

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS

FACULTAD DE INGENIERÍAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL



TESIS

**EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA DE LA PROVINCIA DE
AZÁNGARO, PUNO – 2025**

PRESENTADA POR:

EDITH YANIRA MAMANI VILCAPAZA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

INGENIERO AMBIENTAL

PUNO – PERÚ

2025



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



3.78%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 10 NOV 2025, 8:08 PM

Similarity report

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

IDENTICAL 1.75%
CHANGED TEXT 2.02%

Report #29887379

EDITH YANIRA MAMANI VILCAPAZA // EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA DE LA PROVINCIA DE AZÁNGARO, PUNO – 2025 RESUMEN La investigación tuvo como objetivo evaluar el nivel de sensibilización ambiental de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, durante el año 2025, adoptando un enfoque cuantitativo con diseño descriptivo no experimental, mediante la aplicación de una encuesta estructurada en escala de Likert a una muestra censal de 54 comerciantes titulares de stand, a congregar diversos rubros comerciales como carnes, viandas, frutas y verduras, abarrotes, panadería, pescados, productos lácteos, artículos de limpieza, ropa, calzado y ferretería; los resultados evidenciaron que el 50% de los comerciantes presenta un nivel medio de conocimiento sobre problemas ambientales locales, el 59.3% demuestra conocimiento alto sobre normas de manejo de residuos sólidos, el 40.7% muestra disposición media para participar en actividades ecológicas y el 53.7% manifiesta alta motivación para cambiar hábitos ambientales, confirmando que el 72.3% asume alta responsabilidad por el cuidado del entorno del mercado; si bien predomina un nivel medio de sensibilización ambiental con áreas específicas de fortaleza en normativa de residuos y corresponsabilidad, se observa la necesidad de fortalecer el reconocimiento de problemáticas ambientales específicas y la identificación de acciones

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

TESIS

**EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA DE LA PROVINCIA DE
AZÁNGARO, PUNO – 2025**

PRESENTADA POR:

EDITH YANIRA MAMANI VILCAPAZA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

INGENIERO AMBIENTAL

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE

:


Dra. MARLENE CUSI MONTESINOS

PRIMER MIEMBRO

:


Mg. KATIA ELIZABETH ANDRADE LINAREZ

SEGUNDO MIEMBRO

:


Dra. CELIA VERENISSE ORTIZ DE ORUE ROJAS

ASESOR DE TESIS

:


Mg. JULIO WILFREDO CANO OJEDA

Área: Ingeniería, Tecnología

Sub área: Ingeniería Ambiental

Línea de investigación: Ciencias Ambientales

Puno, 25 de noviembre del 2025.

DEDICATORIA

A mis queridos padres, César y María, el pilar de mi vida y quienes me enseñaron que el amor y el esfuerzo siempre abren caminos. Su cariño, sabiduría y paciencia son mi mayor herencia. Todo lo que soy se los debo a ustedes y esta tesis es un humilde tributo a su inmenso sacrificio, con admiración y profundo amor.

A mi amado Elmer, gracias por compartir conmigo tus sueños, por ser mi refugio en los momentos difíciles y por celebrar conmigo cada logro. Tu compañía y tu entrega han sido mi fuerza y mi paz, eres mi compañero y amigo, mi inspiración constante.

Y a mi hijo Santino Amaru, la luz de mis días y mi motor inagotable. Tu sonrisa y ternura son la mayor fuente de energía y felicidad. Ojalá esta tesis te inspire algún día a perseguir tus sueños con pasión y amor, tal como me ha inspirado a mí. Todo esto es para ti, con el corazón lleno de esperanza.

AGRADECIMIENTOS

Mi más sincero y profundo agradecimiento a las siguientes instituciones y personas, cuyo apoyo y guía fueron fundamentales para la realización y culminación de esta investigación:

- A la Universidad Privada San Carlos, por brindarme una formación profesional integral y de calidad, esencial para el desarrollo de mi región y el ejercicio futuro de mi carrera.
- A la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental, por ser el cimiento de mis conocimientos, disciplina y compromiso con el desarrollo sostenible.
- A los miembros del jurado calificador, por su valioso tiempo, riguroso análisis y las observaciones pertinentes que enriquecieron significativamente el rigor y la solidez de esta investigación.
- Y, de manera especial, a mi asesor, por brindarme su apoyo incondicional, su orientación experta y la dedicación necesaria que permitieron la exitosa culminación de este proyecto de investigación.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
ÍNDICE DE ANEXOS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1.1. PROBLEMA GENERAL	15
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	15
1.2. ANTECEDENTES	15
1.2.1. INTERNACIONAL	15
1.2.2. NACIONAL	16
1.2.3. LOCAL	17
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	17
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	19
2.2. MARCO NORMATIVO:	24
2.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.2.1. HIPÓTESIS GENERAL	25
2.2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	25

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ZONA DE ESTUDIO	26
3.2. TAMAÑO DE MUESTRA	27
3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS	28
3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	30
3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO	30

CAPÍTULO IV

EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. OBJETIVO N° 01: EVALUAR EL GRADO DE CONOCIMIENTO QUE TIENEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA DE LA PROVINCIA DE AZÁNGARO, PUNO, SOBRE TEMAS AMBIENTALES EN EL AÑO 2025.	32
4.2. OBJETIVO N° 02: ANALIZAR LA DISPOSICIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA DE LA PROVINCIA DE AZÁNGARO, PUNO, PARA PARTICIPAR EN ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN AMBIENTAL DURANTE EL AÑO 2025.	40
4.3. PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS	48
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	52

BIBLIOGRAFÍA	53
ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01: Población y muestra según el tipo de venta	28
Tabla 02: Operacionalización de variables	30
Tabla 03: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 1	32
Tabla 04: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 2	34
Tabla 05: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 3	36
Tabla 06: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 4	38
Tabla 07: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 5	40
Tabla 08: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 6	42
Tabla 09: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 7	44
Tabla 10: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 8	46

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 01: Zona de estudio con coordenadas UTM 19 L (14°54'40.38"S 70°11'44.87"O)	27
Figura 02: Pregunta 1 Conocimiento de problemas ambientales locales	33
Figura 03: Pregunta 2 Identificación de acciones ambientales	35
Figura 04: Pregunta 3 Conocimiento de normas sobre manejo de residuos	37
Figura 05: Pregunta 4 Conciencia del impacto ambiental de la actividad comercial	39
Figura 06: Pregunta 5 disposición a participar en actividades ecológicas	41
Figura 07: Pregunta 6 Importancia de la protección ambiental	43
Figura 08: Pregunta 7 responsabilidad ambiental individual	45
Figura 09: Pregunta 8 Motivación para cambiar hábitos ambientales	47
Figura 10: Encuestando al puesto de abarrotes	64
Figura 11: Encuestando al puesto de especias.	64
Figura 12: Encuestando el puesto de verduras.	65
Figura 13: Encuestando el puesto de carne.	65

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 01: Matriz de consistencia	57
Anexo 02: Instrumento	58
Anexo 03: Validación de Instrumento	60
Anexo 04: Tabla de frecuencias sobre el conocimiento ambiental.	61
Anexo 05: Tabla de frecuencias sobre la actitud ambiental.	62
Anexo 06: Tabla de frecuencias sobre la práctica ambiental.	63
Anexo 07: Panel fotográfico.	64

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo evaluar el nivel de sensibilización ambiental de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, durante el año 2025, adoptando un enfoque cuantitativo con diseño descriptivo no experimental, mediante la aplicación de una encuesta estructurada en escala de Likert a una muestra censal de 54 comerciantes titulares de stand, a congregar diversos rubros comerciales como carnes, viandas, frutas y verduras, abarrotes, panadería, pescados, productos lácteos, artículos de limpieza, ropa, calzado y ferretería; los resultados evidenciaron que el 50% de los comerciantes presenta un nivel medio de conocimiento sobre problemas ambientales locales, el 59.3% demuestra conocimiento alto sobre normas de manejo de residuos sólidos, el 40.7% muestra disposición media para participar en actividades ecológicas y el 53.7% manifiesta alta motivación para cambiar hábitos ambientales, confirmando que el 72.3% asume alta responsabilidad por el cuidado del entorno del mercado; si bien predomina un nivel medio de sensibilización ambiental con áreas específicas de fortaleza en normativa de residuos y corresponsabilidad, se observa la necesidad de fortalecer el reconocimiento de problemáticas ambientales específicas y la identificación de acciones concretas de cuidado ambiental, concluyendo que los comerciantes poseen una base sólida y favorable para la implementación de programas de educación ambiental participativa que potencien la transición hacia prácticas comerciales sostenibles y contribuyan al desarrollo de una cultura ambiental responsable en el mercado.

Palabras clave: Comerciantes, Educación ambiental, Mercado, Residuos sólidos, Sensibilización ambiental.

ABSTRACT

This research aimed to evaluate the level of environmental awareness among vendors at the Vilcapaza Market in the province of Azángaro, Puno, during the year 2025. This research adopted a quantitative approach with a non-experimental descriptive design. A Likert-scale structured survey was administered to a census sample of 54 vendors with booths, comprising various commercial categories such as meats, root vegetables, fruits and vegetables, groceries, bakery products, fish, dairy products, cleaning supplies, clothing, footwear, and hardware. The results showed that 50% of the vendors had a medium level of knowledge about local environmental issues, 59.3% demonstrated high knowledge about solid waste management regulations, 40.7% showed a medium willingness to participate in environmental activities, and 53.7% expressed high motivation to change environmental habits. This also confirmed that 72.3% assumed a high level of responsibility for the care of the market environment. Although a medium level of environmental awareness prevails, with specific areas of strength in waste regulations and co-responsibility, there is a need to strengthen the recognition of specific environmental issues and the identification of concrete environmental care actions. It is concluded that merchants have a solid and favorable foundation for the implementation of participatory environmental education programs that promote the transition toward sustainable business practices and contribute to the development of a responsible environmental culture in the market.

Keywords: Merchants, Environmental education, Market, Solid waste, Environmental awareness.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente son pilares esenciales para garantizar la calidad de vida y el bienestar de las comunidades. En el Perú, los mercados y espacios comerciales juegan un papel decisivo en la gestión ambiental local, ya que su funcionamiento diario genera impactos directos sobre la limpieza pública, la disposición de residuos sólidos y la preservación del entorno. En este contexto, la sensibilización ambiental de los comerciantes constituye un factor clave para promover prácticas responsables, fortalecer la cultura ambiental y avanzar hacia un modelo de desarrollo más sostenible en las ciudades y provincias del país (Limache, 2021).

En la provincia de Azángaro, región Puno, el Mercado Vilcapaza representa uno de los principales centros de abasto, donde la actividad comercial es intensa y diversa. Sin embargo, persisten problemas derivados de la inadecuada gestión de los residuos sólidos, la escasa separación de materiales reciclables y la limitada participación de los comerciantes en programas de educación ambiental. Esta situación ha generado dificultades en la limpieza del entorno, la generación de desechos no gestionados adecuadamente y percepciones negativas sobre las condiciones ambientales del mercado. Frente a ello, resulta imprescindible comprender el nivel de sensibilización ambiental de los comerciantes como punto de partida para diseñar estrategias de intervención efectivas.

La presente investigación formula la siguiente interrogante: ¿Cuál es el nivel de sensibilización ambiental de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025? El estudio aborda las dimensiones del conocimiento, la actitud y la práctica ambiental, con el fin de evaluar la conciencia y disposición de los comerciantes hacia la protección ambiental y la participación en actividades de educación ecológica. Asimismo, busca identificar las principales debilidades y oportunidades para

fortalecer la gestión ambiental comercial mediante la formulación de propuestas formativas y participativas.

Este trabajo de investigación está estructurado en cuatro capítulos: el Capítulo I presenta el planteamiento del problema, los antecedentes a nivel internacional, nacional y local, así como los objetivos generales y específicos que orientan el estudio. El Capítulo II desarrolla el marco teórico y normativo sobre la sensibilización ambiental, abordando las principales variables y la hipótesis de investigación. El Capítulo III describe la metodología aplicada, que incluye el área de estudio, el tipo de investigación, la muestra censal y los instrumentos de recolección de datos basados en encuestas estructuradas. Finalmente, el Capítulo IV expone los resultados obtenidos, su análisis e interpretación, para posteriormente formular las conclusiones y recomendaciones orientadas a fortalecer la educación y conciencia ambiental de los comerciantes del Mercado Vilcapaza.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En las últimas décadas, la sensibilización ambiental se ha convertido en una prioridad global, debido al incremento de la contaminación, la pérdida de biodiversidad y el cambio climático. Sin embargo, diversos estudios recientes evidencian que, a pesar de las campañas y programas implementados, persiste una brecha significativa entre el conocimiento ambiental y la adopción de prácticas sostenibles por parte de la población y actores económicos. La falta de sensibilización ambiental adecuada limita la efectividad de las políticas ambientales y dificulta la transición hacia sociedades más sostenibles, especialmente en contextos urbanos y comerciales donde la presión sobre los recursos naturales es mayor según (Maya & Rojas 2019).

En el contexto peruano, la problemática de la sensibilización ambiental se refleja en la limitada conciencia ecológica de la población y en la insuficiente integración de la educación ambiental en actividades cotidianas, especialmente en mercados y espacios comerciales. Estudios recientes en el país señalan que la falta de sensibilización ambiental influye negativamente en la gestión de residuos sólidos, la contaminación y la adopción de buenas prácticas ambientales. Por ejemplo, investigaciones realizadas en diferentes regiones del Perú han evidenciado que la implementación de programas de sensibilización ambiental es clave para mejorar la gestión de residuos y promover

cambios conductuales en la ciudadanía, pero estos programas aún no alcanzan a todos los sectores y su impacto es desigual según (Cuyubamba, 2019).

A nivel local, en la provincia de Azángaro, Puno, la sensibilización ambiental entre los comerciantes de mercados es limitada, lo que repercute en la gestión inadecuada de residuos y en la baja participación en actividades de educación ambiental. Estudios recientes realizados en mercados de la región altiplánica evidencian que la mayoría de los comerciantes presenta niveles regulares o bajos de sensibilización ambiental, lo que dificulta la adopción de prácticas responsables y sostenibles. Por ejemplo, una investigación en el Mercado Central de Macusani (Puno) encontró que el 50% de los comerciantes tenía una sensibilización ambiental regular, el 30% buena y el 20% mala, lo que se traduce en deficiencias en la gestión ambiental y la necesidad de fortalecer la educación y sensibilización en este sector según (Merma, 2024).

El Mercado Vilcapaza de Azángaro, principal centro de abasto de la ciudad, enfrenta serios problemas ambientales originados por la escasa sensibilización ambiental de los comerciantes, quienes en su mayoría no aplican prácticas adecuadas para el manejo de residuos sólidos, la reducción del uso de elementos contaminantes ni la participación en actividades de educación ambiental. Esta situación ha generado acumulación de basura, presencia de malos olores, proliferación de vectores y contaminación del entorno inmediato, afectando tanto la salud pública como la imagen del mercado. Pese a algunos esfuerzos de capacitación impulsados por las autoridades locales, la baja conciencia y participación limitada de los comerciantes continúa siendo un obstáculo para la gestión ambiental responsable, lo cual hace urgente la evaluación de su nivel de sensibilización ambiental como base para diseñar estrategias efectivas que contribuyan a la sostenibilidad y bienestar de toda la comunidad de Azángaro.

1.1.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuál es el nivel de sensibilización ambiental de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Qué grado de conocimiento tienen los comerciantes del Mercado Vilcapaza sobre temas ambientales en la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025?
- ¿Cuál es la disposición de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, para participar en actividades de educación ambiental durante el año 2025?

1.2. ANTECEDENTES

1.2.1. INTERNACIONAL

Avilés (2020), identificó que la gestión de residuos y el nivel de educación ambiental de los comerciantes presentan graves deficiencias. Predomina la disposición inadecuada de residuos mayoritariamente orgánicos, sin separación ni supervisión adecuada, y no existen programas de capacitación continua, lo que genera contaminación y problemas en infraestructura y servicios. Ante esta situación, se recomienda la implementación de un programa de educación ambiental para mejorar estas condiciones

Botina & Bucheli (2024), investigaron la gestión ineficiente de residuos orgánicos en la plaza de mercado Dos Puentes (Pasto, Nariño). Emplearon observación participativa, encuestas, pesaje de desechos y revisión documental con PRISMA, identificando la generación de más de 2000 kg de residuos en un mes. Asimismo, hallaron deficiencias como escasa educación ambiental, infraestructura inadecuada y poca segregación en la fuente, lo que ocasiona olores, contaminación y proliferación de vectores. Concluyeron que se requieren capacitaciones y estrategias sostenibles (talleres, campañas, almacenamiento mejorado y compostaje), estableciendo una línea base para futuros proyectos de manejo de residuos .

1.2.2. NACIONAL

Sánchez & Chávarry (2022), realizaron un estudio en Lambayeque orientado a agricultores, evidenciando un bajo nivel de conciencia ambiental (54% bajo, 37% medio y solo 9% alto). A partir de este diagnóstico, plantearon una propuesta sustentada en el desarrollo sostenible, articulada en tres ejes: ambiental, social y económico. Se sugirieron campañas informativas, talleres, charlas y estímulos a las buenas prácticas agrícolas, con el fin de incrementar la sensibilización ambiental en el sector rural .

Ruiz et al. (2024), evaluaron un programa de sensibilización ambiental en estudiantes de secundaria. A través de 20 sesiones cuasi experimentales con grupos de control y experimental, midieron cambios en las dimensiones cognitiva, afectiva, conativa y activa mediante una encuesta validada ($\alpha=0,941$). Encontraron mejoras altamente significativas ($p<0,05$), logrando que más del 80% de los alumnos alcancen altos niveles de conciencia ambiental. Concluyeron que las estrategias pedagógicas activas transforman actitudes y conductas ecológicas , consolidando la sostenibilidad desde la escuela.

Díaz et al. (2020), implementaron el programa ambiental Buenas Prácticas en el Mercado 3 de Octubre (Nuevo Chimbote) con 36 comerciantes. Aplicaron pre y post test, evidenciando un impacto positivo en el conocimiento y prácticas sobre disposición de residuos. Los resultados estadísticos mostraron una mejoría significativa ($\alpha=0.013$) , confirmando que la capacitación puede modificar favorablemente la gestión de desechos en mercados locales.

Gelvez et al. (2024), desarrollaron intervenciones con comerciantes minoristas de cenabastos mediante actividades digitales y dinámicas presenciales bajo el enfoque de Investigación-Acción-Participativa, lo que permitió adaptar estrategias ambientales al contexto sociocultural , impulsando cambios hacia prácticas más sostenibles.

Limache (2021), analizó la influencia de un programa de gestión ambiental en 78 escuelas de primaria en Lima. Con diseño cuasiexperimental se comprobó que mejoró en

38,89% los niveles de concientización y sensibilización . Se concluye que tales programas son efectivos para corregir deficiencias cognitivas y actitudinales en estudiantes respecto al cuidado ambiental.

1.2.3. LOCAL

Atención (2025), estudió la segregación de residuos sólidos en el Mercado Unión y Dignidad (Puno), aplicando un cuestionario a 127 comerciantes. Halló correlaciones positivas entre conocimiento ambiental ($r=0.608$), valores ecológicos ($r=0.498$) y prácticas sostenibles ($r=0.703$) con la correcta separación de desechos. Concluyó que las charlas de sensibilización tuvieron un impacto positivo en la conducta ambiental de los comerciantes.

Machaca (2025), analizó la relación entre educación ambiental y manejo de residuos en mercados de Puno, con enfoque cuantitativo y diseño correlacional. Los resultados mostraron que el 62,94% de comerciantes tenían conocimiento medio y el 65,38% un manejo regular de residuos. Se obtuvo una evaluación moderada significativa ($p=0.637$; $p=0.000$), confirmando la estrecha relación entre formación ambiental y gestión de desechos.

Mamani (2022), investigó el nivel de conocimiento sobre manejo de residuos en comerciantes del mercado del distrito de Moho (Puno), encontrando predominio del nivel medio (42%) en las prácticas de almacenamiento, limpieza y disposición final. Concluyó que se requiere un programa de mejora mediante charlas, folletos y campañas , para elevar los niveles de educación ambiental en esa población.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar el nivel de sensibilización ambiental de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar el grado de conocimiento que tienen los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, sobre temas ambientales.
- Analizar la disposición de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, para participar en actividades de educación ambiental.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Sensibilización Ambiental

Proceso de crear conciencia y promover actitudes responsables hacia el medio ambiente, orientado a la protección y uso sostenible de los recursos naturales (Fernández, 2019).

Dimensiones de la variable:

Conocimiento ambiental

Se refiere al grado en que los individuos reconocen los problemas ambientales de su entorno e identifican acciones para el cuidado ambiental.

Incluye aspectos como:

- Conciencia sobre la contaminación, pérdida de recursos y su impacto local.
- Reconocimiento de soluciones y buenas prácticas ambientales.

Un mayor conocimiento favorece la toma de decisiones informadas y la adopción de conductas responsables (Ramos, 2018).

Actitud ambiental

- Implica la disposición interna de valorar la protección ambiental y participar en actividades ecológicas.
- Engloba valores, creencias y motivaciones hacia la sostenibilidad..
- Las actitudes positivas son precursoras de cambios de comportamiento y apoyo social en torno a la problemática ambiental (Fernández, 2019).

Prácticas Ambientales

Las Prácticas Ambientales van más allá de la simple acción aislada; representan un conjunto de hábitos y acciones cotidianas sistemáticas que un individuo o colectivo adopta con el objetivo primordial de reducir su huella ecológica y promover la sostenibilidad del entorno. Estas prácticas se fundamentan en la lógica de las tres "R" (reducción, reutilización y reciclaje de materiales), pero se extienden al uso eficiente de recursos como el agua y la energía, la minimización de residuos, y la elección de productos ecológicos. En el contexto comercial, implican la optimización de procesos de venta y distribución para ser menos contaminantes, siendo un indicador clave del compromiso activo con la salud ambiental (Atencio, 2025).

Educación Ambiental

La Educación Ambiental se concibe como una estrategia pedagógica y social fundamental cuyo propósito es formar y concienciar a la población sobre la complejidad del entorno natural y los desafíos que enfrenta. Su meta no es solo transferir conocimiento, sino también fomentar la adquisición de valores, el desarrollo de habilidades y la toma de decisiones responsables y éticas en relación con el ambiente. Actúa como un motor de cambio cultural, transformando la actitud pasiva en participación activa y crítica, vital para la adaptación y mitigación de problemas ambientales a nivel local (López & Vallejo, 2024).

Conciencia Ambiental

La Conciencia Ambiental es el desarrollo profundo del conocimiento y la percepción sobre los problemas ecológicos existentes, tanto globales como específicos de una localidad. Este entendimiento, basado en información y análisis de las causas y consecuencias de la degradación, motiva una respuesta interna que se traduce en conductas ecológicas y éticas. Implica la capacidad de reflexionar sobre la propia responsabilidad en el impacto

ambiental y, por ende, es el precursor psicológico necesario para la adopción de prácticas ambientales sostenibles y el apoyo a políticas ecológicas (Rodríguez La Rosa, 2024).

Manejo de Residuos Sólidos

El Manejo de Residuos Sólidos abarca un conjunto de acciones técnicas y administrativas que se extienden desde la generación de los residuos hasta su disposición final segura. Es un proceso integral que incluye la minimización, el almacenamiento temporal, la recolección, el transporte, el tratamiento y la segregación en origen (separación). Su correcta aplicación, especialmente en áreas de alta actividad comercial como Azángaro, es vital para minimizar la contaminación del suelo, el agua y el aire, maximizando la recuperación de materiales valorizables y cumpliendo con la normativa ambiental nacional (Merma, 2024).

Valores Ambientales

Los Valores Ambientales son principios éticos y morales (como el respeto, la responsabilidad, la solidaridad y la empatía) que orientan la relación del ser humano con el medio ambiente. Estos principios guían el comportamiento individual y colectivo, trascendiendo la simple obediencia a las leyes para formar una convicción profunda sobre el valor intrínseco de la naturaleza. En la tesis, se entiende que la sensibilización busca integrar estos valores en la rutina de los comerciantes, asegurando que las prácticas sostenibles se realicen por convicción y no por imposición (Atencio, 2025).

Responsabilidad Ciudadana

La Responsabilidad Ciudadana, en el ámbito ambiental, se define como el compromiso ético y legal de los ciudadanos, incluidos los actores económicos como los comerciantes, en la protección, conservación y mejora activa del medio ambiente. Este compromiso se manifiesta a través de la adopción voluntaria de buenas prácticas ambientales en sus actividades diarias, el cumplimiento de regulaciones locales y la participación en

iniciativas de mejora comunitaria, reconociendo que la salud ambiental es un bien público que requiere colaboración colectiva (Sosa & Varela, 2022).

Estrategias de Sensibilización

Las Estrategias de Sensibilización son el conjunto planificado de acciones comunicativas, formativas y participativas (como campañas, talleres, charlas, demostraciones y difusión de material educativo) diseñadas específicamente para fomentar la conciencia ambiental. El objetivo es impactar el conocimiento, cambiar actitudes e impulsar la adopción de nuevas prácticas en un grupo objetivo (como los comerciantes), utilizando métodos que sean relevantes, culturalmente adecuados y motivadores para generar un cambio conductual duradero (Sosa & Varela, 2022).

Evaluación del Nivel de Sensibilización

La Evaluación del Nivel de Sensibilización es un proceso metodológico de medición que busca determinar el grado de conocimiento adquirido, la actitud manifestada y la práctica implementada por una población específica (los comerciantes). Este proceso utiliza instrumentos estandarizados (como encuestas o fichas de observación) para generar datos cuantitativos sobre la efectividad de las estrategias aplicadas y servir como línea base para futuros programas de intervención, permitiendo medir el impacto real de la tesis (Merma, 2024).

Impacto de la Sensibilización en el Comercio

El Impacto de la Sensibilización en el Comercio se refiere a la medición de los efectos positivos y observables que los programas de sensibilización ambiental generan en la gestión operativa y las prácticas sostenibles dentro de mercados y comercios. Estos efectos incluyen la mejora en los indicadores de segregación de residuos, la reducción del uso de plásticos de un solo uso, la disminución de la contaminación visual o la optimización en el uso de recursos, demostrando que la formación de conciencia se traduce en beneficios ambientales y de salubridad tangibles (Sosa & Varela, 2022).

Problemática Ambiental Local

La Problemática Ambiental Local se centra en el diagnóstico e identificación de las situaciones específicas de contaminación, degradación y riesgo ecológico presentes en Azángaro y la región Puno. Esta identificación no es teórica, sino que se basa en diagnósticos situacionales, información municipal y la percepción obtenida en talleres participativos. Incluye temas críticos como la gestión inadecuada de residuos sólidos urbanos, la contaminación de fuentes hídricas cercanas, y la falta de áreas verdes, sirviendo como justificación principal y área de enfoque para la intervención de la tesis (Atencio, 2025).

Campañas Ambientales en Mercados

Las Campañas Ambientales en Mercados son iniciativas focalizadas e intensivas impulsadas por autoridades, organizaciones de la sociedad civil o la academia, diseñadas específicamente para promover buenas prácticas ambientales entre comerciantes y consumidores. Estas campañas utilizan elementos visuales, talleres prácticos y demostraciones in situ para fomentar la segregación de residuos, el uso responsable de bolsas ecológicas, y la limpieza del puesto de venta, siendo un componente clave de las estrategias de sensibilización (Sosa & Varela, 2022).

Segregación de Residuos

La segregación de residuos es la separación técnica y adecuada de los residuos en el punto de generación (el origen). Consiste en clasificar los desechos en categorías específicas (orgánicos, inorgánicos reciclables, y no reciclables) mediante el uso de contenedores diferenciados. Este paso es fundamental y el más crítico en el Manejo de Residuos Sólidos, ya que permite la recuperación de materiales reciclables y la reducción del volumen de desechos que terminan en rellenos sanitarios o, incorrectamente, contaminando el ambiente (Merma, 2024).

Influencia de la Educación Ambiental

La influencia de la educación ambiental se mide como el efecto directo y causal de los programas educativos y de sensibilización en el aumento de la conciencia y la adopción de conductas ambientales responsables. Se espera que una educación efectiva tenga una relación positiva y relevante, haciendo que los participantes (comerciantes) acepten y usen los conocimientos, lo que se refleja en una mejor actitud hacia el reciclaje y un cambio de hábitos duradero (Cunya et al., 2025).

Cultura Ambiental

La cultura ambiental es el conjunto de conocimientos, creencias, valores, actitudes y prácticas compartidas que definen y regulan la relación histórica y cotidiana de una comunidad o sociedad con su entorno natural. Es el marco invisible que determina si las prácticas ambientales son una obligación temporal o una norma social arraigada. Una fuerte cultura ambiental garantiza la sostenibilidad de las prácticas y el compromiso intergeneracional con la conservación (Velásquez, 2019).

2.2. MARCO NORMATIVO:

Constitución Política del Perú

Reconoce el derecho de toda persona a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado para el desarrollo de su vida (artículo 2, inciso 22).

Ley General del Ambiente – Ley N° 28611

Establece los principios y normas básicas para la protección ambiental, la gestión sostenible de los recursos naturales y la promoción de la educación ambiental en todos los sectores de la sociedad.

Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos – Ley N° 27314

Regula la gestión y manejo adecuado de los residuos sólidos en el país, promoviendo la segregación en la fuente y la participación ciudadana.

Política Nacional del Ambiente

Orienta las acciones del Estado y la sociedad hacia el desarrollo sostenible, la prevención de la contaminación y la promoción de la cultura y educación ambiental.

2.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. HIPÓTESIS GENERAL

Los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025 presentan un nivel bajo de sensibilización ambiental.

2.2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, tienen un bajo grado de conocimiento sobre temas ambientales.
- La mayoría de comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, muestra poca disposición para participar en actividades de educación ambiental.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ZONA DE ESTUDIO

El Mercado Vilcapaza se ubica en la ciudad de Azángaro, provincia del mismo nombre, en la región Puno, formando parte de la sierra sur del Perú. Este mercado está ubicado a dos cuadras de la Plaza de Armas, en el jirón 28 de Julio, sobre la meseta del Collao, a una altitud aproximada de 3,859 metros sobre el nivel del mar. La zona presenta un clima frío y seco, típico del altiplano andino, con marcadas diferencias de temperatura entre el día y la noche, y una estación de lluvias concentrada en verano, condiciones que influyen directamente en las dinámicas comerciales y sociales de los comerciantes y la población local.

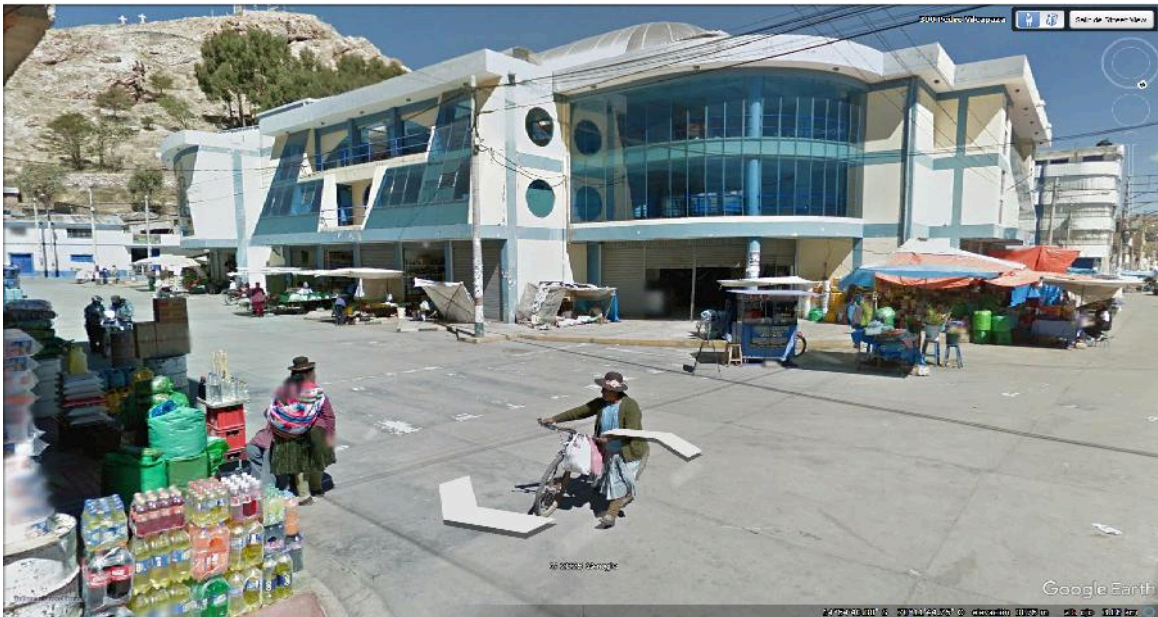


Figura 01: Zona de estudio con coordenadas UTM 19 L (14°54'40.38"S 70°11'44.87"O)

Fuente: Google Earth

3.2. TAMAÑO DE MUESTRA

Población

La población de este estudio está conformada por la totalidad de los comerciantes que cuentan con un stand en el Mercado Vilcapaza, ubicado en la ciudad de Azángaro, provincia de Azángaro, región Puno. Según el registro actual, el mercado cuenta con 54 stands, por lo tanto, la población está compuesta por 54 comerciantes titulares de stand.

Muestra

El Mercado Vilcapaza de Azángaro está conformado por 54 puestos distribuidos en diversos rubros comerciales, tales como: abarrotes, frutas y verduras, carnes, pescados, panadería, productos lácteos, artículos de limpieza, productos de ferretería, ropa y calzado, entre otros. Cada stand es atendido por su respectivo titular, asegurando que la muestra censal esté compuesta por comerciantes representativos de todos los rubros del mercado.

A continuación, se detalla la distribución de la población/muestra según el tipo de venta:

Tabla 01: Población y muestra según el tipo de venta

Rubro comercial	Cantidad
Carnes	10
Viandas / Comida preparada	5
Frutas y verduras	8
Abarrotes	12
Panadería y pastelería	4
Pescados y mariscos	3
Productos lácteos	4
Artículos de limpieza	3
Ropa y calzado	3
Ferretería y otros	2
Total	54

Tipo de muestreo: Censal (todos los elementos de la población forman parte de la muestra).

Tamaño de la muestra: 54 comerciantes (uno por cada puesto).

3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

Tipo de Investigación: Descriptivo correlacional.

Diseño de Investigación: No experimental, transversal descriptivo correlacional.

Método: Deductivo cuantitativo.

Técnica: La encuesta.

Instrumento: El cuestionario elaborado (Anexo 02) y validado por juicio de experto (Anexo 03).

Materiales: Cuestionarios impresos, hojas de registro, bolígrafos, computadora, software estadístico, Microsoft Excel para la elaboración de la tabla de frecuencias.

- **Diseño metodológico por objetivos específicos**

Objetivo Específico 1: Evaluar el grado de conocimiento que tuvieron los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, sobre temas ambientales durante el año 2025.

Para alcanzar este objetivo, se elaboró y validó un cuestionario estructurado en escala de Likert (ver Anexo 02), el cual fue aplicado a los 54 comerciantes titulares de stand del Mercado Vilcapaza. Las respuestas obtenidas fueron registradas y sistematizadas mediante el uso del software Microsoft Excel. Posteriormente, se realizó un análisis a través de la elaboración de tablas de frecuencias y gráficos, lo que permitió describir e interpretar el grado de conocimiento ambiental de los participantes.

Objetivo específico 2: Analizar la disposición de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, para participar en actividades de educación ambiental durante el año 2025.

Para tal fin, en el mismo cuestionario (ver Anexo 02) se incluyen preguntas específicas orientadas a medir la actitud y disposición de los comerciantes hacia la participación en actividades de educación ambiental. Una vez aplicada la encuesta y recolectadas las respuestas, estas fueron registradas en Microsoft Excel. Finalmente, se efectuó el análisis estadístico correspondiente, lo que permitió identificar y describir el nivel de disposición de los comerciantes respecto a la educación ambiental.

3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Tabla 02: Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Escala de Medición
Nivel de sensibilización ambiental	Conocimiento ambiental	Reconoce problemas ambientales locales	Escala de Likert
		Identifica acciones para el cuidado ambiental	Escala de Likert
	Actitud ambiental al	Muestra disposición a participar en actividades ecológicas	Escala de Likert
		Valora la importancia de la protección ambiental	Escala de Likert
		Práctica ambiental al	Realiza acciones para reducir, reutilizar y reciclar
Participa en campañas o actividades ambientales	Escala de Likert		

3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO

El diseño estadístico de la investigación se basó en un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, orientado a analizar e interpretar los datos obtenidos sobre el nivel de sensibilización ambiental de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno. Los resultados se procesaron utilizando el método descriptivo, mediante cálculos de frecuencias absolutas y relativas, expresadas en porcentajes que permitieron

representar el comportamiento de las variables en cuadros y gráficos elaborados en el programa Microsoft Excel. La información fue recolectada mediante un cuestionario estructurado con escala tipo Likert de cinco niveles, aplicado a una muestra censal conformada por los 54 comerciantes titulares de stand del mercado. El instrumento fue validado a través del juicio de expertos en el área ambiental y metodológica, quienes evalúan la pertinencia, claridad y coherencia de los ítems, garantizando la validez de contenido. Este procedimiento garantiza la confiabilidad del instrumento antes de su aplicación definitiva. De esta manera, el diseño estadístico permitió realizar un análisis preciso y objetivo de las dimensiones de conocimiento, actitud y práctica ambiental, aportando resultados claros que sirvieron de base para comprobar las hipótesis y alcanzar los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO IV

EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. OBJETIVO N° 01: EVALUAR EL GRADO DE CONOCIMIENTO QUE TIENEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA DE LA PROVINCIA DE AZÁNGARO, PUNO, SOBRE TEMAS AMBIENTALES EN EL AÑO 2025.

La presente sección analiza de manera detallada los resultados obtenidos mediante la aplicación del cuestionario a los 54 comerciantes del Mercado Vilcapaza. Para cada pregunta se presenta la tabla de frecuencias con porcentajes, el gráfico circular de distribución, una interpretación técnica del nivel de conocimiento registrado, y una discusión comparativa con antecedentes internacionales, nacionales y locales relevantes.

Pregunta 1: "Conozco los principales problemas ambientales de mi localidad"

Tabla 03: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 1

Valor Likert	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 (Muy bajo)	0	0.0
2 (Bajo)	8	14.8
3 (Medio)	27	50.0
4 (Alto)	17	31.5
5 (Muy alto)	2	3.7

Valor Likert	Frecuencia	Porcentaje (%)
Total	54	100.0

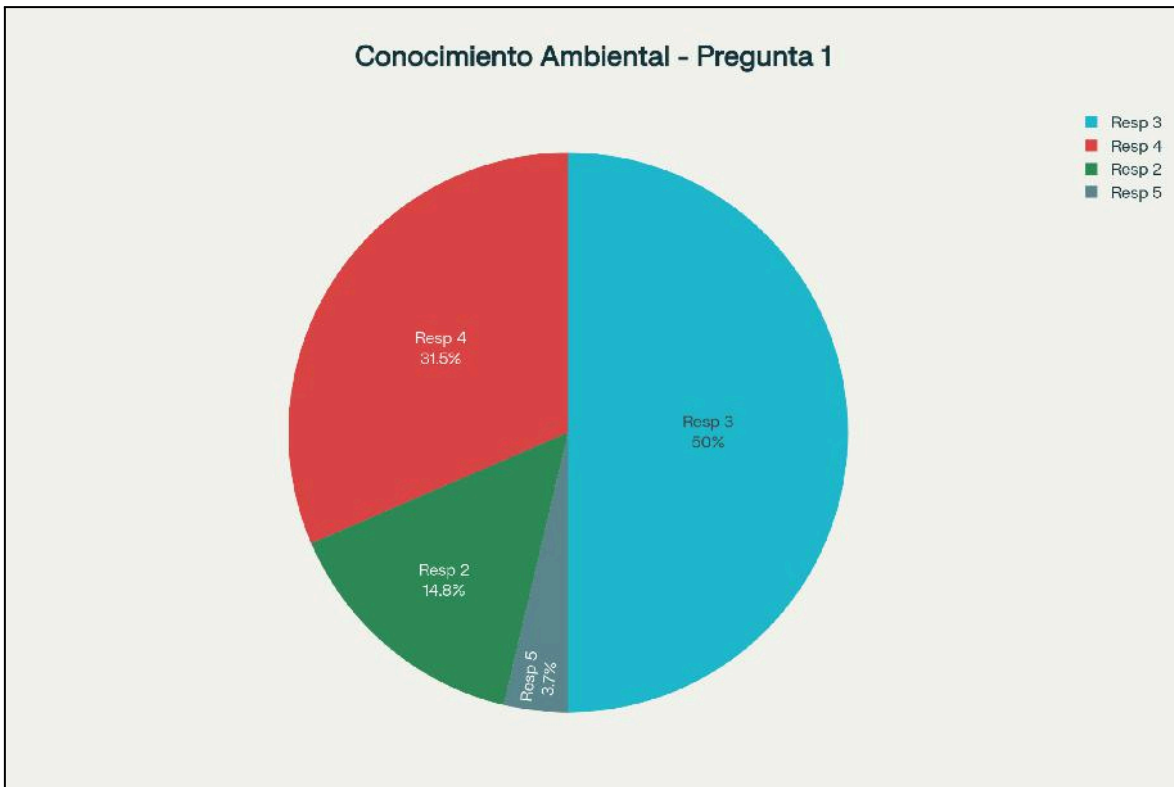


Figura 02: Pregunta 1 Conocimiento de problemas ambientales locales

Interpretación:

En la Tabla 03 y su representación gráfica en la Figura 02, se presentan los niveles de conocimiento sobre los principales problemas ambientales identificados en la localidad. Los resultados indican que la mayor concentración de encuestados (el 50.0%) se sitúa en el nivel de conocimiento "medio". Este hallazgo sugiere la existencia de una base informativa general sobre la problemática ambiental local entre los comerciantes, aunque sin la profundidad requerida.

Por su parte, el 31.5% de los participantes manifestó un nivel "alto", y un reducido 3.7% alcanzó el nivel "muy alto". Es relevante señalar que un 14.8% se ubica en el nivel "bajo", lo que demanda atención, y afortunadamente, no se registraron casos en el nivel más crítico ("muy bajo"). En conjunto, estos datos evidencian que el conocimiento promedio es moderado, pero aún insuficiente para generar una conciencia especializada y prácticas óptimas en la gestión ambiental del mercado.

Discusión:

Los hallazgos obtenidos son similares a lo reportado por Avilés (2020) en contextos internacionales, donde los comerciantes presentaron serias deficiencias en el reconocimiento de problemáticas ambientales locales, lo que genera prácticas inadecuadas en la disposición de residuos sólidos. Asimismo, Botina & Bucheli (2024) identifican una tendencia de desconocimiento sobre impactos ambientales en mercados urbanos, señalando la importancia de implementar campañas informativas específicas para mejorar el conocimiento práctico y contextualizado.

Pregunta 2: "Identificas acciones que ayudan a cuidar el medio ambiente"

Tabla 04: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 2

Valor Likert	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 (Muy bajo)	2	3.7
2 (Bajo)	9	16.7
3 (Medio)	25	46.3
4 (Alto)	16	29.6
5 (Muy alto)	2	3.7
Total	54	100.0

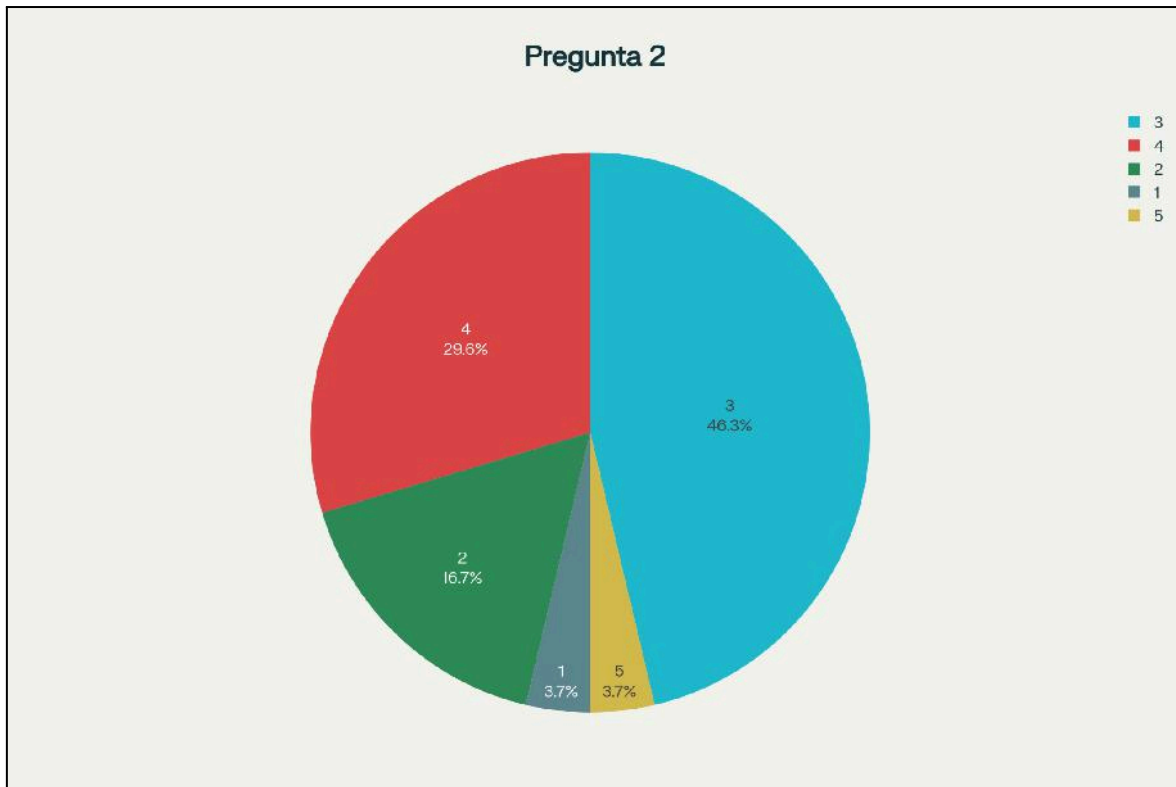


Figura 03: Pregunta 2 Identificación de acciones ambientales

Interpretación:

En la tabla 04 y figura 03, se evidencia que el 46.3% de los encuestados identifica para cuidar el medio ambiente en un nivel medio, mientras que el 29.6% alcanza un nivel alto. Solo el 3.7% demuestra un conocimiento muy alto sobre aspectos ambientales concretos, y un 20.4% se mantiene en niveles bajos (16.7% bajo + 3.7% muy bajo). Este patrón sugiere que los comerciantes poseen conocimientos generales, pero requieren refuerzo en la identificación de medidas específicas y efectivas.

Discusión:

Este resultado coincide con los hallazgos de Sánchez & Chávarry (2022) en Lambayeque, donde se evidencia un bajo nivel de conciencia ambiental (54% bajo, 37% medio y solo 9% alto) en el sector comercial-rural. Los autores recomiendan implementar campañas informativas, talleres y charlas para incrementar la sensibilización ambiental,

estrategias que serán aplicables al contexto del Mercado Vilcapaza para elevar los niveles de identificación y aplicación de acciones ambientales.

Pregunta 3: "Conozco las normas básicas sobre manejo y segregación de residuos sólidos"

Tabla 05: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 3

Valor Likert	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 (Muy bajo)	0	0.0
2 (Bajo)	3	5.6
3 (Medio)	12	22.2
4 (Alto)	32	59.3
5 (Muy alto)	7	13.0
Total	54	100.0

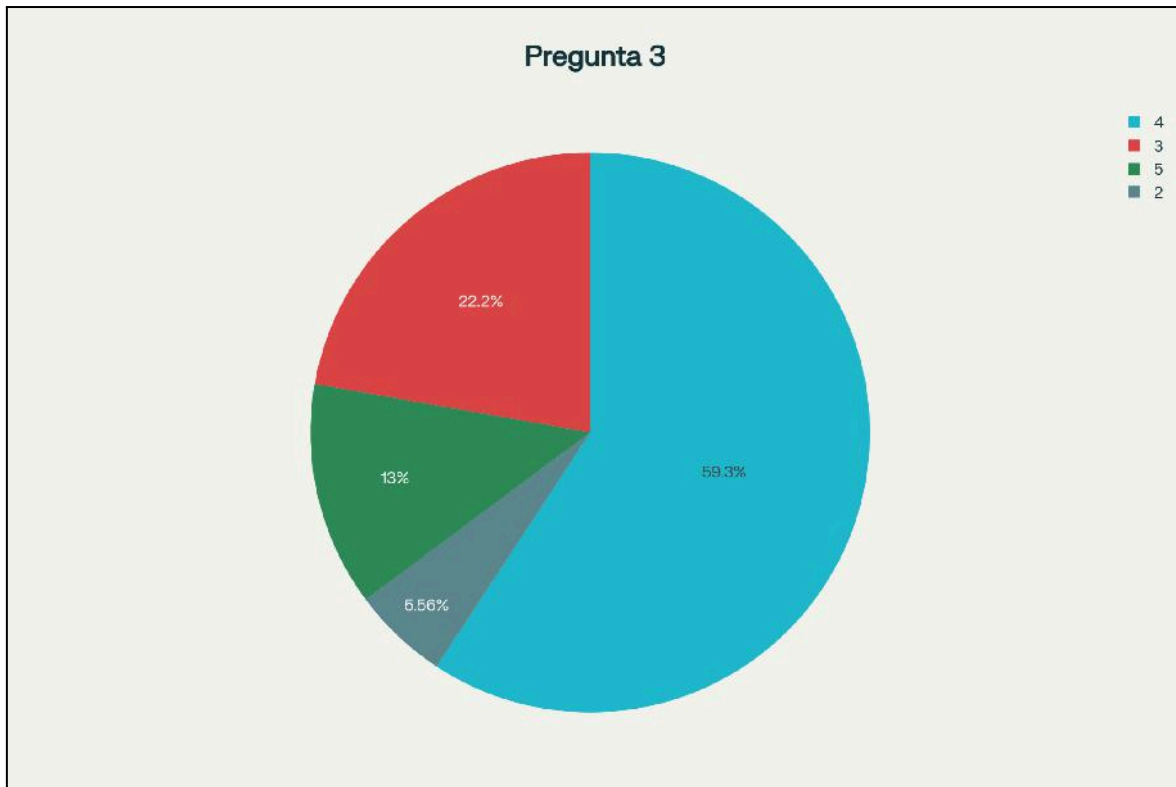


Figura 04: Pregunta 3 Conocimiento de normas sobre manejo de residuos

Interpretación:

En la tabla 05 y figura 04, se evidencia que esta pregunta presenta los mejores resultados del bloque de conocimiento, con un 59.3% de comerciantes que reportan conocimiento "alto" y un 13% "muy alto" sobre las normas de manejo y segregación de residuos sólidos. Solo el 22.2% se mantiene en el nivel medio y únicamente el 5.6% presenta conocimiento bajo. Ningún comerciante se ubicó en el nivel más bajo, lo que indica que las regulaciones municipales y campañas normativas han tenido un impacto positivo significativo.

Discusión:

Estos resultados son alentadores y se alinean con los hallazgos exitosos de Díaz et al. (2020) y Ruiz et al. (2024), quienes demostraron que los programas de capacitación y sensibilización continua pueden elevar significativamente el conocimiento normativo, logrando que más del 80% de los participantes alcancen niveles altos tras intervenciones

específicas. Sin embargo, como señalan estos estudios, es fundamental que este conocimiento normativo se traduzca en prácticas efectivas y sostenidas en el tiempo.

Pregunta 4: "Sé cómo mis actividades comerciales pueden afectar el medio ambiente"

Tabla 06: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 4

Valor Likert	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 (Muy bajo)	0	0.0
2 (Bajo)	6	11.1
3 (Medio)	21	38.9
4 (Alto)	23	42.6
5 (Muy alto)	4	7.4
Total	54	100.0

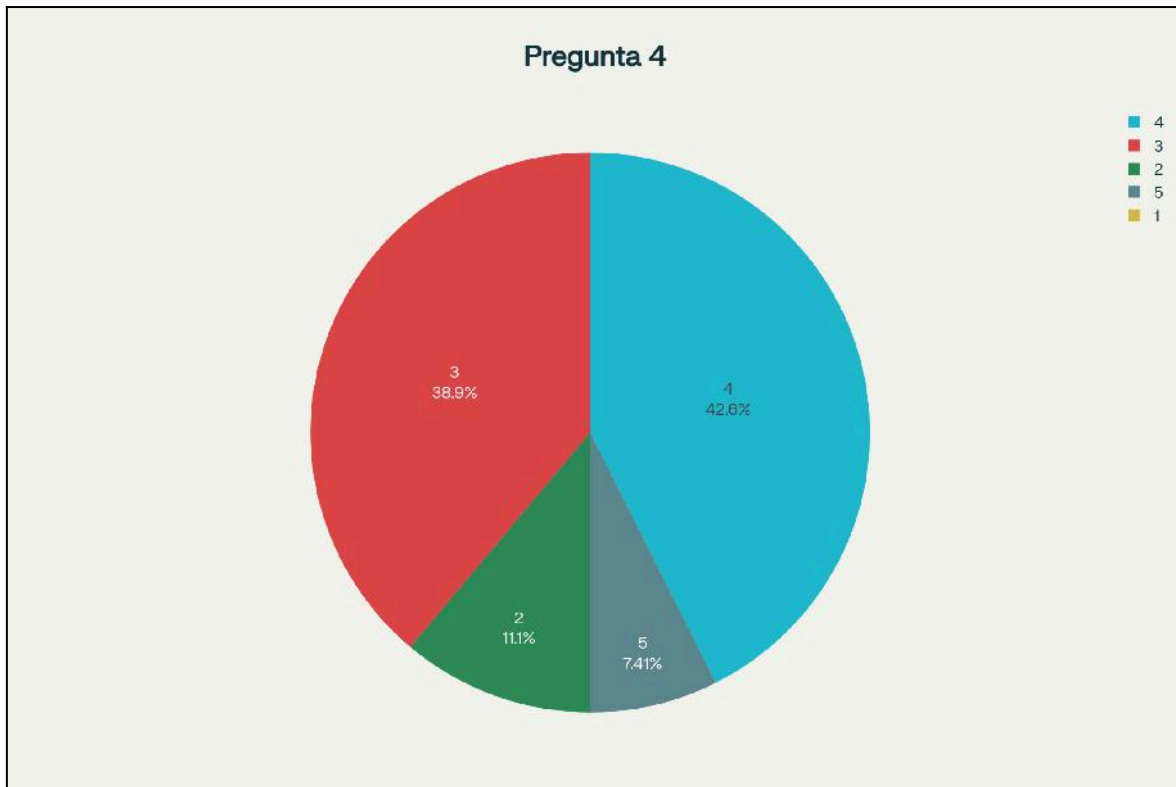


Figura 05: Pregunta 4 Conciencia del impacto ambiental de la actividad comercial

Interpretación:

En la tabla 06 y figura 05, se evidencia que el 42.6% de los comerciantes manifiestan un nivel "alto" de conciencia sobre cómo sus actividades comerciales pueden afectar el medio ambiente, y un 38.9% se ubica en el nivel medio. Solo el 11.1% presenta un nivel bajo de conciencia y ninguno se sitúa en el nivel más bajo. El 7.4% alcanza el nivel más alto, evidenciando que existe una base sólida de sensibilidad ambiental entre los comerciantes del mercado.

Discusión:

Los resultados son similares a los de Gelvez et al. (2024) y Machaca (2025). Estos autores, en sus investigaciones, coinciden en que la conciencia sobre el impacto de las actividades comerciales es un predictor importante del éxito de programas ambientales participativos. Por lo tanto, la alta proporción de comerciantes en el Mercado Vilcapaza que demuestran una conciencia media-alta refuerza esta posición teórica. Esto sugiere

que los comerciantes están inherentemente receptivos y predispuestos a propuestas de mejora y estrategias de gestión ambiental, lo que facilita la implementación de proyectos formativos y de sensibilización continua.

4.2. OBJETIVO N° 02: ANALIZAR LA DISPOSICIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA DE LA PROVINCIA DE AZÁNGARO, PUNO, PARA PARTICIPAR EN ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN AMBIENTAL DURANTE EL AÑO 2025.

Esta sección examina la actitud y disposición de los comerciantes hacia la participación en actividades de educación ambiental, analizando cuatro dimensiones clave: disposición a participar, importancia de la protección ambiental, sentido de responsabilidad y motivación para el cambio. Los resultados se presentan con el mismo formato metodológico del objetivo anterior.

Pregunta 5: "Estoy dispuesto a participar en actividades ecológicas"

Tabla 07.:Frecuencias y porcentajes - Pregunta 5

Valor Likert	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 (Muy bajo)	1	1.8
2 (Bajo)	7	13.0
3 (Medio)	22	40.7
4 (Alto)	20	37.0
5 (Muy alto)	4	7.4
Total	54	100.0

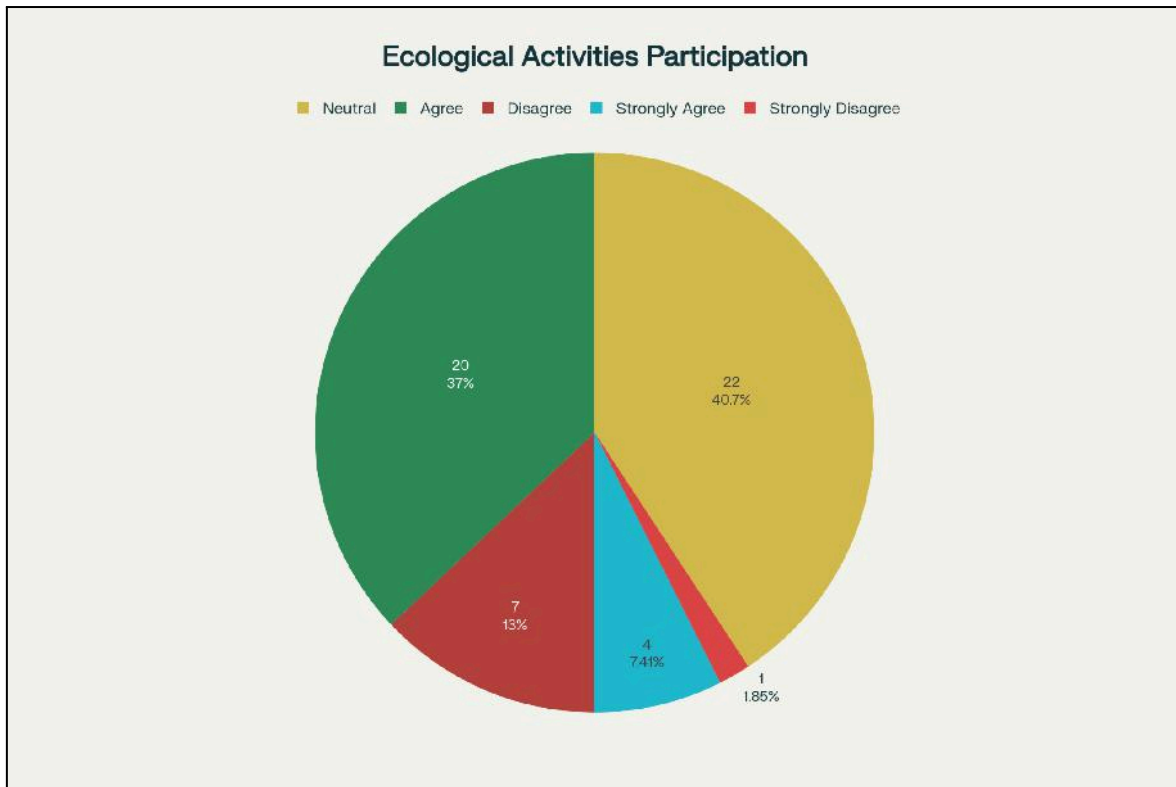


Figura 06: Pregunta 5 disposición a participar en actividades ecológicas

Interpretación:

En la tabla 07 y figura 06, se evidencia que el 40,7% de los comerciantes muestra una disposición media a participar en actividades ecológicas, seguido de un 37% con disposición alta. Solo el 7,4% manifiesta muy alta disposición, mientras que el 14,8% presenta baja o muy baja disposición (13% + 1,8%). Estos resultados indican una base favorable para la implementación de programas formativos, aunque es necesario fortalecer la motivación y eliminar barreras para la participación activa.

Discusión:

Los hallazgos son similares con los de Ruiz et al. (2024), quienes demostraron que las estructuras pedagógicas activas pueden transformar significativamente la disposición hacia actividades ambientales, logrando que más del 80% de los participantes alcancen altos niveles de motivación tras los dos programas. La disposición media-alta observada

en el Mercado Vilcapaza sugiere que existe potencial para replicar experiencias exitosas mediante talleres participativos y actividades contextualizadas.

Pregunta 6: "Considera importante la protección del medio ambiente"

Tabla 08: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 6

Valor Likert	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 (Muy bajo)	2	3.7
2 (Bajo)	5	9.3
3 (Medio)	20	37.0
4 (Alto)	19	35.2
5 (Muy alto)	8	14.8
Total	54	100.0

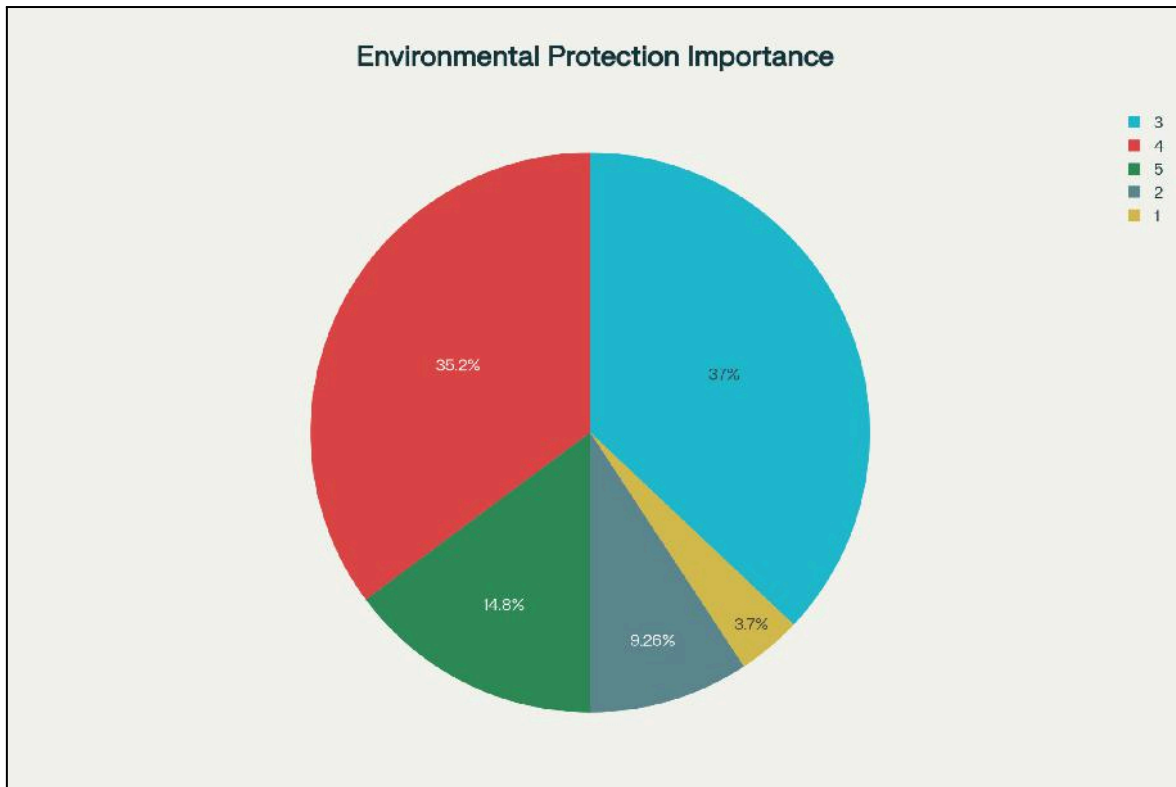


Figura 07: Pregunta 6 Importancia de la protección ambiental

Interpretación:

En la tabla 08 y figura 07, se evidencia que el 35.2% considera "alta" la importancia de proteger el medio ambiente y el 14.8% la valora como "muy alta", sumando el 50% con valoración favorable. El 37% mantiene una valoración media, mientras que solo el 13% presenta una valoración baja o muy baja (9,3% + 3,7%). Este patrón refleja una actitud generalmente positiva hacia la protección ambiental, con oportunidades para consolidar esta valoración mediante estrategias de sensibilización.

Discusión:

Los resultados, que muestran una valoración favorable y mayoritaria (50% en niveles alto y muy alto), son concordantes con los hallazgos de Limache (2021) y Sánchez & Chavarry (2022). Estos autores coincidieron en sus estudios en que el fortalecimiento de la valoración ambiental es un factor clave para el éxito de los programas de gestión de residuos. El alto grado de valoración positiva en el Mercado Vilcapaza no solo confirma

esta premisa, sino que también sugiere la necesidad de ir más allá. Los estudios recomiendan implementar campañas de sensibilización con materiales didácticos y charlas que refuercen la importancia práctica de la protección ambiental en el contexto comercial específico del mercado, vinculando directamente la valoración a la acción.

Pregunta 7: "Pienso que cada comerciante debe asumir responsabilidad por el cuidado del entorno del mercado"

Tabla 09: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 7

Valor Likert	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 (Muy bajo)	0	0.0
2 (Bajo)	2	3.7
3 (Medio)	13	24.1
4 (Alto)	28	51.9
5 (Muy alto)	11	20.4
Total	54	100.0

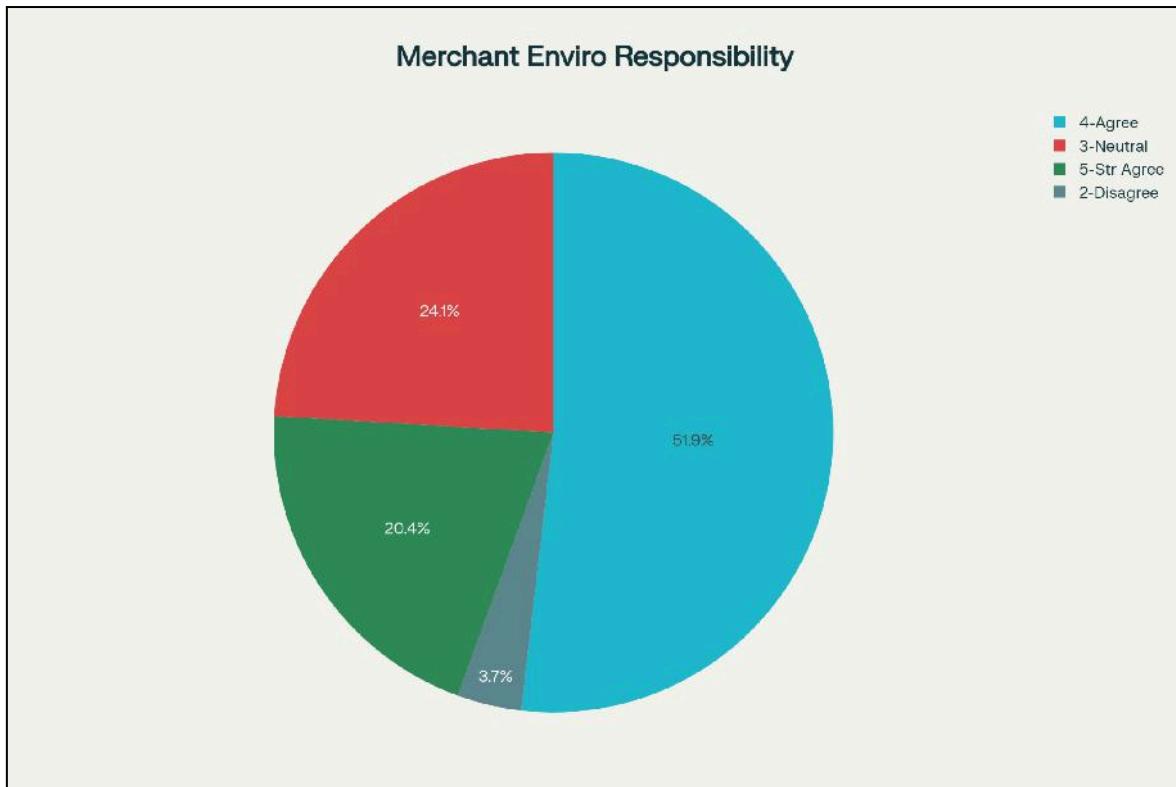


Figura 08: Pregunta 7 responsabilidad ambiental individual

Interpretación:

En la tabla 09 y figura 08, se evidencia que esta pregunta presenta los resultados más positivos del bloque actitudinal: el 51.9% considera en grado "alto" que cada comerciante debe asumir responsabilidad por el cuidado del entorno, y el 20.4% lo valora en grado "muy alto". Solo el 24.1% mantiene una posición media y únicamente el 3.7% presenta baja valoración de la responsabilidad individual. Ningún comerciante se ubicó en el nivel más bajo, evidenciando una sólida base de corresponsabilidad ambiental.

Discusión:

Este hallazgo es especialmente talentoso y coincide con los resultados exitosos de Machaca (2025) y Atención (2025) en contextos locales similares, donde la responsabilidad individual se correlacionó positivamente con la adopción de prácticas sostenibles. La literatura sugiere que esta actitud favorable hacia la corresponsabilidad es

un predictor clave del éxito de programas ambientales participativos y facilita la implementación de estrategias colectivas de gestión de residuos.

Pregunta 8: "Me siento motivado a cambiar mis hábitos para reducir el impacto ambiental"

Tabla 10: Frecuencias y porcentajes - Pregunta 8

Valor Likert	Frecuencia	Porcentaje (%)
1 (Muy bajo)	0	0.0
2 (Bajo)	4	7.4
3 (Medio)	13	24.1
4 (Alto)	29	53.7
5 (Muy alto)	8	14.8
Total	54	100.0

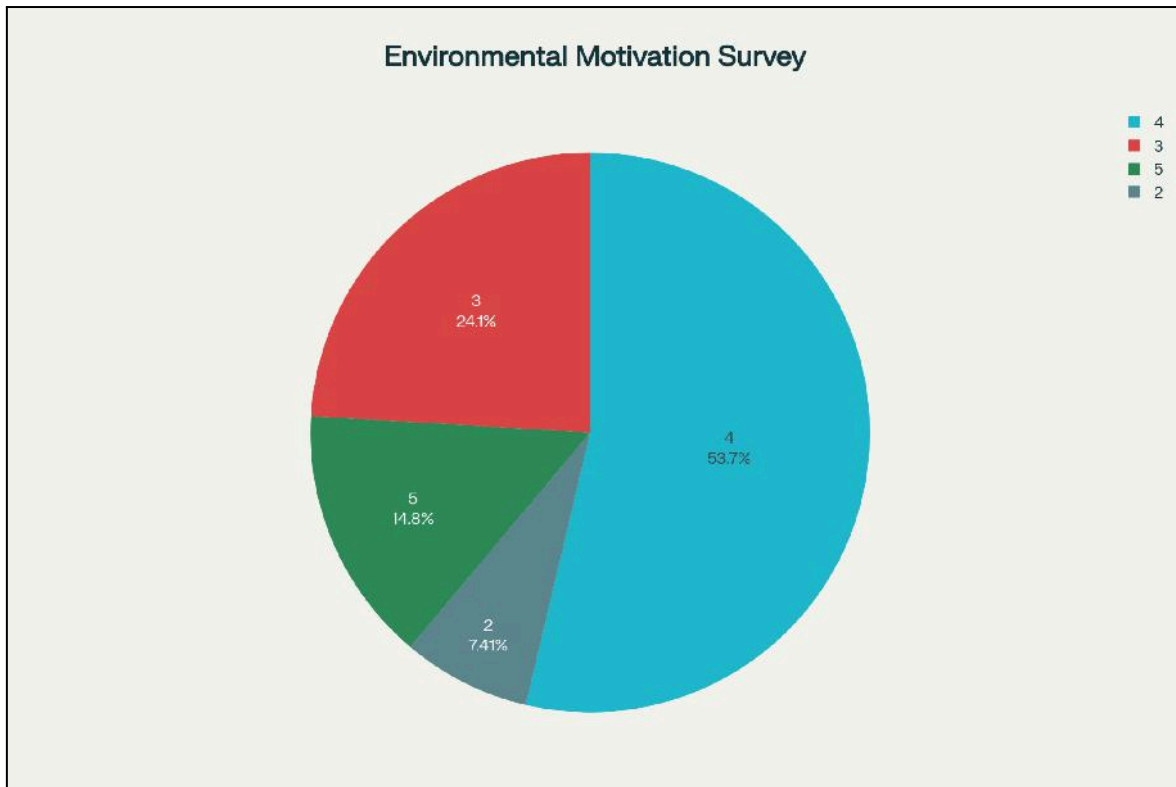


Figura 09: Pregunta 8 Motivación para cambiar hábitos ambientales

Interpretación:

En la tabla 10 y figura 09, se evidencia que el 53.7% de los comerciantes manifiestan una motivación "alta" para cambiar hábitos ambientales y el 14.8% presenta motivación "muy alta", lo que suma el 68.5% con alta disposición al cambio. Solo el 24.1% se mantiene en el nivel medio y únicamente el 7.4% presenta baja motivación. Ningún comerciante reportó motivación muy baja, indicando una receptividad notable hacia la transformación de prácticas ambientales.

Discusión:

Estos resultados son muy prometedores y se alinean con las exitosas experiencias reportadas por Gelvez et al. (2024) y Díaz et al. (2020), quienes demostraron que la alta motivación para el cambio de hábitos es fundamental para el éxito de los programas de educación ambiental. Los estudios recomiendan aprovechar esta motivación mediante talleres prácticos, retroalimentación continua y estrategias participativas que mantengan

el compromiso y faciliten la adopción sostenida de nuevas prácticas ambientales.

Los resultados de ambos objetivos específicos evidencian que los comerciantes del Mercado Vilcapaza poseen una base sólida de conocimiento ambiental y una disposición favorable hacia la educación y el cambio de prácticas. Si bien existen áreas por fortalecer, particularmente en el reconocimiento de problemas ambientales específicos y la identificación de acciones concretas, el panorama general es talentoso para la implementación de estrategias de gestión ambiental participativas y sostenibles.

4.3. PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Hipótesis general: Los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025 presentan un nivel bajo de sensibilización ambiental.

Hipótesis nula (H_0): Los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025 no presentan un nivel bajo de sensibilización ambiental.

Hipótesis alterna (H_1): Los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025 presentan un nivel bajo de sensibilización ambiental .

Solución y análisis:

A partir de los datos obtenidos en las tablas 03 a la 10 y las figuras 02 a la 09, se observa que el 50% de los comerciantes reporta un nivel medio de conocimiento sobre los problemas ambientales y un 31.5% un nivel alto (Tabla 03, Figura 02). En la disposición a participar en actividades ecológicas (Tabla 07, Figura 06), el 40.7% muestra una disposición media, mientras que el 37% presenta un nivel alto y solo el 7.4% uno muy alto. Estos patrones revelan una sensibilización ambiental moderada pero no baja , con predominio en los rangos medios.

Resultado:

Con base en la evidencia descriptiva y la distribución porcentual, se rechaza la hipótesis alterna (H_1) y se acepta la hipótesis nula (H_0) , ya que los comerciantes del Mercado

Vilcapaza no presentan un nivel bajo de sensibilización ambiental , sino un nivel medio de conocimiento y una disposición positiva hacia la educación ambiental.

Hipótesis específica 1: Los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025 tienen un bajo grado de conocimiento sobre temas ambientales.

Hipótesis nula (H_0): Los comerciantes del Mercado Vilcapaza no tienen un bajo grado de conocimiento sobre temas ambientales.

Hipótesis alterna (H_1): Los comerciantes del Mercado Vilcapaza tienen un bajo grado de conocimiento sobre temas ambientales.

Solución y análisis:

Según los resultados de la Tabla 03 (Pregunta 1) y Tabla 04 (Pregunta 2), el 50% de los comerciantes presenta un conocimiento medio y un 31.5% un conocimiento alto sobre los principales problemas ambientales; además, el 46.3% identifica acciones ambientales en nivel medio y el 29.6% en nivel alto. Por otro lado, el 72.3% demuestra conocimiento alto o muy alto sobre normas de manejo de residuos (Tabla 05, Figura 04). Estos porcentajes confirman que la mayoría posee una comprensión aceptable sobre temas ambientales y no un nivel bajo.

Resultado:

Con base en los datos observados, se rechaza la hipótesis alterna (H_1) y se acepta la hipótesis nula (H_0) , concluyendo que los comerciantes tienen un nivel medio a alto de conocimiento ambiental , lo que demuestra cierto grado de capacitación o exposición a información normativa.

Hipótesis específica 2: Analizar la disposición de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, para participar en actividades de educación ambiental durante el año 2025.

Hipótesis nula (H_0): Los comerciantes del Mercado Vilcapaza muestran una disposición favorable hacia la participación en actividades de educación ambiental.

Hipótesis alterna (H_1): La mayoría de comerciantes del Mercado Vilcapaza muestran poca disposición para participar en actividades de educación ambiental.

Solución y análisis:

De acuerdo con los resultados de las Tablas 07 a 10 y Figuras 06 a 09, el 37% de los comerciantes reportan disposición alta y el 7.4% muy alta para participar en actividades ecológicas; el 50% valora de forma alta la importancia de proteger el medio ambiente (Tabla 08, Figura 07) y el 72.3% muestra alta o muy alta responsabilidad individual ante el entorno (Tabla 09, Figura 08). Asimismo, el 68,5% presenta una motivación alta o muy alta para cambiar sus hábitos ambientales (Tabla 10, Figura 09). Estos resultados reflejan una clara predisposición a participar en programas ambientales.

Resultado:

Con base en la distribución de respuestas, se rechaza la hipótesis alterna (H_1) y se acepta la hipótesis nula (H_0), determinando que los comerciantes del Mercado Vilcapaza posean una disposición favorable y motivación alta hacia la participación en actividades de educación ambiental.

CONCLUSIONES

PRIMERA: El 50% de los comerciantes del Mercado Vilcapaza presenta un nivel medio de conocimiento sobre los problemas ambientales, el 31.5% un nivel alto y solo el 3.7% un nivel muy alto; únicamente el 14.8% reporta un nivel bajo y nadie se ubica en el rango más bajo. En la evaluación global, el promedio de sensibilización ambiental es de rango medio, lo que indica que no existe un déficit crítico pero sí áreas de mejora.

SEGUNDA: El 59.3% de los comerciantes cuenta con un conocimiento alto acerca de las normas de manejo y segregación de residuos sólidos, y el 13% posee conocimiento muy alto. El 46.3% logra un reconocimiento medio sobre acciones ambientales específicas y el 29.6% nivel alto. Estos datos muestran que el 72.3% demuestra manejo adecuado en gestión de residuos, aunque alrededor de una quinta parte aún requiere refuerzo formativo y práctico.

TERCERA: El 40.7% de los comerciantes expresa una disposición media para participar en actividades ecológicas, el 37% alta y el 7.4% muy alta, sumando un 45% con alta/muy alta disposición. A su vez, el 53.7% muestra alta motivación para cambiar hábitos ambientales y el 14.8% muy alta motivación, mientras que el 72.3% asume de forma alta o muy alta la responsabilidad personal por el entorno colectivo del mercado, confirmando una clara inclinación favorable para impulsar estrategias de educación y transformación ambiental.

RECOMENDACIONES

DIRIGIDA A LA MUNICIPALIDAD DE AZÁNGARO:

PRIMERA: Se recomienda que el Área de Residuos Sólidos implemente un programa permanente de capacitación dirigido a los comerciantes del Mercado Vilcapaza. El programa debe incluir talleres sobre segregación en la fuente, manejo responsable de residuos y compostaje, con actividades prácticas inspiradas en experiencias exitosas como el programa “Chiclayo Recicla”.

SEGUNDA: Se sugiere la creación de un Comité Ambiental del Mercado Vilcapaza, integrado por comerciantes y personal municipal, encargado de supervisar la disposición diferenciada de residuos. Además, es necesario instalar contenedores de colores, mejorar la frecuencia de recolección y promover la reutilización de residuos orgánicos e inorgánicos mediante alianzas con recicladores locales.

TERCERA: Se recomienda promover campañas municipales que reconozcan públicamente a los comerciantes que apliquen buenas prácticas de gestión de residuos, otorgando distintivos como “Puesto Verde del Mercado Vilcapaza”. Esta estrategia incrementa la motivación, fomenta la competencia positiva y promueve la sostenibilidad como valor social dentro del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Atencio Cueva, L. F. (2025). Influencia de la sensibilización ambiental en la segregación de los residuos sólidos en el Mercado Unión y Dignidad, Puno—2025. *Universidad Privada San Carlos*. <http://repositorio.upsc.edu.pe:8080/handle/UPSC/1384>.
- Avilés Alcívar, A. A. (2020). “Gestión de residuos sólidos y educación ambiental de los comerciantes del mercado del río de Quevedo. Año 2020.” <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6283>.
- Botina, Leidy, & Bucheli, Tania. (2024). *Desarrollo de estrategias de educación ambiental para la gestión sostenible de residuos orgánicos en la plaza de mercado «Dos Puentes»*. <https://repositorio.umariana.edu.co/handle/20.500.14112/30780>.
- Cunya Llacsahuanga De Angeldonis, G., Cunya Llacsahuanga, M., Cunya Llacsahuanga, M. E., & Timana Aquino, M. D. P. (2025). Promoting environmental education in primary school students. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 29(Special), 9-17. <https://doi.org/10.47460/uct.v29ispecial.872>.
- Cuyubamba Zevallos, D. J. (2019). Implementación de un programa de sensibilización ambiental participativa en los asentamientos humanos del distrito de Yanacancha Pasco, para optimizar el recojo de sus residuos sólidos—2017. *Universidad Nacional Federico Villarreal*. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/3637>.
- Díaz Moncada, J. A., Bocanegra García, C. A., Díaz Moncada, J. A., & Bocanegra García, C. A. (2020). Impacto del programa «Buenas prácticas» en la disposición temporal en un centro de abastos mercantil. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 123-128.
- Fernández Portugal, V. (2019). Educación Ambiental y la Sensibilización en el Manejo Adecuado del Recurso Hídrico de los Estudiantes del Primer Año de Secundaria del Colegio 42021 Fortunato Zora Carbajal de la Ciudad de Tacna en el Año 2018.

Universidad Privada de Tacna.

<http://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1216>.

Gelvez Guerrero, A. V., Naranjo Medina, A. N., & González Verbel, D. Y. (2024).

Implementación de una estrategia comunicativa para la generación de conciencia ambiental en los comerciantes minoristas del mercado de cenabastos, periodo 2022-2023.

<https://catalogobiblioteca.ufps.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=60274>. <https://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/9058>.

Limache Flores, M. (2021). Programa de mejora del nivel de concientización ciudadana sobre la recolección de residuos sólidos en el barrio de San Carlos, Huancayo.

Industrial Data, 24(2), 193-216. <https://doi.org/10.15381/idata.v24i2.19833>.

López Avalos, J. J., & Vallejo Yambay, E. E. (2024). *Educación Ambiental y formación de actitudes* [bachelorThesis, Riobamba, Universidad Nacional de Chimborazo].

<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14107>.

Machaca Galarza, E. W. (2025). Educación ambiental y su relación con el manejo de residuos sólidos por los comerciantes de los mercados de la ciudad de Puno, 2024. *Universidad Privada San Carlos.*

<http://repositorio.upsc.edu.pe:8080/handle/UPSC/1315>.

Mamani Challco, Y. (2022). *Nivel de conocimiento de manejo de los residuos sólidos en los comerciantes del mercado del distrito de Moho – 2022*.

Maya Cortes, Erika Johana, & Rojas Ramirez, Yedith Jecelyn. (2019). *Formulación de un proyecto de sensibilización ambiental con enfoque participativo dirigido a niños de quinto de primaria, colegio María Auxiliadora, Municipio de Sabaneta, 2019*.

<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/entities/publication/93aae9bd-50ef-44ae-b569-5773b4eef31d>.

Merma Ccami, S. B. (2024). *Sensibilización ambiental y su relación con el manejo de*

residuos sólidos en el Mercado Central del Distrito de Macusani, periodo 2024.

Ramos, J. R. G. (2018). Cómo se construye el marco teórico de la investigación.

Cadernos de Pesquisa, 48, 830-854. <https://doi.org/10.1590/198053145177>.

Rodríguez La Rosa, S. N. (2024). El desarrollo de la conciencia ambiental en la didáctica

del sistema educativo. *Revista Kawsaypacha: Sociedad y Medio Ambiente*, 13.

<https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.202401.a010>.

Ruiz-Corro, C. G., Pérez-Azahuanche, M., Leyva-Aguilar, N. A., Rabanal-León, H. C.,

Aroni-Salcedo, K. M., & Ruiz-Corro, A. K. (2024). La sensibilización ambiental:

Una apuesta pedagógica. *Producción + Limpia*, 19(1), 23-40.

<https://doi.org/10.22507/pml.v19n1a3>.

Sánchez Pantaleón, A. J., & Chávarry Ysla, P. D. R. (2022). Estrategias De

Sensibilización Y Conciencia Ambiental En Zonas Rurales, Perú. *Horizonte*

Empresarial, 9(1), 13-26. <https://doi.org/10.26495/Rce.V9i1.2180>.

Sosa-Pinilla, R., & Varela-Corvacho, S. P. (2022a). Estrategias de concientización

ambiental dirigidas a comerciantes en la conservación de las playas. *Revista*

Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 7(2), Article 2.

<https://doi.org/10.35381/r.k.v7i2.1839>.

Sosa-Pinilla, R., & Varela-Corvacho, S. P. (2022b). Estrategias de concientización

ambiental dirigidas a comerciantes en la conservación de las playas. *Revista*

Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 7(2), 60.

<https://doi.org/10.35381/r.k.v7i2.1839>.

Velásquez, R. (2019). *Sensibilización Ambiental Una Reflexión Para La Cultura*

Sustentable. 18.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA DE LA PROVINCIA DE AZÁNGARO, PUNO – 2025.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	METODOLOGÍA
<p>¿Cuál es el nivel de sensibilización ambiental de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>¿Qué grado de conocimiento tienen los comerciantes del Mercado Vilcapaza sobre temas ambientales en la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025?</p> <p>¿Cuál es la disposición de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, para participar en actividades de educación ambiental durante el año 2025?</p>	<p>Evaluar el nivel de sensibilización ambiental de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>Evaluar el grado de conocimiento que tienen los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, sobre temas ambientales en el año 2025.</p> <p>Analizar la disposición de los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, para participar en actividades de educación ambiental durante el año 2025.</p>	<p>Los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025 presentan un nivel bajo de sensibilización ambiental.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>Los comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025 tienen un bajo grado de conocimiento sobre temas ambientales.</p> <p>La mayoría de comerciantes del Mercado Vilcapaza de la provincia de Azángaro, Puno, en el año 2025 muestra poca disposición para participar en actividades de educación ambiental.</p>	<p>VI: Nivel de sensibilización ambiental</p> <p>VD: Comerciantes</p>	<p>Conocimiento ambiental</p> <p>Actitud ambiental</p> <p>Práctica ambiental</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>Diseño de Investigación: No experimental,</p> <p>Tipo de Investigación: Descriptivo</p> <p>Población: 54 comerciante</p> <p>Método: Deductivo cuantitativo.</p>

Anexo 02: Instrumento

ENCUESTA SOBRE EL NIVEL DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL EN COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA, AZÁNGARO

Instrucciones:

Lea cuidadosamente cada afirmación y marque con una 'X' el número que mejor represente su nivel de acuerdo, utilizando la siguiente escala:

1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo

PARTE I. CONOCIMIENTO AMBIENTAL

N°	Afirmación	1	2	3	4	5
1	Conozco los principales problemas ambientales de mi localidad.					
2	Identifico acciones que ayudan a cuidar el medio ambiente.					
3	Conozco las normas básicas sobre manejo y segregación de residuos sólido					
4	Sé cómo mis actividades comerciales pueden afectar el medio ambiente.					

PARTE II. ACTITUD AMBIENTAL

N°	Afirmación	1	2	3	4	5
5	Estoy dispuesto a participar en actividades ecológicas.					
6	Considero importante la protección del medio ambiente.					
7	Pienso que cada comerciante debe asumir responsabilidad por el cuidado del entorno del mercado.					
8	Me siento motivado a cambiar mis hábitos para reducir el impacto ambiental.					

PARTE III. PRÁCTICA AMBIENTAL

N°	Afirmación	1	2	3	4	5
9	Realizó acciones para reducir, reutilizar y reciclar residuos.					
10	Participó en campañas o actividades ambientales.					
11	Separo los residuos (orgánicos e inorgánicos) en mi puesto de trabajo.					
12	Procuró usar bolsas reutilizables o biodegradables en mis ventas.					

¡Gracias por su colaboración! Sus respuestas son confidenciales y sólo serán utilizadas con fines académicos.

Anexo 03: Validación de Instrumento

	Manual de Presentación de Proyecto de Investigación e Informe Final	COD. DE DOC.: MAN.COD. OF.: UI	VERSIÓN: 3.1	PÁGINA: 1
---	---	-----------------------------------	--------------	-----------

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

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: EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO VILCAPAZA DE LA PROVINCIA DE AZÁNGARO, PUNO – 2025
- 1.4 Denominación del instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/ CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		0	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	Basado 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	Omota nuevas partes en la investigación y construcción de teorías.				X	
SUB TOTAL					30	
TOTAL					30	

VALORACIÓN				
Deficiente ()	Regular ()	Buena ()	Muy Buena (X)	Excelente ()
0 - 8	9 - 16	17 - 24	25 - 32	33 - 40

Puno, julio de 2025.


Mg. Wilfredo Wilfredo CANO OJEDA
Docente
DNI: 01221426

REVISADO POR: VSR	APROBADO POR: VSR	FECHA DE APROBACIÓN
Prohibida su reproducción sin autorización del Director de la Unidad de Calidad y Acreditación		

Anexo 04: Tabla de frecuencias sobre el conocimiento ambiental.

PARTE I. CONOCIMIENTO AMBIENTAL						
Encuestados	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Total	
1	3	2	4	4	13	
2	4	4	4	4	16	
3	2	2	4	2	10	
4	3	3	4	2	12	
5	3	2	4	3	12	
6	2	4	4	3	13	
7	4	3	2	3	12	
8	3	3	4	4	14	
9	3	2	3	3	11	
10	3	3	4	2	12	
11	2	3	2	3	10	
12	3	3	4	4	14	
13	3	2	4	3	12	
14	4	4	4	4	16	
15	3	3	3	3	12	
16	2	3	4	3	12	
17	3	3	4	3	13	
18	3	4	3	4	14	
19	3	3	4	4	14	
20	4	3	4	3	14	
21	3	3	4	3	13	
22	3	4	3	2	12	
23	3	3	4	3	13	
24	4	3	4	3	14	
25	3	3	4	3	13	
26	3	4	4	4	15	
27	2	3	3	2	10	
28	3	2	4	4	13	
29	4	4	4	3	15	
30	2	3	4	4	13	
31	1	1	4	4	10	
32	2	4	4	3	13	
33	4	4	4	4	16	
34	3	4	3	3	13	
35	3	3	4	4	14	
36	2	4	4	4	14	
37	4	2	4	3	13	
38	3	4	4	4	15	
39	3	1	3	3	10	
40	3	3	4	4	14	
41	4	4	4	3	15	
42	4	4	4	3	15	
43	2	3	4	3	12	
44	3	3	3	4	13	
45	4	4	4	4	16	
46	4	4	4	3	15	
47	3	3	4	4	14	
48	4	4	4	3	15	
49	4	4	3	3	14	
50	4	4	4	3	15	
51	4	4	4	4	16	
52	4	4	3	4	15	
53	4	2	4	3	13	
54	2	2	4	3	11	
Total	3.1111111	3.1481481	3.7407407	3.2962963	718	

Anexo 05: Tabla de frecuencias sobre la actitud ambiental.

PARTE II. ACTITUD AMBIENTAL						
Encuest	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Total	
1	3	5	4	4	16	
2	4	4	3	4	15	
3	5	3	5	3	16	
4	3	5	1	5	14	
5	1	3	4	4	12	
6	3	3	4	3	13	
7	3	3	4	3	13	
8	5	3	5	3	16	
9	1	3	4	4	12	
10	3	3	4	3	13	
11	3	5	4	3	15	
12	3	3	4	5	15	
13	3	3	5	4	15	
14	3	3	4	3	13	
15	5	5	4	3	17	
16	3	3	4	5	15	
17	3	3	4	4	14	
18	5	3	4	3	15	
19	3	3	5	4	15	
20	3	5	4	3	15	
21	3	3	4	5	15	
22	3	3	5	3	14	
23	5	5	4	4	18	
24	3	3	4	5	15	
25	3	3	5	3	14	
26	3	3	4	3	13	
27	3	3	4	5	15	
28	3	2	4	5	14	
29	4	4	5	3	16	
30	5	3	4	4	16	
31	1	1	4	3	9	
32	3	5	3	5	16	
33	4	4	4	4	16	
34	3	4	4	5	16	
35	3	3	4	4	14	
36	4	1	4	5	14	
37	5	3	4	4	16	
38	3	4	5	4	16	
39	3	1	3	3	10	
40	3	3	4	5	15	
41	4	3	4	3	14	
42	4	4	3	3	14	
43	2	3	4	5	14	
44	3	3	3	4	13	
45	4	4	4	3	15	
46	4	4	1	3	12	
47	3	3	4	4	14	
48	4	4	4	4	16	
49	4	4	4	3	15	
50	4	4	1	4	13	
51	4	4	4	3	15	
52	4	4	3	4	15	
53	4	2	3	3	12	
54	2	2	4	4	12	
Total	3.3703704	3.3333333	1	3.7962963	775	

Anexo 06: Tabla de frecuencias sobre la práctica ambiental.

PARTE III. PRÁCTICA AMBIENTAL						
Encuest	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Total	
1	4	2	5	4	15	
2	2	4	3	4	13	
3	3	3	4	3	13	
4	3	3	5	3	14	
5	4	5	4	3	16	
6	3	3	4	3	13	
7	3	3	4	4	14	
8	4	3	4	3	14	
9	3	3	4	4	14	
10	3	5	4	2	14	
11	2	3	4	4	13	
12	3	3	5	3	14	
13	4	3	4	3	14	
14	3	5	4	4	16	
15	3	3	4	3	13	
16	3	3	4	2	12	
17	2	5	4	4	15	
18	3	3	4	3	13	
19	3	3	5	3	14	
20	3	3	4	3	13	
21	3	3	4	3	13	
22	3	5	5	4	17	
23	2	3	4	3	12	
24	3	3	4	2	12	
25	3	3	4	3	13	
26	3	3	5	3	14	
27	4	3	4	3	14	
28	2	2	5	4	13	
29	4	4	4	3	15	
30	2	3	4	4	13	
31	1	1	4	3	9	
32	3	3	3	4	13	
33	4	4	5	4	17	
34	4	4	4	3	15	
35	3	2	5	4	14	
36	2	4	4	2	12	
37	4	3	4	4	15	
38	4	4	4	4	16	
39	3	1	3	3	10	
40	3	3	5	4	15	
41	2	3	4	3	12	
42	4	4	4	3	15	
43	2	2	5	2	11	
44	4	3	3	4	14	
45	4	4	5	4	17	
46	4	4	4	3	15	
47	4	3	4	4	15	
48	2	2	4	3	11	
49	4	4	4	3	15	
50	4	4	4	4	16	
51	2	4	5	3	14	
52	4	2	3	4	13	
53	2	2	4	4	12	
54	2	2	4	3	11	
Total	3.0555556	3.1851852	4.1481481	3.3148148	740	

Anexo 07: Panel fotográfico.



Figura 10: Encuestando al puesto de abarrotes



Figura 11: Encuestando al puesto de especias.



Figura 12: Encuestando el puesto de verduras.



Figura 13: Encuestando el puesto de carne.