Solo después de muchas horas, días y años de difícil trabajo, han podido conseguir el éxito, la gloria y, en muchos casos, por unos pocos minutos.

Al igual que ocurre en muchos otros trabajos y oficios, el estudio raramente ofrece satisfacciones inmediatas; sus beneficios son para el

futuro. Mientras se estudia, es posible que nos asalte la idea de que es algo difícil, aburrido, incluso tedioso. Pero es la mejor inversión para el futuro. Son horas y horas de trabajo. Pero ese capital va creciendo ocultamente hasta que llegue el día de contabilizar los dividendos. En ese momento puede que no se vea su utilidad, pero más tarde produce satisfacción.

Tres son los grandes beneficios del esfuerzo en el aprendizaje. En primer lugar, los conocimientos. Los conocimientos, en principio, no se pueden valorar en sí mismos, pero producen una satisfacción íntima, inapreciable: comprenderse a sí mismo y al mundo en el que le ha tocado a uno vivir; tener algunas respuestas para las muchas preguntas que pueden surgir a lo largo de la vida; o conocer las propias limitaciones y tener el valor suficiente para seguir arrancándole a la vida los innumerables secretos que encierra.

En segundo lugar, los productos del conocimiento. Gracias a los conocimientos científicos, la vida humana se ha hecho más cómoda, la gente vive mejor y el hombre empieza a sentir la sensación de poder explorar definitivamente la realidad e incluso siente la tentación de dominarla. Hace unos años, cuando se produjo la gran revolución industrial, la energía se convirtió en la gran riqueza de la humanidad. Y la energía ha transformado las industrias, ha puesto en marcha coches, trenes y aviones, ha potenciado la fuerza física del hombre y ha impulsado la economía del mundo. Pero ahora, la riqueza ya no está en la energía, sino en el conocimiento que ha potenciado la mente humana y la ha convertido en la fuerza más poderosa del planeta. El conocimiento hoy es poder. Y se puede alcanzar ese poder a través del aprendizaje y del estudio.

En tercer lugar, el desarrollo de la propia personalidad. El trabajo duro del estudio permitirá alcanzar la máxima excelencia de la que uno es capaz. Todas las capacidades y talentos están esperando la varita mágica del estudio que les permita llegar hasta donde naturalmente puedan hacerlo, hasta donde ni siquiera se puede anticipar. De hecho, podíamos decir del aprendizaje lo que Edison decía del genio: un 1%

de inspiración y un 99% de trabajo. Lo que vale es el trabajo, la pereza no sirve. Si uno piensa que estudiar es costoso, una alternativa es la ignorancia. Ahí sí que se sabe hasta dónde se va a llegar.

Es verdad que se puede aprender sin necesidad de ir a la escuela o a la Universidad. Por ejemplo, se puede aprender mucho por medio de la TV o de los periódicos, pero en estos casos lo que se consigue es información, que no es lo mismo que conocimiento.

b) Entusiasmo

El entusiasmo es una exaltación del ánimo producida por algo que nos causa admiración o nos fascina. Lo característico del entusiasmo es que promueve una adhesión fervorosa que nos inclina a favorecer aquello que nos ha cautivado. Pasa lo mismo que con el amor. En el amor hay una especie de magnetismo entre las personas que se aman; hay un cierto misterio, una fuerte atracción, que hace que las personas que se aman quieran pasar el tiempo juntas. Cuando hay amor entre dos personas, ambas están dispuestas a hacer lo que sea, la una por la otra. Nada cuesta, por difícil que sea. Todo lo que se hace reporta beneficios. Es lo que podríamos llamar una “economía cálida”. No existen los costos. Cada una de ellas está dispuesta a hacer por la otra lo que sea, por difícil que pueda parecer. Cuando el amor se enfría, cualquier cosa que hay que hacer, cuesta. Antes de hacerlo, se estudia si va a reportar o no algún beneficio. Y si los beneficios son escasos o son menores que los costos, se demora o, incluso, se abandona. En este caso, se ha entrado en una “economía fría”. En ella todo se calcula en función de lo que se pueda obtener, y al menor costo (Perkins, 1992).

Lo mismo pasa en el aprendizaje. Para aprender de verdad algo hay que sentir una cierta atracción hacia un tema, un problema o una materia de la carrera. Esa atracción puede tener muchos escenarios: puede comenzar quizás por la curiosidad de saber más acerca de una asignatura, el deseo de ser como alguien al que siempre se ha admirado, el impulso de un profesor que ha dejado huella, la propia

estimación del valor de un conocimiento, la simple consideración de que, al final, siempre beneficiará, o quién sabe, la apuesta incondicional por una aventura que se decide no se sabe muy bien por qué. Pero, sin duda, algo tiene que haber inicialmente para que el aprendizaje, que aparentemente no es atractivo, se convierta en el foco de la actividad intelectual.

c) Auto-disciplina

Al esfuerzo se une habitualmente la palabra disciplina. Es verdad que la palabra no suena demasiado bien. Tanto si se asocia a la vida familiar como a la vida en la escuela, evoca inmediatamente imágenes y sentimientos más bien negativos. Es posible que venga a la mente el recuerdo de los padres enviando a los niños a la habitación cuando hacen algo que contraviene sus órdenes, o del profesor dejando a los alumnos en la escuela unos minutos más por haber hecho alguna travesura en la escuela, o del entrenador obligando a repetir un montón de veces el mismo ejercicio porque no les sale como él esperaba de ellos. En todos estos casos, la disciplina se interpreta como un castigo, una limitación de la libertad de movimientos o una imposición venida de fuera (Banner y Cannon, 1999).

Ahora bien, en un mundo desordenado, la disciplina externa es necesaria e incluso esencial. Es necesaria porque, por ejemplo, los niños pequeños no tienen capacidad suficiente para conducirse por sí mismos o porque algunas personas ponen en peligro los bienes o la vida de los demás. Esa necesidad viene confirmada por el hecho de que las reglas de conducta y los sistemas de premios y castigos son los medios universales de ayudar a los jóvenes a desarrollar los mecanismos internos, ordenados, que son esenciales para su propio bien y el de la sociedad. Por eso mismo, en determinados momentos de la vida, los padres y profesores se ven obligados a poner límites a la conducta, es decir, a establecer algunas reglas externas. Pero, con el tiempo, devuelven a sus hijos la responsabilidad de conducirse por sí mismos de manera adecuada. Desde ese momento, lo que ellos esperan es que sean ellos mismos los que se impongan esa disciplina,

graduando progresivamente ese delicado paso de la disciplina a la auto-disciplina que les convierte en su mejor director.

El desarrollo de cualquier habilidad humana es un crecimiento personal hacia adentro, una labor de maduración silenciosa y solitaria. Muchos, que ya han vivido esa experiencia, podrán decirle a uno cómo afrontarla con provecho, o darán ejemplos de su propia vida, o estimarán el nivel que se haya podido alcanzar, pero nunca podrán compartir con nadie el trabajo callado, oculto de temperar impulsos, acallar deseos, o superar tentaciones que ponen a prueba la bien ganada responsabilidad de cada uno. Es en la soledad donde uno debe acostumbrarse a largas horas de estudio, modelando con mimo la naciente arquitectura mental. Aguantar la soledad, contener los impulsos, distribuir las energías equilibradamente no es objetivo fácil de lograr.

d) Aceptación de la clase

Cualquier aprendizaje, y más el aprendizaje significativo, puede quedar bloqueado si el alumno no se siente aceptado por el profesor y por los compañeros. El rechazo del alumno no sólo causa preocupación y malestar, puede llegar incluso al bloqueo del aprendizaje y al rechazo de la escuela. Las conductas del profesor para favorecer la percepción de los alumnos de ser aceptados en el grupo escolar son muchas. Entre otras, prestar atención personal a cada uno de los alumnos, llamarles por su nombre, estar cerca de ellos mientras realizan sus tareas, hacerles preguntas, darles tiempo suficiente para contestar etc. La metodología que más favorece este sentimiento de los alumnos es el trabajo cooperativo.

e) Orden

El alumno tiene que sentirse a gusto para poder trabajar y rendir conforme a sus capacidades personales. Esto implica un asiento confortable, condiciones luminosas y acústicas adecuadas, pero sobre todo orden y disciplina en relación con las actividades escolares.

Alumnos y profesores deben comprometerse al cumplimiento de las normas establecidas para que el trabajo de cada uno pueda llevarse a cabo en las mejores condiciones posibles y, de esa forma, potenciar el rendimiento de todos los alumnos. El caos, la indisciplina, la falta de autoridad, la improvisación, son enemigos del aprendizaje.

f) Valor de las tareas

Para que el estudiante se comprometa seriamente en las actividades diarias de la clase es necesario que las tareas planificadas por el profesor estén de alguna manera relacionadas con los intereses de los alumnos. Cuando los alumnos comprueban cada día que lo que aprenden les puede servir luego fuera de la clase se sienten mucho más motivados que cuando tienen la sensación de que están perdiendo el tiempo.

3. Control emocional

Los sentimientos afectan a la estructura más profunda del ser humano. Y en ella reside gran parte de la reserva dispositiva para la sensibilización del estudiante hacia el aprendizaje. Dentro de este mundo de sentimientos destacamos: el placer de aprender, las calificaciones escolares, los sentimientos de competición-cooperación, y el control emocional, especialmente de la ansiedad.

a) El placer de aprender

En principio, cualquier estudiante puede ver el aprendizaje como el aguafiestas de su vida. Si lo toma en serio, le aleja de los amigos, le impide realizar las actividades que más le gustan y encima le obliga a realizar algunas tareas que no sabe para qué le van a servir en el futuro. Alguien le ha dicho que el aprendizaje le puede proporcionar satisfacciones inesperadas. Pero el placer del aprendizaje no es inmediato ni se parece a los placeres que se disfrutan cuando se sale con los amigos o haciendo lo que a uno realmente le gusta. Se trata de un placer más sutil, más interno, más duradero, diferente a los otros.

Proporciona una satisfacción especial, esa que se saborea mucho tiempo después de haberlo practicado. Es, además un placer individual, personal, incomunicable. Es posible, incluso, que el placer que uno disfruta aprendiendo sea diferente del que sienten los amigos. A veces, es posible disfrutar del aprendizaje que a otros, los propios amigos, les aburre soberanamente y sentir la tentación de ocultarlo para no sentirse ridículo. Al fin y al cabo, nadie tiene la obligación de disfrutar de lo que disfrutan los demás ni de odiar lo que a ellos no les gusta. Como en otras cosas de la vida, hay que seguir el ritmo del corazón y prepararse para encontrar las satisfacciones del aprendizaje que son sólo personales.

b) Las calificaciones

Se quiera o no reconocer, las notas son uno de los elementos más importantes para los estudiantes. En el fondo, representan la valoración que un experto, el profesor, ha hecho de sus tareas de aprendizaje. Si los alumnos quieren ir a una buena carrera, las notas son la llave de su éxito. Ahora bien, las notas motivan más para estudiar que para aprender. De hecho, hay estudiantes que estudian minuciosamente a cada profesor para ver qué es lo que exige de sus alumnos y, sobre todo, cuál es para ellos la clave de la evaluación, y una vez descubierta, se dedican a trabajar ajustándose a ella en cuerpo y alma. Si el profesor exige memorizar, memorizan; si exige aplicar estrategias, las aplican. Las notas se pueden utilizar para inducir a los estudiantes a estudiar hasta que logren algún dominio de la materia y puedan disfrutar del aprendizaje. Se sabe que los motivos positivos y negativos (miedo y expectativa) tienen efectos diferentes sobre la conducta. Cuando los estudiantes están motivados por el miedo de las notas bajas, pueden trabajar duro, pero sólo si es la única manera de evitar las consecuencias indeseables. Si hay otra manera, la intentarán. El resultado habitual es que los estudiantes harán lo mínimo o pasarán su tiempo buscando formas de engañar.

Los motivos negativos no son tan efectivos fuera de la situación de aprendizaje como los positivos, porque el miedo es un instrumento más efectivo cuando el peligro de la amenaza es cercano que cuando es distante. Los estudiantes que tienen miedo es probable que quieran evitar el recuerdo de la posibilidad de fracaso. Por eso pueden evitar el pensamiento hasta que las presiones son tan grandes que simplemente no tienen alternativa. Los profesores que motivan a sus estudiantes con el miedo a las malas notas necesitan usar exámenes para que sus amenazas sean efectivas.

La diferencia en la conducta entre estudiantes movidos por el miedo o la expectativa se comprobó en un estudio de Atkinson que mostró que los chicos altos en ansiedad en los tests eran los primeros en dejar el examen y tendían a hacerlo peor que en su trabajo durante el curso. Los estudiantes con motivación positiva hacia el éxito tendían a estar en el examen más tiempo. La persona miedosa tiende a evitar la situación que suscita ansiedad.

c) Competición vs. Cooperación

Es una cuestión debatida la que hace referencia al problema competición vs. Cooperación. Hoy, sin embargo, parece tan abiertamente inclinado el ambiente hacia la cooperación, dados los resultados de la investigación a favor de la misma y los testimonios de estudiantes y profesores, que la polémica se ha suavizado casi del todo. Es verdad que los profesores, a veces, intentan motivar provocando la competición. En un ambiente sereno, tranquilo, amistoso, la competición puede ser algo divertida, pero la competición intensa puede provocar una reducción en el aprendizaje.

d) El mundo de las emociones

Las emociones tienen una gran importancia en la vida. En los últimos años ha surgido una fuerte corriente psicológica que ha desembocado en lo que se llama inteligencia emocional. La inteligencia emocional fue acuñada hace algunos años por Salovey y Mayer, pero tiene sus raíces

en otras líneas de investigación diferentes, pero igualmente coherentes, como las alumbradas por Sternberg, o Gardner sobre la inteligencia práctica y las inteligencias múltiples, respectivamente. La conclusión más llamativa es que gracias a una serie de habilidades, la gente con alta inteligencia emocional tiende a lograr más éxitos en la vida que los que tienen una inteligencia emocional baja aunque su coeficiente intelectual sea aceptable.

1.3.2 ESPACIO PÚBLICO

Conceptos de espacios Públicos

Porta (2003) enfoca que la realidad social en definitiva no tiene un carácter objetivo, aduciendo que esa percepción no es inseparable de los propios sujetos que intervienen y de las expectativas que se crean, intenciones, sistemas de valores, etc. y de qué manera perciben la realidad y su propio accionar. Tal subjetividad acerca de la realidad social requiere tener un abordaje que se centre en los individuos participantes del estudio con la finalidad de conocer la vida cotidiana en el espacio público.

Lara (2014) manifiesta que: “A pesar de la importancia que se le ha dado al tratamiento arquitectónico del espacio público, siempre se trata de poner énfasis en la vida en la ciudad y la interacción entre vida urbana y espacio público. La discusión de las ciudades y los espacios públicos ha estado influida por ese interés por la ciudad como lugar de encuentro y por el espacio público como lugar que lo hace posible.”

Por lo cual destaca la presente definición: “El espacio Urbano de uso público (...), puede ser definido como aquel espacio de propiedad pública o privada, que es de libre, aunque no necesariamente gratuito acceso de la población de una ciudad, comuna o vecindario, para que esta pueda desarrollar actividades sociales, culturales, educacionales, de contemplación y recreación”. (León, 1998:31).

Desde el punto de vista urbanístico, el espacio público podría definirse de la forma siguiente:

“Es un conjunto de bienes colectivos destinados a la satisfacción de necesidades colectivas independientemente de su función y su escala. La cantidad disponible de estos bienes es un agregado heterogéneo, medido en metros cuadrados, de la extensión ocupada con parques, zonas verdes, plazas, vías y zonas de preservación ambiental, sean de escala vecinal, zonal o metropolitana. Su disponibilidad por habitante es igual al cociente resultante de dividir el número de usuarios por el número de metros cuadrados de espacio público, de una determinada escala, existente en el segmento cartográfico de referencia (un sector censal, una localidad o toda la ciudad).” (Plan Maestro de Espacio Público - Bogotá: 2006).

Por lo cual esta definición demuestra: “entonces tener dos componentes, uno funcional y uno físico-espacial. En cuanto al primero, la definición relaciona el hecho de necesidades colectivas, que se entienden como socialmente relevantes y cuya característica fundamental es que su satisfacción se mide en la medida en que un número plural de personas logren hacerlo de manera simultánea.

A esto se suma el que dichas necesidades no existen per se en el entorno, sino que son más bien el producto de la existencia de la ciudad y de las dinámicas que en ella tienen lugar; en ese sentido, aspectos como la movilidad, la conectividad y la accesibilidad resultan co existenciales a la propia naturaleza de la ciudad.”

Un primer acercamiento al concepto de espacio público es el de Jordi Borja (2003), en su obra “La ciudad conquistada”, en la cual señala que este espacio supone un dominio público, de uso social colectivo y de carácter multifuncional. Este espacio se caracteriza físicamente por su accesibilidad, para Borja esto lo convierte en un factor de centralidad. Por otro lado, Borja (2003) sostiene que el espacio público, desde el punto de vista jurídico, es un espacio sometido a una regulación específica por parte de la administración pública, propietaria o que

posee la facultad de dominio sobre el suelo y que garantiza la accesibilidad a todos y fija las condiciones de utilización y de instalación de actividades. Para el autor, esto implica reservar el suelo libre de construcción permanente para el uso comunitario o destinado a infraestructuras que sirvan en beneficio del interés colectivo. Pueden ser espacios de referencias simbólicas, como monumentos y/o espacios que se utilicen para eventos excepcionales (este es el caso de las plazas, calles peatonales, etc.).

El espacio público o su calificación como tal, supone reservar este suelo libre de construcción permanente para el uso comunitario o destinado a equipamientos colectivos de interés general o infraestructuras de movilidad. Asimismo, puede destinarse a usos efímeros de carácter cultural o comercial, a la instalación de referencias simbólicas monumentales y a espacios de reserva para usos intermitentes o excepcionales. (Borja 2003:122).

Los Usuarios, Usos y Actividades en el Espacio Público

Los habitantes se configuran como usuarios de los distintos espacios urbanos. Morgan (2006:34) expone la relevancia de ser usuario en espacios urbanos.

“Las personas contribuyen decisivamente, con su colorido, movimiento y su infinita variedad, al interés visual de nuestros espacios urbanos. En la medida en que los usuarios de la ciudad sean elementos importantes dentro del paisaje urbano, debemos analizar las intervenciones en el espacio público en términos de su contribución a la vida urbana; es decir, su capacidad de fomentar la permanencia de la gente en estos espacios”.

Los usuarios con su presencia en el espacio público contribuyen a la producción social del espacio. Desde un punto de vista externo solo se puede observar a los usuarios hacer uso de las instalaciones de su preferencia, se puede registrar si realiza un uso predominante o si desarrolla un conjunto de actividades. Pero desde esta visión externa

no se puede conocer qué necesidades satisfacen en el espacio. Esta postura fenomenológica sobre las necesidades humanas que un espacio satisface, conlleva a comprender de una mejor manera, o al menos con mayor amplitud la realidad del espacio vivido y la construcción social del espacio público.

De acuerdo a Schlack (2007), desde la perspectiva de la sociología, la característica distintiva del espacio público es su grado de accesibilidad o la posibilidad de su uso sin restricciones para cualquier persona. Es decir, el espacio público como espacio de uso público. Si el espacio cumple con el equipamiento de accesibilidad para todos, entonces la libertad de uso queda limitada a los reglamentos de uso de los espacios, es importante conocer si existen algunos métodos de control de las actividades permitidas. La accesibilidad supone una facilidad en aproximarse e ingresar a los espacios para todos los residentes. Por tanto, al tener alta accesibilidad ello favorecería una mayor atracción de usuarios de distintas zonas de la ciudad.

Pérez (2004:29) argumenta que “el uso del espacio público se entiende en diversas formas de acuerdo a las necesidades de cada individuo o grupo social; debido a que ese espacio es de utilidad tanto como espacio necesario para el desplazamiento como para la recreación y trabajo, su uso se considera como un derecho, el cual no se puede enajenar ni perder”. Las necesidades que satisfacen los usuarios en los espacios públicos a través de sus usos o actividades deben tener una relación con la calidad de vida urbana. Se considera que la construcción social del espacio como tal supone en su núcleo una producción de la calidad de vida urbana de los usuarios.

Un enfoque similar y más detallado de este tipo de prácticas en lo público es propuesto por Gehl (2006). La vida social que se suscita en los espacios públicos urbanos puede ser explicada a partir del entorno físico como factor que influye en las actividades que se realizan al exterior. Gehl (2006:17) propone tres categorías de actividades exteriores realizadas en el espacio público:

- **Las actividades necesarias:** Incluyen aquéllas un tanto obligatorias como acudir al colegio o al trabajo, salir de compras, esperar el transporte o a una persona. Son todas aquellas actividades en las que las personas implicadas están hasta cierto punto obligadas a participar. En general, las tareas cotidianas y los tiempos muertos pertenecen a este grupo. Entre otras actividades, también incluye la mayor parte de las relacionadas con la acción de caminar. Como las actividades de este grupo son necesarias, según el autor, su incidencia se ve influida tan sólo ligeramente por el ambiente físico. Estas actividades se realizarán durante todo el año, en casi toda clase de condiciones, y relativamente independientes del entorno externo.

- **Las actividades opcionales:** Aquellas en las que se participa si existe el deseo de hacerlo o si lo permiten el tiempo y el lugar.

Esta categoría incluye actividades como dar un paseo para tomar un poco de aire fresco, para pasar el rato disfrutando de la vida o sentarse a tomar el sol (Gehl, 2006:19). Estas actividades solo se realizan cuando las condiciones externas son favorables, cuando el tiempo y el lugar invitan a ello. La mayoría de las actividades recreativas que resultan especialmente agradables de realizar en el exterior se encuentran en esta categoría. Estas actividades dependen en gran medida de las condiciones físicas externas.

- **Las actividades sociales:** “Son todas aquellas que dependen de la presencia de otras personas en los espacios públicos. Las actividades sociales incluyen los juegos infantiles, los saludos, las conversaciones, diversas clases de actividades comunitarias y, finalmente (como la actividad social más extendida), los contactos de carácter pasivo, es decir, ver y oír a otras personas” (Gehl, 2006:20).

Las actividades sociales se producen de manera espontánea, como consecuencia directa de que la gente transita y está en los mismos espacios. Esto implica que las actividades sociales se refuerzan

indirectamente cuando a las actividades necesarias y opcionales se les proporcionan mejores condiciones en los espacios públicos.

Las actividades descritas por Gehl surgen de la observación empírica y se relacionan a las condiciones climáticas, salvo las actividades necesarias que suelen ser mediante el caminar y desplazarse por el espacio, estas son obligatorias a pesar del clima por tanto el uso de paraguas es indicativo que son actividades que requieren que el peatón utilice el espacio. Esta postura empírica ayuda a conocer si los espacios públicos son utilizados y cómo ello se lleva a cabo describiendo las actividades observadas. Para esta investigación como se expondrá en el capítulo metodológico, la observación de usos y actividades representa una aproximación externa de los fenómenos. Pero el vincular los espacios públicos con la calidad de vida urbana requiere del abordaje fenomenológico para entender por qué utilizan los espacios, no para conocer las razones, sino las causas de hacerlo y los beneficios que surgen de hacerlo. Se considera primordial el abordar las necesidades que los usuarios satisfacen en los espacios públicos para identificar si con ello mejoran su calidad de vida urbana.

La Multidimensionalidad del Espacio público

La teoría de la multidimensionalidad del espacio público se vuelve útil para vincular las formas en que los usuarios construyen su calidad de vida urbana con el espacio público, esto no implica que se enlacen a elementos físicos del espacio (dimensión física) sino que pueden ser vínculos con elementos de las distintas esferas que conforman el espacio público multidimensional.

El espacio público está conformado por distintas dimensiones que son complementarias e interdependientes (Garriz y Schroeder, 2014). Es necesario realizar una descripción de las dimensiones para comprender la complejidad del espacio público de una forma integral que permita a su vez, un marco para el análisis de los resultados en vinculación con la calidad de vida urbana. Distintos autores, como Fuentes y Peña (2011), Díaz (2012) y Garriz y Schroeder (2014)

identifican siete dimensiones sobre el espacio público que se muestran a continuación.

La dimensión física del espacio público hace referencia a distintos aspectos como su accesibilidad, su localización, el tipo de espacio, las condiciones de infraestructura, higiene y estética (Fuentes y Peña, 2011).

La dimensión social reivindica el sentido de apropiación del espacio público por parte de los habitantes, ello implica su valoración sobre el espacio (Garriz y Schroeder, 2014). En esta dimensión se observa la construcción social del espacio a través de las relaciones sociales de los usuarios. La dimensión social permite obtener información de los distintos usos que se realizan en el espacio, sobre quienes los realizan, horarios y también los obstáculos a los que se enfrentan para la apropiación del espacio (Fuentes y Peña, 2011).

La dimensión política permite conocer los procesos y resultados políticos de la participación en la acción pública por parte de grupos de usuarios, activistas o redes de vecinos. Otro aspecto que conforma esta dimensión es si el espacio público se utiliza como foro en un proceso electoral o como medio para alcanzar a mayores usuarios ofreciéndoles propaganda política por parte de partidos políticos o de candidatos independientes, como lugar de asambleas, de debates o para manifestaciones. De acuerdo con Garriz y Schroeder (2014) en esta dimensión el espacio público se entiende como un puente en el que se entrecruzan diversas dimensiones, no solo del espacio público, sino de la ciudad, como pueden ser lo cívico y lo político. Estos autores indican que se deben garantizar los espacios públicos y de expresión de derechos cívicos de los ciudadanos, que introduzcan mecanismos de integración y posibiliten una mayor calidad de vida en residentes y visitantes. Por lo tanto, algunos rasgos de esta dimensión son la actividad política en los espacios públicos, la participación de vecinos

y las percepciones sobre el rol del gobierno en el mantenimiento de los espacios (Fuentes y Peña, 2011).

La dimensión cultural implica conocer el peso que tiene la comunidad, su herencia histórica y su valor patrimonial, de tal manera que se pueda comprender la forma en que suceden la participación en los espacios, sus usos y la importancia que los espacios han adquirido para los habitantes (Garriz y Schroeder, 2014). Esta dimensión permite conocer opiniones, creencias, estereotipos y la apropiación del espacio (Fuentes y Peña, 2011). La dimensión cultural supone conocer la historia del espacio público como lugar histórico de una ciudad que se vincula también a la identidad de los usuarios con el espacio y la ciudad.

En esta dimensión se puede vincular la apropiación del espacio. Una forma de entender la apropiación la propone Pol (2002, en Vidal y Pol, 2005: 284) “la apropiación del espacio es una forma de entender la generación de los vínculos con los lugares, lo que facilita comportamientos ecológicamente responsables y la implicación y la participación en el propio entorno”. Es decir, la apropiación supone participar e implicarse emocionalmente en el espacio, lo que podría permitir la creación de vínculos con los espacios.

La dimensión de seguridad trata sobre la inseguridad que acontece en los espacios públicos ligada con mayor frecuencia en mujeres que hombres (Fuentes y Peña, 2011). Ello permite conocer los delitos que suceden o han sucedido a los usuarios, sus percepciones sobre la inseguridad de los espacios, los miedos que pudieran existir ante elementos de los espacios, entre otros aspectos que se relacionan con la inseguridad urbana y que claramente influyen en la calidad de vida. Con relación al espectro positivo de la seguridad, es importante identificar percepciones y elementos espaciales como factores que favorecen que un espacio público sea considerado como seguro para los distintos tipos de usuarios.

La dimensión económica hace referencia a distintas formas de apropiación del espacio público en torno a un uso específico, en este caso, relacionado a la actividad económica (Garriz y Schroeder, 2014). Esta explicación adquiere mayor relevancia en la calle como espacio público donde se presenta una mayor diversidad de vendedores ambulantes en comparación a otros tipos de espacios en donde las actividades económicas se presentan de una forma diferenciada, que pueden estar sujetas a reglamentos de uso del espacio donde se prohíben este tipo de transacciones. Lo que conviene conocer de esta dimensión es su implicación con la calidad de vida de los usuarios, es decir, los factores que resultan en beneficios sobre la economía y el bienestar de los usuarios. Algunos beneficios son el ahorro económico debido a la accesibilidad y cercanía de un espacio, o debido a que el espacio es gratuito. Para otro grupo de usuarios un beneficio puede ser el que existan opciones de consumo de productos como alimentos.

La dimensión ambiental del espacio comprende los beneficios ambientales o ecológicos que los usuarios obtienen, las características ambientales que son apreciadas, la vegetación, el clima o la calidad del aire (Díaz, 2012). Esta dimensión comprende ambientes urbanos y ambientes naturales, aunque algunos pueden ser contruidos como los espacios verdes y lagos, se les considera naturales como ríos, playas, montañas, arenales, humedales, entre otros. Debido a que un espacio estudiado corresponde a una playa, en tanto litoral, entendido como un espacio geográfico donde interactúa el medio terrestre, el acuático y aéreo. Su extensión es variable y soporta una compleja variedad de procesos geomorfológicos, hidrológicos, climáticos, biológicos y de actividades e intereses humanos (Ortega, 1992; citado en Canteras y Pérez, 1995). En ese sentido, se puede incorporar a esta dimensión, lo relacionado a la naturaleza, como la flora, fauna y los abióticos que suelen ser parte de estos espacios que conforman también un ecosistema. Otro aspecto ambiental en esta clase de espacios pueden

ser la educación ambiental, tal como lo sugieren Ardoin, Schuh y Gould (2012), los desafíos y problemas ambientales requieren de alentar una educación ambiental, la cual nutre y aumenta un sentido de lugar, una conexión con lugares que incluye aspectos emocionales, cognitivos y funcionales. Derivado de ello, la apropiación del espacio y la identidad con un lugar también conforman esta dimensión.

Los Valores del Espacio Público

Desde la perspectiva de los usuarios al apropiarse del espacio público pueden construir vínculos emocionales y valores sociales sobre éste. Los valores conforman concepciones culturales complejas que surgen en relación a los procesos perceptivos, cognitivos y simbólicos propios del ser humano. No sólo percibe elementos del ambiente, sino que también los conoce y valora. Al valorarlos orienta su comportamiento hacia el logro de metas y a la disposición de objetos valiosos (De la Puente, 1987). Estos valores socioculturales ayudan a generar identidad con la ciudad, como lo indica Castells (1998), el espacio de los lugares se constituye como expresión de identidad, de lo que yo soy, de lo que yo vivo, de lo que yo sé y de lo que organizo mi vida en torno a ello.

En ese sentido, los espacios públicos adquieren valor al convertirse en lugares particularizados, producto de las intervenciones urbanísticas que van definiendo, a su vez, actividades y usos (Garriz y Schroeder, 2014). Este tipo de valor se transforma desde un punto de vista económico a los valores sociales dependiendo de la multidimensionalidad de los espacios públicos (Garriz y Schroeder, 2014).

Como se reflexionó en el Wellington City Council (2010:6) “los valores describen el espacio en términos de características humanas, ilustrando el compromiso de los participantes y su apego con el espacio”. Como resultado de sus investigaciones se encontraron algunos fuertes vínculos considerados positivos, asociados a ciertas características de los espacios que se traducen en la producción de

valores. Por ejemplo, son valorados de las siguientes formas: espacios educativos para los usuarios, ser cómodos, modernos, accesibles, ser motivo de orgullo, tener encanto, ser natural, ser saludable, sociable, pacífico y calmado, además de otros valores como catalogar los espacios como icónicos, artísticos, amistosos y vivos. Entre los valores negativos mencionan algunos como: ruidosos, sucios, estresantes, entre otros.

Tal como lo expresa Maycotte (2011:188) “el espacio público, además de contener los símbolos y valores culturales de un grupo social, también asume cualidades de carácter espacial y territorial, cuya importancia estriba en su capacidad de impactar no solo en las condiciones, sino también en la calidad de vida de sus potenciales usuarios”. Estudiar los valores sociales y culturales que los usuarios crean sobre los espacios permite vislumbrar vínculos entre los espacios y la calidad de vida urbana que solo pueden obtenerse desde los significados de los usuarios, de lo que significan los espacios públicos y hasta la importancia que éstos tienen para la comunidad como resultado de las interacciones sociales.

Los valores socioculturales representan una forma de comprender la importancia que los espacios públicos han recobrado para los usuarios a partir de su relación. Su importancia puede ser diversa y refleja las características de los espacios. Los valores derivan en el conocimiento de la dimensión cultural del espacio público, pero no se limitan a ésta, sino que pueden hacer referencia a aspectos de otras dimensiones que son apreciados y pueden ser estudiados desde la perspectiva fenomenológica.

1.4. Formulación al Problema

¿Cómo mejorar los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoque, distrito de José Leonardo Ortiz, 2018?

1.5. Justificación del estudio

Las investigaciones por naturaleza están orientadas a resolver de algún tipo de problema que se presenta en cualquier medio e inclusive en instituciones públicas como privadas; por consiguiente, es necesario realizar la justificación. De otro lado, conocer si la investigación es viable desde el punto metodológico.

Carrasco (2006) sostiene que “justificar es explicar la utilidad, los beneficios y la importancia que tendrá el resultado de la investigación, tanto para la sociedad en general y el ámbito sociográfico donde se realiza” (p. 118).

Justificación Teórica

De acuerdo a lo mencionado por Bernal (2010), indica que “toda investigación hay una justificación teórica cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente” (p. 106).

La investigación, en la propuesta del programa de sensibilización está orientada a mejorar el uso de los espacios públicos en el distrito de José Leonardo Ortiz, se analizan teorías referidas a programas de sensibilización y espacios públicos, conllevando a realizar epistemología del conocimiento existente.

Justificación Práctica

Bernal (2010) señala que una investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo resuelve un problema o en su defecto aplica estrategias con la finalidad de resolverlo. (p. 106).

Esta investigación tiene una justificación práctica porque ayudará a mejorar las actividades cotidianas y los procedimientos destinados a mejorar el uso de los espacios públicos en el distrito de José Leonardo Ortiz.

Justificación Metodológica

De acuerdo a Bernal (2010) quien señalo que, en investigación científica, la justificación metodológica debe realizar cuando lo que se está investigando da inicio a un nuevo método, una nueva estrategia que permita generar nuevos conocimientos válidos y confiables” (p. 107).

La investigación brinda procesos metodológicos a través de la identificación del diseño metodológico y los instrumentos de investigación, los cuales, luego de ser validado pueden servir para posteriores estudios con otras variables o contexto. La situación problemática planteada es pertinente y relevante para la municipalidad, pues los resultados servirían como una evidencia diagnóstica sobre la cual se podrían enfocar correctivos y proponer acciones de mejora a favor del uso de los espacios públicos.

1.6. Hipótesis

La implementación de un Programa de Sensibilización mejoraría los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoqueque, distrito de José Leonardo Ortiz, 2018

1.7. Objetivo

General:

Proponer un Programa de Sensibilización para mejorar los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoqueque, distrito de José Leonardo Ortiz, 2018

Específicos:

1. Diagnosticar el estado actual de los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoqueque, distrito de José Leonardo Ortiz, 2018

2. Identificar los factores influyentes en los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoqueque, distrito de José Leonardo Ortiz, 2018
3. Formular un Programa de Sensibilización para mejorar los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoqueque, distrito de José Leonardo Ortiz, 2018
4. Estimar los resultados que generará un Programa de Sensibilización en los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoqueque, distrito de José Leonardo Ortiz, 2018

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Tipo de investigación: Descriptivo – Propositivo

Por su finalidad: “Describir es delinear, dibujar, figurar una cosa, representándola de modo que dé idea cabal de ella; es ordenar, condensar y codificar toda la información disponible acerca de un sujeto, objeto, fenómeno o parcela de la realidad “(Sarabia, 2013, p.51) y Propositivo, conocida como Investigación proyectiva se le define “como el objetivo de diseñar o crear propuestas dirigidas a resolver determinados situaciones” (Hurtado de Barrera, 2010, p.133).

Por su carácter: El objetivo es buscar las características dentro de las variables en una población. El desarrollo depende “en fijar en una o diversas variables a un conjunto de ciudadanos u otros y facilitar su descripción “(Hernández, Et.Als, 2014, p.155)

De acuerdo al acápite anterior, el diseño es no experimental. Descriptivo de corte Transversal-Propositivo (Hernández, Et.Als, 2014, p.210)

Esquema:

$$M \rightarrow O \rightarrow P \rightarrow R$$

Dónde:

M = Muestra.

O = Observación

P = Propuesta

R = Resultado

Por su naturaleza: Se ocupa de una investigación Cualitativa por cuanto corresponde a una investigación de tipo sustantiva, tiene como

fin contestar a una dificultad teórica y se encamina a la caracterización de la realidad (Sánchez y Reyes, 2000).

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1 Variable Independiente

Proceso de Sensibilización

El proceso de sensibilización hace referencia a la necesidad de establecer un contexto mental en el estudiante que le permita acercarse al aprendizaje significativo en las mejores condiciones posibles. (Beltrán & Pérez, 2004)

2.2.2 Variable Dependiente

Espacio Público

El espacio Urbano de uso público (...), puede ser definido como aquel espacio de propiedad pública o privada, que es de libre, aunque no necesariamente gratuito acceso de la población de una ciudad, comuna o vecindario, para que esta pueda desarrollar actividades sociales, culturales, educacionales, de contemplación y recreación. (León, 1998)

Matriz de Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem / Instrumento
V. Independiente un Programa de Sensibilización	<p>El proceso de sensibilización hace referencia a la necesidad de establecer un contexto mental en el estudiante que le permita acercarse al aprendizaje significativo en las mejores condiciones posibles. (Beltrán & Pérez, 2004)</p>	<p>Proceso de establecer un contexto mental en las personas que les permita asumir un aprendizaje significativo en las mejores condiciones posibles, tomando como puntos a desarrollar la integración, la adaptabilidad y el educar.</p>	INTEGRACIÓN ADAPTABILIDAD EDUCAR	<p>Comités organizados Entidades comprometidas Acuerdos tomados</p> <p>Nivel de aceptación Organizaciones sociales Proceso de capacitación</p> <p>Nivel de educación ambiental Hábitos de la población Control social</p>	Entrevista
V. Dependiente los espacios públicos	<p>El espacio Urbano de uso público (...), puede ser definido como aquel espacio de propiedad pública o privada, que es de libre, aunque no necesariamente gratuito acceso de la población de una ciudad, comuna o vecindario, para que esta pueda desarrollar actividades sociales, culturales, educacionales, de contemplación y recreación. (León, 1998)</p>	<p>Espacio público definido como propiedad que es de libre acceso de la población de una ciudad, comuna o vecindario, para que esta pueda desarrollar actividades sociales, culturales, educacionales, de contemplación y recreación, considerando lo ambiental, la seguridad y la recuperación.</p>	AMBIENTAL SEGURIDAD RECUPERACIÓN	<p>Calles sucias Basura acumulada Alteración Visual</p> <p>Vías iluminadas Acceso para personas Minusválidas Señalización de las vías</p> <p>Recuperación de espacios ocupados por informales Recuperación de espacios ocupados con desmonte Recuperación de vías</p>	Entrevista

2.3. Población y Muestra

Según Palella y Martins (2006) la población de una investigación “es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar las conclusiones” (p. 115).

La unidad de análisis de la investigación será cada espacio público identificado tales como: calles, parques, terrenos y vías ocupadas en el sector del mercado mayorista de Moshoque del distrito de José Leonardo Ortiz.

Criterios de selección

Los criterios de inclusión se basan en conocer que objetos van dentro de sus límites, es decir, contener una cosa a otra; como también vienen a ser las características esenciales que debe reunir la muestra para ser considerada como tal.

Mientras que exclusión, es no admitir a una persona o cosa con otras, eliminar la posibilidad de una cosa; es decir, son las características que no debe presentar la muestra de estudio para ser seleccionada.

Muestra

Dada la posibilidad del acceso físico y económico a toda la población y por ser un estudio de caso, en la presente investigación se ha tomado a toda la población como muestra para recoger la información.

“La muestra, no es más que la escogencia de una parte representativa de una población, cuyas características reproduce de la manera más exacta posible”. (Palella y Martins, 2006, p. 116).

Para la selección de los elementos que conformarán la muestra, se debe de utilizar una técnica o procedimiento, el cual se ha denominado muestreo.

El muestreo probabilístico o aleatorio, es un procedimiento, en el cual se conoce como la probabilidad que tiene los elementos de ser elegidos para la

muestra, es decir, todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser seleccionado (Arias, 2012). Esta técnica es utilizada cuando se tiene el padrón o marco muestral que conforman la población de estudio.

Para determinar el tamaño de muestra se aplicó la fórmula siguiente:

$$n_0 = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

Dónde:

Z = nivel de confianza. 95%

p = Probabilidad a favor. 0.5

q = Probabilidad en contra. 0.5

d = error de estimación. 5%

n = tamaño de la muestra 384

El tamaño de la muestra seleccionada fue de 384 usuarios entre comerciantes formales, informales, clientes y vecinos del entorno del mercado Mayorista Moshoqueque.

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

La información se ha recopilado con una encuesta de 30 preguntas en la escala de Likert con respuestas politómicas.

Validez y Confiabilidad del Instrumento.

La Validez se ha evaluado mediante la técnica de juicio de expertos, para lo cual se ha sometido a la validación de 03 especialistas entre temáticos y metodólogos.

La confiabilidad se ha determinado mediante la aplicación de una encuesta piloto a 20 usuarios que no han sido parte de la muestra seleccionada para la

aplicación final y mediante el cálculo del Alfa de Cronbach se ha determinado su fiabilidad con un indicador de 0.907 (Ver Anexo 04)

Análisis de documentos.

La revisión bibliográfica y el análisis de la misma sobre el problema abordado hasta la actualidad en temas relacionados con los objetivos de la investigación permitirán generar argumentos para la presente investigación. Para ello se recurre a la documentación tanto física y las publicadas en las páginas web del estado, empresas u organizaciones que estén involucrados con el tema de investigación.

Talleres

Se realizarán talleres de diagnóstico y participativos con los usuarios con la herramienta lluvia de ideas que permita identificar los puntos críticos en los espacios públicos a partir de la información pertinente y rápida con el grupo involucrado bajo el problema de estudio, utilizando luego la herramienta del árbol de problemas donde se identifique y se entienda de manera clara la problemática; así como la identificación de las soluciones a partir del diagnóstico identificado.

Encuestas

La técnica de encuesta se encuentra dirigida a los 384 usuarios determinados por la técnica de muestreo, entre comerciantes formales, informales, clientes y vecinos del entorno del mercado Mayorista Moshoqueque.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para el análisis e interpretación de los datos se recurre a la estadística descriptiva mediante la presentación de cuadros, gráficos, diagramas y esquemas.

Además, para el proceso de los datos recurriremos al software estadístico SPSS; así como la hoja de cálculo Excel y el procesador de textos Word; necesarios en esta investigación

2.6. Aspectos éticos

Los aspectos éticos considerados en la investigación son:

El principio de autonomía: Establece que en el ámbito de la investigación la prioridad es la toma de decisiones de los valores, criterios y preferencias de los sujetos de estudio.

El principio de justicia: Exige el derecho de trato de equidad, a la privacidad, anonimato y confidencialidad. Así mismo hace referencia a la distribución de los beneficios sociales que la investigación genere.

El principio de humanización: Considera el dinamismo que mueve al hombre a crecer en conciencia, libertad, responsabilidad, sentido social; así como realizar y promover los valores humanos suscritos en dicha investigación.

El principio de complejidad: En esta investigación nos permitirá conocer la realidad objetivamente, utilizando los métodos propios de la ciencia y los modelos de interpretación que disponemos. Siendo su importancia para la ética, dado su carácter normativo que se deriva del conocimiento de la realidad.

El principio de solidaridad: Dicho principio surge de la naturaleza social del hombre; por lo cual la investigación contribuirá al bien común y la atención a la sociedad.

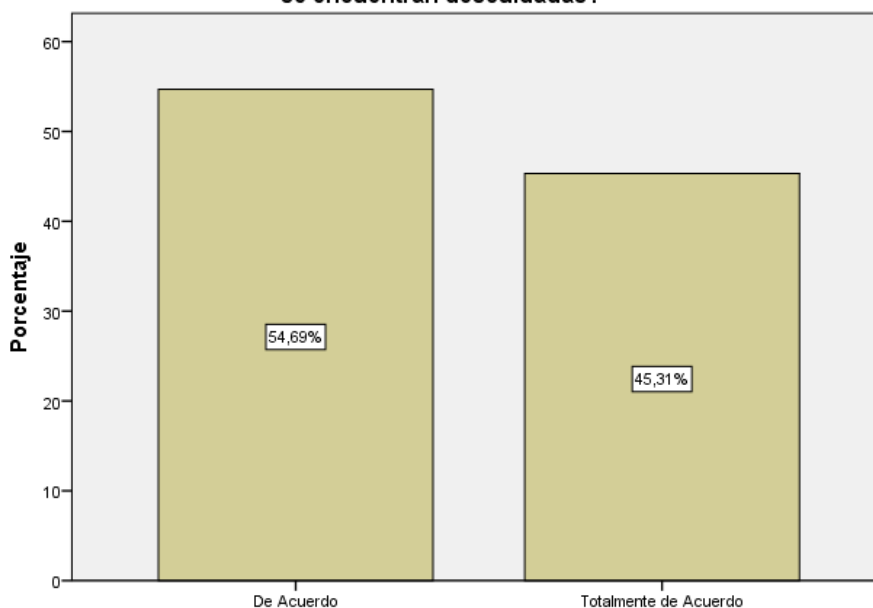
III. RESULTADOS

Tabla N° 01

¿Considera usted que las calles circundantes al mercado Modelo Moshoqueque se encuentran descuidadas?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	210	54.7
Totalmente de Acuerdo	174	45.3
Total	384	100.0

¿Considera usted que las calles circundantes al mercado Modelo Moshoqueque se encuentran descuidadas?



Interpretación:

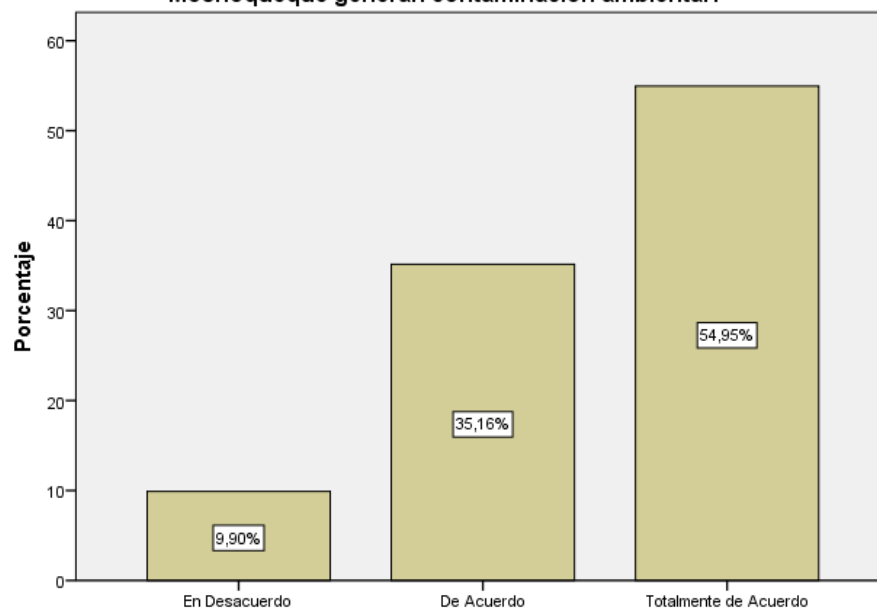
Los usuarios encuestados refieren que el descuido de las calles circundantes son algo que evidencian en todo tiempo, al punto que de todos ellos el 54.69 % manifiesta que está de Acuerdo con aseverar que las calles están descuidadas, y el 45.31 % manifiesta que está Totalmente de Acuerdo con la afirmación del descuido.

Tabla N° 02

¿Cree usted que el estado actual de las calles circundantes al mercado Modelo Moshoqueque generan contaminación ambiental?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
En Desacuerdo	38	9.9
De Acuerdo	135	35.2
Totalmente de Acuerdo	211	54.9
Total	384	100.0

¿Cree usted que el estado actual de las calles circundantes al mercado Modelo Moshoqueque generan contaminación ambiental?



Interpretación:

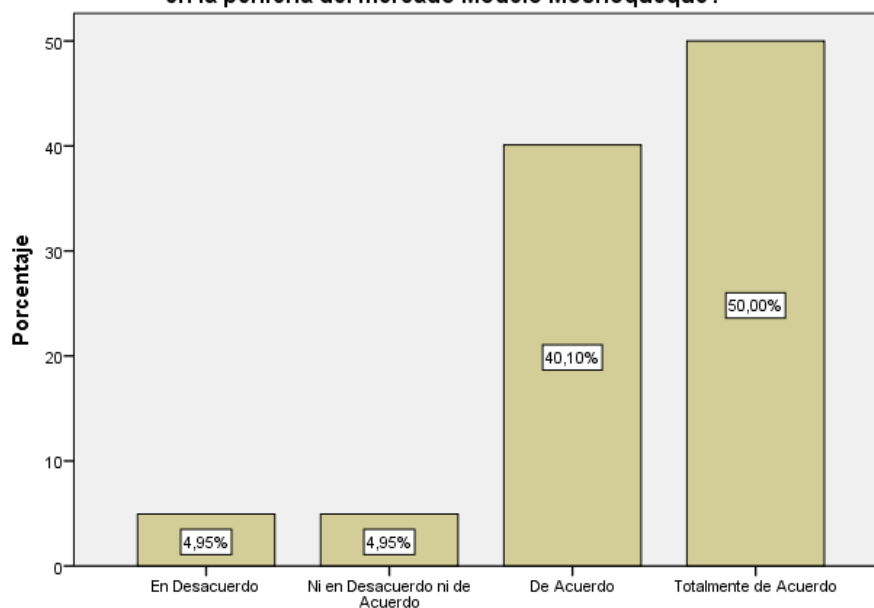
Los usuarios encuestados consideran que el estado actual de las calles circundantes genera contaminación ambiental, de todos ellos el 54.95 % manifiesta que está de Totalmente de Acuerdo, el 35.16 % manifiesta que está de Acuerdo y un 9.90 % está en Desacuerdo con la afirmación sobre la contaminación ambiental.

Tabla N° 03

¿Considera usted que existen focos de contaminación en los espacios públicos en la periferia del mercado Modelo Moshoqueque?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
En Desacuerdo	19	4.9
Ni en Desacuerdo ni de Acuerdo	19	4.9
De Acuerdo	154	40.1
Totalmente de Acuerdo	192	50.0
Total	384	100.0

¿Considera usted que existen focos de contaminación en los espacios públicos en la periferia del mercado Modelo Moshoqueque?



Interpretación:

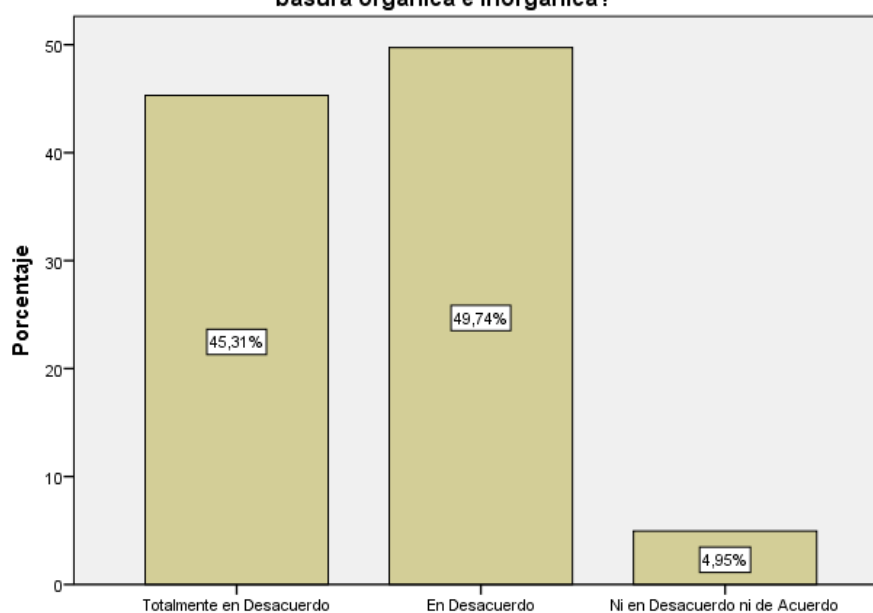
Los usuarios encuestados consideran que existen focos de contaminación en los espacios públicos, de ellos el 50.00 % manifiesta que está de Totalmente de Acuerdo, el 40.10 % manifiesta que está de Acuerdo, el 4.95 % manifiesta que no está de Acuerdo ni en Desacuerdo y un 4.95 % está en Desacuerdo con la afirmación sobre la existencia de focos de contaminación de espacios públicos.

Tabla N° 04

¿Cree usted que los usuarios del mercado Modelo Moshoqueque separan la basura orgánica e inorgánica?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	174	45.3
En Desacuerdo	191	49.7
Ni en Desacuerdo ni de Acuerdo	19	4.9
Total	384	100.0

¿Cree usted que los usuarios del mercado Modelo Moshoqueque separan la basura orgánica e inorgánica?



Interpretación:

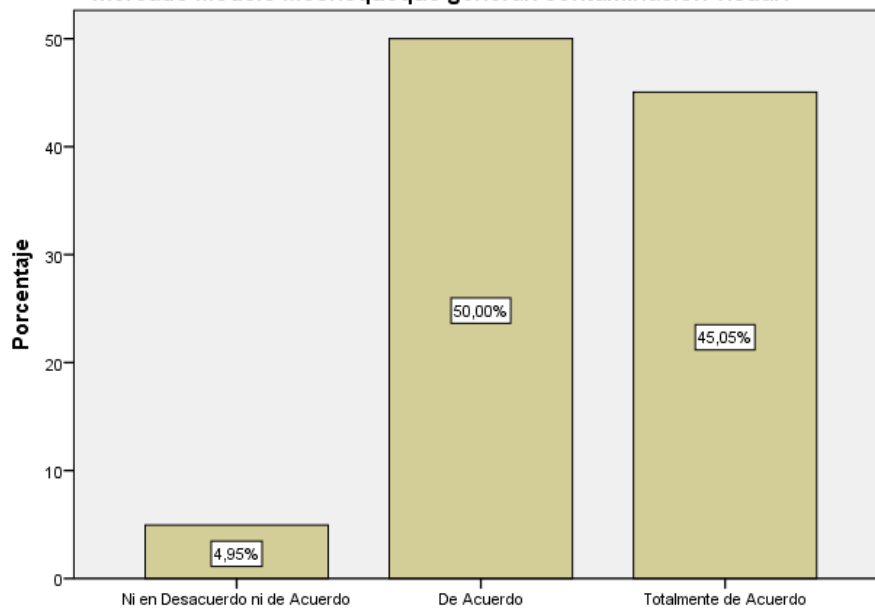
Los usuarios encuestados respecto a la separación de basura orgánica e inorgánica por parte de ellos, no es una práctica común, de ellos el 45.31 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo, el 49.74 % manifiesta que está de Desacuerdo y el 4.95 % manifiesta que no está de Acuerdo ni en Desacuerdo con la afirmación sobre la separación de basura orgánica e inorgánica.

Tabla N° 05

¿Considera usted que el estado actual de los espacios públicos circundantes al mercado Modelo Moshoqueque generan contaminación visual?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ni en Desacuerdo ni de Acuerdo	19	4.9
De Acuerdo	192	50.0
Totalmente de Acuerdo	173	45.1
Total	384	100.0

¿Considera usted que el estado actual de los espacios públicos circundantes al mercado Modelo Moshequeque generarán contaminación visual?



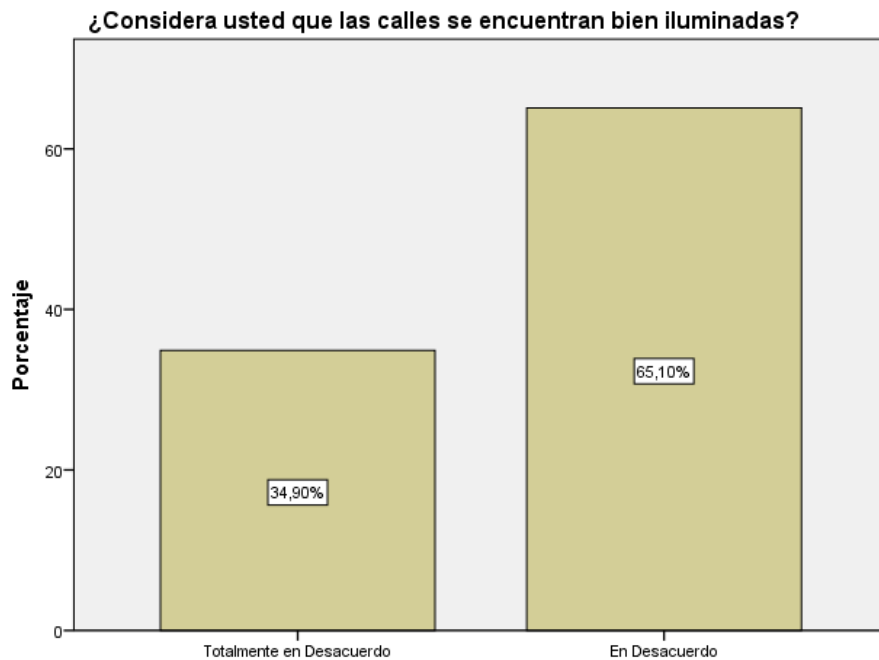
Interpretación:

Los usuarios encuestados consideran que el estado actual de los espacios públicos genera contaminación visual, de todos ellos el 45.05 % manifiesta que está de Totalmente de Acuerdo, el 50.00 % manifiesta que está de Acuerdo y un 4.95 % que No está De Acuerdo ni en Desacuerdo con la afirmación sobre la contaminación visual.

Tabla N° 06

¿Considera usted que las calles se encuentran bien iluminadas?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	134	34.9
En Desacuerdo	250	65.1
Total	384	100.0



Interpretación:

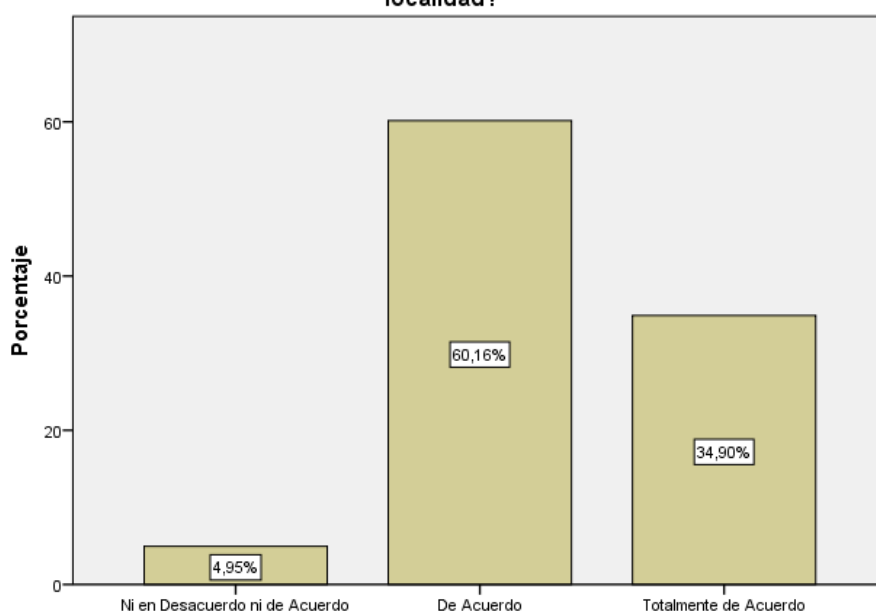
Los usuarios encuestados respecto a la pregunta sobre si las calles de la zona se encuentran bien iluminadas, de ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 65.10 % manifiesta que está de Desacuerdo con respecto a la buena iluminación de las calles circundantes al mercado Mayorista Moshoqueque.

Tabla N° 07

¿La falla de este ha provocado que aumenten los actos de vandalismo en tu localidad?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ni en Desacuerdo ni de Acuerdo	19	4.9
De Acuerdo	231	60.2
Totalmente de Acuerdo	134	34.9
Total	384	100.0

¿La falla de este ha provocado que aumenten los actos de vandalismo en tu localidad?



Interpretación:

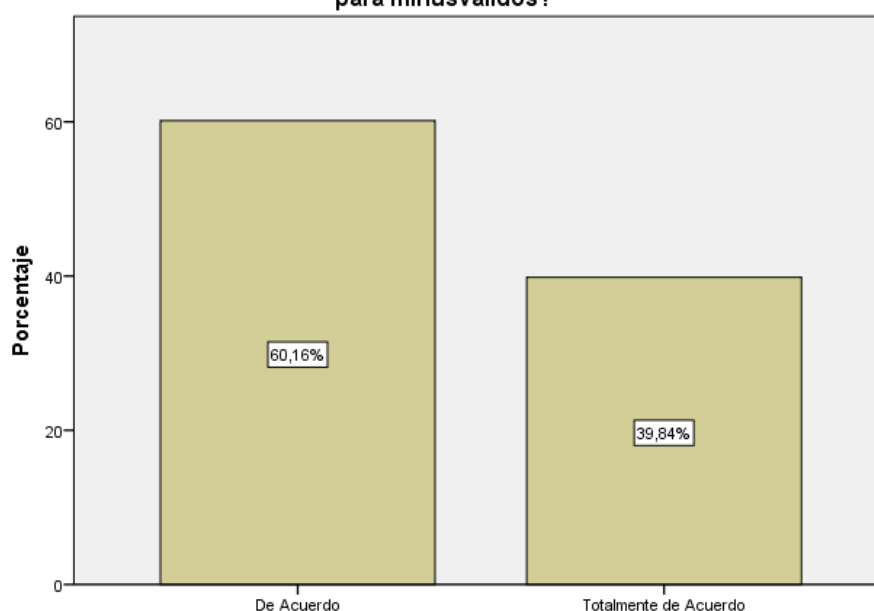
Los usuarios encuestados consideran que el estado actual de iluminación de las calles aumenta los actos de vandalismo, de todos ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente de Acuerdo, el 60.16 % manifiesta que está de Acuerdo y un 4.95 % que No está De Acuerdo ni en Desacuerdo con la afirmación sobre el hecho de que la deficiente iluminación en la zona genera actos de vandalismo.

Tabla N° 08

¿Cree usted que existe discriminación en la estructura de los espacios públicos para minusválidos?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	231	60.2
Totalmente de Acuerdo	153	39.8
Total	384	100.0

¿Cree usted que existe discriminación en la estructura de los espacios públicos para minusválidos?



Interpretación:

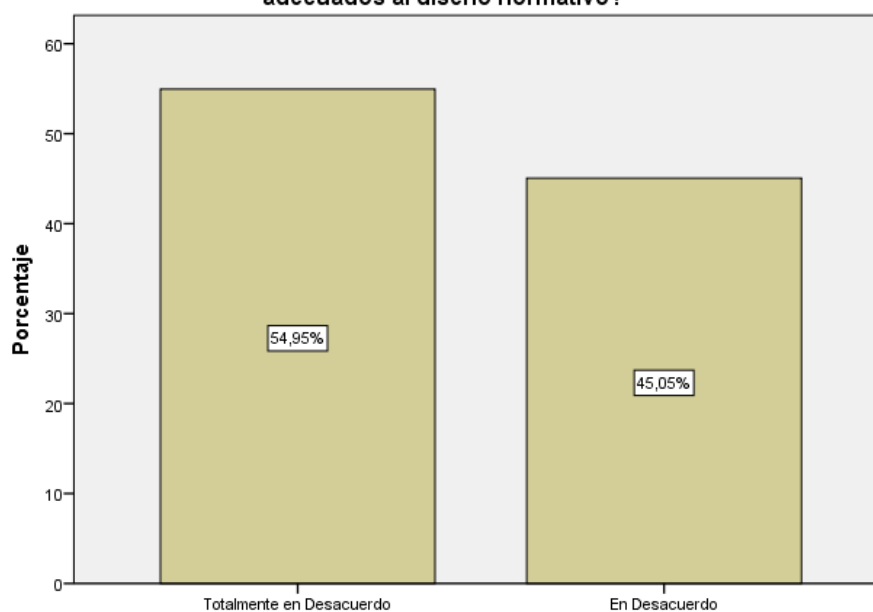
Los usuarios encuestados consideran que existe discriminación en la estructura de espacios públicos para minusválidos, de ellos el 39.84 % manifiesta que está de Totalmente de Acuerdo y el 60.16 % manifiesta que está de Acuerdo con la afirmación respecto a la discriminación para con los minusválidos en el diseño de la estructura de espacios públicos.

Tabla N° 09

¿Cree usted que los rompe muelles del distrito de José Leonardo Ortiz están adecuados al diseño normativo?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	211	54.9
En Desacuerdo	173	45.1
Total	384	100.0

¿Cree usted que los rompe muelles del distrito de José Leonardo Ortiz están adecuados al diseño normativo?



Interpretación:

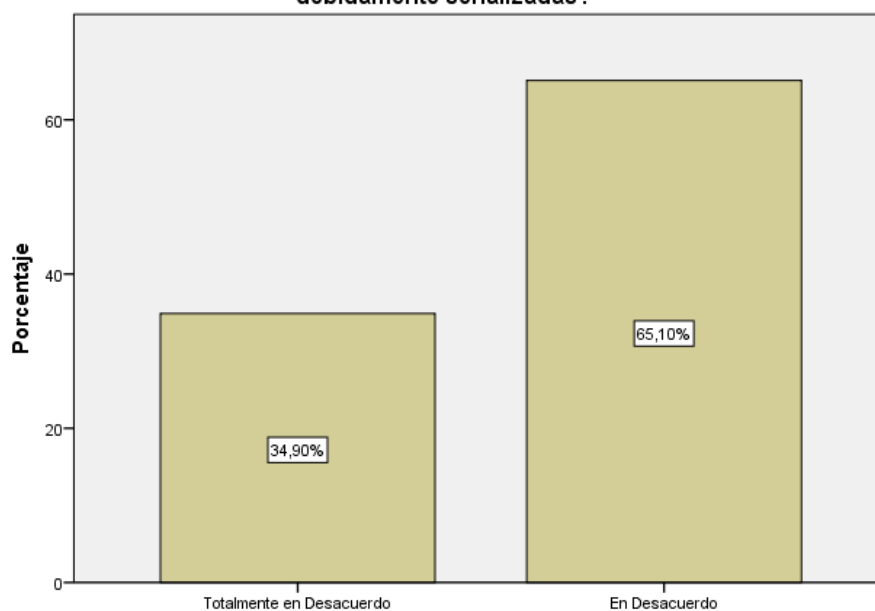
Los usuarios encuestados, respecto a la pregunta sobre si los rompe muelles son los adecuados en JLO, de ellos el 54.95 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 45.05 % manifiesta que está de Desacuerdo con la opinión sobre si los rompe muelles son los adecuados en JLO.

Tabla N° 10

¿Cree usted que las vías colindantes al mercado Moshoqueque se encuentran debidamente señalizadas?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	134	34.9
En Desacuerdo	250	65.1
Total	384	100.0

¿Cree usted que las vías colindantes al mercado Moshoqueque se encuentran debidamente señalizadas?



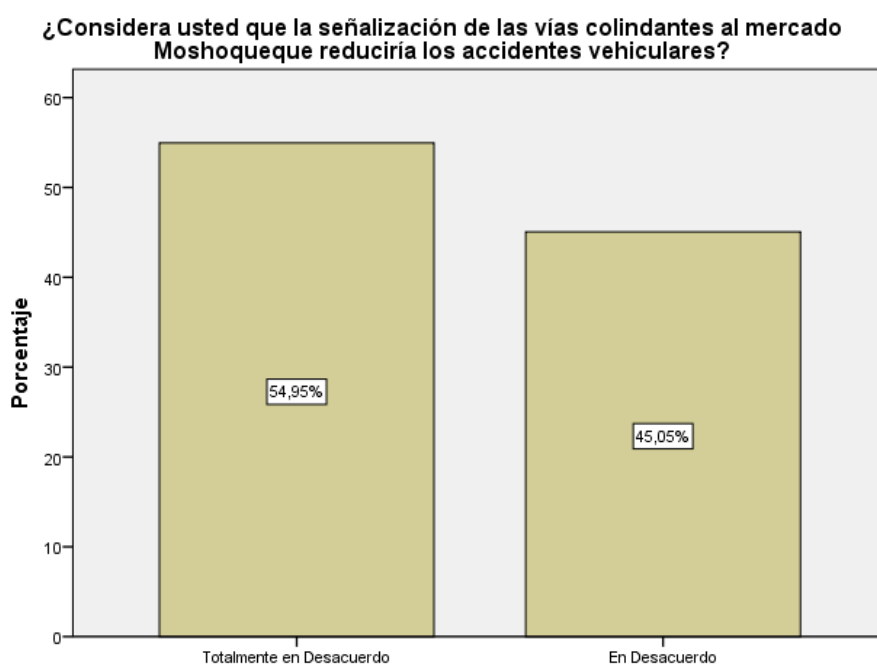
Interpretación:

Los usuarios encuestados con respecto a que si las vías colindantes se encuentran bien señalizadas, de ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 65.10 % manifiesta que está de Desacuerdo respecto a si se encuentran las vías debidamente señalizadas.

Tabla N° 11

¿Considera usted que la señalización de las vías colindantes al mercado Moshoque reduciría los accidentes vehiculares?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	211	54.9
En Desacuerdo	173	45.1
Total	384	100.0



Interpretación:

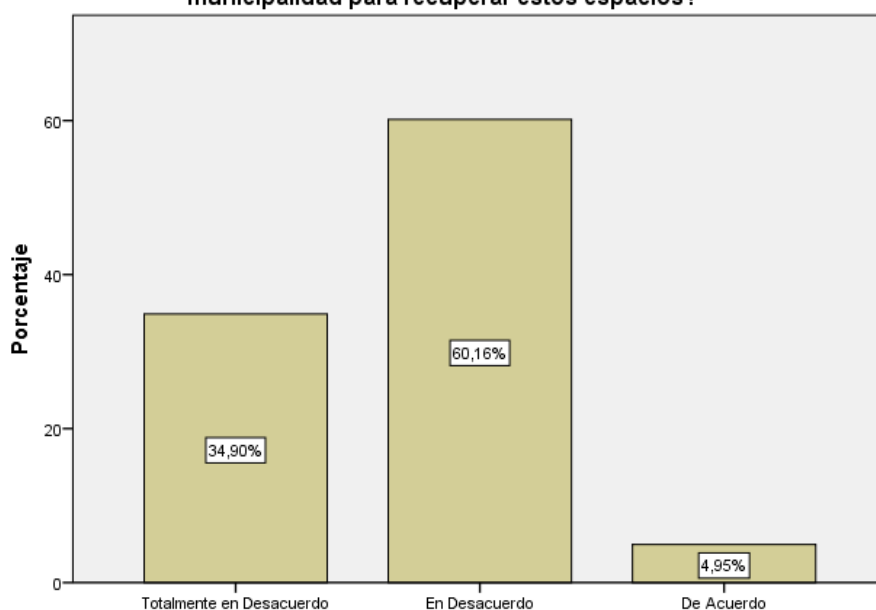
Los usuarios encuestados con respecto a que si la señalización de las vías colindantes reducirían los accidentes, de ellos el 54.95 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 45.05 % manifiesta que está de Desacuerdo con la afirmación sobre si se reduciría accidentes al estar correctamente señalizadas las vías colindantes al Mercado Moshoque.

Tabla N° 12

¿Cree usted que se están tomando medidas correctivas por parte de la municipalidad para recuperar estos espacios?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	134	34.9
En Desacuerdo	231	60.2
De Acuerdo	19	4.9
Total	384	100.0

¿Cree usted que se están tomando medidas correctivas por parte de la municipalidad para recuperar estos espacios?



Interpretación:

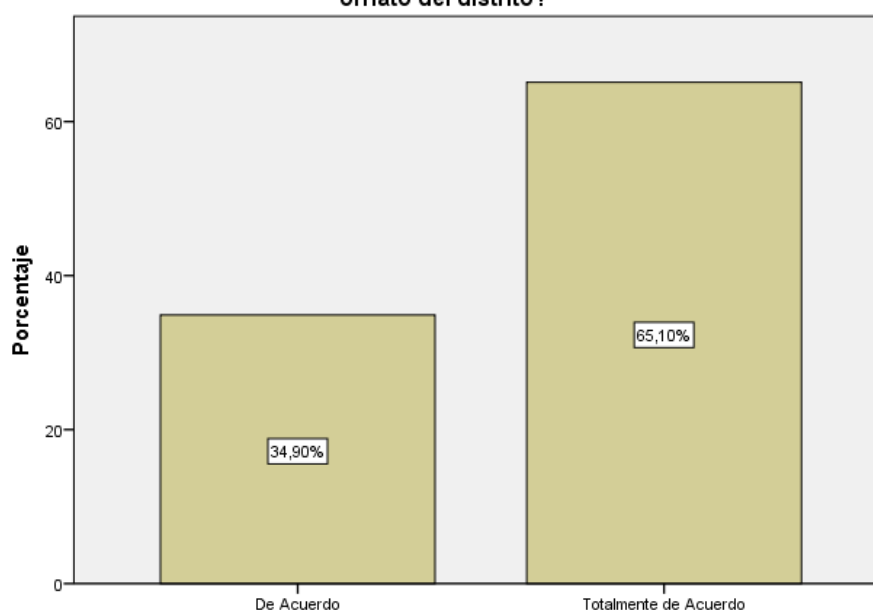
Los usuarios encuestados con respecto a la pregunta: si se están tomando medidas correctivas por parte de la municipalidad para recuperar estos espacios, de ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo, el 60.16 % manifiesta que está de Desacuerdo, mientras que el 4.95 % está de acuerdo en lo referente a que se están tomando medidas correctivas por parte de la municipalidad para recuperar estos espacios públicos del mercado Mayorista Moshoqueque

Tabla N° 13

¿Cree usted que al recuperar los espacios ocupados por desmonte mejoraría el ornato del distrito?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	134	34.9
Totalmente de Acuerdo	250	65.1
Total	384	100.0

¿Cree usted que al recuperar los espacios ocupados por desmonte mejoraría el ornato del distrito?



Interpretación:

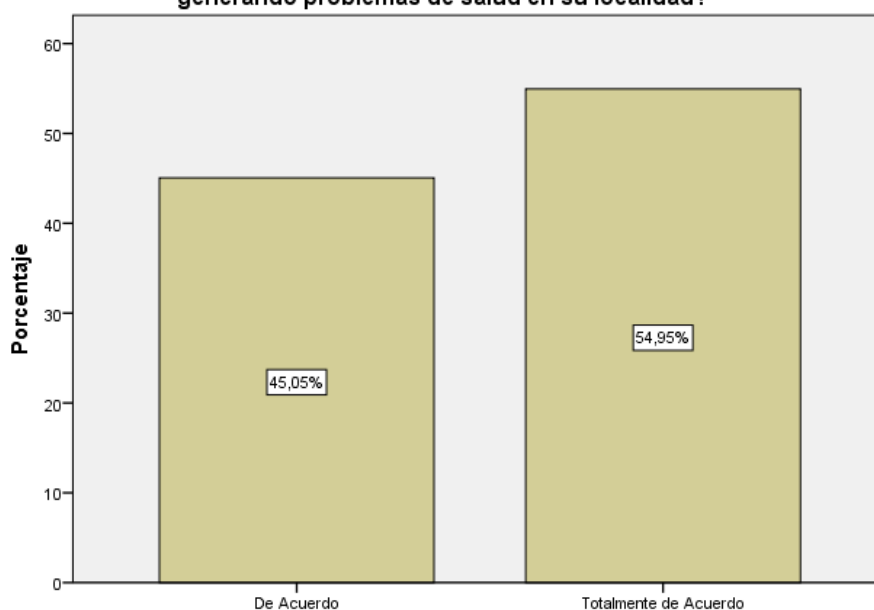
Los usuarios encuestados con respecto a que si las vías colindantes se encuentran bien señalizadas, de ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 65.10 % manifiesta que está de Desacuerdo con la afirmación sobre la buena iluminación de las calles circundantes al mercado Mayorista Moshoqueque.

Tabla N° 14

¿Considera usted que los espacios públicos ocupados con desmonte están generando problemas de salud en su localidad?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	173	45.1
Totalmente de Acuerdo	211	54.9
Total	384	100.0

¿Considera usted que los espacios públicos ocupados con desmonte están generando problemas de salud en su localidad?



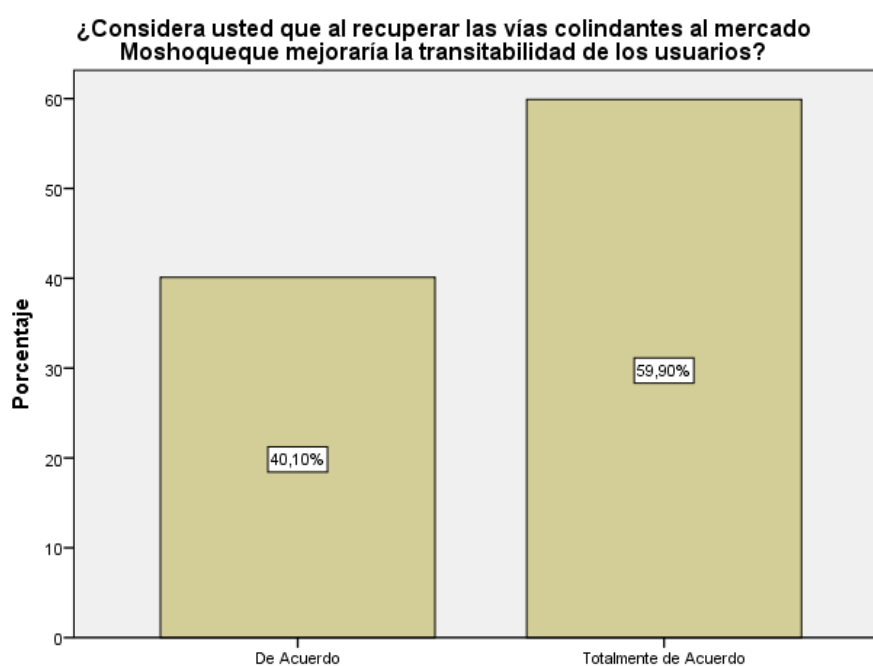
Interpretación:

Los usuarios encuestados, con respecto a la pregunta si los espacios públicos ocupados con desmonte están generando problemas de salud en su localidad, de ellos el 54.95 % manifiesta que está de Totalmente de Acuerdo y el 45.05 % manifiesta que está De Acuerdo con lo manifestado sobre si los espacios públicos ocupados con desmonte están generando problemas de salud en su localidad.

Tabla N° 15

¿Considera usted que al recuperar las vías colindantes al mercado Moshoqueque mejoraría la transitabilidad de los usuarios?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	154	40.1
Totalmente de Acuerdo	230	59.9
Total	384	100.0



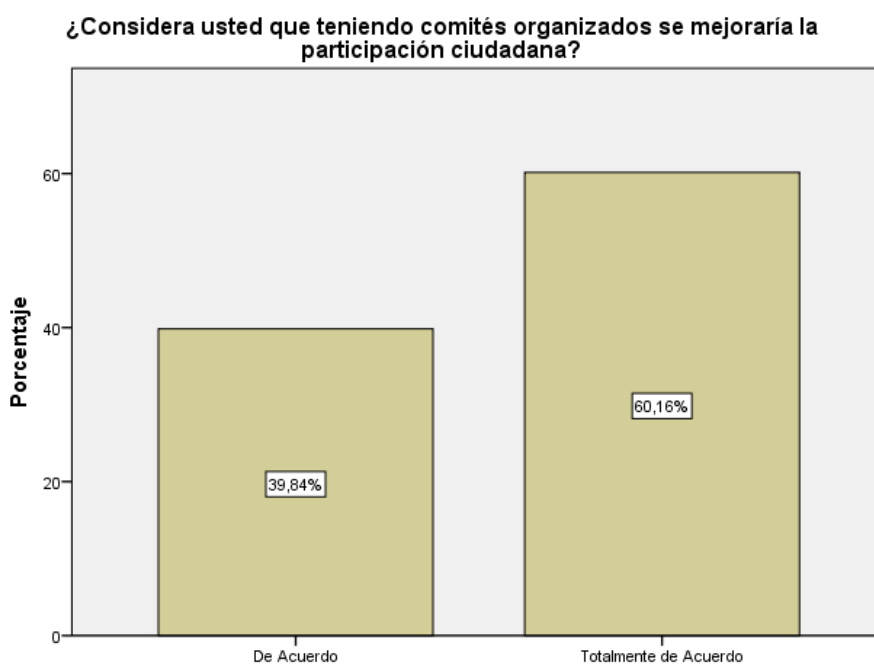
Interpretación:

Los usuarios encuestados, ante la pregunta si al recuperar las vías colindantes al mercado Moshoqueque mejoraría la transitabilidad de los usuarios, de ellos el 59.90 % manifiesta que está de Totalmente de Acuerdo y el 40.10 % manifiesta que está De Acuerdo con lo planteado sobre si al recuperar las vías colindantes al mercado Moshoqueque mejoraría la transitabilidad de los usuarios.

Tabla N° 16

¿Considera usted que teniendo comités organizados se mejoraría la participación ciudadana?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	153	39.8
Totalmente de Acuerdo	231	60.2
Total	384	100.0



Interpretación:

Los usuarios encuestados con respecto a la pregunta de si con comités organizados se mejoraría la participación ciudadana, de ellos el 60.16 % manifiesta que está de Totalmente de Acuerdo y el 39.84 % manifiesta que está De Acuerdo con tal apreciación. Evidenciando que con comités organizados se mejoraría la participación ciudadana en pos de la recuperación de los espacios públicos del mercado Mayorista Moshoqueque.

Tabla N° 17

¿Considera usted que están bien organizados los comités de seguridad ciudadana?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	154	40.1
En Desacuerdo	230	59.9
Total	384	100.0



Interpretación:

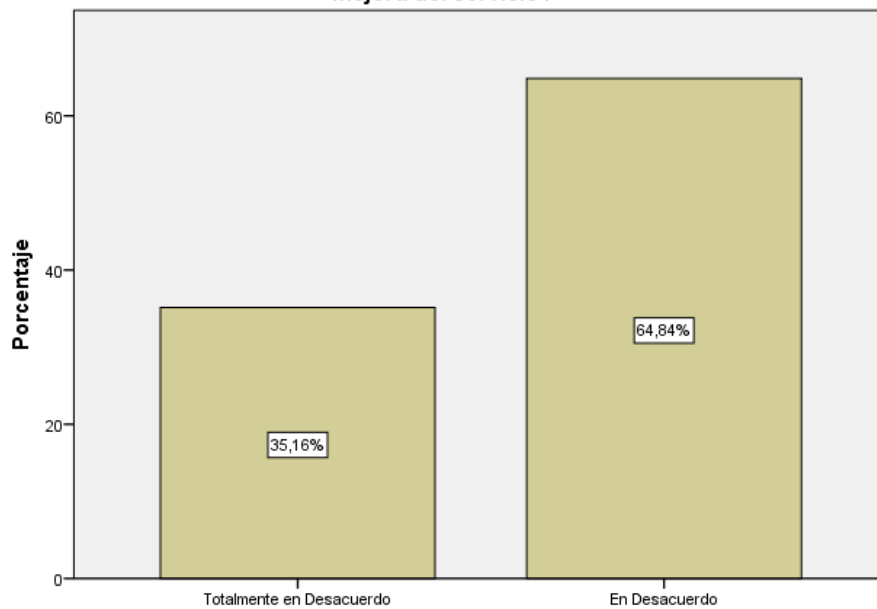
Los usuarios encuestados con respecto a si están bien organizados los comités de seguridad ciudadana, de ellos el 40.10% manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 59.90 % manifiesta que está de Desacuerdo con la afirmación sobre si los comités de seguridad ciudadana están bien organizados.

Tabla N° 18

¿Considera usted que las instituciones están realmente comprometidas con la mejora del servicio?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	135	35.2
En Desacuerdo	249	64.8
Total	384	100.0

¿Considera usted que las instituciones están realmente comprometidas con la mejora del servicio?



Interpretación:

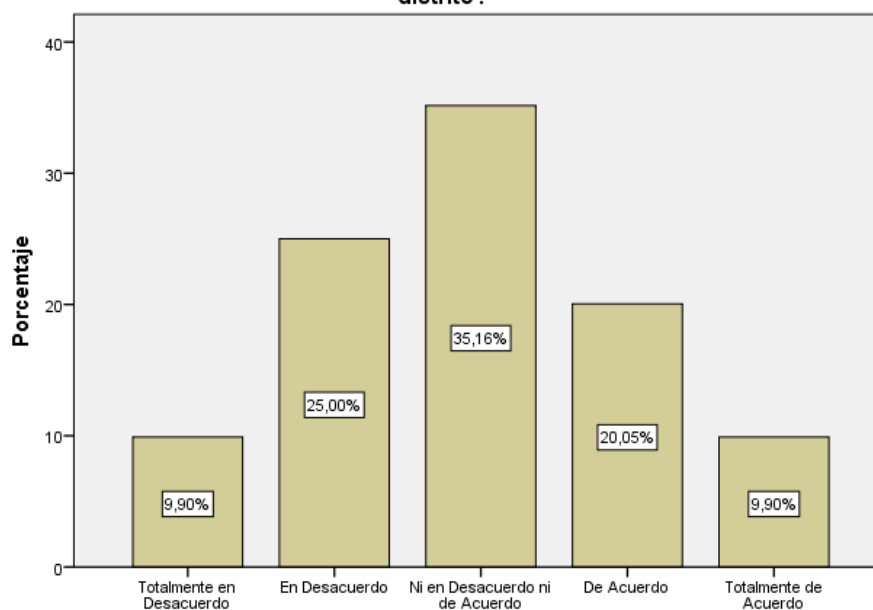
Los usuarios encuestados respecto a la pregunta de si las instituciones están realmente comprometidas con la mejora del servicio, de ellos el 64.84 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 35.16 % manifiesta que está de Desacuerdo frente a la pregunta planteada, evidenciando que existe una percepción negativa sobre el compromiso de las instituciones y su real compromiso con la mejora del servicio público.

Tabla N° 19

¿Considera usted que los acuerdos municipales benefician a la limpieza en su distrito?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	38	9.9
En Desacuerdo	96	25.0
Ni en Desacuerdo ni de Acuerdo	135	35.2
De Acuerdo	77	20.1
Totalmente de Acuerdo	38	9.9
Total	384	100.0

¿Considera usted que lo acuerdos municipales benefician a la limpieza en su distrito?



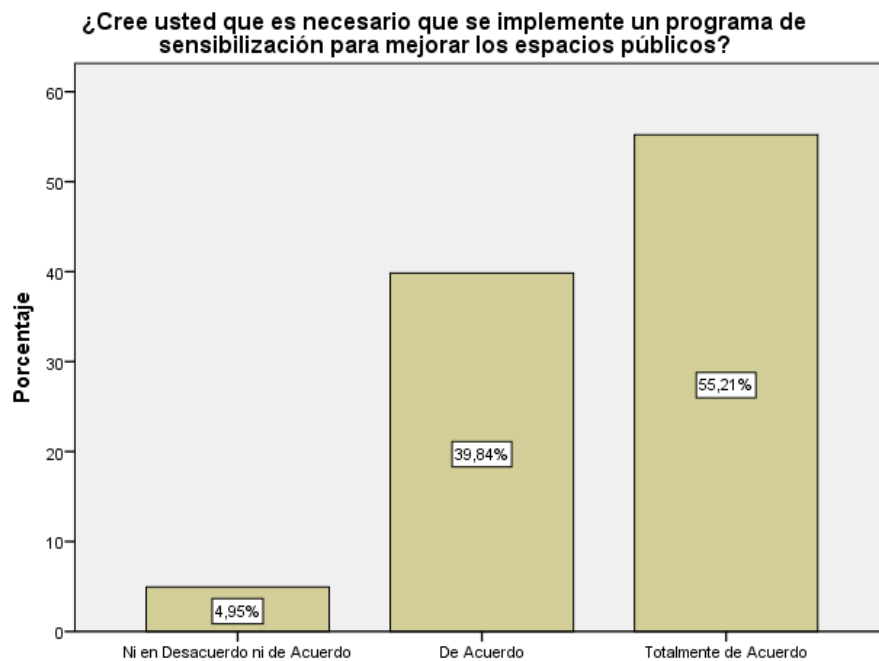
Interpretación:

Los usuarios encuestados con respecto a la pregunta si los acuerdos municipales benefician a la limpieza en su distrito, de ellos el 9.90 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo, el 25.00 % está de Desacuerdo, el 35.16 % Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo, el 20.05 % está de Acuerdo y el 9.90 % está Totalmente de Acuerdo, mostrando que no está muy claro si los acuerdos municipales benefician a la limpieza en su distrito.

Tabla N° 20

¿Cree usted que es necesario que se implemente un programa de sensibilización para mejorar los espacios públicos?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ni en Desacuerdo ni de Acuerdo	19	4.9
De Acuerdo	153	39.8
Totalmente de Acuerdo	212	55.2
Total	384	100.0



Interpretación:

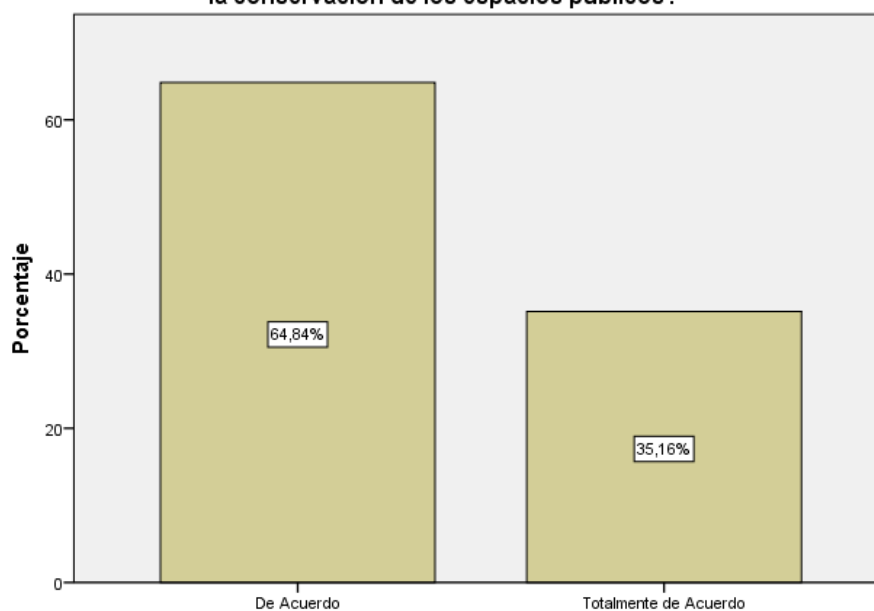
Los usuarios encuestados con respecto a la pregunta si es necesario que se implemente un programa de sensibilización para mejorar los espacios públicos, de ellos el 55.21 % manifiesta que está de Totalmente De Acuerdo, el 39.84 % está De Acuerdo, el 4.95 % Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo con lo cual se muestra la imperiosa necesidad de implementar un programa de sensibilización para mejorar los espacios públicos.

Tabla N° 21

¿Crees usted que falta participación de las diversas organizaciones sociales en la conservación de los espacios públicos?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	249	64.8
Totalmente de Acuerdo	135	35.2
Total	384	100.0

¿Crees usted que falta participación de las diversas organizaciones sociales en la conservación de los espacios públicos?



Interpretación:

Los usuarios encuestados con respecto a que si falta participación de las diversas organizaciones sociales para conservar los espacios públicos, de ellos el 64.84 % manifiesta que está De Acuerdo y el 35.16 % manifiesta que está en Totalmente De Acuerdo con la falta de participación de diversas organizaciones sociales.

Tabla N° 22

¿Ha recibido usted alguna capacitación sobre el cuidado y conservación de los espacios públicos?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	191	49.7
En Desacuerdo	193	50.3
Total	384	100.0

¿Ha recibido usted alguna capacitación sobre el cuidado y conservación de los espacios públicos?



Interpretación:

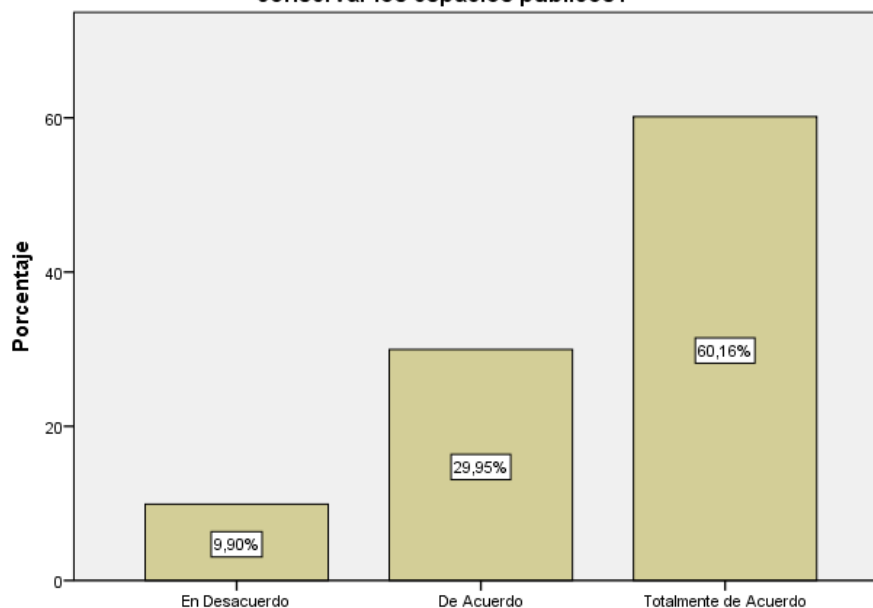
Los usuarios encuestados con respecto a la pregunta si es necesaria la capacitación sobre el cuidado y conservación de los espacios públicos, de ellos el 50.26 % manifiesta que está de Totalmente De Acuerdo y el 49.74 % manifiesta que está De Acuerdo con el hecho de que es necesaria la capacitación sobre el cuidado y conservación de los espacios públicos.

Tabla N° 23

¿Cree usted que es importante que se capacite sobre la importancia de conservar los espacios públicos?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
En Desacuerdo	38	9.9
De Acuerdo	115	29.9
Totalmente de Acuerdo	231	60.2
Total	384	100.0

¿Cree usted que es importante que se capacite sobre la importancia de conservar los espacios públicos?



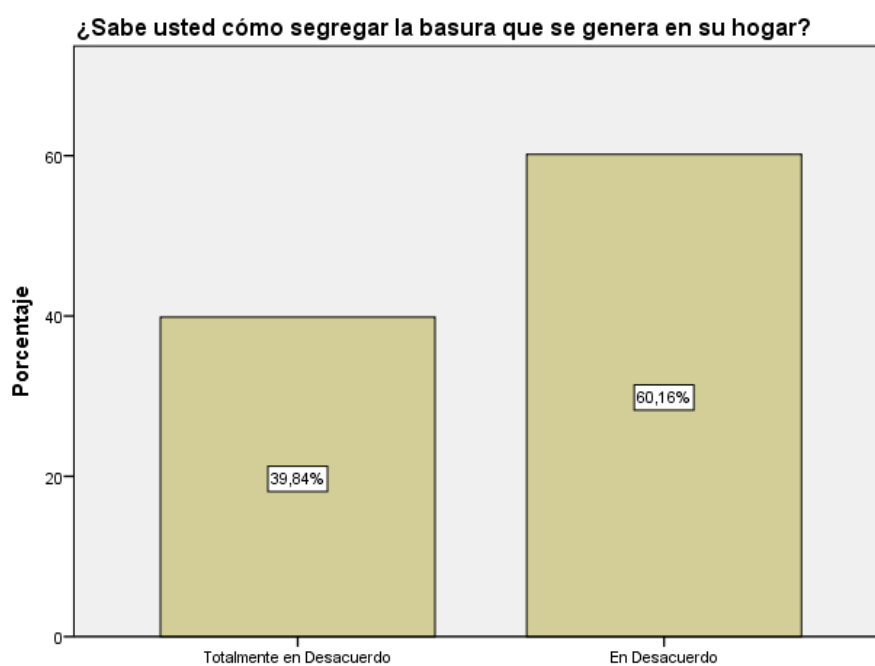
Interpretación:

Los usuarios encuestados con respecto a que si es importante que se capacite sobre la importancia de conservar los espacios públicos, de ellos el 9.90 % manifiesta que está en Desacuerdo, el 29.95 % manifiesta que está De Acuerdo y el 60.16 % está en Totalmente de Acuerdo con la afirmación sobre cuánto serviría concientizar a la gente por medio de capacitaciones para el cuidado y conservación de sus espacios públicos.

Tabla N° 24

¿Sabe usted cómo segregar la basura que se genera en su hogar?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	153	39.8
En Desacuerdo	231	60.2
Total	384	100.0



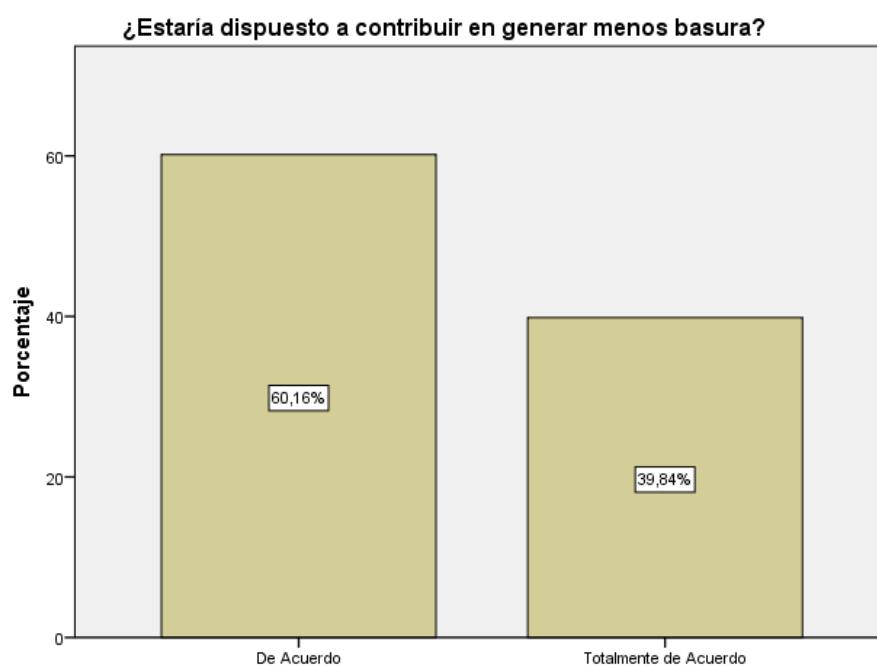
Interpretación:

Los usuarios encuestados con respecto a la pregunta de si sabe cómo segregar la basura que se genera en su hogar, de ellos el 39.84 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 60.16 % manifiesta que está de Desacuerdo con el hecho de saber cómo segregar la basura que se genera en su hogar.

Tabla N° 25

¿Estaría dispuesto a contribuir en generar menos basura?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	231	60.2
Totalmente de Acuerdo	153	39.8
Total	384	100.0



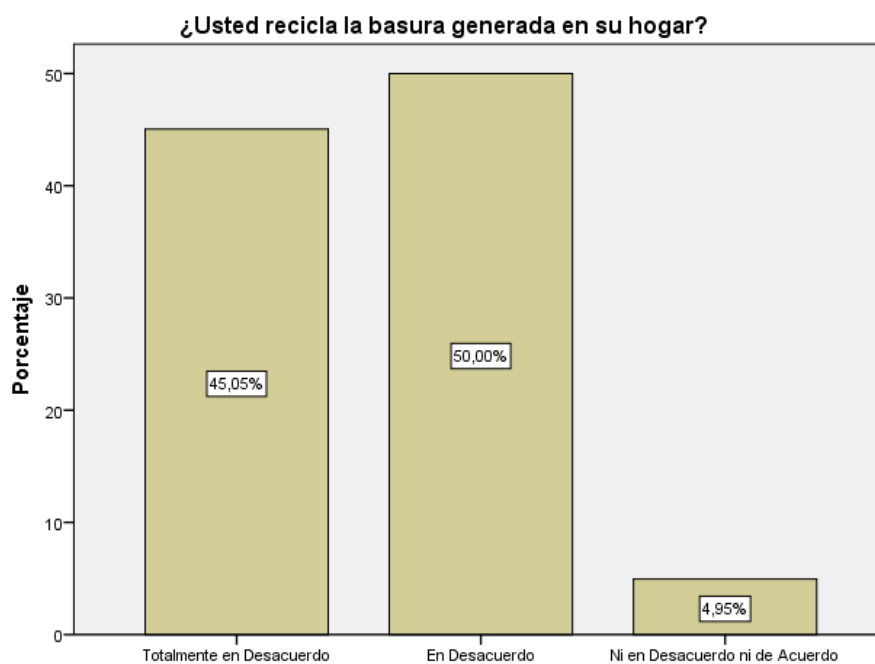
Interpretación:

Los usuarios encuestados con respecto a que si estarían dispuestos a contribuir en generar menos basura, de ellos el 60.16 % manifiesta que está De Acuerdo y el 39.84 % manifiesta que está Totalmente De Acuerdo con la afirmación sobre su participación activa para disminuir la generación de basura.

Tabla N° 26

¿Usted recicla la basura generada en su hogar?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	173	45.1
En Desacuerdo	192	50.0
Ni en Desacuerdo ni de Acuerdo	19	4.9
Total	384	100.0



Interpretación:

Los usuarios encuestados con respecto a la pregunta: Usted recicla la basura generada en su hogar, de ellos el 45.05 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo, el 50.00 % manifiesta que está de Desacuerdo y el 4.95 % manifiesta estar Ni en Desacuerdo Ni De Acuerdo, en lo referente a que si el usuario recicla la basura generada en su hogar.

Tabla N° 27

¿Cree usted que existen comités de vigilancia en su distrito?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	250	65.1
Totalmente de Acuerdo	134	34.9
Total	384	100.0



Interpretación:

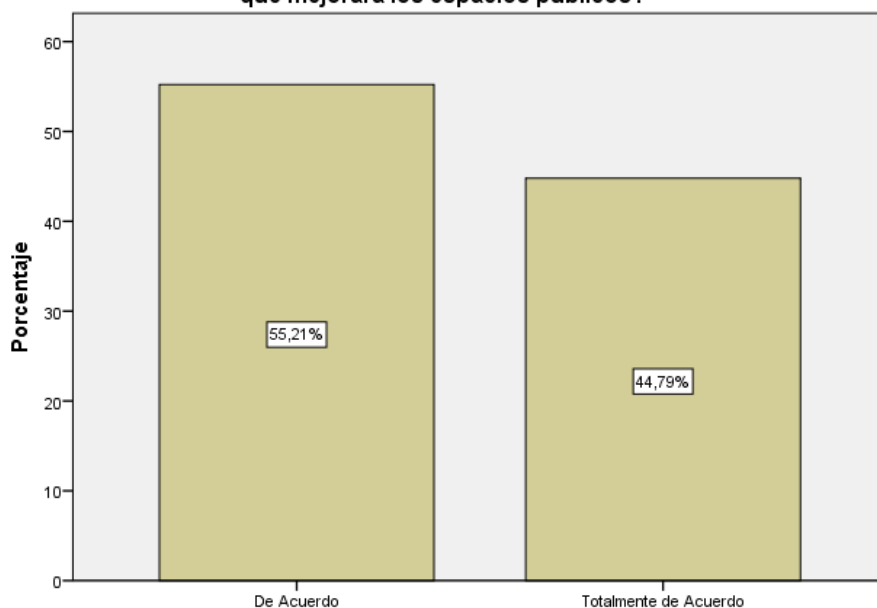
Los usuarios encuestados con respecto a la pregunta si cree que existen comités de vigilancia en su distrito, de ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente De Acuerdo y el 65.10 % manifiesta que está De Acuerdo con el hecho de creer que existen comités de vigilancia en su distrito.

Tabla N° 28

¿Considera usted que el control social ayudará a tener una mejor fiscalización que mejorará los espacios públicos?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	212	55.2
Totalmente de Acuerdo	172	44.8
Total	384	100.0

¿Considera usted que el control social ayudará a tener una mejor fiscalización que mejorara los espacios públicos?



Interpretación:

Los usuarios encuestados con respecto a que si el control social ayudará a tener una mejor fiscalización en la mejora de los espacios públicos, de ellos el 55.21 % manifiesta que está De Acuerdo y el 44.79 % manifiesta que está Totalmente de Acuerdo con que la participación activa por medio de la fiscalización contribuirá a la mejora de toda la localidad.

Tabla N° 29

Propuesta de Programa de Sensibilización para la Mejora de los Espacios Públicos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Contribución Adecuada	0	0.00%
Contribución Muy Adecuada	1	20.00%
Contribución Altamente Adecuada	4	80.00%
Total	5	100.00%

Fuente: Los Autores

Tabla N° 30

Resultados de la Opinión de Expertos

Indicador	Experto 01	Experto 02	Experto 03	Experto 04	Experto 05
1	5	5	4	5	4
2	4	5	4	5	5
3	4	5	5	4	5
4	5	5	4	4	5
5	5	4	5	5	5
6	5	4	4	4	5
Promedio	5	5	4	5	5

Fuente: Los Autores

IV. PROPUESTA

Programa de Sensibilización para la mejora de los Espacios Públicos del Mercado Mayorista Moshoqueque

01. Información General

El Programa de Sensibilización para mejorar los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoqueque, ubicado en el distrito de José Leonardo Ortiz, provincia de Chiclayo, Región Lambayeque, consiste en un trabajo de investigación que se plantea frente a la necesidad de recuperar los espacios públicos a través de un conjunto de acciones que permitan mejorar el ornato público.

02. Presentación.

El Programa de Sensibilización que se presenta busca dentro de su fundamento “recuperar” los Espacios Públicos, a través de este Programa se promueve la realización de acciones sociales y la ejecución de obras físicas para recuperar lugares de encuentro y recreación localizados en zonas urbanas inseguras y marginadas, especialmente en la zona circundante al Mercado Mayorista Moshoqueque.

Con ello se pretende:

- Vincular el desarrollo urbano con el desarrollo social para contribuir a prevenir de manera integral la inseguridad y la violencia social.
- Promover acciones que respondan a las necesidades de las poblaciones beneficiarias para el fortalecimiento de la organización y participación social, la seguridad comunitaria, así como la prevención de conductas de riesgo en los espacios públicos y su entorno.
- Impulsar que los beneficiarios intervengan en las distintas etapas del proyecto integral para la recuperación de espacios públicos.
- Contribuir a mejorar la identidad comunitaria y la cohesión social.

Para ello, se actúa bajo dos modalidades: Mejoramiento físico de los espacios públicos y participación social y seguridad comunitaria.

Asimismo, este trabajo está dirigido a todos los usuarios del mercado Mayorista Moshoque (Comerciantes formales, informales, público en general que asiste a realizar sus actividades comerciales, vecinos colindantes y autoridades municipales).

Las estadísticas sobre insalubridad, inseguridad y contaminación son elevadas según el informe periodístico del diario Correo de fecha 02 de enero del 2018 “En realidad, es difícil hallar un símil que describa de manera precisa lo que significa caminar por las calles de José Leonardo Ortiz, en Chiclayo, vías enteras donde la basura parece brotar del pavimento y la inmundicia se expande hasta invadirlo todo: veredas, pistas y sardineles. Una situación que, durante los últimos meses del 2017, no hizo más que agravarse. Ayer, José Leonardo Ortiz, el segundo distrito más poblado de Lambayeque, inició el nuevo año en las mismas condiciones. Hace poco, la representante de la Dirección de Salud Ambiental, Liliana Díaz Ríos, señaló que evaluaban la posibilidad de declarar la jurisdicción en emergencia sanitaria ante el inminente peligro que representan los desechos acumulados en varios tramos de las avenidas más transitadas, como México, Sáenz Peña, Kennedy y otras. Según las proyecciones hechas en su momento por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la población del distrito Leonardino superaba los 193,000 habitantes hacia mediados de junio del 2015.

A diario, se estima que unas 200 toneladas de basura se acumulan en las calles, aunque esta cifra podría ser mucho más alta. De llegar a declararse la emergencia sanitaria, no sería la primera vez que esto ocurre desde que el actual alcalde distrital, Epifanio Cubas Coronado, asumió el cargo. En noviembre del 2016, la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA) hizo lo propio mediante la resolución directoral N° 155-2016/DIGESA/SA, en base a una serie de informes emitidos por la Gerencia Regional de Salud”.

Asimismo, “El jefe de la Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI)-Lambayeque, Agustín Basauri Arámbulo, advirtió que especialistas han alertado de esta eventual emergencia que traería como funesta consecuencia el colapso del alcantarillado, cuya problemática aún no es solucionada ni de manera parcial donde más de 200,000 habitantes padecen de esta

contaminación ambiental que incluso ha provocado daños en las estructuras de las viviendas. Recordó que en Leonardo Ortiz opera el principal centro de abastos de la región que es Moshoqueque; donde se almacenan los alimentos que podrían ser contaminados “y eso va a parar en las familias de esta localidad y todo el norte del país; donde lo que pasa en esa zona es de impacto macrorregional”.

03. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PROPUESTA / DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

El Desarrollo Humano constituye un proceso para ampliar las opciones que permitan a las personas alcanzar una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos, aprender destrezas y contar con los recursos necesarios para disfrutar una vida con calidad.

Los seres humanos no somos individuos aislados, la relación con las personas que colaboramos y el compromiso hacia la comunidad a la cual prestamos nuestros servicios, nos lleva a la grandeza y a la búsqueda de la trascendencia.

En este sentido, los seres humanos son el elemento central del desarrollo de toda institución y tienen el derecho inalienable a una vida sana y productiva en armonía consigo mismos y con quienes les rodean. No basta plantear un desarrollo “ideal” o abstracto, sino que se vuelve primordial considerar al ser humano en este proceso de desarrollo y buscar la realización del “yo” en un “nosotros”.

Se declara que la metodología de intervención estaba basada en los principios de la andragogía (aprendizaje de adultos), permitirán que las metas planteadas se logren como parte de un proceso de aprendizaje.

Hablamos de un aprendizaje interactivo. Las ventajas del aprendizaje interactivo son muchas. Entre ellas, permitir a cada uno de los miembros del grupo construir el conocimiento de manera propia y personal a partir de los diferentes puntos de vista que cada uno de ellos tiene sobre la información adquirida. La construcción del conocimiento es cualitativamente más rica cuando una persona tiene numerosas versiones de un mismo suceso o fenómeno de la realidad y puede, a partir de todas ellas, construir la suya

propia, como han señalado las nuevas corrientes del aprendizaje: el constructivismo, el aprendizaje cooperativo o la teoría de la flexibilidad cognitiva (Bruner, 1990; Spiro, 1992).

Los procesos de aprendizaje responden a la interpretación de la conducta humana, en la que están siempre presentes tres grandes radicales explicativos del comportamiento humano como un todo. En el aprendizaje, como en cualquier actividad humana, se pueden señalar tres aspectos o dimensiones fundamentales: querer (la voluntad), representada por la sensibilización; poder (la capacidad), en la que incluiríamos la elaboración, personalización y aplicación; y decidir (la autonomía), en la que estaría la planificación).

MODALIDADES.

1. Participación Social y Seguridad Comunitaria.

- a. Impulsar la organización y participación de los ciudadanos en la elaboración de diagnósticos para identificar la problemática social y proponer los elementos a considerar en el diseño del espacio; todo ello con la finalidad de promover desde el inicio su apropiación y pertenencia. Participación Social y Seguridad Comunitaria.
- b. Integrar a prestadores de servicio social y promotores municipales - comunitarios en la instrumentación de estrategias y proyectos en el espacio público.
- c. Impulsar la conformación de redes sociales, comités vecinales y de control social, como formas de organización y participación municipal - comunitaria, que coadyuven a la promoción y el cuidado del espacio público y la seguridad vecinal, y que funjan como gestores de las necesidades del espacio, su funcionamiento y sostenibilidad.
- d. Sensibilizar y prevenir conductas antisociales y de riesgo entre los usuarios que concurren al mercado Mayorista Moshoqueque y hacen uso de los espacios públicos o que viven en su área de influencia, y con ello, fortalecer la cohesión social.
- e. Sensibilizar y prevenir la violencia familiar y social para fomentar la sana convivencia.

- f. Incentivar la elaboración de planes y estudios que contribuyan al diagnóstico y evaluación de la situación de inseguridad y violencia; que planteen estrategias y acciones de solución, el posible impacto de las acciones desarrolladas en los espacios públicos, así como generar indicadores que permitan conocer el desempeño del Programa.
- g. Impulsar la conservación de recursos naturales y cuidado del medio ambiente para promover una cultura de respeto a la ecología.

2. Mejoramiento Físico de los Espacios Públicos

- a. Construir, remozar, habilitar o rehabilitar plazas, espacios deportivos, residuales y otros espacios públicos de uso comunitario donde se desarrollen actividades recreativas, culturales y deportivas con sentido de equidad e inclusión social.
- b. Construir, ampliar y mejorar el alumbrado público, banquetas y otras obras necesarias alrededor del espacio, que brinden accesibilidad y que permitan su uso por parte de la población en general.
- c. Construir, ampliar, dotar y/o rehabilitar el mobiliario urbano para el correcto funcionamiento de los espacios públicos, teniendo en cuenta la normatividad vigente.
- d. Implementar acciones de prevención situacional que propicien condiciones de seguridad a los ciudadanos en general y específicamente a los usuarios del mercado, a través de la adecuación o mejoramiento del diseño de los espacios públicos, la colocación de luminarias con especificaciones para la seguridad en áreas de riesgo y el establecimiento de módulos y sistemas remotos de vigilancia en puntos estratégicos.
- e. Mejoramiento de vías y accesos, así como el establecimiento de rutas y paraderos seguros para los peatones y señalización.

04. OBJETIVOS.

4.1 Objetivo General

Contribuir a mejorar la calidad de vida y la seguridad ciudadana, preferentemente de los usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque,

mediante la recuperación de espacios públicos en la zona circundante al mercado y zonas aledañas.

4.2 Objetivos Específicos

- Sensibilizar e incentivar a nivel comunal el cuidado y manejo responsable de los espacios públicos de los usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque.
- Mejorar las pautas y hábitos de convivencia medioambiental entre los usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque.
- Disminuir el abandono y la gestión incorrecta de los residuos sólidos en la zona circundante al mercado Mayorista Moshoqueque.
- Diseñar materiales informativos y planificar actividades de sensibilización en especial de población usuaria del mercado Mayorista Moshoqueque.

05. JUSTIFICACIÓN.

Durante el último tiempo, diversos fenómenos culturales, sociales, políticos, tecnológicos y económicos han propiciado la transformación paulatina de las ciudades y los espacios en que los ciudadanos desarrollan lo cotidiano (Segovia, 2008).

El espacio público de las ciudades actuales ha perdido las características que otrora lo distinguían, a saber, su apertura, heterogeneidad y accesibilidad, en definitiva, su capacidad naturalizada para albergar relaciones y encuentros sociales y comunitarios. Con la segregación y fragmentación emergentes, la ciudad parece constituirse cada vez menos en un espacio que amablemente favorezca la comunicación y la interacción, y los espacios públicos debilitados y ajenos - por planificaciones urbanas incompletas o inadecuadas, problemáticas de convivencia y choques cultural - identitarios, la violencia, el delito y la percepción de temor generada- se muestran incapaces de cumplir un rol cohesivo y de ciudadanía (Borja, 2003; Carli y Ruiz, 2009).

La Recuperación de Espacios Públicos Participativa es un proceso en el cual la Comunidad junto al Municipio no sólo recuperan un espacio público que se encuentra deteriorado; recuperan también el sentido corresponsabilidad

comunitaria y la convivencia en barrios. En definitiva, recuperan su calidad de vida.

Todo esto trae como consecuencia atraso, y en el distrito de José Leonardo Ortiz no es la excepción, pues la zona circundante al mercado mayorista Moshoqueque, se encuentra congestionada no solo por los usuarios que acuden a ella, sino también por los comerciantes informales - y por cierto también los formales - quienes se han apropiado de los espacios públicos y han convertido en una zona tugurizada donde la inseguridad es uno de los principales problemas, asimismo la acumulación de basura tanto dentro como fuera del mercado, convirtiéndola en foco de contaminación.

Por todo ello se hace necesario plantear medidas correctivas y preventivas con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los usuarios del mercado mayorista Moshoqueque.

Un programa de sensibilización, en el cual se aborde de manera puntual el cómo solucionar este hecho, se volverá, el medio necesario para inculcar en los usuarios un nuevo estilo de desarrollo con participación integral, en la cual la participación de todos será el motor de desarrollo y mejora de condiciones de vida.

06. FUNDAMENTOS TEÓRICOS INCLUIDO PRINCIPIOS

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MODELO CAIT

El modelo CAIT representa una concepción del aprendizaje enmarcada dentro de la línea de la Psicología cognitiva actual. Desde el punto de vista instruccional hay que destacar algunas aportaciones de este modelo.

- En primer lugar, integra las diferentes arquitecturas actualmente existentes para facilitar el aprendizaje significativo: solución de problemas, método de proyectos, estudio de casos, método socrático, etc.
- En segundo lugar, los métodos clásicos resultan difíciles de aplicar al contenido de las diferentes áreas, ya que están concebidos para abordar situaciones o actividades complejas de la vida (como, por ejemplo, sacar el petróleo de un barco hundido o abrir un túnel por debajo del mar) y no se someten fácilmente a la estructura del discurso académico. En cambio, el

modelo CAIT se puede aplicar tanto a los contenidos curriculares como a las situaciones complejas que se puedan producir en la vida.

- En tercer lugar, integra en sí mismo los elementos del aprendizaje que han sido siempre objeto de polémica, los contenidos y los procesos.

En el modelo CAIT procesos y contenidos están integrados en una unidad de trabajo que desarrolla tanto los conocimientos como las habilidades.

A continuación, se presentan los principios que regirán esta propuesta de sensibilización:

PRINCIPIO DE SENSIBILIZACIÓN (Inteligencia emocional)

El principio de sensibilización implica que el Instructor debe lograr un contexto mental adecuado dentro del instruido, de manera que éste tenga conciencia clara de lo que ha de conseguir (estado de meta), conozca su estado inicial de conocimientos (estado de partida) y se sienta sensibilizado para transformar el estado de partida en estado de meta. Para ello se necesita motivación, actitudes positivas y control emocional.

PRINCIPIO DE ELABORACIÓN (Inteligencia analítica)

El principio de elaboración revela la entraña misma del aprender, que consiste en transformar la información en conocimiento. Para ello, es necesario planificar las tareas, seleccionar la información relevante, organizarla de manera significativa y conectarla con la información presente en el instruido. Las cuatro estrategias, planificación, selección, organización y elaboración propiamente dicha, constituyen la esencia de la comprensión y construcción del conocimiento.

PRINCIPIO DE PERSONALIZACIÓN (Inteligencia sintética o creadora)

El principio de personalización en el aprendizaje implica la presencia de la creatividad, el pensamiento crítico y el control del proceso, lo que permite al instruido construir los conocimientos de una manera personal, original y contrastada, y asumir progresivamente la dirección de su propio aprendizaje.

PRINCIPIO DE APLICACIÓN (Inteligencia práctica)

El principio de aplicación constituye la prueba de toque del aprendizaje en el sentido de que todos los conocimientos aprendidos deben ser aplicados -para comprender su verdadera naturaleza, su potencia de transformación y modificación de la realidad - y transferidos a todos los ámbitos del conocimiento posible, incluso a la vida misma del instruido.

PRINCIPIO DE EVALUACIÓN (Inteligencia práctica)

El principio de evaluación implica la comprobación del progreso del instruido, es decir, que las metas del aprendizaje se han conseguido gracias a la puesta en marcha de los procesos y estrategias correspondientes, por parte del instruido, y de la ayuda facilitadora del Instructor, en un entorno social.

07. ESTRUCTURA

PROGRAMA PARA EL DESARROLLO DEL PROCESO DE SENSIBILIZACIÓN

Talleres:

Dirigido a: Escuelas, Comercios, Vecinos, Usuarios del mercado

Mayorista Moshoqueque

Taller 01: El Cambio Climático

- 1.- *Sesión de Inicio*
- 2.- *Conociendo*
- 3.- *Abriendo Canales*
- 4.- *Sesión de Cierre*

Taller 02: El Reciclaje y el Punto Verde

- 1.- *Sesión de Inicio*
- 2.- *Conociendo*
- 3.- *Abriendo Canales*
- 4.- *Sesión de Cierre*

Taller 03: Los Espacios Públicos y su importancia

- 1.- *Sesión de Inicio*
- 2.- *Conociendo*
- 3.- *Abriendo Canales*
- 4.- *Sesión de Cierre*

Taller 04: El Mercado Mayorista Moshoqueque y el medio ambiente

- 1.- *Sesión de Inicio*
- 2.- *Conociendo*
- 3.- *Abriendo Canales*
- 4.- *Sesión de Cierre*

08. COSTOS DE TALLER POR EVENTO (PARA 100 PERSONAS)

COMPONENTES DEL GASTO	CURSOS PRIORITARIOS				GASTOS TOTALES
	TALLER 1	TALLER 2	TALLER 3	TALLER 4	
1.GASTOS ADMINISTRATIVOS	3,460.00	3,460.00	3,460.00	3,460.00	13,840.00
1.1 ALQUILER DE AUDITORIO EQUIPADO(SONIDO, LAPTOP, PROYECTOR, PIZARRA, MICROFONO Y PUNTERO)	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	4,000.00
1.2. MATERIALES DE TRABAJO	160.00	160.00	160.00	160.00	640.00
1.3.COFEE BREAK	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	4,000.00
1.4.PUBLICIDAD	200.00	200.00	200.00	200.00	800.00
1.5.PAGO DE ESPECIALISTA(POR EVENTO A TODO COSTO)	800.00	800.00	800.00	800.00	3,200.00
1.5. OTROS GASTOS	300.00	300.00	300.00	300.00	1,200.00

09. CONTENIDO DE TALLERES A REALIZAR

Estos talleres estarán dirigidos a los estudiantes, usuarios, comerciantes y vecinos del mercado mayorista Moshoqueque.

Se desarrollará cada taller en dos días con la participación de 100 personas.

Metodología

La dinámica, la acción, el trabajo cooperativo y la interrelación serán las principales estrategias para hacer que las participantes, se diviertan, sean creativos, usen su pensamiento crítico, absuelvan sus dudas y todos aprendamos de todos, siguiendo la metodología de la investigación-acción-participativa y el aprendizaje significativo y grupal así como un feedback.

Se reproducirán videos relacionados al tema debido a que permite que los temas sean más fáciles de comprender al fin de mostrar la realidad de diferentes países, de esta forma permitirá que los participantes interactúen e intercambien ideas de forma dinámica.

TALLER 01: EL CAMBIO CLIMÁTICO

TEMAS A TRATAR:

1. ¿Qué es un cambio climático?

2. ¿Cuáles son las causas del cambio climático?
3. ¿Cuáles son las consecuencias del cambio climático?
4. ¿Qué soluciones pueden ejercerse para reducir el cambio climático?

TALLER 02: EL RECICLAJE Y EL PUNTO VERDE

TEMAS A TRATAR:

1. ¿Qué es reciclar?
2. [¿Vale la pena reciclar?](#)
3. [¿Cómo empezar a reciclar?](#)
4. [Diferentes tipos de reciclaje](#)
5. ¿Qué es el punto verde y para qué sirve?

TALLER 03: LOS ESPACIOS PÚBLICOS Y SU IMPORTANCIA

TEMAS A TRATAR:

1. ¿Qué es espacio público?
2. Importancia de conservar los espacio públicos.
3. ¿Qué tan necesarios son los espacios públicos en la actualidad?
4. ¿Cómo contribuir en el cuidado de los espacios públicos?

TALLER 04: EL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE Y EL MEDIO AMBIENTE

TEMAS A TRATAR:

1. Situación actual del Mercado Mayorista Moshoqueque.
2. ¿Cómo afecta el mal uso de los espacios públicos del mercado Moshoqueque al medio ambiente?
3. ¿Cómo contribuir para recuperar los espacios públicos y mejorar el ambiente del Mercado Mayorista Moshoqueque?

10. ESTRATEGIAS PARA IMPLEMENTAR LA PROPUESTA

Las estrategias generales para la mejora (preservación y manejo) del Espacio Público son:

Prevención y compromiso ciudadano:

- Vincular a las instituciones educativas de todo nivel (universidades, colegios, escuelas, jardines infantiles), con programas estratégicos que involucren la sensibilización y educación ante el sentido de lo público a través de la construcción, mejoramiento y mantenimiento del espacio público.
- Incentivar el trabajo en grupo interinstitucional y comunitario que implique la reflexión y concertación para el trabajo permanente alrededor de actividades en pro del espacio público.
- Los diseños deberán garantizar la participación de la comunidad dentro del proceso de su formulación.
- Motivar el acercamiento respetuoso de las instituciones públicas y privadas con las organizaciones y líderes comunitarios con el fin de avanzar juntos en el mejoramiento y mantenimiento del espacio público.
- Fortalecer convenios interinstitucionales con las universidades integrando las actividades de docencia, investigación y extensión Universitaria para realizar proyectos y procesos permanentes que tengan un mayor impacto social en la comunidad y su espacio público.

Vigilancia y cumplimiento de actos administrativos de orden municipal:

- Involucrar en la señalización urbana mensajes alusivos al cuidado y buen manejo del espacio público.
- Divulgación masiva de los principales estatutos y normativas vigentes del orden nacional y municipal relacionado con el espacio público.
- Fortalecimiento de la organización administrativa y de la administración municipal, mediante una dependencia con personal que oriente, regule e implemente el manejo del espacio público (diseños específicos, multas, concesiones y reglamentaciones).
- Involucrar de manera continua dentro del Plan de Desarrollo Municipal un recurso económico importante anual para el mejoramiento y mantenimiento del espacio público según prioridades definidas por el Estatuto de Espacio Público.
- Vincular profesionales competentes para la intervención del espacio público, así como fortalecer el énfasis urbano-paisajístico en los diseños respectivos, principalmente en aquellos con potencialidades de este tipo.

- Facilitar la elaboración de convenios o contratos con entidades públicas y privadas, fundaciones y organizaciones, para permitir y reglamentar la concesión del manejo y usufructo de algunas áreas de espacio público y zonas verdes del municipio.
- Difundir por medio de cartillas y capacitaciones los contenidos del Estatuto de Espacio Público a las entidades municipales, empresas privadas, juntas de acción comunal, instituciones educativas y otras formas de asociación comunitaria.

Mecanismos para el manejo del espacio público

- Creación de una cátedra de cultura ciudadana, urbanidad y espacio público, para la municipalidad, instituciones educativas, y otros.
- Capacitación especializada a trabajadores de servicios de la entidad municipal que intervengan en el espacio público.
- Creación de una entidad o contratación de una empresa que se encargue de manera técnica del riego, la poda y mantenimiento en general de las especies arbóreas de la ciudad.
- Crear una organización entre el Municipio y otras instituciones público - privadas que apoyen de manera concreta la mejora del espacio público.
- Crear un grupo organizado con líderes estratégicos en pro de la vigilancia y control del Espacio Público apoyados por la Policía Nacional y las demás instituciones.

11. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta será evaluada por expertos, quienes verterán sus opiniones respecto de la viabilidad de la misma.

Esta opinión se constituirá en el elemento fundamental que dará "Validez" al instrumento de medición del cambio que se busca generar con la finalidad de mejorar los espacios públicos del mercado Mayorista Moshoqueque.

Villaseñor, (2002 p 6) manifiesta como evaluación de impacto a un proceso de investigación participativo y negociado para identificar y analizar cambios significativos y/o duraderos en la vida de las personas y sus contextos, generados por una serie de acciones intencionadas".

V. DISCUSIÓN

Los resultados en el análisis sobre el estado actual de los espacios públicos en el mercado Mayorista Moshoqueque, están acordes con lo expresado por Daza (2008), quien considera “El espacio público se presenta como el articulador de la existencia de la Ciudad, no solo en el plano físico-funcional sino en el simbólico-interpretativo, asimismo como la necesidad de recuperar los espacios pues estos contribuyen a dinamizar los diferentes sectores de acción de la población”. Se observa que en la tabla N°1, los usuarios encuestados refieren que el descuido de las calles circundantes son algo que se evidencian en todo tiempo, al punto que de todos ellos el 54.69 % manifiesta que está de Acuerdo con aseverar que las calles están descuidadas, y el 45.31 % manifiesta que está Totalmente de Acuerdo con la afirmación del descuido. Así también en la tabla N°6, los usuarios encuestados respecto a la pregunta sobre si las calles de la zona se encuentran bien iluminadas, de ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 65.10 % manifiesta que está de Desacuerdo con respecto a la buena iluminación de las calles circundantes al mercado Mayorista Moshoqueque.

De los resultados analizados sobre el estado actual de los espacios públicos en el mercado Mayorista Moshoqueque, estos guardan relación con lo expresado por Lara (2014), quien considera “Es importante reconocer que los espacios públicos son un elemento fundamental en la concepción y planificación del territorio en todas las escalas, pues son el lugar donde se lleva a cabo la mayor parte de la vida social y comunitaria de las personas que lo habitan”. Se observa que en la tabla N°10, con respecto a que, si las vías colindantes se encuentran bien señalizadas, de ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 65.10 % manifiesta que está de Desacuerdo con lo manifestado respecto a la buena iluminación de las calles circundantes al mercado Mayorista Moshoqueque, lo cual nos hace ver que uno de los grandes problemas está referido al sector vías de transitabilidad. Así también en la tabla N°12, los usuarios encuestados con respecto a la

pregunta: si se están tomando medidas correctivas por parte de la municipalidad para recuperar estos espacios, de ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo, el 60.16 % manifiesta que está de Desacuerdo, mientras que el 4.95 % está de acuerdo en lo referente a que se están tomando medidas correctivas por parte de la municipalidad para recuperar estos espacios públicos del mercado Mayorista Moshoqueque.

Del mismo modo lo expresado por Cotes (2013), quien considera que “es posible plantear que diversos elementos implicados en la fase de diseño... y propuesta técnica, así como con los antecedentes teóricos presentados. De esta manera, y sin ánimos de ser repetitivos, se evidencia que, en términos generales, el taller de sensibilización cumplió con los requerimientos que ayudan a mejorar los espacios públicos”. Se observa que en la tabla N°12, con respecto a la pregunta: si se están tomando medidas correctivas por parte de la municipalidad para recuperar estos espacios, de ellos el 34.90 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo, el 60.16 % manifiesta que está de Desacuerdo, mientras que el 4.95 % está de acuerdo en lo referente a que se están tomando medidas correctivas por parte de la municipalidad para recuperar estos espacios públicos del mercado Mayorista Moshoqueque. Así mismo en la tabla N°15, los usuarios encuestados ante la pregunta si al recuperar las vías colindantes al mercado Moshoqueque mejoraría la transitabilidad de los usuarios, de ellos el 59.90 % manifiesta que está de Totalmente de Acuerdo y el 40.10 % manifiesta que está De Acuerdo con lo planteado sobre si al recuperar las vías colindantes al mercado Moshoqueque mejoraría la transitabilidad de los usuarios.

Así también lo expresado por Burneo (2010), considera que “en ese entonces se daba una apropiación del espacio con fines comerciales que impedía la proliferación de otras actividades tales como el paseo y la recreación. Además, la delincuencia preponderaba en la zona originando un miedo creciente en la población en general y en los mismos vecinos disipando cualquier intención de visitar el centro histórico de Lima”. Se observa que en la tabla N°20, con respecto a la pregunta si es necesario que se implemente

un programa de sensibilización para mejorar los espacios públicos, de ellos el 55.21 % manifiesta que está de Totalmente De Acuerdo, el 39.84 % está De Acuerdo, el 4.95 % Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo con lo cual se muestra la imperiosa necesidad de implementar un programa de sensibilización para mejorar los espacios públicos. Así mismo en la tabla N°24, los usuarios encuestados con respecto a la pregunta de si sabe cómo segregarse la basura que se genera en su hogar, de ellos el 39.84 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo y el 60.16 % manifiesta que está de Desacuerdo con el hecho de saber cómo segregarse la basura que se genera en su hogar.

Así también lo expresado por Romero (2016), considera que “Los usuarios hacen uso de los espacios porque en ellos satisfacen necesidades que se relacionan con la calidad de vida urbana, lo cual les producen beneficios. Entre estos se encuentran el aumento en su bienestar, el mantener su condición física, el oxigenarse o reducir estrés”. Se observa que en la tabla N°26, con respecto a la pregunta Usted recicla la basura generada en su hogar, de ellos el 45.05 % manifiesta que está de Totalmente de Desacuerdo, el 50.00 % manifiesta que está de Desacuerdo y el 4.95 % manifiesta estar Ni en Desacuerdo Ni De Acuerdo, en lo referente a que si el usuario recicla la basura generada en su hogar, con lo cual afectaría las condiciones de salubridad y por ende de calidad de vida.

VI. CONCLUSIONES

1. La investigación realizada sobre una Propuesta de un Programa de Sensibilización para la mejora los espacios públicos en el Mercado Mayorista Moshoqueque, distrito de José Leonardo Ortiz, se ha elaborado en la evidente necesidad de realizar acciones conjuntas entre todos los involucrados o usuarios que están vinculados al mercado, por lo cual la propuesta guarda relación entre la construcción teórica como práctica, teniendo como base el principio de transformación que se busca generar un cambio en la mentalidad de todos los usuarios del mercado, en cuanto a seguridad, limpieza, contaminación, ordenamiento y libre esparcimiento.
2. Los resultados obtenidos muestran que el estado actual de los espacios públicos se encuentran en estado caótico, respecto a: si las calles están descuidadas están (Tabla N°01; 45.3% TA y 54.7% A); con respecto a si existen focos de contaminación (Tabla N°03; 50% TA, 40.1% A, 4.95 % Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo y 4.95 % en Desacuerdo); con respecto a si las calles están bien iluminadas (Tabla N°06; 34.9 % TD y 65.1% D); con respecto a si los rompe muelles cuentan con diseños adecuados (Tabla N°09; 54.9 % TD y 45.1% D); con respecto a si las vías colindantes están bien señalizadas (Tabla N°10; 34.9 % TD y 65.1% D).
3. Respecto a los resultados obtenidos sobre los factores que están influyendo, vemos que esto en parte se debe a que las medidas correctivas por parte de Municipalidad no son efectivas para recuperar los espacios públicos (Tabla N°12; 34.9 % TD, 60.2 % en D, y 4.9 % A); con respecto a si los espacios públicos con desmonte generan problemas de salud (Tabla N°14; 54.9 % TA y 45.1% A), y con respecto a la pregunta sobre si el recuperar las vías colindantes ayuda a mejorar los temas de salud (Tabla N°15; 59.9 % TA y 40.1% A).
4. De acuerdo con lo evidenciado en el juicio de expertos, el programa tendrá un impacto positivo debido a que sensibilizará a los usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque, y por ende la participación de todos los usuarios contribuirá a que se recuperen y mejoren los espacios públicos colindantes al mercado.

VII. RECOMENDACIONES

1. Debido a la existencia de altos porcentajes desfavorables en la opinión de los usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque, respecto al uso de los espacios públicos, sería oportuno que los comités organizados y empadronados y personal de la municipalidad diseñen algunas estrategias en conjunto con la finalidad de asegurar la implementación del programa de sensibilización.
2. Propiciar un sentido de identidad de los usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque, con la finalidad de generar involucramiento en la mejora de los espacios públicos.
3. Crear comités de vigilancia que trabajen en conjunto con la Policía Nacional y el Serenazgo para que la recuperación y mejora de los espacios públicos se efectivice.

VIII. REFERENCIAS

- Aguirre, Edwin [Tesis de maestría], 2010, “Escenarios de violencia urbana: usos y percepciones del espacio público relacionado con la vivienda en Ciudad Juárez, Chihuahua”, El colegio de la Frontera Norte A.C. México.
- Beltrán, J. & Ganem, D. (2014). Propuesta de Sensibilización en Responsabilidad Social Empresarial al Público Interno. Caso: Global Forest Lumber Company (Tesis de Título Profesional). Universidad de Cartagena. Colombia.
- Borja, J. y Muxí, Z. (2003). El espacio público: ciudad y ciudadanía. Madrid: Electa España.
- Borja, Jordi y Zaida Muxi, 2000, El espacio público, ciudad y ciudadanía. Editorial Electa, pp. 415. Barcelona, 2000.
- Burneo, L. (2010). Construcción de la Ciudadanía Mediante el Uso Cotidiano del Espacio Público (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.
- Cortés Camarillo, Graciela, 1997. Confiabilidad y Validez en Estudios Cualitativos, Revista Educación y Ciencia, Nueva época vol. 1, núm. 1, enero - junio de 1997.
- Cotes, J. (2013). Implementación de un Programa de Sensibilización: Análisis del proceso de ajuste de un taller de Sensibilización de Cultura Organizacional y Gestión del Cambio implementado en una Institución pública chilena (Tesis de Título Profesional). Universidad de Chile. Chile.

- Daza, W. (2008). La Intervención en el Espacio Público como Estrategia para el Mejoramiento de la Calidad de Vida Urbana (Tesis de Maestría en Planeación Urbana y Regional). Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.
- Forero, F. (2008). Arquitectura y urbanismo modernos: Ciudad informal y la construcción del hábitat popular. Foros Internacionales. Universidad La Gran Colombia. Bogotá.
- Fuentes Flores, César 2011, "Espacio público y género: El derecho a la accesibilidad, autonomía, habitabilidad y participación", capítulo 3 en Fuentes et al, coords. Espacio público y género en Ciudad Juárez, Chihuahua. Accesibilidad, sociabilidad, participación y seguridad. El Colegio de la Frontera Norte, Ciudad Juárez, Chihuahua, 2011.
- Gehl, J. (2006). La humanización del espacio urbano: La vida social entre los edificios. Barcelona: Reverté.
- Lara, E. (2014). Reconocimiento, Uso y Apropiación del Espacio Público en Asentamientos Informales (Tesis de Maestría). Universidad Pontificia Universidad Católica de Chile. Chile.
- Mongin, O. (2006). La condición Urbana. La ciudad a la hora de la mundialización. Los 1ª ed. Buenos Aires: Paidós.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. (2011). COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO. Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas.
- Romero, C. (2016). Espacios Públicos y Calidad de Vida Urbana. Estudio de Caso en Tijuana, Baja California (Tesis de Maestría). El Colegio de la Frontera Norte. México.

Salazar, O. (2007). Tiempo libre al aire libre. Prácticas sociales, espacio público y naturaleza en el Parque Nacional Enrique Olaya Herrera (1938-1948). Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Sistema de Información Científica. Historia Crítica, no. 33, 186-208.

Referencias Electrónicas

<http://www.eltiempo.com/colombia/medellin/operativo-contra-ventas-informales-en-el-mirador-de-las-palmas-199790>

<http://diariodesign.com/2016/06/cccb-selecciona-los-25-mejores-espacios-publicos-europeos/>

<http://www.ub.edu/geocrit/9porto/perahia.htm>

<https://www.caf.com/es/conocimiento/blog/2017/07/la-reconquista-del-espacio-publico/?parent=15835>

ANEXO N° 01

Título de la investigación: "PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA MEJORA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS EN EL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE, DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ"
Línea de investigación: Gestión Ambiental y del Territorio
Apellidos y nombres del experto: Dr. Augusto F. Mendiburu Rojas
El instrumento de medición pertenece a las variables: Programa de Sensibilización y Espacio Público

CONFIABILIDAD

La fiabilidad de un test se refiere a la consistencia interna de sus preguntas, a la mayor o menor ausencia de errores de medida. Un test confiable significa que si lo aplicamos por más de una vez a un mismo elemento entonces obtendríamos iguales resultados.

MÉTODO UTILIZADO

Entre los métodos aceptados para medir la fiabilidad está la Prueba de Alfa de Cronbach y la Prueba de dos mitades o Split-half, que consiste en hallar el coeficiente de correlación de Pearson entre las dos mitades de cada factor (par e impar) de los elementos, y luego corregir los resultados según la fórmula de *Spearman - Brown*.

Utilizando el método de las dos mitades y aplicada a **28** elementos con las mismas características de la población de estudio, el instrumento elaborado por el autor para medir **LOS ESPACIOS PÚBLICOS Y EL PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN**, se sometió a la prueba de confiabilidad, el resultado se presenta a continuación:

Coeficiente de dos mitades de Guttman = **0,928**, y que al aplicar la:
Corrección de Spearman-Brow presentó los siguientes resultados:
Instrumento utilizado (Longitud igual) = **0,928**

Según los resultados el instrumento presenta Confiabilidad Interna Significativa

Tabla N° 01

ESTADÍSTICO DE CONSISTENCIA INTERNA DEL CUESTIONARIO

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,907	28

Fuente: Ordenador, SPSS 22

En la Tabla N° 01 se observa el coeficiente correspondiente al Alfa de Cronbach para el análisis de consistencia interna de la encuesta para Usuarios del mercado Mayorista Moshoqueque, de **0,907**, dentro del rango de **muy aceptable** para este tipo de instrumento.



Augusto Franklin Mendiburu Rojas
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
COESPE 459

Tabla N° 02

ESTADÍSTICOS DE CONSISTENCIA INTERNA DEL CUESTIONARIO SI SE SUPRIME UN ÍTEM.

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	87,1000	79,042	,511	,904
VAR00002	87,2000	73,642	,589	,902
VAR00003	87,2000	76,168	,502	,904
VAR00004	89,9500	77,839	,544	,903
VAR00005	87,1500	78,555	,474	,904
VAR00006	89,9000	79,779	,449	,905
VAR00007	87,2500	78,303	,526	,903
VAR00008	87,1500	79,608	,455	,904
VAR00009	90,1000	79,779	,428	,905
VAR00010	89,9000	78,200	,636	,902
VAR00011	90,1000	78,937	,523	,903
VAR00012	89,8000	77,326	,485	,904
VAR00013	86,9000	79,779	,449	,905
VAR00014	87,0000	78,316	,594	,902
VAR00015	86,9500	80,366	,369	,906
VAR00016	86,9500	79,839	,429	,905
VAR00017	89,9500	78,471	,586	,902
VAR00018	89,9000	78,621	,586	,903
VAR00019	88,6000	73,726	,453	,909
VAR00020	87,0500	78,997	,424	,905
VAR00021	87,2000	80,379	,379	,906
VAR00022	90,0500	79,734	,431	,905
VAR00023	87,1500	72,345	,670	,900
VAR00024	89,9500	80,261	,381	,906
VAR00025	87,1500	78,555	,577	,903
VAR00026	89,9500	78,576	,472	,904
VAR00027	87,2000	78,905	,552	,903
VAR00028	87,1000	79,042	,511	,904

Fuente: Ordenador, SPSS 22

En la Tabla N° 02 se observa el Alfa de Cronbach para cada uno de los ítem si un elemento es suprimido con la finalidad de mejorar el coeficiente de **Alfa de Cronbach = 0,907** de la tabla N° 01, se aprecia que NO existen algunos ítems que al suprimirse mejorarían el indicador del alfa.



Augusto Prandin Mendiburu
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
COESPE 459

Tabla N° 03
ESTADÍSTICO DE CONSISTENCIA INTERNA DEL CUESTIONARIO, PRUEBA DE DOS MITADES

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	,839
		N de elementos	14 ^a
	Parte 2	Valor	,811
		N de elementos	14 ^b
	N total de elementos		28
Correlación entre formularios			,866
Coeficiente de Spearman- Brown	Longitud igual		,928
	Longitud desigual		,928
Coeficiente de dos mitades de Guttman			,928


a. Los elementos son: VAR00001, VAR00002, VAR00003, VAR00004, VAR00005, VAR00006, VAR00007, VAR00008, VAR00009, VAR00010, VAR00011, VAR00012, VAR00013, VAR00014.

b. Los elementos son: VAR00015, VAR00016, VAR00017, VAR00018, VAR00019, VAR00020, VAR00021, VAR00022, VAR00023, VAR00024, VAR00025, VAR00026, VAR00027, VAR00028.

En la Tabla N° 03 se observa la prueba de mitades de la encuesta para medir espacio público y programa de sensibilización, mediante el Coeficiente de Spearman para longitudes iguales es de 0,928 y el Coeficiente de dos mitades de Guttman de 0,928 ambos superiores al mínimo establecido para pruebas de este tipo. En tal sentido se decide aprobar el Instrumento en cuestión.

Los resultados que se presentan nos permiten concluir que la encuesta para medir el NIVEL DE RELACIÓN DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS Y EL PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN, instrumento elaborado por los autores, **ES SIGNIFICATIVAMENTE CONFIABLE PARA SU USO.**

Chiclayo, 06 de agosto de 2018



 Augusto Franklin Mendiburu Rojas
 LICENCIADO EN ESTADISTICA
 COESPE 459

CUESTIONARIO

PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA MEJORA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS EN EL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE, DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ

	DESCRIPCIÓN	TD	D	NA/ ND	A	TA
	VARIABLE: ESPACIOS PÚBLICOS	1	2	3	4	5
	Ambiental					
1	¿Considera usted que las calles circundantes al mercado Modelo Moshoqueque se encuentran descuidadas?					
2	¿Cree usted que el estado actual de las calles circundantes al mercado Modelo Moshoqueque genera contaminación ambiental?					
3	¿Considera usted que existen focos de contaminación en los espacios públicos en la periferia del mercado Modelo Moshoqueque?					
4	¿Cree usted que los usuarios del mercado Modelo Moshoqueque separan la basura orgánica e inorgánica?					
5	¿Considera usted que el estado actual de los espacios públicos circundantes al mercado Modelo Moshequeque generan contaminación visual?					
	Seguridad					
6	¿Considera usted que las calles se encuentran bien iluminadas?					
7	¿La falla de este ha provocado que aumenten los actos de vandalismo en tu localidad?					
8	¿Cree usted que existe discriminación en la estructura de los espacios públicos para minusválidos?					
9	¿Cree usted que los rompe muelles del distrito de José Leonardo Ortiz están adecuados al diseño normativo?					
10	¿Cree usted que las vías colindantes al mercado Moshoqueque se encuentran debidamente señalizadas?					
11	¿Considera usted que la señalización de las vías colindantes al mercado Moshoqueque reduciría los accidentes vehiculares?					
	Recuperación					
12	¿Cree usted que se están tomando medidas correctivas por parte de la municipalidad para recuperar estos espacios?					
13	¿Cree usted que al recuperar los espacios ocupados por desmonte mejoraría el ornato del distrito?					
14	¿Considera usted que los espacios públicos ocupados con desmonte están generando problemas de salud en su localidad?					
15	¿Considera usted que al recuperar las vías colindantes al mercado Moshoqueque mejoraría la transitabilidad de los usuarios?					

	DESCRIPCIÓN	TD	D	A/D	A	TA
	VARIABLE: PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN	1	2	3	4	5
	Integración					
16	¿Considera usted que teniendo comités organizados se mejoraría la participación ciudadana?					
17	¿Considera usted que están bien organizados los comités de seguridad ciudadana?					
18	¿Considera usted que las instituciones están realmente comprometidas con la mejora del servicio?					
19	¿Considera usted que lo acuerdos municipales benefician a la limpieza en su distrito?					
	Valoración de la calificación					
20	¿Cree usted que es necesario que se implemente un programa de sensibilización para mejorar los espacios públicos?					
21	¿Crees usted que falta participación de las diversas organizaciones sociales en la conservación de los espacios públicos?					
22	¿Ha recibido usted alguna capacitación sobre el cuidado y conservación de los espacios públicos?					
23	¿Cree usted que es importante que se capacite sobre la importancia de conservar los espacios públicos?					
	Estrategias					
24	¿Sabe usted cómo segregar la basura que se genera en su hogar?					
25	¿Estaría dispuesto a contribuir en generar menos basura?					
26	¿Usted recicla la basura generada en su hogar?					
27	¿Cree usted que existen comités de vigilancia en su distrito?					
28	¿Considera usted que el control social ayudará a tener una mejor fiscalización que mejorara los espacios públicos?					

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
Propuesta de un Programa de Sensibilización para mejorar los espacios públicos en la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz, 2018	¿Cómo mejorar los espacios públicos en la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz, 2018?	GENERAL.- Proponer un Programa de Sensibilización para mejorar los espacios públicos en la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz, 2018	La implementación de un Programa de Sensibilización mejoraría los espacios públicos en la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz, 2018	Independiente: un Programa de Sensibilización	<i>Integrantes</i>	Tipo de investigación.- No experimental. Transversal Descriptiva. Diseño de investigación.- M ----> O
		ESPECÍFICOS: 1.-Diagnosticar el estado actual de los espacios públicos en la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz, 2018			<i>Adaptabilidad</i>	
		2.-Identificar los factores influyentes en los espacios públicos en la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz, 2018			<i>Educación</i>	
		3.-Formular un Programa de Sensibilización para mejorar los espacios públicos en la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz, 2018			<i>Ambiental</i>	
		4.-Estimar los resultados que generará un Programa de Sensibilización en los espacios públicos en la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz, 2018		Dependiente: los espacios públicos	<i>Seguridad</i>	
					<i>Recuperación</i>	

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del Experto: Sobriño Olea Aguilera Juliana
- 1.2 Grado Académico: Doctor
- 1.3 Profesión: Abogada
- 1.4 Denominación del Instrumento: Propuesta de Programa de Sensibilización para la Mejora de los Espacios Públicos
- 1.5 Autor del instrumento: Br. Alberca Jiménez y Br. Morales Chapoñan
- 1.6 Programa de posgrado: Maestría en Gestión Pública

II. VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL		-	-	-	8	20
SUMATORIA TOTAL		28				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

Valoración total cuantitativa: 28

Valoración Final: ACEPTABLE

Leyenda de Puntuación:

de 01 hasta 17 puntos No Aceptable
de 18 hasta 23 puntos Mejorar
de 24 a + Aceptable

Observaciones:

Juliana Olea Aguilera
26733848

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del Experto: CABRERA CABRERA Xiomara
 1.2 Grado Académico DOCTORA
 1.3 Profesión ABOGADA
 1.4 Denominación del Instrumento Propuesta de Programa de Sensibilización para la Mejora de los Espacios Públicos
 1.5 Autor del instrumento Br. Alberca Jiménez y Br. Morales Chapoñan
 1.6 Programa de posgrado Maestría en Gestión Pública

II. VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL		-	-	-	-	30
SUMATORIA TOTAL		30				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

Valoración total cuantitativa: 30

Valoración Final: ACEPTABLE

Legenda de Puntuación:

de 01 hasta 17 puntos No Aceptable
 de 18 hasta 23 puntos Mejorar
 de 24 a + Aceptable

[Handwritten Signature]
 001321330

Observaciones:

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del Experto: CALLEJAS TORRES JUAN CARLOS
- 1.2 Grado Académico: DOCTOR
- 1.3 Profesión: INGENIERO MECANICO
- 1.4 Denominación del Instrumento: Propuesta de Programa de Sensibilización para la Mejora de los Espacios Públicos
- 1.5 Autor del instrumento: Br. Alberca Jiménez y Br. Morales Chapoñan
- 1.6 Programa de posgrado: Maestría en Gestión Pública

II. VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL		-	-	-	8	20
SUMATORIA TOTAL		28				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

Valoración total cuantitativa: 28

Valoración Final: ACEPTABLE

Leyenda de Puntuación:

de 01 hasta 17 puntos No Aceptable
de 18 hasta 23 puntos Mejorar
de 24 a + Aceptable



C.E 001170407

Observaciones:

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y nombres del Experto: PURISACA VIGIL Pape
 1.2 Grado Académico: Doctor
 1.3 Profesión: Abogado
 1.4 Denominación del Instrumento: Propuesta de Programa de Sensibilización para la Mejora de los Espacios Públicos
 1.5 Autor del instrumento: Br. Alberca Jiménez y Br. Morales Chapoñan
 1.6 Programa de posgrado: Maestría en Gestión Pública

II. VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL		-	-	-	4	25
SUMATORIA TOTAL		29				


III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

Valoración total cuantitativa: 29

Valoración Final: ACEPTABLE

Leyenda de Puntuación:

de 01 hasta 17 puntos No Aceptable
 de 18 hasta 23 puntos Mejorar
 de 24 a + Aceptable


 DWI 17551377

Observaciones:

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del Experto: MONTENEGRO CAMACHO LUIS AGUIRO
- 1.2 Grado Académico DOCTOR
- 1.3 Profesión LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
- 1.4 Denominación del Instrumento Propuesta de Programa de Sensibilización para la Mejora de los Espacios Públicos
- 1.5 Autor del instrumento Br. Alberca Jiménez y Br. Morales Chapoñan
- 1.6 Programa de posgrado Maestría en Gestión Pública

II. VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Mal	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL		-	-	-	-	30
SUMATORIA TOTAL		30				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

Valoración total cuantitativa: 30


Valoración Final: ACEPTABLE

Legenda de Puntuación:

- de 01 hasta 17 puntos *No Aceptable*
- de 18 hasta 23 puntos *Mejorar*
- de 24 a + *Aceptable*

Observaciones:

[Firma]
COESP 2.62

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo **Yolanda Yanina Alberca Jiménez**, identificado con DNI N° **46094615**, egresado de la Escuela Profesional de **Maestría en Gestión Pública** de la Universidad César Vallejo, autorizo (**X**) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA MEJORA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS DE LOS USUARIOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE, JOSÉ LEONARDO ORTIZ**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....



 FIRMA

DNI: 46094615

FECHA: 13 de Setiembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo **Jaydee Lizeth Morales Chapoñan**, identificado con DNI N° **46331749**, egresado de la Escuela Profesional de **Maestría en Gestión Pública** de la Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA MEJORA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS DE LOS USUARIOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE, JOSÉ LEONARDO ORTIZ**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....


FIRMA

DNI: 46331749

FECHA: 13 de Setiembre del 2018

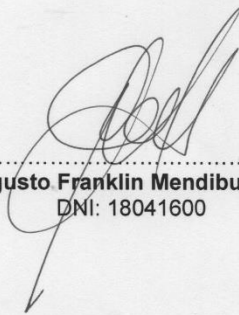
Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, **Dr. Augusto Franklin Mendiburu Rojas**, Asesor del Curso de Diseño y Desarrollo del Trabajo de Investigación y Revisor de la tesis de las estudiantes, **Br. Alberca Jiménez, Yolanda Yanina y Morales Chapoñan, Jaydee Lizeth** titulada: "PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA MEJORA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS DE LOS USUARIOS DEL MERCADO MAYORISTA MOSHOQUEQUE, JOSÉ LEONARDO ORTIZ", constato que la misma tiene un índice de similitud de 14% verificable en el reporte de originalidad del programa *Turnitin*.

El suscrito, analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 11 de agosto del 2018


.....
Dr. Augusto Franklin Mendiburu Rojas,
DNI: 18041600