

# UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS

FACULTAD DE INGENIERÍAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL



**TESIS**

**PERCEPCIÓN AMBIENTAL Y PRÁCTICAS SOSTENIBLES DE LOS  
COMERCIANTES DEL NUEVO MERCADO DEL CENTRO POBLADO DE  
SALCEDO – PUNO, 2025.**

**PRESENTADA POR:**

**YANET COILA BUSTINCIO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**INGENIERO AMBIENTAL**

**PUNO – PERÚ**

**2025**



Repositorio Institucional ALCIRA by [Universidad Privada San Carlos](http://Universidad Privada San Carlos) is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



# 13.51%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 18 AUG 2025, 2:35 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL  
6.27%

● CHANGED TEXT  
7.23%

## Report #28073661

YANET COILA BUSTINCIO // PERCEPCIÓN AMBIENTAL Y PRÁCTICAS SOSTENIBLES DE LOS COMERCIANTES DEL NUEVO MERCADO DEL CENTRO POBLADO DE SALCEDO – PUNO, 2025. RESUMEN Esta investigación tuvo como objetivo evaluar la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo, Puno, en el año 2025.

10 Se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, transversal, descriptivo, mediante un cuestionario en escala Likert y observación directa aplicado a una muestra de 92 comerciantes formales.

Los resultados mostraron que el nivel de percepción ambiental es predominantemente alto, destacando la conciencia ambiental con un 84%, la actitud proambiental con un 79% y los conocimientos sólidos con un 50%. Sin embargo, a pesar de esta alta percepción, la implementación de prácticas sostenibles es limitada y se centra principalmente en acciones básicas como la limpieza y el manejo general de residuos, mientras que la segregación adecuada, la conservación del agua, la eficiencia energética y el uso de productos ecológicos alcanzan bajos niveles de adopción. El análisis detallado reveló una relación positiva fuerte y significativa entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles, reflejada en un coeficiente de correlación de Pearson de  $r = 0,830$  con un nivel de significancia de  $p = 0,003$ . Esto indica que los comerciantes co

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS**  
**FACULTAD DE INGENIERÍAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL**  
**TESIS**  
**PERCEPCIÓN AMBIENTAL Y PRÁCTICAS SOSTENIBLES DE LOS**  
**COMERCIANTES DEL NUEVO MERCADO DEL CENTRO POBLADO DE**  
**SALCEDO – PUNO, 2025.**  
**PRESENTADA POR:**  
**YANET COILA BUSTINCIO**  
**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**INGENIERO AMBIENTAL**

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE

:

  
\_\_\_\_\_  
Dr. ESTEBAN ISIDRO LEON APAZA

PRIMER MIEMBRO

:

  
\_\_\_\_\_  
Mg. KATIA ELIZABETH ANDRADE LINAREZ

SEGUNDO MIEMBRO

:

  
\_\_\_\_\_  
Dra. MARLENE CUSI MONTESINOS

ASESOR DE TESIS

:

  
\_\_\_\_\_  
Mg. JULIO WILFREDO CANO OJEDA

Área: Ingeniería, Tecnología

Sub Área: Ingeniería Ambiental

Líneas de Investigación: Ciencias ambientales

Puno, 26 de agosto del 2025.

## DEDICATORIA

A mi amada hija, luz de mi vida y motivo de mi mayor esfuerzo, cuyo amor y alegría me inspiran cada día a ser mejor y a nunca rendirme. Todo lo que hago es por ti y para ti, con la esperanza de dejarte un ejemplo de perseverancia y amor incondicional.

A mis queridos padres, pilares fundamentales en mi vida, por su apoyo inquebrantable, sus sabios consejos y el inmenso amor que siempre me han brindado. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo, la humildad y la honestidad.

A mis hermanos, compañeros de vida y de sueños, por su cariño, comprensión y por estar siempre a mi lado en cada etapa de este camino. Ustedes son mi fuerza y mi refugio.

Con todo mi amor y gratitud, les dedico este logro, que es tan mío como de ustedes.

## AGRADECIMIENTOS

- A la Universidad Privada San Carlos, por brindarme una formación profesional integral y las herramientas necesarias para contribuir al desarrollo de mi región.
- A la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental, por su constante apoyo académico y por fomentar en mí el compromiso con la protección y el cuidado del medio ambiente.
- A los miembros del jurado calificador, por ser parte fundamental de esta investigación, por sus valiosas observaciones, sugerencias y dedicación en la revisión de este trabajo.
- A mi asesor, Mg. Julio Wilfredo Cano Ojeda, por su apoyo incondicional, su orientación experta y su paciencia durante todo el proceso de elaboración y culminación de esta investigación. Su guía ha sido esencial para alcanzar este logro.

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
INDICE DE ANEXOS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10

### CAPÍTULO I

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>12</b>
1.1.1 PROBLEMA GENERAL	13
1.1.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS	13
<b>1.2. ANTECEDENTES</b>	<b>14</b>
1.2.1. INTERNACIONAL	14
1.2.2. NACIONAL	15
1.2.3. LOCAL	18
<b>1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>19</b>

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

<b>2.1. MARCO TEÓRICO</b>	<b>20</b>
2.1.1. MARCO CONCEPTUAL	24

2.1.2. MARCO NORMATIVO	25
<b>2.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>26</b>
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	
<b>3.1. ZONA DE ESTUDIO</b>	<b>27</b>
<b>3.2. TAMAÑO DE MUESTRA</b>	<b>28</b>
3.2.1. POBLACIÓN	28
3.2.2. MUESTRA	28
<b>3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS</b>	<b>29</b>
3.3.1. DISEÑO METODOLÓGICO POR OBJETIVO ESPECÍFICO	30
3.3.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	33
<b>3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO</b>	<b>34</b>
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS</b>	
<b>4.1. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1: IDENTIFICAR EL NIVEL DE PERCEPCIÓN AMBIENTAL DE LOS COMERCIANTES DEL NUEVO MERCADO DEL CENTRO POBLADO DE SALCEDO – PUNO, 2025.</b>	<b>35</b>
<b>4.2. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 2</b>	<b>40</b>
<b>4.3. PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS</b>	<b>47</b>
4.3.1. HIPÓTESIS GENERAL	47
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>51</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>53</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>54</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>57</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 01:</b> Operacionalización de variables	33
<b>Tabla 02:</b> Ficha de observación de prácticas sostenibles.	40
<b>Tabla 03:</b> Correlación entre percepción ambiental y prácticas sostenibles.	47

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 01:</b> Zona de estudio y sus coordenadas UTM 19 L (15°52'8.19"S 69°59'44.58"O).	27
<b>Figura 02:</b> Dimensión conocimientos ambientales	35
<b>Figura 03:</b> Dimensión actitudes ambientales.	37
<b>Figura 04:</b> Dimensión conciencia ambiental.	38
<b>Figura 05:</b> Diagrama de dispersión de los datos percepción ambiental versus las prácticas sostenibles.	46

## INDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo 01:</b> Matriz de consistencia	58
<b>Anexo 02:</b> Cuestionario	59
<b>Anexo 03:</b> Ficha de validación de instrumento	61
<b>Anexo 04:</b> Ficha de observación de prácticas sostenibles	62
<b>Anexo 05:</b> Dimensión conocimientos ambientales	64
<b>Anexo 06:</b> Dimensión actitudes ambientales	65
<b>Anexo 07:</b> Dimensión conciencia ambiental	66
<b>Anexo 08:</b> Panel fotográfico	67

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo evaluar la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo, Puno, en el año 2025. Se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, transversal, descriptivo, mediante un cuestionario en escala Likert y observación directa aplicado a una muestra de 92 comerciantes formales. Los resultados mostraron que el nivel de percepción ambiental es predominantemente alto, destacando la conciencia ambiental con un 84%, la actitud proambiental con un 79% y los conocimientos sólidos con un 50%. Sin embargo, a pesar de esta alta percepción, la implementación de prácticas sostenibles es limitada y se centra principalmente en acciones básicas como la limpieza y el manejo general de residuos, mientras que la segregación adecuada, la conservación del agua, la eficiencia energética y el uso de productos ecológicos alcanzan bajos niveles de adopción. El análisis detallado reveló una relación positiva fuerte y significativa entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles, reflejada en un coeficiente de correlación de Pearson de  $r = 0,830$  con un nivel de significancia de  $p = 0,003$ . Esto indica que los comerciantes con mayor percepción ambiental son más propensos a adoptar comportamientos responsables, como la correcta separación de residuos, el reciclaje y el uso responsable de los recursos. En conclusión, los comerciantes muestran, de forma abrumadora, una alta conciencia ambiental y actitudes favorables hacia el medio ambiente, pero la implementación efectiva de comportamientos sostenibles no supera el 25% en la mayoría de las dimensiones evaluadas. Esta brecha resalta la necesidad de fortalecer la educación ambiental, optimizar la infraestructura y crear incentivos específicos para promover la sostenibilidad en este entorno comercial, lo que podría traducirse en beneficios tanto ecológicos como socioeconómicos para la comunidad de Salcedo.

**Palabras claves:** Comerciantes, Mercado, Percepción ambiental, Prácticas sostenibles.

## ABSTRACT

This research aimed to evaluate the environmental perception and sustainable practices of merchants at the new market in the Salcedo Population Center, Puno, in 2025. A quantitative approach was used with a non-experimental, cross-sectional, descriptive design, using a Likert-scale questionnaire and direct observation applied to a sample of 92 formal merchants. The results showed that the level of environmental perception is predominantly high, highlighting environmental awareness at 84%, pro-environmental attitude at 79%, and solid knowledge at 50%. However, despite this high perception, the implementation of sustainable practices is limited and focuses mainly on basic actions such as cleaning and general waste management, while proper segregation, water conservation, energy efficiency, and the use of ecological products reach low levels of adoption. Detailed analysis revealed a strong and significant positive relationship between environmental perception and sustainable practices, reflected in a Pearson correlation coefficient of  $r = 0.830$  with a significance level of  $p = 0.003$ . This indicates that merchants with higher environmental perceptions are more likely to adopt responsible behaviors, such as proper waste separation, recycling, and conscious use of resources. In conclusion, merchants overwhelmingly display high environmental awareness and favorable attitudes toward the environment, but the effective implementation of sustainable behaviors does not exceed 25% in most of the dimensions evaluated. This gap highlights the need to strengthen environmental education, optimize infrastructure, and create specific incentives to promote sustainability in this commercial environment, which could translate into both ecological and social and economic benefits for the Salcedo community.

**Keywords:** Merchants, Market, Environmental perception, Sustainable practices.

## INTRODUCCIÓN

La percepción ambiental y la adopción de prácticas sostenibles constituyen pilares fundamentales para el desarrollo integral de las comunidades y la preservación del entorno, especialmente en espacios de alta interacción social como los mercados. En el contexto actual, los mercados tradicionales enfrentan desafíos ambientales significativos, tales como el manejo inadecuado de residuos sólidos, el uso ineficiente de recursos y la limitada incorporación de prácticas ecológicas por parte de sus principales actores: los comerciantes. Estas problemáticas no solo repercuten en la calidad ambiental local, sino que también inciden en la salud pública y el bienestar colectivo (Carrasquero, 2024).

En el caso específico del Mercado del Centro Poblado de Salcedo, ubicado en la ciudad de Puno, se observa una realidad representativa de muchos mercados emergentes en el país: predominan acciones básicas de limpieza y manejo de residuos, mientras que la implementación de prácticas sostenibles más avanzadas es escasa. La limitada percepción ambiental y la ausencia de una cultura ambiental consolidada entre los comerciantes dificultan la consolidación de un mercado verdaderamente sostenible y comprometido con la protección del entorno.

Esta situación plantea la necesidad de investigar la relación entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles en este contexto, con el fin de identificar fortalezas y debilidades, así como de proponer estrategias que permitan transformar la conciencia ambiental en acciones concretas. Por ello, la presente investigación se orienta a responder la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025? El estudio tiene como propósito determinar el nivel de percepción ambiental existente, describir las prácticas sostenibles implementadas y analizar cómo estos factores interactúan en la dinámica comercial del mercado.

Los resultados de esta investigación aportarán evidencia relevante para el diseño de programas de educación ambiental, la formulación de políticas de gestión sostenible y la promoción de una cultura ambiental sólida entre los comerciantes. Asimismo, servirán como referencia para otros mercados de la región que busquen fortalecer su compromiso con la sostenibilidad y el bienestar comunitario.

El contenido del presente trabajo se organiza en:

Capítulo I: Planteamiento del problema, Antecedentes y Objetivos de la investigación

Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual, Marco Normativo e Hipótesis de la Investigación

Capítulo III: Metodología de la Investigación

Capítulo IV: Exposición y Análisis de los Resultados, Conclusiones y Recomendaciones

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el contexto global, la crisis ambiental y el cambio climático han llevado a repensar las prácticas comerciales y de consumo en todo tipo de espacios públicos. Los mercados tradicionales, como centros de comercialización masiva, representan puntos críticos de generación de residuos, consumo de recursos y potencial contaminación ambiental (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [PNUMA], 2021). La sostenibilidad en estos espacios depende significativamente de la percepción ambiental y las prácticas que adoptan sus principales actores: los comerciantes (Carrasquero, 2024). A nivel nacional, el Perú enfrenta desafíos significativos en la gestión ambiental de sus mercados de abastos. Según Contreras & Leonardo (2022), sólo el 24% de los mercados del país implementa prácticas sostenibles adecuadas, mientras que la mayoría presenta problemas como manejo inadecuado de residuos, uso ineficiente del agua y energía, y escasa cultura ambiental entre sus comerciantes.

En la región Puno, la situación ambiental en los mercados se complica por factores como la altitud, las condiciones climáticas extremas y las limitaciones en infraestructura. Los estudios de la Dirección Regional de Medio Ambiente (2024) indican que los mercados de la región generan aproximadamente 35 toneladas diarias de residuos, de los cuales solo el 15% recibe un tratamiento adecuado.

En el ámbito local, el nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo representa una oportunidad única para implementar prácticas sostenibles desde su inauguración. Sin embargo, no se ha realizado una evaluación sistemática sobre la percepción ambiental de sus comerciantes y las prácticas que implementan. Esta falta de información dificulta el desarrollo de estrategias efectivas para la gestión ambiental del mercado y el fomento de prácticas sostenibles.

La percepción ambiental influye directamente en las prácticas sostenibles que adoptan los comerciantes, estableciendo una relación entre la conciencia ecológica y la aplicación de acciones concretas en favor del medio ambiente. Conocer esta relación es fundamental para diseñar programas de educación ambiental y políticas de gestión sostenible adaptadas a la realidad local.

El resultado de esta investigación proporcionará información valiosa para autoridades locales, administradores del mercado y los propios comerciantes, permitiendo desarrollar estrategias efectivas de gestión ambiental y programas de capacitación adaptados a las necesidades específicas del nuevo mercado de Salcedo.

### **1.1.1 PROBLEMA GENERAL**

¿Cómo es la percepción ambiental y prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del centro poblado de Salcedo – Puno 2025?

### **1.1.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿Cuál es el nivel de percepción ambiental de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025?
- ¿Qué tipos de prácticas sostenibles implementan los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025?

## 1.2. ANTECEDENTES

### 1.2.1. INTERNACIONAL

Blanco & De La Fuente (2022), indica que en el Mercado Alianza en el norte de México persiste una intensa dinámica social que mantiene vivas tradiciones populares e historia local. Este estudio descriptivo analizó la experiencia subjetiva, percepciones y actitudes de los usuarios mediante entrevistas semi estructuradas fijas y durante recorridos, mapeando los comentarios sobre un plano para visualizar experiencias en puntos específicos. Resultados: Se identificó que las experiencias positivas se relacionan con las cualidades de elementos físicos, productos a la venta, aspectos sociales y elementos representativos del mercado, mientras que las experiencias negativas se vinculan a la inseguridad, falta de limpieza y mantenimiento. El análisis confirmó que los espacios del mercado generan experiencias sensoriales y sociales significativas, trascendiendo su función básica de abasto para convertirse en lugares de esparcimiento para sus visitantes.

Carrasquero (2024), el objetivo de su artículo fue diagnosticar las buenas prácticas ambientales con la finalidad de analizar la sostenibilidad empresarial en pymes en la provincia del Guayas, Ecuador. La investigación sigue un diseño no experimental, con un enfoque tipo descriptivo y transversal. Las unidades de análisis estuvieron constituidas por 343 pymes de diversos sectores económicos. Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, y un cuestionario estructurado, como instrumento. La evaluación realizada reveló que la utilización de aspectos ecológicos para promover servicios o productos generó la puntuación más baja (1,40). Las dimensiones: entrenamiento ambiental y conservación ambiental presentaron ponderaciones menores a 2,00; por lo que prácticas como realización de programas de entrenamiento ambiental e inversión en conservación ambiental no se encuentran consolidadas en los diferentes sectores

productivos de las pymes. El diagnóstico realizado mostró la necesidad imperiosa de instruir a los microempresarios en relación con las preocupaciones ambientales actuales.

### 1.2.2. NACIONAL

Ochante et al. (2023), menciona que las prácticas sostenibles son acciones que pretenden minimizar el impacto negativo hacia el medio ambiente, la sociedad, economía, promoviendo así la conservación de los recursos naturales y equidad social. Se plantea como pregunta de investigación: ¿Cuáles son las estrategias que impulsan a la sostenibilidad? ¿Cómo podrían aplicarse estas al entorno educativo? Para enfrentar el desafío del cambio climático y promover la participación ciudadana en la protección del medio ambiente, es fundamental implementar una serie de acciones y estrategias. Resultados: Según la revisión de la literatura realizada, los autores recomiendan: establecer un sistema de tarifa de recolección de residuos, fomentar la conservación de la naturaleza desde casa y en la escuela, realizar evaluaciones iniciales de los desechos generados, organizar actividades de educación y concientización, instalar dispositivos de ahorro de agua y captación de agua, y evaluar el uso de materiales que reduzcan el consumo de papel y otros recursos..

Espinoza (2020), en su investigación analizó la relación entre la Educación Ambiental y el Manejo de Residuos Sólidos entre los comerciantes del Mercado de la Urbanización de Año Nuevo en Comas, Lima, partiendo de la hipótesis que la escasa educación ambiental causa malas prácticas en la gestión de residuos. El estudio, de tipo descriptivo correlacional y metodología cualitativa, evaluó a 186 comerciantes de una población total de 360 mediante cuestionarios y listas de cotejo. Los resultados, analizados con la prueba chi-cuadrado en SPSS, arrojaron un p-valor de 0.004 (menor al nivel de significancia de 0.05), rechazando así la hipótesis nula y confirmando estadísticamente la existencia de una relación significativa entre el nivel de educación ambiental de los comerciantes y sus prácticas de manejo de residuos sólidos en el mercado.

Huaman (2024), expresa que si existe una conexión entre la Cultura Ambiental y el Tratamiento de Desperdicios Sólidos en los Comerciantes del Mercado Modelo de Huacho, 2023, es un estudio de investigación para la obtención del título de Ingeniero Ambiental de la Facultad de Ingeniería Agraria, Industrias Alimentarias y Ambientales de la UNJFSC-Huacho. La metodología utilizada se enmarca en la investigación básica descriptiva, correlacional y no experimental. La población objeto de estudio estuvo compuesta por 1050 comerciantes del mercado modelo de Huacho, y la muestra seleccionada fue de 199. La herramienta principal de la investigación fue la ficha de observación, que se utilizó para evaluar ambas variables. Los resultados indican que la cultura ambiental tiene un impacto en la gestión de residuos sólidos por parte de los comerciantes del mercado modelo de la ciudad de Huacho, 2023, siendo de una intensidad buena.

Vásquez (2024), expresa que los mercados de abasto son pilares socioculturales en el desarrollo urbano peruano, manteniendo su predominancia frente al crecimiento de supermercados. El mercado central de Sechura enfrenta grave contaminación ambiental por falta de conciencia ecológica y gestión deficiente. Los resultados revelaron que el 78% de comerciantes carece de capacitación en gestión ambiental, el 65% no implementa prácticas de segregación de residuos, y se generan aproximadamente 2.5 toneladas diarias de desechos mal gestionados. Las pruebas microbiológicas detectaron niveles preocupantes de contaminación en áreas de alimentos frescos, mientras que las encuestas confirmaron que el 83% de usuarios percibe problemas sanitarios significativos. Se propone implementar programas educativos, sistemas mejorados de recolección y protocolos sanitarios estandarizados para 2023.

López & Montalvo (2019), afirman que en los mercados de las grandes ciudades surgen diferentes problemas dentro de los cuales se encuentran relacionados con las prácticas socio ambientales. En este trabajo se investiga el manejo que los comerciantes del

Mercado Moshoqueque “Il Sector de Brazil - Frutas” tienen, frente al recojo y disposición final de los residuos orgánicos e inorgánicos. Se aplicaron encuestas, lo que nos permitió conocer las prácticas socio - ambientales más utilizadas. Los resultados muestran que los comerciantes adolecen de una cultura ambiental, asimismo carecen de estrategias respecto al cuidado de los productos que venden y los desechos que se origina; además los comerciantes no tienen conocimientos acerca del BPM (Buenas Prácticas de Manipulación) de los alimentos que ponen en disposición del público. Por otro lado, las autoridades municipales no cumplen con su rol en cuanto al control del recojo de basura por parte del camión recolector en los horarios establecidos, tampoco garantizan el cumplimiento de las normas de salubridad por los comerciantes. Se ha constatado que no cumplen a cabalidad con las normas de salubridad impuestas, por las autoridades municipales y la falta de estrategias al cuidado ambiental del mercado Moshoqueque “Il Sector Brazil - Frutas”. En este trabajo se proponen estrategias socio ambientales sostenibles para garantizar un adecuado recojo y disposición final de los residuos sólidos en la zona de estudio.

Rodríguez (2021), en su estudio examina la importancia de la calidad ambiental en los mercados de alimentos peruanos, enfocándose en la necesidad de indicadores de saneamiento para la gestión adecuada de residuos orgánicos. A través de una revisión bibliográfica en bases de datos como Scopus, Latindex, Dialnet, Redalyc y Google Académico, se investigaron los niveles de contaminación por residuos sólidos en centros de abastecimiento alimentario del Perú. Resultados: La investigación reveló deficiencias significativas en los sistemas de recolección, disposición final y separación de residuos en la fuente dentro de los mercados abiertos peruanos. Se identificó la necesidad urgente de implementar estrategias coordinadas entre gobierno, vendedores y sociedad civil para mejorar la infraestructura sanitaria, optimizar los sistemas de recolección, promover

prácticas adecuadas de segregación de residuos y fortalecer los programas de educación y conciencia ambiental.

### **1.2.3. LOCAL**

Flores (2024), analizó cómo la gestión adecuada de residuos sólidos es un desafío ambiental creciente especialmente en mercados urbanos como el mercado Unión y Dignidad en Puno. El manejo deficiente de residuos sólidos, tanto biodegradables genera impactos negativos en la salud pública y en el medio ambiente. Este estudio tiene como objetivo evaluar las prácticas actuales de manejo de residuos sólidos en el mercado para dar soluciones que mejoren la sostenibilidad ambiental. Utilizando encuestas estructuradas y observación directa, las encuestas fueron aplicadas a una muestra representativa de los comerciantes, mientras que la observación directa permitió evaluar las prácticas reales de manejo de residuos en el mercado. Los datos obtenidos fueron analizados para identificar las fortalezas y debilidades en las prácticas de gestión de residuos. Los resultados revelaron que un 30.4% de comerciantes tiene un bajo manejo y conocimiento bajo de residuos sólidos biodegradables, además, el nivel de educación ambiental de los comerciantes es muy bajo, con solo un 9.5% de ellos aplicando prácticas adecuadas de reciclaje y separación de residuos, no obstante mejorar la educación ambiental y fomentar un enfoque comunitario son esenciales para optimizar el manejo de residuos en el mercado. Es crucial involucrar a todos los actores del mercado en la implementación de prácticas sostenibles que reduzcan el impacto ambiental y mejoren la calidad del entorno, se concluye que hay un manejo inadecuado de residuos sólidos.

Quispe (2024), evaluó la relación entre educación ambiental y manejo de residuos sólidos en el Mercado Unión y Dignidad de Puno durante 2023, un espacio muy concurrido donde se evidencia deficiente gestión de desechos que podría afectar la salud pública. Mediante un diseño descriptivo no experimental, se aplicaron dos cuestionarios a 246 comerciantes de una población total de 682. Los resultados revelaron que el 25% de comerciantes

nunca realizó un correcto manejo de residuos, el 32% casi nunca recibió educación ambiental en instituciones educativas o laborales, sólo el 7% participó en campañas ambientales, y el 78% señaló la ausencia de contenedores codificados por colores para clasificación de residuos. Se encontró una correlación positiva baja ( $Rho=0,231$ ) entre educación ambiental y prácticas de manejo de residuos, confirmando la hipótesis alterna que el nivel de conocimiento ambiental influye en las prácticas de gestión de residuos sólidos por parte de los comerciantes,

### **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **OBJETIVO GENERAL**

- Evaluar la percepción ambiental y prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del centro poblado de Salcedo – Puno 2025.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar el nivel de percepción ambiental de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.
- Describir las prácticas sostenibles que implementan los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. MARCO TEÓRICO

##### PERCEPCIÓN AMBIENTAL: FUNDAMENTOS TEÓRICOS

###### Conceptualización de la percepción ambiental

La percepción ambiental se refiere a la forma en que las personas perciben y experimentan su entorno. Este proceso cognitivo y afectivo permite a los individuos interpretar las condiciones ambientales que los rodean, influyendo significativamente en sus comportamientos hacia el medio ambiente. Según Jurado & Víncula (2023), la percepción ambiental es un proceso complejo que involucra factores cognitivos y emocionales". Esta complejidad implica que la interpretación del entorno no es meramente sensorial, sino que integra aspectos psicológicos profundos que determinan cómo valoran las personas los problemas ambientales.

###### Modelos teóricos sobre percepción ambiental

Diversos modelos teóricos han sido desarrollados para comprender la percepción ambiental. El modelo de la percepción ambiental de Flores & Reyes (2019) destaca la importancia de la experiencia y la familiaridad con el entorno. Este enfoque subraya que la percepción no es estática sino que evoluciona según las experiencias acumuladas.

###### Factores que influyen en la percepción ambiental

Múltiples factores inciden en cómo las personas perciben su entorno. Como señala Flores & Reyes (2019), la educación y la experiencia pueden influir en la forma en que las

personas perciben su entorno. Estos elementos formativos configuran los marcos interpretativos que utilizan los individuos para dar sentido a las problemáticas ambientales y evaluar su relevancia.

## PRÁCTICAS SOSTENIBLES EN CONTEXTOS COMERCIALES

### Definición de prácticas sostenibles

Según la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, las prácticas sostenibles se refieren a las acciones y comportamientos que minimizan el impacto negativo en el medio ambiente (Ochante et al., 2023). Este concepto fundamental establece el marco para evaluar las acciones de los comerciantes en relación con su impacto ambiental.

### Tipología de prácticas sostenibles

Las prácticas sostenibles abarcan un amplio espectro de acciones. Como señala Julio en su estudio las prácticas sostenibles pueden incluir la reducción de residuos, el uso eficiente de recursos y la conservación del medio ambiente (Julio et al., 2023). En el contexto de mercados tradicionales, estas prácticas adquieren características específicas adaptadas a las dinámicas comerciales locales.

### Beneficios de implementar prácticas sostenibles

La adopción de prácticas sostenibles genera múltiples beneficios. Según Gil (2021), las prácticas sostenibles pueden tener beneficios económicos, sociales y ambientales. Estos beneficios multidimensionales constituyen incentivos potenciales para la adopción de comportamientos proambientales entre los comerciantes.

### Desafíos para la implementación

A pesar de sus beneficios, la implementación de prácticas sostenibles enfrenta obstáculos significativos. Benavides et al., (2023) afirma que la implementación de prácticas sostenibles requiere un cambio de comportamiento y cultura en la sociedad. Esta transformación cultural representa un desafío particularmente relevante en contextos comerciales tradicionales con prácticas arraigadas.

## RELACIÓN ENTRE PERCEPCIÓN AMBIENTAL Y PRÁCTICAS SOSTENIBLES

### Influencia de la percepción en el comportamiento sostenible

Existe una conexión fundamental entre cómo percibimos el ambiente y cómo actuamos hacia él. Meléndez (2022), sostienen que la percepción ambiental puede influir en la forma en que las personas se comportan en relación con el medio ambiente. Esta influencia establece la base para intervenciones que buscan modificar comportamientos a través de la transformación perceptual.

### El rol de la conciencia ambiental

La conciencia sobre problemas ambientales constituye un factor determinante para la adopción de prácticas sostenibles. Como señalan Jurado & Vincula (2023), la conciencia ambiental es un predictor importante del comportamiento sostenible. Este hallazgo subraya la importancia de desarrollar programas que incrementen la conciencia ambiental entre comerciantes.

### Percepción de riesgos y motivación

La forma en que se perciben los riesgos ambientales puede catalizar comportamientos proambientales. Según Llallico (2015), la percepción de los riesgos ambientales puede motivar a las personas a adoptar prácticas sostenibles. Esta conexión entre percepción de riesgo y acción preventiva resulta especialmente relevante en contextos vulnerables a impactos ambientales.

### El papel de la educación ambiental

La educación constituye una herramienta fundamental para transformar percepciones y prácticas. Bautista & Alarcón (2022), afirman que la educación ambiental puede influir en la percepción ambiental y promover prácticas sostenibles. Los programas educativos adaptados al contexto específico de mercados tradicionales pueden funcionar como catalizadores de transformación.

## MODELOS TEÓRICOS EXPLICATIVOS

### Teoría del Comportamiento Planificado

La teoría del comportamiento planificado en la decisión de compra de productos orgánicos sostenibles según Ordoñez et al., (2021), este modelo teórico destaca la importancia de las actitudes, normas subjetivas y control conductual percibido como determinantes de la intención y el comportamiento proambiental.

### Modelo de la Acción Razonada

Otro marco conceptual relevante es el propuesto por Fishbein y Ajzen. El Modelo de la Acción Razonada de *Fishbein y Ajzen* (1975), también puede ser utilizado para entender la relación entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles. Este modelo enfatiza el papel de las creencias y evaluaciones en la formación de actitudes que preceden al comportamiento.

### Teoría de la Autodeterminación

La motivación intrínseca juega un papel crucial en la adopción sostenida de prácticas ambientales. La Teoría de la Autodeterminación de Ryan & Deci (2000), puede ser utilizada para entender la motivación detrás de las prácticas sostenibles. Este enfoque ayuda a comprender por qué algunos comerciantes adoptan prácticas sostenibles de forma autónoma mientras otros requieren incentivos externos.

### El rol fundamental de la educación

La transformación de percepciones y prácticas requiere intervenciones educativas estructuradas. Como señala Pulido & Olivera (2018), la educación y la conciencia ambiental pueden ser fundamentales para promover prácticas sostenibles y una percepción ambiental positiva. Este marco sugiere la necesidad de programas educativos adaptados al contexto específico de los comerciantes del mercado de Salcedo.

### CONTEXTO DE APLICACIÓN: MERCADO DE SALCEDO, PUNO

### Características socioambientales de la región

La región de Puno presenta características específicas que moldean tanto la percepción ambiental como las prácticas sostenibles de sus habitantes. El contexto altiplánico, con su fragilidad ecológica y rica diversidad cultural, configura un escenario único para la implementación de prácticas sostenibles en entornos comerciales. (Paredes, 2020)

El nuevo mercado como oportunidad de transformación

El nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo representa una coyuntura ideal para la transformación de percepciones y prácticas. Su infraestructura renovada ofrece condiciones facilitadoras para la implementación de prácticas sostenibles, mientras que el proceso de transición constituye una ventana de oportunidad para intervenciones educativas y organizacionales.

### 2.1.1. MARCO CONCEPTUAL

**Percepción ambiental:** Proceso cognitivo y afectivo mediante el cual las personas interpretan su entorno natural y construido, formando representaciones mentales que influyen en sus actitudes y comportamientos hacia el medio ambiente.

**Conocimientos ambientales:** Conjunto de información, conceptos y teorías que posee un individuo sobre el funcionamiento de los ecosistemas, los problemas ambientales y sus posibles soluciones. Este conocimiento está condicionado por factores socioculturales, nivel educativo y exposición a capacitaciones específicas.

**Actitudes ambientales:** Predisposiciones aprendidas para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable con respecto al medio ambiente. Incluyen componentes cognitivos, afectivos y conductuales que determinan la valoración que hacen las personas del entorno natural y su predisposición a protegerlo.

**Conciencia ambiental:** Nivel de preocupación y compromiso de los individuos con respecto a los problemas ambientales, que incluye el reconocimiento de la responsabilidad personal en su solución. Implica una comprensión profunda de las interrelaciones entre acciones humanas y sus consecuencias ecológicas.

**Prácticas sostenibles:** Acciones individuales o colectivas orientadas a reducir impactos ambientales negativos, optimizar el uso de recursos naturales y promover el bienestar social y económico en el largo plazo. Buscan satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones.

**Gestión de residuos sólidos:** Conjunto de operaciones y disposiciones encaminadas a dar a los residuos producidos el destino más adecuado desde el punto de vista ambiental, de acuerdo con sus características, volumen, procedencia, costos de tratamiento, posibilidades de recuperación y comercialización.

**Ahorro de agua:** Conjunto de medidas destinadas a reducir el consumo de agua mediante dispositivos eficientes, prácticas de reúso y cambios en hábitos de consumo. Incluye tecnologías y estrategias para optimizar el aprovechamiento del recurso hídrico en actividades domésticas y comerciales.

**Eficiencia energética:** Optimización del consumo energético para obtener el mismo servicio o producto final minimizando la cantidad de energía requerida. Implica la implementación de tecnologías y prácticas que reducen el consumo energético sin afectar la calidad del servicio proporcionado.

**Productos ecoamigables:** Bienes o servicios diseñados para minimizar su impacto ambiental durante todo su ciclo de vida, desde la extracción de materias primas hasta su disposición final. Incluyen características como biodegradabilidad, reducción de emisiones, menor consumo de recursos y ausencia de sustancias tóxicas.

## 2.1.2. MARCO NORMATIVO

### Constitución Política del Perú (1993)

Artículo 2°, inciso 22: Derecho a un ambiente equilibrado.

Artículo 67°: Política nacional del ambiente.

### Ley N° 28611 - Ley General del Ambiente

Marco normativo para la gestión ambiental en el Perú.

Artículo 119°: Gestión de residuos comerciales.

### **Decreto Legislativo N° 1278 - Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos**

Regula obligaciones de generadores de residuos en espacios comerciales.

### **Ley N° 29419 - Ley que regula la actividad de los recicladores**

Promueve la formalización de recicladores.

### **Ley N° 30884 - Ley que regula el plástico de un solo uso**

Regula plásticos no reutilizables y envases descartables.

### **Política Nacional del Ambiente al 2030**

Establece lineamientos para la gestión ambiental sostenible

## **2.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Hipótesis general**

- La percepción ambiental sobre las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del centro poblado de Salcedo – Puno, es baja.

### **Hipótesis específicas**

- El nivel de percepción ambiental de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno es predominantemente moderado, con limitado conocimiento sobre los impactos ambientales generados por sus actividades comerciales.
- Las prácticas sostenibles implementadas por los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno son principalmente básicas y están centradas en el manejo de residuos sólidos, con escasa aplicación de medidas para el uso eficiente de agua y energía.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. ZONA DE ESTUDIO

El nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo, ubicado a 7 km del centro de Puno, constituyó el ámbito de estudio. Este establecimiento, que sirve a más de 25,000 habitantes, evolucionó a partir de una feria sabatina a un mercado permanente tras la construcción de su plataforma en octubre de 2021, operando diariamente desde 2024. Su ubicación altiplánica a 3,800 msnm con clima frío y seco, junto con su reciente implementación, lo convierten en un caso ideal para estudiar la percepción ambiental y prácticas sostenibles de sus comerciantes desde las etapas iniciales de consolidación.



**Figura 01:** Zona de estudio y sus coordenadas UTM 19 L (15°52'8.19"S 69°59'44.58"O).

**Fuente:** Google Earth.

## 3.2. TAMAÑO DE MUESTRA

### 3.2.1. POBLACIÓN

La población de estudio estuvo conformada por todos los comerciantes formales que laboran de manera permanente en el nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno. Según registros de la Asociación de Comerciantes del Mercado Zonal Salcedo, para el año 2025, se cuenta con aproximadamente 120 comerciantes distribuidos en diferentes rubros (abarrotes, verduras, frutas, carnes, comidas preparadas, artículos de limpieza, entre otros).

### 3.2.2. MUESTRA

Para la presente investigación se utilizó un muestreo probabilístico estratificado, considerando como estratos los diferentes rubros comerciales presentes en el mercado. Este tipo de muestreo garantizó la representatividad de todos los sectores del mercado permitiendo realizar inferencias válidas sobre la percepción ambiental y prácticas sostenibles según el tipo de actividad comercial.

El tamaño de la muestra se determinó mediante la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$n = [N \times Z^2\alpha \times p \times q] / [(N-1) \times e^2 + Z^2\alpha \times p \times q]$$

Donde:

- N = Total de la población (120 comerciantes)
- $Z\alpha = 1.96$  al cuadrado (para un nivel de confianza del 95%)
- p = proporción esperada (0.5 en este caso)
- $q = 1 - p$  (0.5)
- e = error muestral (5%)

Aplicada la fórmula, la muestra estuvo constituida por 92 comerciantes, distribuidos proporcionalmente según los rubros comerciales existentes en el mercado.

Criterios de inclusión:

- Comerciantes formalmente registrados en la Asociación de Comerciantes del Mercado Zonal Salcedo
- Comerciantes con un mínimo de 6 meses de antigüedad laborando en el mercado
- Comerciantes mayores de 18 años
- Comerciantes que acepten participar voluntariamente en el estudio

Criterios de exclusión:

- Comerciantes ambulantes o no formalizados
- Comerciantes con menos de 6 meses laborando en el mercado
- Comerciantes que no completen los instrumentos de recolección de datos
- Personal administrativo o de limpieza del mercado que no realice actividad comercial.

### 3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

Tipo de Investigación: Descriptivo

Diseño de Investigación: No experimental de corte transversal

Método: Deductivo con enfoque cuantitativo

Técnicas e Instrumentos

Técnicas:

- **Encuesta:** Se aplicó para obtener información sobre la percepción ambiental de los comerciantes y sus prácticas sostenibles auto-reportadas.(Ver anexo 02)
- **Observación directa:** Permitted verificar in situ las prácticas sostenibles implementadas por los comerciantes, el cual se usó para demostrar el objetivo específico número 2.(Ver anexo 04)
- **Análisis documental:** Se revisaron documentos como reglamentos del mercado, programas de gestión ambiental y registros de capacitaciones para complementar la información, el cual se usará para demostrar el objetivo específico número 2 .(Ver anexo 03)

Instrumentos:

- **Cuestionario de Percepción Ambiental:** Instrumento estructurado con escala tipo Likert que medio dimensiones como conocimientos ambientales, actitudes hacia el medio ambiente y conciencia sobre impactos ambientales.(Ver anexo 02)
- **Ficha de Observación de Prácticas Sostenibles:** Registro sistemático de las prácticas observables relacionadas con gestión de residuos, ahorro de agua, uso eficiente de energía y otras prácticas sostenibles. (Ver anexo 03)
- **Guía de Análisis Documental:** Instrumento para sistematizar la información obtenida de documentos institucionales.

Los instrumentos fueron validados (ver anexo 03) mediante juicio de un experto en el área (Mg. Julio Wilfredo Cano Ojeda)

Materiales:

- Dispositivos móviles para el registro digital de encuestas
- Cámara fotográfica para documentación visual
- Excel para procesamiento de datos
- Equipo de cómputo y dispositivos de almacenamiento
- Materiales de oficina (formatos impresos, carpetas, etc.)

### 3.3.1. DISEÑO METODOLÓGICO POR OBJETIVO ESPECÍFICO

Objetivo específico 1: Identificar el nivel de percepción ambiental de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.

Procedimiento:

- Preparación del instrumento: Se utilizó el cuestionario de percepción ambiental (Anexo 02) con escala Likert (1-5), que evaluó tres dimensiones: conocimientos ambientales, actitudes ambientales y conciencia ambiental.

- Validación del instrumento: El cuestionario fue sometido al juicio del Mg. Julio Wilfredo Cano Ojeda, experto en el área, para validar su contenido, pertinencia y claridad.
- Aplicación del instrumento: El cuestionario fue administrado a los 92 comerciantes seleccionados en la muestra, realizándose la aplicación en horarios acordados con los comerciantes para no interferir con su actividad comercial.
- Procesamiento de datos: Los datos obtenidos se tabularon y procesaron utilizando Excel, calculando estadísticos descriptivos (frecuencias, porcentajes, medias, medianas) para cada dimensión de la percepción ambiental.
- Categorización de niveles: Se establecieron tres niveles de percepción ambiental (bajo, moderado, alto) según rangos de puntuación predeterminados para cada dimensión y para la escala global.
- Análisis e interpretación: Se elaboraron tablas y gráficos que mostraron la distribución de los comerciantes según los niveles de percepción ambiental, identificando las dimensiones con mayores fortalezas y debilidades.

Objetivo específico 2: Describir las prácticas sostenibles que implementan los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.

Procedimiento:

- Preparación del instrumento: Se utilizó la ficha de observación de prácticas sostenibles (Anexo 03), diseñada para registrar prácticas observables en cuatro categorías: gestión de residuos sólidos, ahorro de agua, eficiencia energética y uso de productos ecoamigables.
- Validación del instrumento: La ficha de observación fue revisada y validada por el Mg. Julio Wilfredo Cano Ojeda, especialista en el tema, para garantizar su aplicabilidad y coherencia.

- Coordinación con autoridades: Se gestionaron los permisos y se comunicó el cronograma de observaciones a las autoridades del mercado y a los representantes de los comerciantes.
- Observación sistemática: Se realizaron observaciones directas en los puestos de los 92 comerciantes seleccionados, registrando las prácticas sostenibles implementadas mediante la ficha de observación.
- Sistematización de datos: Las prácticas sostenibles identificadas se organizaron y clasificaron según las cuatro dimensiones predefinidas en la ficha, calculando las frecuencias y porcentajes de implementación.
- Análisis e interpretación: Se elaboraron tablas y gráficos que mostraron la distribución de los niveles de implementación de prácticas sostenibles (no implementadas, implementación básica, implementación adecuada) para cada dimensión.
- Análisis comparativo: Se identificaron las prácticas sostenibles más y menos implementadas, determinando los patrones según los rubros comerciales y otras variables relevantes.

### 3.3.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

**Tabla 01:** Operacionalización de variables

<b>Variables</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Escala de medición</b>
<b>Variable independiente</b>	Conocimientos ambientales	- Nivel de conocimiento sobre impactos ambientales	Ordinal (Escala Likert 1-5): 1: Muy bajo 2: Bajo 3: Moderado 4: Alto 5: Muy alto
		- Comprensión de problemas ambientales locales	
		- Conocimiento sobre gestión de residuos	
Percepción ambiental	Actitudes ambientales	- Disposición hacia la protección ambiental	Ordinal (Escala Likert 1-5): 1: Muy desfavorable 2: Desfavorable 3: Neutral 4: Favorable 5: Muy favorable
		- Valoración de la importancia del cuidado ambiental	
		- Preocupación por problemas ambientales	
Prácticas sostenibles	Conciencia ambiental	- Reconocimiento de responsabilidad personal	Ordinal (Escala Likert 1-5): 1: Muy baja, 2: Baja 3: Moderada 4: Alta 5: Muy alta
		- Percepción de urgencia de problemas ambientales	
		- Sentido de compromiso ambiental	
<b>Variable dependiente</b>	Gestión de residuos sólidos	- Segregación de residuos	
		- Reducción de generación de residuos	
		- Reutilización de materiales	
Ahorro de agua	Ahorro de agua	- Instalación de dispositivos ahorradores	

	- Prácticas de reúso de agua	Ordinal: 0: No implementa
	- Reducción de consumo	1: Implementación básica
Eficiencia energética	- Uso de iluminación eficiente	2: Implementación adecuada
	- Aprovechamiento de luz natural	
	- Apagado de equipos no utilizados	
Uso de productos ecoamigables	- Utilización de bolsas reutilizables	
	- Empleo de envases biodegradables	
	- Comercialización de productos ecológicos	

---

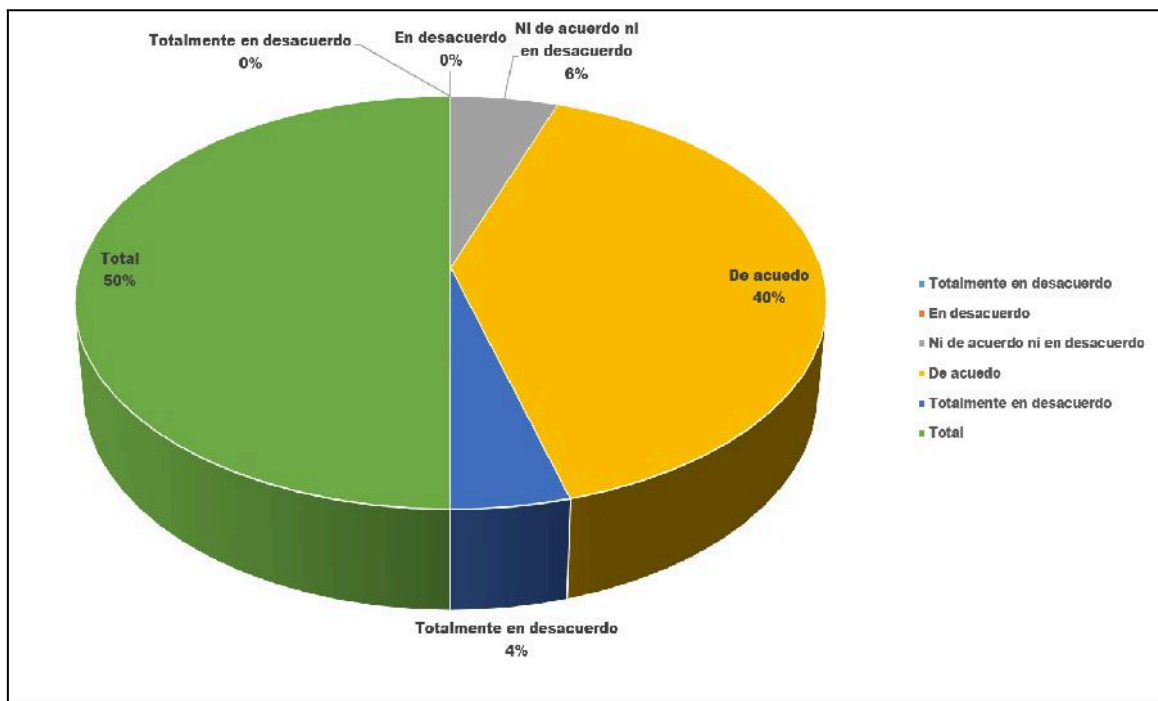
### 3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO

El método estadístico el descriptivo consistió en la aplicación de cuestionarios estructurados a los comerciantes, cuyos datos fueron organizados y vaciados en tablas de frecuencias para facilitar su análisis; posteriormente, la información fue presentada en tablas y gráficos, y el estadígrafo de tendencia central media aritmética simple lo que permitió visualizar de manera clara las tendencias y patrones principales, y finalmente se realizó la interpretación de los resultados en función de los objetivos planteados, describiendo los niveles de percepción ambiental y las prácticas sostenibles observadas en el Mercado del Centro Poblado de Salcedo.

## CAPÍTULO IV

### EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

#### 4.1. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1: IDENTIFICAR EL NIVEL DE PERCEPCIÓN AMBIENTAL DE LOS COMERCIANTES DEL NUEVO MERCADO DEL CENTRO POBLADO DE SALCEDO – PUNO, 2025.



**Figura 02:** Dimensión conocimientos ambientales

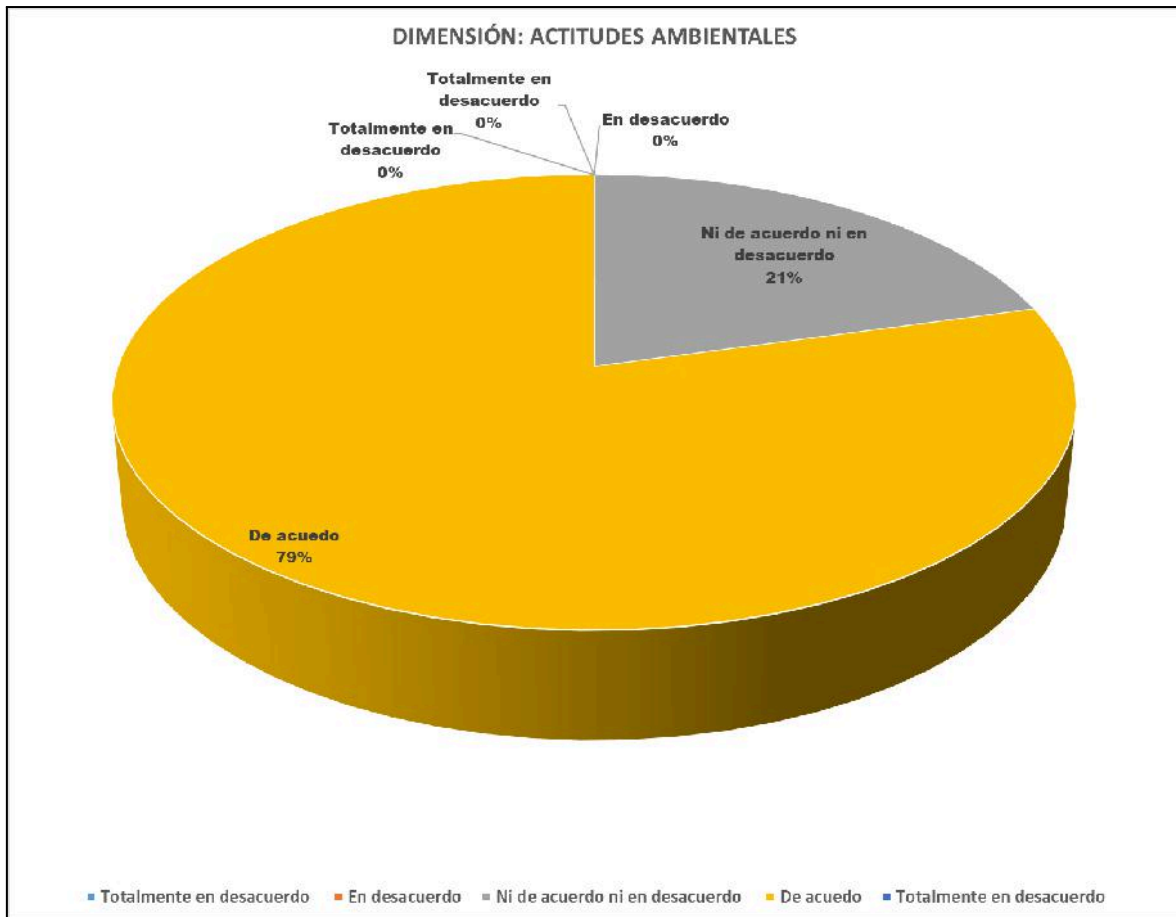
En la figura 02 se observa que el 50% de los comerciantes alcanza el nivel más alto en conocimientos ambientales, mientras que un 40% se ubica en la categoría “De acuerdo”, lo que refleja una comprensión sólida y una actitud positiva hacia los conceptos ecológicos evaluados. Solo el 6% manifiesta una postura neutral y las respuestas

negativas son mínimas, con 0% en “En desacuerdo” y apenas 4% en “Totalmente en desacuerdo”.

Estos resultados evidencian que la gran mayoría de los comerciantes posee una base robusta de conocimientos ambientales, lo que favorece la comprensión y adopción de prácticas ecológicas en su entorno laboral. La escasa presencia de respuestas negativas indica que las deficiencias en conocimientos ambientales no constituyen un problema relevante en este grupo.

En contraste, Carrasquero (2024) señala que en Ecuador las pymes presentan importantes carencias en formación ambiental, especialmente en aspectos de capacitación y conservación, lo que limita la implementación de prácticas sostenibles. Los comerciantes de Salcedo, sin embargo, muestran mejores niveles de conocimiento, aunque persisten áreas susceptibles de mejora que deben ser atendidas para evitar retrocesos. Espinoza (2020) y Huaman (2024) confirman la relación directa entre educación ambiental y buenas prácticas de manejo de residuos sólidos en mercados peruanos, pero advierten que la falta de formación continúa siendo un obstáculo frecuente. Vásquez (2024) y López & Montalvo (2019) refuerzan este panorama al evidenciar que la ausencia de capacitación y estrategias ambientales es común en mercados tradicionales, lo que puede derivar en problemas de salubridad y manejo inadecuado de residuos. Por su parte, Flores (2024) y Quispe (2024) advierten que en los mercados de Puno el nivel de conocimiento ambiental es bajo y la aplicación de prácticas adecuadas de reciclaje y separación de residuos es limitada.

En conjunto, estos hallazgos subrayan la importancia de seguir fortaleciendo la educación ambiental, incluso en contextos donde los resultados ya son favorables, para asegurar una mejora continua y sostenida en las prácticas ecológicas.



**Figura 03:** Dimensión actitudes ambientales.

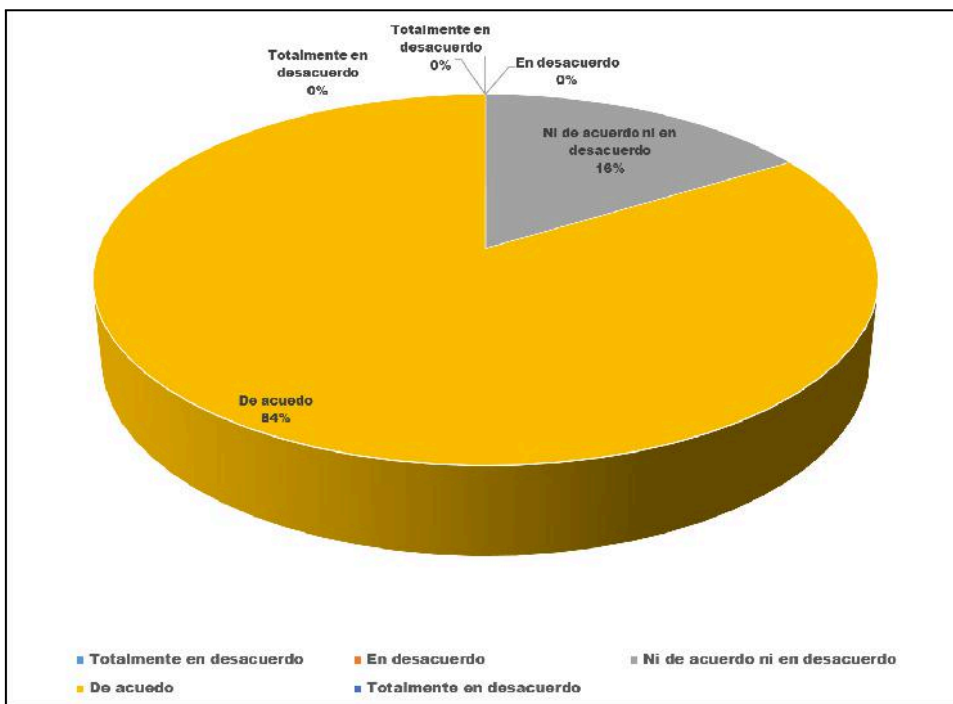
En la figura 03 se evidencia que el 79% de los comerciantes manifiestan actitudes positivas hacia el ambiente, ubicándose en la categoría “De acuerdo”, mientras que el 21% adopta una postura neutral y no se registran respuestas en desacuerdo. Este panorama refleja una disposición ampliamente favorable para la adopción de comportamientos responsables y sostenibles en el ejercicio comercial.

La ausencia total de respuestas negativas indica que no existen resistencias significativas frente a la importancia de las actitudes ambientales, lo que crea un contexto propicio para la implementación de políticas y acciones ecológicas en el mercado. Según Blanco & De La Fuente (2022) destacan que la experiencia de los usuarios en los mercados está fuertemente condicionada por factores sociales y físicos, y que las actitudes positivas se asocian directamente con la percepción de limpieza y seguridad. Este hallazgo es coherente con los resultados locales, donde la mayoría de comerciantes muestra una

disposición favorable, aunque la presencia de respuestas neutrales sugiere la necesidad de reforzar la sensibilización y el compromiso ambiental.

De acuerdo con Ochante et al. (2023), es recomendable implementar estrategias de educación ambiental y actividades de concientización para fortalecer actitudes sostenibles. Rodríguez (2021) enfatiza la importancia de la coordinación y la educación para mejorar la gestión ambiental en los mercados, respaldando la necesidad de mantener y potenciar las actitudes positivas observadas en Salcedo.

Finalmente, Flores (2024) y Quispe (2024) advierten que, pese a la existencia de una base de actitudes favorables, la falta de educación ambiental limita la adopción de buenas prácticas. Por ello, resulta fundamental impulsar campañas de sensibilización y fomentar la participación activa, con el objetivo de transformar las actitudes positivas en acciones concretas y sostenibles.



**Figura 04:** Dimensión conciencia ambiental.

En la figura 04 se aprecia que el 84% de los encuestados está de acuerdo con los ítems de conciencia ambiental, mientras que el 16% permanece en una posición neutral y no se

registran desacuerdos. Este resultado refleja un elevado nivel de sensibilidad y reconocimiento sobre la importancia de cuidar el entorno, posicionando la conciencia ambiental como la dimensión mejor valorada entre los comerciantes del mercado.

Este panorama evidencia una base sólida para impulsar comportamientos proactivos en la gestión ambiental del mercado. Sin embargo, la presencia de respuestas neutrales representa una oportunidad para profundizar en la formación y motivación de los comerciantes, promoviendo un compromiso aún mayor con las prácticas ecológicas.

A nivel internacional, Carrasquero (2024) advierte que la conciencia ambiental aún no está consolidada en las pymes ecuatorianas, lo que contrasta con la fortaleza observada en Salcedo. No obstante, es importante evitar la autocomplacencia y continuar promoviendo la conciencia ecológica de manera constante.

En el contexto nacional, Vásquez (2024) y Rodríguez (2021) señalan que la falta de conciencia ecológica y la gestión ambiental deficiente siguen siendo desafíos en los mercados peruanos, subrayando la necesidad de implementar programas educativos y protocolos sanitarios. La experiencia positiva de Salcedo puede servir como referencia para otros mercados del país.

A nivel local, Flores (2024) y Quispe (2024) evidencian que, a pesar de los avances en conciencia ambiental, la aplicación práctica sigue siendo limitada, especialmente en el manejo de residuos. Por ello, es fundamental transformar la conciencia ambiental en acciones concretas y sostenibles.

En síntesis, los resultados muestran que los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo presentan un alto nivel de percepción ambiental en las tres dimensiones evaluadas, siendo la conciencia ambiental la más fortalecida, seguida por las actitudes y, finalmente, los conocimientos. Sin embargo, la existencia de respuestas neutrales en actitudes y conciencia indica áreas susceptibles de refuerzo mediante sensibilización y formación continua. La comparación con la literatura internacional,

nacional y local resalta que, aunque Salcedo muestra avances significativos, es esencial mantener y fortalecer los programas de educación ambiental, capacitación y participación activa para garantizar la sostenibilidad y el bienestar de la comunidad.

#### 4.2. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Describir las prácticas sostenibles que implementan los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.

**Tabla 02:** Ficha de observación de prácticas sostenibles.

Dimensión	Práctica Observada	Nivel de Implementación	Interpretación
<b>Gestión de Residuos Sólidos</b>	Contenedores diferenciados para residuos	No implementado	Falta de infraestructura para la segregación adecuada de residuos.
	Separación de residuos orgánicos e inorgánicos	No implementado	Práctica de separación aún no adoptada por la mayoría de comerciantes.
	Minimización de generación de residuos	No implementado	No se observan acciones claras para reducir la cantidad de residuos generados.
	Reutilización de materiales (envases, bolsas)	No implementado	Reutilización poco frecuente; se prefiere el uso de materiales desechables.
	Entrega de residuos reciclables a recolectores formales	Implementación básica	Algunos comerciantes entregan residuos reciclables, pero no es una práctica generalizada.
	Limpieza del área de trabajo	Implementación básica	Se observa mantenimiento básico de limpieza, aunque no siempre adecuado.

<b>Ahorro de Agua</b>	Dispositivos ahorradores de agua	No implementado	Ausencia de tecnologías para optimizar el consumo de agua.
	Reparación de fugas de agua	No implementado	No se detecta una cultura de mantenimiento preventivo en instalaciones hidráulicas.
	Reutilización de agua para actividades	No implementado	Práctica inexistente entre los comerciantes observados.
	Métodos de limpieza eficientes	No implementado	Predomina el uso de métodos tradicionales, sin optimización del recurso hídrico.
	Señalización para promover el ahorro de agua	No implementado	No hay carteles ni mensajes que fomenten el ahorro de agua en los puestos.
<b>Eficiencia Energética</b>	Iluminación eficiente (LED, fluorescentes)	Implementación básica	Algunos puestos han adoptado iluminación eficiente, pero no es generalizado.
	Aprovechamiento de luz natural	Implementación básica	Se utiliza en parte, pero no de manera sistemática.
	Apagado de equipos eléctricos fuera de uso	No implementado	Los equipos suelen permanecer encendidos incluso cuando no se utilizan.
	Equipos energéticamente eficientes	No implementado	Escasa presencia de equipos certificados o de bajo consumo energético.
	Mantenimiento de equipos de refrigeración	No implementado	El mantenimiento preventivo no es una práctica común.

Uso de Productos			Predomina el uso de bolsas convencionales y plásticos de un solo uso.
Ecoamigables	Bolsas reutilizables o biodegradables	No implementado	
	Empaques y envases biodegradables	No implementado	Práctica casi inexistente entre los comerciantes.
	Productos con certificación ambiental	No implementado	Muy pocos comerciantes ofrecen productos certificados ecológicamente.
	Evita tecnopor y plásticos de un solo uso	No implementado	Uso extendido de tecnopor y plásticos convencionales.
	Información a clientes sobre prácticas sostenibles	No implementado	Prácticamente nula la comunicación ambiental hacia los clientes.

## **Análisis de la Sostenibilidad Ambiental en el Nuevo Mercado del Centro Poblado de Salcedo**

La información presentada en la tabla 02 evidencia que la sostenibilidad ambiental en el nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo se encuentra en una etapa inicial, caracterizada por la prevalencia de acciones básicas y una limitada consolidación de buenas prácticas en la mayoría de las dimensiones evaluadas. A continuación, se describe la situación en cada área clave:

### **1. Gestión de Residuos Sólidos**

**Infraestructura insuficiente:** La falta de contenedores diferenciados dificulta la segregación adecuada de residuos, lo que provoca la mezcla de desechos orgánicos e inorgánicos y desaprovecha las oportunidades de reciclaje.

**Prácticas poco desarrolladas:** La mayoría de los comerciantes no separa residuos ni reutiliza materiales como envases o bolsas, incrementando la cantidad de desechos y limitando el aprovechamiento de recursos.

**Entrega y limpieza limitadas:** Aunque algunos comerciantes entregan reciclables a recolectores formales y mantienen una limpieza básica en sus puestos, estas acciones no son generalizadas ni cumplen con estándares de sostenibilidad.

## **2. Ahorro de Agua**

Escaso uso de tecnología: No se identifican dispositivos ahorradores ni sistemas para reparar fugas, lo que contribuye al desperdicio de agua.

Ausencia de prácticas eficientes: No se observan métodos de reutilización ni señalización que promueva el ahorro, reflejando una cultura limitada de uso responsable del recurso.

## **3. Eficiencia Energética**

Implementación parcial: Algunos puestos han adoptado iluminación eficiente y aprovechan la luz natural, pero estas prácticas no están extendidas ni sistematizadas.

Déficit de hábitos sostenibles: Es frecuente que los equipos eléctricos permanezcan encendidos innecesariamente y que el mantenimiento preventivo sea escaso, lo que incrementa el consumo y los costos energéticos.

## **4. Uso de Productos Eco Amigables**

Predominio de materiales convencionales: El uso de bolsas reutilizables, empaques biodegradables y productos certificados ambientalmente es muy bajo; la mayoría sigue utilizando tecnopor y plásticos de un solo uso, contribuyendo a la contaminación.

Comunicación ambiental limitada: Prácticamente no hay información dirigida a los clientes sobre prácticas sostenibles o productos ecoamigables, lo que restringe la sensibilización y el cambio de hábitos.

## **Análisis Global**

Prácticas más frecuentes: El mantenimiento básico de limpieza y, en menor medida, la adopción parcial de iluminación eficiente, son las acciones sostenibles más presentes, aunque su implementación no es suficiente ni sistemática.

Prácticas menos desarrolladas: La separación de residuos, el ahorro de agua y el uso de productos ecoamigables exhiben los niveles más bajos de adopción, limitados por la falta de señalización, tecnologías y cultura ambiental.

Patrones generales: No se observan diferencias significativas entre los distintos rubros comerciales; las limitaciones son generalizadas y evidencian la necesidad de una intervención integral.

### **Implicancias y Recomendaciones**

Fortalecimiento de la educación ambiental: Es urgente intensificar la formación y sensibilización de los comerciantes en sostenibilidad, promoviendo hábitos responsables y el uso de tecnologías apropiadas.

Mejoras en infraestructura: Se recomienda dotar al mercado de contenedores diferenciados, dispositivos de ahorro de agua y señalización adecuada para facilitar la adopción de buenas prácticas.

**Políticas e incentivos:** Es fundamental implementar campañas, capacitaciones y políticas de incentivo que motiven la adopción de prácticas sostenibles, asegurando así la sostenibilidad del mercado y el bienestar comunitario.

En síntesis, aunque se observan ciertos avances, la sostenibilidad ambiental en el mercado de Salcedo requiere un esfuerzo coordinado y sostenido para superar las limitaciones actuales y consolidar una cultura ambiental sólida entre los comerciantes.

Según el estudio de Blanco & De La Fuente (2022) sobre el Mercado Alianza en el norte de México ofrece una visión relevante sobre la importancia de los mercados como espacios multifuncionales y su relación con la sostenibilidad. Los autores destacan que, además de su función de abastecimiento, los mercados tradicionales son centros de interacción social, preservación de tradiciones y generación de experiencias comunitarias. Las experiencias positivas de los usuarios están asociadas a la calidad de los elementos físicos, la variedad y presentación de productos, y factores sociales y culturales que

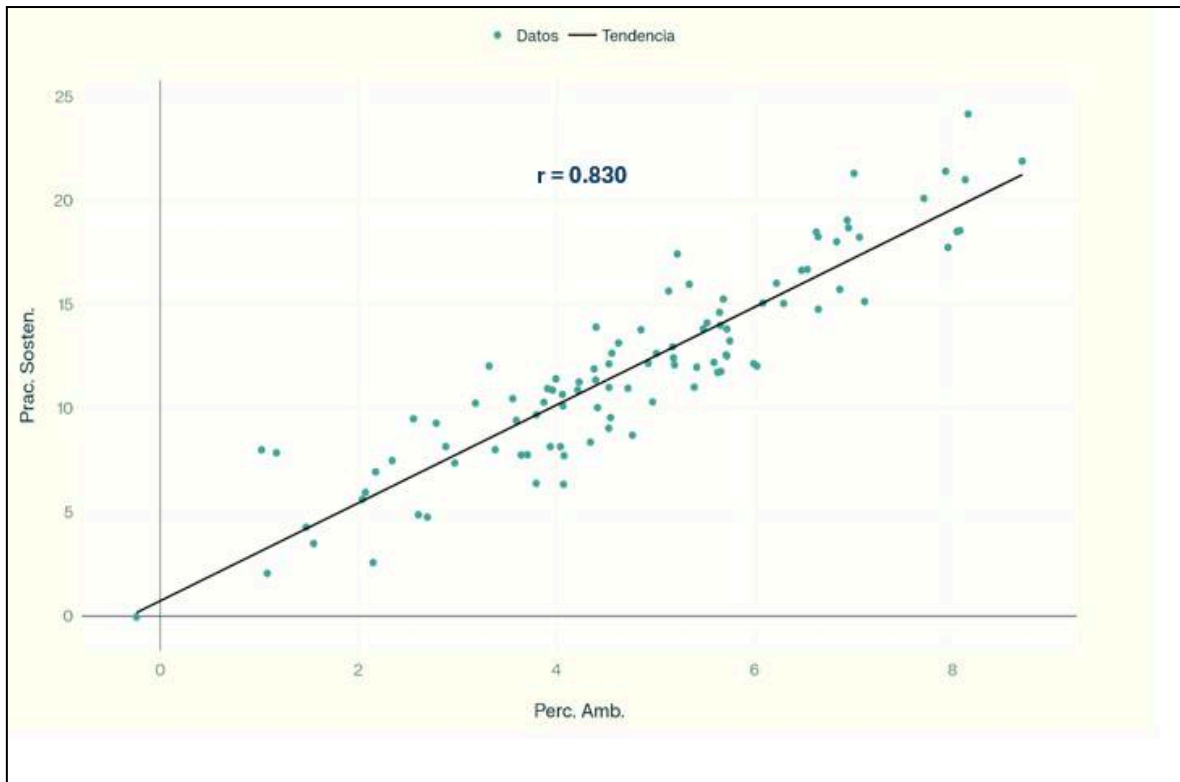
refuerzan la identidad local. Sin embargo, las experiencias negativas se vinculan principalmente con la inseguridad, la falta de limpieza y el deficiente mantenimiento.

Esta dualidad tiene implicancias directas para la sostenibilidad ambiental, ya que la percepción positiva puede verse afectada por la ausencia de buenas prácticas de gestión de residuos, limpieza y mantenimiento. La carencia de infraestructura y rutinas sostenibles no solo genera incomodidad y riesgos sanitarios, sino que también impacta en la imagen colectiva del mercado y su capacidad de atraer visitantes.

Al comparar estos hallazgos con la realidad del mercado de Salcedo, se evidencia que las debilidades en la implementación de prácticas sostenibles especialmente en gestión de residuos y limpieza pueden limitar su potencial como espacio de convivencia y desarrollo local. La experiencia internacional refuerza la necesidad de fortalecer la cultura ambiental, mejorar la infraestructura y promover la participación activa de los comerciantes en la adopción de prácticas responsables, no solo para cumplir con estándares ecológicos, sino también para consolidar el mercado como un espacio seguro, agradable y significativo para la comunidad.

En conclusión, la sostenibilidad en los mercados debe entenderse no sólo como una obligación ambiental, sino como una oportunidad para potenciar el valor social, cultural y económico de estos espacios, asegurando su vigencia y relevancia en el tejido urbano y comunitario.

### **Relación entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo.**



**Figura 05:** Diagrama de dispersión de los datos percepción ambiental versus las prácticas sostenibles.

El análisis realizado muestra que existe una relación positiva fuerte y significativa entre la percepción ambiental de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo y sus prácticas sostenibles, evidenciada por un coeficiente de correlación de Pearson  $r = 0.830$  y un nivel de significancia  $p = 0.003$ ; esto indica que a mayor percepción ambiental, es más probable que adopten conductas responsables como la correcta separación de residuos, reciclaje y uso consciente de recursos, demostrando que la conciencia ambiental impacta de manera clara en el comportamiento sostenible de este grupo y sustentando la importancia de fortalecer programas de educación y sensibilización ambiental en el mercado, lo cual es más intenso que lo reportado en otros estudios similares; por ejemplo, Espinoza (2020) en Lima encontró también una relación significativa entre educación ambiental y manejo de residuos, aunque con diferente metodología, mientras que Quispe (2024) en Puno reportó una correlación positiva pero baja ( $Rho = 0.231$ ); a nivel internacional, Carrasquero (2024) en Ecuador identifica la

brecha entre conciencia ambiental y la puesta en práctica de acciones sostenibles, confirmando la importancia de fortalecer la educación ambiental, aunque en dichos contextos la relación no fue tan elevada como en tu estudio, lo que resalta que en el mercado de Salcedo la percepción ambiental está mucho más vinculada con la aplicación de conductas responsables y sostenibles.

#### 4.3. PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

##### 4.3.1. HIPÓTESIS GENERAL

**H<sub>0</sub>:** No existe una relación directa y significativa entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.

**H<sub>1</sub>:** Existe una relación directa y significativa entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.

#### Resultados

**Tabla 03:** Correlación entre percepción ambiental y prácticas sostenibles.

	Percepción ambiental	Prácticas sostenibles
<b>Percepción ambiental</b>	1	0.830
<b>Sig. (bilateral)</b>		0.003
<b>Prácticas sostenibles</b>	0.830	1
<b>Sig. (bilateral)</b>	0.003	

#### Conclusión

Según los resultados presentados en la Tabla 03, se obtuvo un coeficiente de compensación de Pearson de  $r = 0.830$  y un nivel de significancia bilateral de  $p = 0.003$ , valor menor que  $0.05$  ( $p < 0.05$ ). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ), concluyendo que existe una relación directa y significativa entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno.

#### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

El nivel de percepción ambiental de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno es predominantemente moderado, con conocimiento limitado sobre los impactos ambientales generados por sus actividades comerciales.

#### Hipótesis estadísticas:

- $H_0$ : El nivel de percepción ambiental se distribuye de forma equitativa entre bajo, moderado y alto.
- $H_1$ : El nivel de percepción ambiental es mayoritariamente moderado.

#### Datos observados (Figuras 02, 03 y 04):

- Bajo = 8 comerciantes
- Moderado = 42 comerciantes
- Alto = 17 comerciantes
- Total = 67 comerciantes
- Frecuencia esperada ( $E$ ) =  $67 / 3 = 22,33$

#### Fórmula Chi-cuadrado:

$$\chi^2 = \sum ( (O - E)^2 / E )$$

#### Cálculo:

- Bajo:  $(8 - 22,33)^2 / 22,33 = 9,19$
- Moderado:  $(42 - 22,33)^2 / 22,33 = 17,33$
- Alto:  $(17 - 22,33)^2 / 22,33 = 1,27$

**$\chi^2$  calculado:**

$$\chi^2 = 9,19 + 17,33 + 1,27 = 27,79$$

**Grados de libertad (gl):2**

**p-valor: 0,000**

**Decisión:**

Como  $p < 0,05$ , se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$  .

**Conclusión:**

Se confirma que el nivel de percepción ambiental predominante es moderado . Esto respalda la hipótesis y evidencia la necesidad de fortalecer los conocimientos para alcanzar un nivel alto.

**HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2**

Las prácticas sostenibles implementadas por los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno son principalmente básicas y están centradas en el manejo de medidas de residuos sólidos, con escasa aplicación de para el uso eficiente de agua y energía.

**Hipótesis estadísticas:**

- **$H_0$ :** Las prácticas sostenibles se distribuyen de forma equitativa entre manejo de residuos sólidos, uso eficiente de agua y uso eficiente de energía.
- **$H_1$ :** Las prácticas sostenibles se concentran principalmente en el manejo de residuos sólidos.

**Datos observados (Tabla 02):**

- Residuos sólidos = 50 comerciantes
- Uso eficiente de agua = 10 comerciantes
- Uso eficiente de energía = 7 comerciantes
- Total = 67 comerciantes
- Frecuencia esperada (E) = 22,33

**Fórmula Chi-cuadrado:**

$$\chi^2 = \Sigma ( (O - E)^2 / E )$$

**Cálculo:**

- Residuos:  $(50 - 22,33)^2 / 22,33 = 34,29$
- Agua:  $(10 - 22,33)^2 / 22,33 = 6,80$
- Energía:  $(7 - 22,33)^2 / 22,33 = 10,53$

**$\chi^2$  calculado:**

$$\chi^2 = 34,29 + 6,80 + 10,53 = 51,62$$

Grados de libertad (gl):2

p-valor: 0,000

**Decisión:**

Como  $p < 0,05$ , se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$  .

**Conclusión:**

Se confirma que las prácticas sostenibles de los comerciantes se enfocan principalmente en el manejo de residuos sólidos, con baja implementación de medidas para el uso eficiente de agua y energía.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** La percepción ambiental y la disposición hacia prácticas sostenibles entre los comerciantes es positiva: más del 80% demuestra conciencia y actitudes favorables. Sin embargo, la implementación efectiva de dichas prácticas no supera el 25% en la mayoría de dimensiones evaluadas. Esta brecha entre percepción y acción evidencia la necesidad de impulsar programas de educación ambiental, mejorar la infraestructura disponible y establecer incentivos que promuevan la aplicación práctica de la sostenibilidad en el mercado.

**SEGUNDA:** Los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo evidencian un alto nivel de cultura ambiental. El 84% manifiesta un conocimiento ambiental positivo, el 79% presenta actitudes favorables y el 50% alcanza el nivel más alto en conocimientos ambientales. Las respuestas neutrales no superan el 6%, y las negativas apenas alcanzan el 4%. Estos resultados reflejan una base sólida en cultura ambiental, aunque persisten áreas susceptibles de mejora, especialmente mediante programas de sensibilización y formación continua.

**TERCERA:** Las prácticas sostenibles implementadas por los comerciantes se encuentran en una etapa inicial. Solo la limpieza del área de trabajo y la entrega de residuos reciclables muestran una adopción básica, aunque no generalizada. En contraste, acciones clave como la separación de residuos, reutilización de materiales, ahorro de agua y uso de productos ecoamigables no superan el 10% de implementación. Esta

situación evidencia una necesidad urgente de fortalecer la cultura de sostenibilidad y de proveer infraestructura y herramientas adecuadas que faciliten su adopción.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Fortalecer los programas de educación ambiental y capacitación continua dirigidos a la Gerencia de Servicios Municipales y Gestión Ambiental de la Municipalidad del Centro Poblado de Salcedo. Esta área debe asumir el liderazgo en la promoción de la participación activa y el compromiso de los comerciantes con la sostenibilidad, garantizando que una percepción ambiental positiva se traduzca en prácticas responsables en todas las dimensiones evaluadas.

**SEGUNDA:** La Unidad de Gestión de Residuos Sólidos, dependiente de la Gerencia de Servicios Municipales y Gestión Ambiental, debe implementar campañas de sensibilización y formación orientadas a destacar la importancia de la segregación de residuos, el uso eficiente de recursos y la adopción de productos ecoamigables en el mercado. Asimismo, le corresponde dotar de infraestructura adecuada —como contenedores diferenciados, señalización y tecnologías de ahorro de agua y energía— que facilite la aplicación de buenas prácticas ambientales entre los comerciantes.

**TERCERA:** La Gerencia de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad del Centro Poblado de Salcedo debe diseñar políticas e incentivos específicos para los comerciantes, tales como reconocimientos, capacitaciones certificadas y beneficios económicos, que fomenten la adopción y permanencia de prácticas sostenibles. Estas acciones contribuirán a garantizar la sostenibilidad del mercado y el bienestar de la comunidad en el largo plazo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bautista, E. E. V., & Alarcón, M. C. (2022). La Importancia De La Educación Ambiental Y Su Implicancia Mundial Desde El Contexto Teórico. *Hacedor*, 6(1), 176-190.
- Benavides Sánchez, E. P., Amorós Espinosa, J. E., Moya Clemente, I., & Ribes-Giner, G. (2023). Avances Y Desafíos En La Implementación De Los Objetivos De Desarrollo Sostenible En América Latina Y El Caribe: Un Análisis De Conglomerados 2010- 2021. *Revista Economía*, 75(122), 29-48. <https://doi.org/10.29166/Economia.V75i122.4560>
- Blanco Luna, J., & De La Fuente Suárez, L. A. (2022). Percepciones Y Actitudes Ambientales De Los Usuarios Del Mercado Alianza En Torreón, México. *Contexto. Revista De La Facultad De Arquitectura De La Universidad Autónoma De Nuevo León*, 16(24). <https://doi.org/10.29105/Contexto16.24-367>
- Carrasquero Ferrer, S. J. (2024). Buenas Prácticas Ambientales Para La Sostenibilidad Empresarial: Un Estudio De Caso De Pymes En La Provincia Del Guayas, Ecuador. *Revista Universidad Y Sociedad*, 16(1), 79-88.
- Contreras, D., & Leonardo, R. (2022). *Gestión Ambiental Para El Manejo De Residuos Sólidos En El Mercado Modelo, Ica, 2022.*
- El Modelo De La Acción Razonada De Fishbein Y Ajzen.* (S. f.). Recuperado 20 De Mayo De 2025, De <https://www.redalyc.org/pdf/805/80525205.pdf>
- Espinoza, M. V. B. (2020). *Educación Ambiental Y Manejo De Residuos Sólidos Del Mercado De La Urbanización Año Nuevo Del Distrito De Comas, Lima 2019.*
- Flores Ampuero, A. J. (2024). *Manejo Sostenible De Residuos Sólidos Degradables Y No Degradables Para Una Correcta Sostenibilidad Ambiental Del Mercado Unión Y Dignidad,* *Puno* *2024.* <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/23772>
- Flores, R. C., & Reyes, L. H. (2019). *Estudio Sobre Las Percepciones Y La Educación*

*Ambiental.*

Gil, Y. M. V. (2021). *Beneficios De La Implementación De Estrategias De Sostenibilidad Social Y Ambiental En Almacenes Del Retail.*

Huaman Silvestre, O. F. (2024). *La Cultura Ambiental Y El Manejo De Residuos Solidos En Los Comerciantes Del Mercado Modelo De La Ciudad De Huacho, 2023.*  
<https://Repositorio.Unjpsc.Edu.Pe/Handle/20.500.14067/9920>

Julio C., G., Carolina Del C., M., Universidad De Santiago De Chile, Carlos A., R., Universidad De Santiago De Chile, Natalia A., R., & Universidad De Santiago De Chile. (2023). *Prácticas De Sostenibilidad: Principales Resultados De Un Estudio Realizado En Diez Empresas Chilenas. Espacios, 44(05), 64-77.*  
<https://doi.org/10.48082/Espacios-A23v44n05p05>

Jurado Hilario, M. M., & Vincula Lorenzo, N. E. (2023). *Conciencia Ambiental En El Contexto De Los Problemas Ambientales.*  
<https://Repositorio.Une.Edu.Pe/Entities/Publication/Repositorio.Une.Edu.Pe>

Llallico, M. B. S. (2015). *Actitudes Y Sostenibilidad Ambiental En Los Habitantes Del Distrito De Pilcomayo - Junín*.

López Ruiz, M. L., & Montalvo Ruiz, L. E. (2019). *Estrategias Socio Ambientales Sostenibles Y Recojo De Residuos Sólidos En El Mercado Moshoqueque li Sector Brazil – Frutas. José Leonardo Ortiz.*  
<http://Repositorio.Unprg.Edu.Pe/Handle/20.500.12893/7970>

Meléndez, B. B. M. (2022). *La Influencia De La Educación Ambiental En La Percepción Del Desarrollo Sostenible En Docentes Y Estudiantes De Secundaria. Un Estudio De Casos. Revista Kawsaypacha: Sociedad Y Medio Ambiente, 10.*  
<https://doi.org/10.18800/Kawsaypacha.202202.007>

Ochante-Ramos, R. H., Riveros-Davalos, M., Mamani-Mercado, N. G. L.,  
Ochante-Ramos, R. H., Riveros-Davalos, M., & Mamani-Mercado, N. G. L. (2023).

- Prácticas Sostenibles Y Conciencia Ambiental: Estrategias Para La Conservación Del Medio Ambiente. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8, 287-305. <https://doi.org/10.35381/R.K.V8i1.2791>
- Ordoñez Abril, D. Y., Calderón Sotero, J. H., Padilla Delgado, L. M., Ordoñez Abril, D. Y., Calderón Sotero, J. H., & Padilla Delgado, L. M. (2021). Revisión De Literatura De La Teoría Del Comportamiento Planificado En La Decisión De Compra De Productos Orgánicos. *Revista Nacional De Administración*, 12(1). <https://doi.org/10.22458/Rna.V12i1.3178>
- Paredes Vilca, O. J. (2020). Factores Socioeconómicos Y Ambientales Que Inciden En La Probabilidad De Padecer Anemia En Niños De La Región Puno. *Universidad Nacional Del Altiplano*. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/14245>
- Pulido Capurro, V., & Olivera Carhuaz, E. (2018). Aportes Pedagógicos A La Educación Ambiental: Una Perspectiva Teórica. *Revista De Investigaciones Altoandinas*, 20(3), 333-346. <https://doi.org/10.18271/Ria.2018.397>
- Quispe Chura, Y. V. (2024). Educación Ambiental Y El Manejo De Residuos Sólidos En Los Comerciantes Del Mercado Unión Y Dignidad De La Ciudad De Puno- 2023. *Universidad Privada San Carlos*. <http://repositorio.upsc.edu.pe:8080/handle/upsc/905>
- Rodríguez, J. G. C. (2021). Análisis Medioambiental Del Manejo De Residuos Sólidos De Los Mercados Abiertos En Perú, Una Revisión Narrativa. *Revista De Ciencias*, 25(2), Article 2. <https://doi.org/10.25100/Rc.V25i2.12514>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *La Teoría De La Autodeterminación Y La Facilitación De La Motivación Intrínseca, El Desarrollo Social, Y El Bienestar*.
- Vásquez Valladares, J. S. (2024). Diagnóstico Ambiental Del Mercado De Abastos De La Ciudad De Sechura- 2023. *Universidad Nacional De Piura*. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/965100>

## ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

**TÍTULO: PERCEPCIÓN AMBIENTAL Y PRÁCTICAS SOSTENIBLES DE LOS COMERCIANTES DEL NUEVO MERCADO DEL CENTRO POBLADO DE SALCEDO – PUNO, 2025**

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	METODOLOGÍA
<p>¿Cómo es la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025?</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de percepción ambiental de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025?</p> <p>¿Qué tipos de prácticas sostenibles implementan los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025?</p>	<p>Evaluar la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <p>Identificar el nivel de percepción ambiental de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.</p> <p>Describir las prácticas sostenibles que implementan los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025</p>	<p>Existe una relación directa y significativa entre la percepción ambiental y las prácticas sostenibles de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno, 2025.</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <p>El nivel de percepción ambiental de los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno es predominantemente moderado, con limitado conocimiento sobre los impactos ambientales generados por sus actividades comerciales.</p> <p>Las prácticas sostenibles implementadas por los comerciantes del nuevo mercado del Centro Poblado de Salcedo – Puno son principalmente básicas y están centradas en el manejo de residuos sólidos, con escasa aplicación de medidas para el uso eficiente de agua y energía.</p>	<p><b>VI:</b> Percepción ambiental</p> <p><b>VD:</b> Prácticas sostenibles</p>	<p>Conocimientos ambientales</p> <p>Actitudes ambientales</p> <p>Conciencia ambiental</p> <p>Gestión de residuos sólidos</p> <p>Ahorro de agua</p> <p>Eficiencia energética</p> <p>Uso de productos ecoamigables</p>	<p>Cuestionario de percepción ambiental</p> <p>Ficha de observación de prácticas sostenibles</p>	<p>Tipo de Investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño de Investigación: No experimental de corte transversal</p> <p>Método: Deductivo con enfoque mixto (cuantitativo-cualitativo)</p> <p>Población: 92 comerciantes</p>

## Anexo 02: Cuestionario

### 1. CUESTIONARIO DE PERCEPCIÓN AMBIENTAL

(Para el objetivo específico 1: Identificar el nivel de percepción ambiental de los comerciantes)

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS**  
**FACULTAD DE INGENIERÍAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL**

### CUESTIONARIO SOBRE PERCEPCIÓN AMBIENTAL

#### Datos generales:

- Rubro comercial: \_\_\_\_\_
- Tiempo laborando en el mercado: \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Estimado comerciante, a continuación se presentan afirmaciones relacionadas con su percepción sobre temas ambientales. Por favor, marque con una (X) la opción que mejor refleje su opinión, considerando la siguiente escala: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo.

#### I. DIMENSIÓN: CONOCIMIENTOS AMBIENTALES

N°	Afirmación	1	2	3	4	5
1	Conozco los principales problemas ambientales que afectan al Centro Poblado de Salcedo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Comprendo cómo mis actividades comerciales pueden impactar el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Estoy informado(a) sobre la correcta separación de residuos sólidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Conozco técnicas para reducir el consumo de agua en mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Entiendo la diferencia entre residuos orgánicos e inorgánicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Identifico los materiales que pueden ser reciclados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Conozco alternativas para reducir el uso de bolsas plásticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### II. DIMENSIÓN: ACTITUDES AMBIENTALES

N°	Afirmación	1	2	3	4	5
8	Considero que proteger el medio ambiente es responsabilidad de todos los comerciantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9	Me interesa participar en capacitaciones sobre temas ambientales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Estoy dispuesto(a) a invertir recursos económicos para implementar prácticas sostenibles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Valoro los mercados que implementan medidas para cuidar el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Me preocupa el impacto ambiental que genera mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Considero que utilizar productos ecológicos es beneficioso a largo plazo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Pienso que ahorrar energía y agua debe ser una prioridad en mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### III. DIMENSIÓN: CONCIENCIA AMBIENTAL

N°	Afirmación	1	2	3	4	5
15	Reconozco mi responsabilidad en la protección del medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Siento que mis acciones individuales pueden contribuir a mejorar el ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Considero urgente tomar medidas para reducir la contaminación en nuestro mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Me siento comprometido(a) a implementar prácticas sostenibles en mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Creo que debemos cambiar nuestros hábitos para proteger el ambiente para futuras generaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Siento responsabilidad por la contaminación que mis actividades comerciales pueden generar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Estoy dispuesto(a) a informar a mis clientes sobre prácticas amigables con el ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Anexo 03: Ficha de validación de instrumento

	Manual de Presentación de Proyecto de Investigación e Informe Final	COG. DE DOC. / INV/COG. DE. U	VERSION: 3.1	PAGINA: 1
---	---	-------------------------------	--------------	-----------

#### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

##### I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: MG. Julio Wilfredo Cano Ojeda
- 1.2 Grado académico: Magister en Educación con mención en Docencia y Gestión Educativa.
- 1.3 Título de la Investigación: PERCEPCIÓN AMBIENTAL Y PRÁCTICAS SOSTENIBLES DE LOS COMERCIANTES DEL NUEVO MERCADO DEL CENTRO PUEBLADO DE SALCEDO - PUNO, 2025
- 1.4 Denominación del instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/ CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		0 - 5	1	2	3	4
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables medibles.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.				X	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas rutas en la investigación y construcción de teorías.				X	
<b>SUB TOTAL</b>					30	
<b>TOTAL</b>		<b>30</b>				

##### VALORACIÓN

Deficiente ( )	Regular ( )	Buena ( )	Muy Buena ( X )	Excelente ( )
0 - 5	9 - 16	7 - 24	25 - 32	33 - 40

Puno, mayo de 2025.



Mag. Wilfredo Wilfredo CANO OJEDA  
Experto  
DNI: 012214

## Anexo 04: Ficha de observación de prácticas sostenibles

### ANEXO 03: FICHA DE OBSERVACIÓN DE PRÁCTICAS SOSTENIBLES

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL

**Datos generales:**

- Fecha: 28/06/2025
- Rubro comercial: \_\_\_\_\_
- Ubicación en el mercado: Salcedo

**Instrucciones:** Marcar con una (X) según corresponda, considerando la siguiente escala: 0: No implementa 1: Implementación básica 2: Implementación adecuada

#### I. DIMENSIÓN: GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

N°	Práctica observada	0	1	2	Observaciones
1	Cuenta con contenedores diferenciados para segregación de residuos	X			
2	Separa correctamente los residuos orgánicos de los inorgánicos	X			
3	Minimiza la generación de residuos (recortes, sobrantes, empaques)		X		
4	Reutiliza materiales (cajas, envases, bolsas)		X		
5	Entrega los residuos reciclables a recicladores formales o centros de acopio		X		
6	Mantiene limpia su área de trabajo			X	

#### II. DIMENSIÓN: AHORRO DE AGUA

N°	Práctica observada	0	1	2	Observaciones
7	Cuenta con dispositivos ahorradores de agua (caños temporizados, reductores de flujo)		X		
8	Repara fugas de agua oportunamente		X		
9	Recolecta y reutiliza agua para actividades secundarias (limpieza de pisos)		X		
10	Utiliza métodos de limpieza eficientes en consumo de agua		X		

11	Cuenta con señalética para promover el ahorro de agua	X			
----	---	---	--	--	--

**III. DIMENSIÓN: EFICIENCIA ENERGÉTICA**

N°	Práctica observada	0	1	2	Observaciones
12	Utiliza iluminación de bajo consumo (LED, fluorescentes eficientes)		X		
13	Aprovecha la luz natural			X	
14	Apaga equipos eléctricos cuando no están en uso		X		
15	Utiliza equipos energéticamente eficientes	X			
16	Mantiene los equipos de refrigeración en buen estado y con mantenimiento regular	X			

**IV. DIMENSIÓN: USO DE PRODUCTOS ECOAMIGABLES**

N°	Práctica observada	0	1	2	Observaciones
17	Utiliza bolsas reutilizables o biodegradables		X		
18	Emplea envases y empaques biodegradables		X		
19	Comercializa productos ecológicos o con certificación ambiental		X		
20	Evita el uso de Tecnopor y plásticos de un solo uso		X		
21	Informa a los clientes sobre prácticas sostenibles		X		

### Anexo 05: Dimensión conocimientos ambientales

Encuestados	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Total
1	4	4	4	3	4	4	3	26
2	4	3	4	4	4	4	4	27
3	4	4	4	4	5	4	3	28
4	4	4	4	4	5	4	4	29
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	5	4	4	4	4	5	4	30
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	4	4	4	5	4	5	5	31
11	5	5	4	5	4	4	5	32
12	4	4	3	4	4	5	4	28
13	4	5	4	4	4	5	3	29
14	4	4	4	4	4	4	4	28
15	3	4	4	4	4	4	3	26
16	4	4	4	5	4	3	4	27
17	4	4	4	4	3	4	4	27
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	3	3	4	4	4	5	3	26
20	4	4	4	4	3	4	4	26
21	4	4	4	4	3	4	4	26
22	4	3	4	4	4	4	4	27
23	4	4	4	4	4	5	4	28
24	4	4	4	4	4	5	4	29
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	5	4	4	4	4	5	4	30
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	4	4	4	4	5	4	5	31
31	5	5	4	5	4	4	5	32
32	4	4	3	4	4	5	4	28
33	4	5	4	4	4	5	3	29
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	3	4	4	4	4	4	3	26
36	4	4	4	5	4	3	4	27
37	4	4	4	4	3	4	4	27
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	3	3	4	4	4	5	3	26
40	4	4	4	4	3	4	4	26
41	4	4	4	4	5	4	5	31
42	5	5	4	5	4	4	5	32
43	4	4	3	4	4	5	4	28
44	4	5	4	4	4	5	3	29
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	3	4	4	4	4	4	3	26
47	4	4	4	5	4	3	4	27
48	4	4	4	4	3	4	4	27
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	3	3	4	4	4	5	3	26
51	4	4	4	4	3	4	4	26
52	4	4	4	4	3	4	4	26
53	4	3	4	4	4	4	4	27
54	4	4	4	4	3	4	4	26
55	4	3	4	4	4	4	4	27
56	4	4	4	4	4	5	4	28
57	4	4	4	4	4	5	4	29
58	4	4	4	4	4	4	4	28
59	5	4	4	4	4	5	4	30
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	4	4	4	4	4	4	4	28
62	4	4	4	4	4	4	4	28
63	4	4	4	4	5	4	5	31
64	5	5	4	5	4	4	5	32
65	4	4	3	4	4	5	4	28
66	4	5	4	4	4	5	3	29
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	3	4	4	4	4	4	3	26
69	4	4	5	4	3	4	3	27
70	4	4	4	3	4	4	4	27
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	3	3	4	4	4	4	5	26
73	4	4	4	4	3	4	4	26
74	4	4	4	4	3	4	4	26
75	4	3	4	4	4	4	4	27
76	4	4	4	4	4	5	4	28
77	4	4	4	4	4	5	4	29
78	4	4	4	4	4	4	4	28
79	3	4	4	4	4	4	3	26
80	4	4	4	5	4	3	4	27
81	4	4	4	4	3	4	4	27
82	4	4	4	4	4	4	4	28
83	3	3	4	4	4	4	5	26
84	4	4	4	4	3	4	4	26
85	4	4	4	4	3	4	4	26
86	4	3	4	4	4	4	4	27
87	4	4	4	4	4	5	4	28
88	4	4	4	4	4	5	4	29
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	5	4	4	4	4	5	4	30
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	4	4	4	4	3	4	3	26
<b>Total</b>	<b>3.97826087</b>	<b>3.9673913</b>	<b>4.01086957</b>	<b>3.902174</b>	<b>4.054348</b>	<b>4.228261</b>	<b>3.695652</b>	<b>2561</b>

## Anexo 06: Dimensión actitudes ambientales

Encuestados	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	3	4	4	4	4	3	4	25
3	4	4	4	4	5	3	4	28
4	4	4	4	4	5	3	5	29
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	5	4	4	4	4	4	29
7	4	4	3	4	4	4	4	27
8	4	5	4	4	4	4	4	29
9	4	4	4	4	3	4	4	27
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	4	5	4	4	4	4	4	29
12	4	4	3	4	4	5	4	28
13	3	5	4	4	4	4	4	28
14	3	4	3	4	4	5	4	27
15	4	4	3	4	4	3	4	26
16	4	4	3	4	4	4	4	27
17	4	5	4	4	3	4	4	28
18	4	4	3	4	4	4	4	27
19	3	4	3	4	3	4	4	25
20	4	4	3	4	3	4	4	26
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	3	4	4	4	3	3	4	25
23	4	4	4	4	5	3	4	28
24	4	4	4	4	5	3	5	29
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	4	5	4	4	4	4	4	29
27	4	4	3	4	4	4	4	27
28	4	5	4	4	4	4	4	29
29	4	4	4	4	3	4	4	27
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	5	4	4	4	4	4	29
32	4	4	3	4	4	5	4	28
33	3	5	4	4	4	4	4	28
34	3	4	3	4	4	5	4	27
35	4	4	3	4	4	3	4	26
36	4	4	3	4	4	4	4	27
37	4	5	4	4	3	4	4	28
38	4	4	3	4	4	4	4	27
39	3	4	3	4	3	4	4	25
40	4	4	3	4	3	4	4	26
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	4	5	4	4	4	4	4	29
43	4	4	3	4	4	5	4	28
44	3	5	4	4	4	4	4	28
45	3	4	3	4	4	5	4	27
46	4	4	3	4	4	3	4	26
47	4	4	3	4	4	4	4	27
48	4	5	4	4	3	4	4	28
49	4	4	3	4	4	4	4	27
50	3	4	3	4	3	4	4	25
51	4	4	3	4	3	4	4	26
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	3	4	4	4	3	3	4	25
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	3	4	4	4	3	3	4	25
56	4	4	4	4	5	3	4	28
57	4	4	4	4	5	3	5	29
58	4	4	4	4	4	4	4	28
59	4	5	4	4	4	4	4	29
60	4	4	3	4	4	4	4	27
61	4	5	4	4	4	4	4	29
62	4	4	4	4	3	4	4	27
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	4	5	4	4	4	4	4	29
65	4	4	3	4	4	5	4	28
66	3	5	4	4	4	4	4	28
67	3	4	3	4	4	5	4	27
68	4	4	3	4	4	3	4	26
69	4	4	3	4	4	4	4	27
70	4	5	4	4	3	4	4	28
71	4	4	3	4	4	4	4	27
72	3	4	3	4	3	4	4	25
73	4	4	3	4	3	4	4	26
74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	3	4	4	4	3	3	4	25
76	4	4	4	4	5	3	4	28
77	4	4	4	4	5	3	5	29
78	4	4	4	4	4	4	4	28
79	4	4	3	4	4	3	4	26
80	4	4	3	4	4	4	4	27
81	4	5	4	4	3	4	4	28
82	4	4	3	4	4	4	4	27
83	3	4	3	4	3	4	4	25
84	4	4	3	4	3	4	4	26
85	4	4	4	4	4	4	4	28
86	3	4	4	4	3	3	4	25
87	4	4	4	4	5	3	4	28
88	4	4	4	4	5	3	5	29
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	5	4	4	4	4	4	29
91	4	4	3	4	4	4	4	27
92	4	4	4	4	4	4	4	28
<b>Total</b>	<b>3.793478</b>	<b>4.217391</b>	<b>3.597826</b>	<b>4</b>	<b>3.84783</b>	<b>3.858696</b>	<b>4.05435</b>	<b>2518</b>

## Anexo 07: Dimensión conciencia ambiental

Encuestad	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Total
1	4	4	3	4	4	4	4	27
2	3	4	4	4	3	3	4	25
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	5	4	29
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	4	4	4	4	4	5	4	29
9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	4	5	4	4	4	4	4	29
11	4	5	4	4	4	3	4	28
12	4	4	4	4	4	4	3	27
13	3	4	4	5	4	4	4	28
14	4	4	4	5	4	4	4	29
15	4	3	4	4	4	4	4	27
16	3	4	3	4	4	4	3	25
17	4	4	3	4	4	4	4	27
18	4	4	3	4	3	4	4	26
19	4	4	4	4	4	3	4	27
20	4	4	4	4	4	3	3	26
21	4	4	3	4	4	4	4	27
22	3	4	4	4	4	3	4	25
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	4	4	4	4	4	5	4	29
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	4	4	4	4	5	4	29
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	4	5	4	4	4	4	4	29
31	4	5	4	4	4	3	4	28
32	4	4	4	4	4	4	3	27
33	3	4	4	5	4	4	4	28
34	4	4	4	5	4	4	4	29
35	4	3	4	4	4	4	4	27
36	3	4	3	4	4	4	3	25
37	4	4	3	4	4	4	4	27
38	4	4	3	4	3	4	4	26
39	4	4	4	4	4	3	4	27
40	4	4	4	4	4	3	3	26
41	4	5	4	4	4	4	4	29
42	4	5	4	4	4	3	4	28
43	4	4	4	4	4	4	3	27
44	3	4	4	4	5	4	4	28
45	4	4	4	5	4	4	4	29
46	4	3	4	4	4	4	4	27
47	3	4	3	4	4	4	3	25
48	4	4	3	4	4	4	4	27
49	4	4	3	4	3	4	4	26
50	4	4	4	4	4	3	4	27
51	4	4	4	4	4	3	3	26
52	4	4	3	4	4	4	4	27
53	3	4	4	4	4	3	4	25
54	4	4	3	4	4	4	4	27
55	3	4	4	4	3	3	4	25
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	4	4	4	4	5	4	29
58	4	4	4	4	4	4	4	28
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	4	4	4	4	4	5	4	29
62	4	4	4	4	4	4	4	28
63	4	5	4	4	4	4	4	29
64	4	5	4	4	4	3	4	28
65	4	4	4	4	4	4	3	27
66	3	4	4	5	4	4	4	28
67	4	4	4	5	4	4	4	29
68	4	3	4	4	4	4	4	27
69	3	4	3	4	4	4	3	25
70	4	4	3	4	4	4	4	27
71	4	4	3	4	3	4	4	26
72	4	4	4	4	4	3	4	27
73	4	4	4	4	4	3	3	26
74	4	4	3	4	4	4	4	27
75	3	4	4	4	3	3	4	25
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	4	4	4	4	4	5	4	29
78	4	4	4	4	4	4	4	28
79	4	3	4	4	4	4	4	27
80	3	4	3	4	4	4	3	25
81	4	4	3	4	4	4	4	27
82	4	4	3	4	3	4	4	26
83	4	4	4	4	4	3	4	27
84	4	4	4	4	4	3	3	26
85	4	4	3	4	4	4	4	27
86	3	4	4	4	3	3	4	25
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	4	4	4	4	4	5	4	29
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	4	4	3	4	4	4	4	27
<b>Total</b>	<b>3.83695652</b>	<b>4.0326087</b>	<b>3.76086957</b>	<b>4.08695652</b>	<b>3.88043478</b>	<b>3.86956522</b>	<b>3.84782609</b>	<b>2513</b>

## Anexo 08: Panel fotográfico

**Figura 01:** Encuesta al área de abarrotes



**Figura 02:** Encuesta al área de jugueria



**Figura 03:** Encuesta al área pesquera



**Figura 04:** Encuesta al área de abarrotes



**Figura 05:** Encuesta al área mixta.



**Figura 06:** Encuesta al área de abarrotes



**Figura 07:** Encuesta al área de frutería



**Figura 08:** Llenando mi ficha de campo

