



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas

TEMA: “Determinación de los factores que influyen en la contaminación visual del paisaje del entorno académico de la FCADM”.

AUTORA: Domenica Fernanda Alvarado Eguez

TUTOR: Ing. Liliana Elizabeth González Garcés, PhD.

AMBATO – ECUADOR

Febrero 2024



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Liliana Elizabeth González Garcés, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutora del trabajo de titulación **“Determinación de los factores que influyen en la contaminación visual del paisaje del entorno académico de la FCADM”**, presentado por la señorita **Domenica Fernanda Alvarado Eguez** para optar el título de Licenciada en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considerado que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que designe.

Ambato, 2 de febrero de 2024



Ing. Liliana Elizabeth González Garcés, PhD.

C.I. 1803962800

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Domenica Fernanda Alvarado Eguez**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Domenica Fernanda Alvarado Eguez

C.I. 1850060631

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato



Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, Mg.

C.I. 1802931426



Ing. Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Mg.

C.I. 1803845385

Ambato, 2 de febrero del 2024

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Domenica Fernanda Alvarado Eguez

C.I. 1850060631

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación:

A mis padres Nancy y Fernando quienes, con su incansable paciencia, inmenso amor y constante esfuerzo me han permitido culminar mis estudios y han sido la base para construir mi camino. Cada logro en este trabajo lleva consigo la marca de su apoyo incondicional, y estoy agradecida por la oportunidad de contar con unos padres tan dedicados y comprensivos.

A mi hermana Rebeca, por ser mi compañera y cómplice, que con su apoyo constante y aliento han sido vitales para superar desafíos y celebrar triunfos. Por ser mi aliada, inspirarme y ser un faro de apoyo constante en todo este tiempo.

Y a todos aquellos que creyeron en mí y me alentaron a seguir adelante.

Este logro es fruto de la dedicación y respaldo de quienes me han acompañado en este camino.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a Dios, por ser mi constante guía y fuente de fortaleza, a lo largo de este camino. Por permitirme superar cada obstáculo y cumplir mis metas, orientando mis decisiones y acciones para convertirme en mejor persona.

A mis padres y hermana, por ser mi motor de vida, por motivarme a nunca rendirme, por depositar toda su confianza y creer en mí. Cada logro alcanzado en este camino ha sido gracias a los valores, sacrificios y apoyo inquebrantable que me han brindado. Mi eterna gratitud a ustedes por nunca soltarme y espero honrar su confianza y amor continuando en la senda del esfuerzo y realización personal.

Gracias a la Universidad Técnica de Ambato, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de crecer y progresar de manera profesional como personal. A cada uno de los docentes que a lo largo de la carrera han compartido sus conocimientos, experiencias, consejos y lecciones. Su dedicación y pasión por la enseñanza deja huellas imborrables en mi formación académica.

Agradezco al equipo de investigadores del proyecto de investigación DIDE-UTA “Indicadores de la contaminación visual 2.0 y el desarrollo académico de los estudiantes de educación superior”, con Resolución Nro. UTA-CONIN-2023-0044-R, por permitir colaborar y contribuir con el estudio.

De manera especial quiero agradecer a mi tutora Ing. Mg. Liliana Elizabeth González Garcés, PhD. y docente guía Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, Mg, quienes me han brindado su tiempo, orientación, dedicación, paciencia y conocimiento para el desarrollo de cada parte de este trabajo, gracias por estar dispuestos a tenderme su mano para lograr alcanzar mis objetivos académicos.

Finalmente, quiero agradecer a mis amigos que he tenido el privilegio de conocer a lo largo de la carrera. Su constante apoyo, amistad y ánimo han sido fuente de motivación para salir adelante. Gracias por las y experiencias que hemos vivido, contribuyendo a que mi experiencia universitaria sea memorable y llena de significado.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO	1
1.1. Antecedentes Investigativos	1
1.2. Objetivos.....	3
1.2.1. Objetivo General.....	3
1.2.2. Objetivos Específicos	3
1.3. Problema de Investigación.....	4
1.4. Justificación	5
1.5. Marco Teórico.....	6
1.5.1. Contaminación visual	6
1.5.2. Entorno académico	18
CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA.....	25
2.1. Materiales.....	25
2.2. Método.....	25
2.2.1. Método Hipotético-Deductivo	26
2.3. Enfoque.....	26
2.3.1. Cuantitativo.....	26
2.4. Alcance o Tipo.....	27
2.4.1. Descriptivo.....	27

2.4.2. Correlacional.....	27
2.5. Modalidad	28
2.5.1. Investigación bibliográfica	28
2.5.2. Investigación de campo	29
2.6. Diseño	30
2.6.1. Transversal.....	30
2.7. Población y muestra.....	30
2.7.1. Población	30
2.7.2. Muestra	30
2.8. Técnica.....	33
2.8.1. Encuesta	33
2.9. Instrumento	33
2.9.1. Cuestionario	34
2.9.2. Validez y confiabilidad.....	34
3.1. Planteamiento de la Hipótesis.....	39
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
3.2. Análisis y discusión de los resultados.....	41
3.3. Verificación de hipótesis	77
3.3.1. Rho de Spearman	77
CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
4.1. Conclusiones.....	83
4.2. Recomendaciones	85
4.3. Agradecimiento.....	86
B. MATERIALES DE REFERENCIA	87
Referencias Bibliográficas	87
Anexos	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Recursos investigación.....	25
Tabla 2. Prueba de KMO y Bartlett	35
Tabla 3. Comunalidades.....	36
Tabla 4. Resumen de procesamiento de datos	39
Tabla 5. Estadística de fiabilidad	39
Tabla 6. Género.....	41
Tabla 7. Edad	42
Tabla 8. Tiempo de exhibición de medios visuales	43
Tabla 9. Clasificación de medios visuales	45
Tabla 10. Prohibición de medios visuales.....	46
Tabla 11. Deterioro físico del entorno	47
Tabla 12. Efectos psicológicos.....	49
Tabla 13. Información visual	50
Tabla 14. Estética visual	52
Tabla 15. Elementos atípicos	53
Tabla 16. Política	55
Tabla 17. Marketing de empresas	56
Tabla 18. Uso de elementos artificiales	58
Tabla 19. Consumismo	59
Tabla 20. Información institucional	61
Tabla 21. Espacios de desarrollo.....	62
Tabla 22. Condiciones del ambiente	64
Tabla 23. Desarrollo libre, sostenible y equitativo	65
Tabla 24. Logro académico.....	67
Tabla 25. Motivación	68
Tabla 26. Desarrollo académico.....	69
Tabla 27. Edificios académicos.....	71
Tabla 28. Desempeño académico.....	72
Tabla 29. Espacios verdes	74
Tabla 30. Paisaje natural	75
Tabla 31. Rho de Spearman	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Valoración de Alfa de Cronbach	38
Figura 2. Género.....	41
Figura 3. Edad	42
Figura 4. Tiempo de exhibición de medios visuales	44
Figura 5. Clasificación de medios visuales	45
Figura 6. Prohibición de medios visuales	46
Figura 7. Deterioro físico del entorno	48
Figura 8. Efectos psicológicos	49
Figura 9. Información visual	51
Figura 10. Estética visual	52
Figura 11. Elementos atípicos	54
Figura 12. Política	55
Figura 13. Marketing de empresas	57
Figura 14. Uso de elementos atípicos	58
Figura 15. Consumismo	60
Figura 16. Información institucional.....	61
Figura 17. Espacios de desarrollo	63
Figura 18. Condiciones del ambiente.....	64
Figura 19. Desarrollo libre, sostenible y equitativo	66
Figura 20. Logro académico	67
Figura 21. Motivación.....	68
Figura 22. Desarrollo académico	70
Figura 23. Edificios académicos	71
Figura 24. Desempeño académico	73
Figura 25. Espacios verdes.....	74
Figura 26. Paisaje natural.....	76
Figura 27. Grados de correlación de Spearman	77

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Resolución Proyecto de Investigación	98
Anexo 2. Constelación de ideas	99
Anexo 3. Operacionalización de variables.....	100
Anexo 4. Cuestionario.....	103

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, la contaminación visual en el entorno académico se constituye como un fenómeno creciente y significativo que afecta de forma negativa la calidad de vida y rendimiento académico de los estudiantes, así como la percepción general del entorno educativo. Este fenómeno impulsado por diversos factores ha generado mayor conciencia sobre la necesidad de abordar la contaminación visual de manera integral.

Por ello, el estudio se realizó con la finalidad de conocer los factores que engloba la contaminación visual y como está afecta al entorno académico, permitiendo identificar áreas de mejora y desarrollar intervenciones efectivas para crear ambientes visuales más propicios para el aprendizaje y bienestar de todos los involucrados.

Así también, la investigación cuenta con un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo y correlacional por medio de la modalidad de investigación con un diseño transversal puesto que se realizó en un periodo de tiempo determinado, cabe destacar que el estudio se realizó con una muestra de 283 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas (FCADM) a través de instrumento validado. Para la comprobación de hipótesis se utilizó Rho de Spearman para conocer el nivel de correlación de las variables motivo estudio en comparación con las comunales obtenidas mediante la prueba KMO y Bartlett, planteada bajo la línea de investigación de desarrollo empresarial.

Finalmente, la investigación destaca que la contaminación visual en entorno académicos tiene un impacto negativo en la calidad de vida y el rendimiento estudiantil, siendo un fenómeno que se debe abordar para mejorar la experiencia educativa.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, CONTAMINACIÓN VISUAL, FACTORES, ENTORNO ACADÉMICO, ELEMENTOS ATÍPICOS

ABSTRACT

Currently, visual pollution in the academic environment is a growing and significant phenomenon that negatively affects the quality of life and academic performance of students, as well as the general perception of the educational environment. This phenomenon, driven by various factors, has generated greater awareness of the need to address visual pollution in a comprehensive manner.

Therefore, the study was conducted with the aim of understanding the factors that encompass visual pollution and how they are affecting the academic environment, allowing to identify areas for improvement and develop effective interventions to create visual environments more conducive to learning and well-being of all involved.

Also, the research has a quantitative approach with descriptive and correlational scope through the research modality with a transversal design since it was carried out in a determined period, highlighting that the study was carried out with a sample of 283 students of the Faculty of Administrative Sciences (FCADM) through a validated instrument. For hypothesis testing, Spearman's Rho was used to determine the level of correlation of the variables under study in comparison with the communalities obtained through the KMO and Bartlett's test, proposed under the research line of business development.

Finally, the research highlights that visual pollution in academic environments has a negative impact on the quality of life and student performance, being a phenomenon that must be addressed to improve the educational experience.

KEY WORDS: INVESTIGATION, VISUAL POLLUTION, FACTORS, ACADEMIC ENVIRONMENT, ACADEMIC ENVIRONMENT, ATYPICAL ELEMENT

CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes Investigativos

La contaminación visual ha evolucionado a lo largo de los años, convirtiéndose así en un problema ambiental que surge del mal uso de elementos tales como vallas publicitarias, cableado, letreros, entre otros, en los diferentes lugares causando así el deterioro del entorno y afectación a la salud especialmente al sistema nervioso central, una vez que esta problemática se da por medio de la vista.

Con respecto, al tema sobre los factores que influyen en la contaminación del paisaje del entorno académico no existen investigaciones previas, sin embargo, existen investigaciones tanto nacionales como internacionales relacionadas a la contaminación visual en las diferentes ciudades, como afecta a la salud, causas y efectos, entre otros, mismas que generan una amplia visión y comprensión del tema.

De acuerdo con Pérez (2022) en su artículo sobre “La Contaminación Visual como afectación del Paisaje Urbano” expone que la ciudad se considera como el entorno vital de desarrollo de las personas. No obstante, el uso caótico del espacio, la falta de planificación arquitectónica, decisiones irracionales en el entorno urbano no solo tienen un impacto demostrado científicamente en la salud física y mental de los habitantes, sino que también dañan la calidad del paisaje, degradan el patrimonio histórico y cultural, y reducen las oportunidades económicas al ahuyentar a los visitantes (pág. 94).

Así también, Méndez (2013) en su investigación sobre “La contaminación visual de espacios públicos de Venezuela” plantea que el rápido y desorganizado crecimiento urbano a nivel global ha provocado un deterioro ambiental en las ciudades, manifestándose en diversos tipos de contaminación. Comúnmente, el término "contaminación" se vincula con daños a los recursos naturales, pero en entornos urbanos, destacan especialmente la contaminación sonora, lumínica y visual. La

presente investigación surge de la inquietud respecto a la contaminación visual que afecta a las áreas urbanas.

En el artículo sobre la “Contaminación visual en período electoral en el Cantón Santo Domingo” publicado por Martínez (2020). La contaminación visual puede ser descrita como una sobreexposición de colores, formas y movimientos en los anuncios publicitarios presentes en calles, avenidas y aceras, entre otros lugares, que perturba el equilibrio natural del entorno. Esta contaminación no se limita únicamente a lo visual, sino que también tiene repercusiones ambientales. Por ejemplo, la publicidad impresa, adherida con un adhesivo especial para evitar su disolución con el agua, genera una contaminación significativa en el medio ambiente. Asimismo, la degradación de la publicidad plástica libera químicos perjudiciales que afectan negativamente al entorno.

Con el antecedente expuesto y en base a los autores mencionados anteriormente se concluye que sus investigaciones permiten conocer acerca de la variable motivo de estudio, sus elementos, sub-dimensiones con la finalidad de que las mismas permitan considerar como aporte para el sustento teórico sobre la contaminación visual en los diferentes espacios o entornos en el que se desarrolla el ser humano.

Por otro lado, Iturraran (2021) en su trabajo de tesis de posgrado sobre “Impacto de la contaminación visual en la calle mercaderes de la Ciudad de Arequipa” determina como objetivo específico determinar la incidencia de los elementos contaminantes visuales en la población mediante encuestas. Así pues, la metodología aplicada en cierta parte es cuantitativa para diagnosticar, analizar y sintetizar los datos obtenidos de la misma, estableciendo así conclusiones y recomendaciones.

Con ello, el autor busca obtener resultados positivos de como los elementos contaminantes visuales inciden en la población. En efecto, los resultados obtenidos servirán como soporte en la parte metodológica de lo que se quiere llegar a cabo en el proyecto.

Finalmente, Rubio (2012), en su tesis de grado sobre “La contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en la ciudad de Pujilí” concluye que una vez realizada la investigación el nivel de contaminación visual de dicha ciudad es muy notorio por la presencia de letreros y publicidad comercial, así como esta misma afecta a la imagen urbana, porque genera desordenes en la circulación peatonal y vehicular.

De esta manera, el autor una vez culminada la investigación realiza una propuesta para mitigar este problema mediante el diseño de una ordenanza municipal, por esta razón este estudio aporta a la presente investigación en el proceso práctico para de esta manera obtener los resultados esperados.

1.2.Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Analizar los factores de la contaminación visual que influyen en el paisaje del entorno académico de la Facultad de Ciencias Administrativas.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Conceptualizar teóricamente los factores de la contaminación visual y el paisaje del entorno académico.
- Diagnosticar el nivel de contaminación visual del paisaje de entorno académico de la FCADM, a través de la recolección de información.
- Determinar cuáles son los factores más relevantes que influyen en la contaminación visual del entorno académico de la FCADM.

1.3. Problema de Investigación

La contaminación visual se ha convertido en un aspecto inquietante en el entorno académico de los estudiantes, puesto que contribuye a la degradación visual y estética de las áreas que lo rodean, dado que afecta la percepción del espacio de la comunidad educativa. Esta se entiende como una afectación a la visualización y estética del paisaje o lugar de desarrollo de las personas, porque ocasiona problemas que incluso pueden afectar a la salud de quienes conviven en dicho lugar.

El problema de la contaminación visual en Latinoamérica se extiende un poco más allá. En la mayoría de los casos, en los espacios públicos se encuentra una mayor variedad de elementos que causan efectos visuales perjudiciales, estos incluyen el cableado aéreo, los grafitis, la inadecuada disposición de la basura, entre otros que son comunes en países en vías de desarrollo **(Méndez, 2013)**.

Así también, en Ecuador, por la globalización y el abuso que tienen las empresas de publicidad han causado una contaminación visual en el paisaje urbano, que obstaculiza el progreso social y educativo, pues las empresas en su afán de captar la atención del consumidor han saturado las ciudades con vallas publicitarias, letreros luminosos, anuncios, entre otros., que aportan a la fragmentación visual del entorno, disminuyendo la cohesión y sentido de comunidad **(Rivas, 2019)**.

Por otro lado, la ciudad de Ambato enfrenta un problema de contaminación visual derivado de la apariencia desfavorable de muchas de sus edificaciones. Al observar ciertas construcciones, resulta evidente que los colores de ladrillo, bloque o enlucidos contribuyen a deslucir la imagen urbana, así también la existencia de medios visuales de información, publicidad y propaganda, hace que degrade el entorno. A pesar de contar con una ordenanza municipal que establece la obligatoriedad para propietarios o administradores de dar mantenimiento a edificaciones y la instalación de los medios visuales, son muy pocos quienes cumplen con estas normativas.

De esta manera, un entorno académico debe estar libre y limpio para promover el aprendizaje y concentración, puesto que promover este tipo de espacios genera en las personas tranquilidad, además permite un mejor procesamiento y retención de información, una sensación de calma, ser más eficientes, para lograr así potenciar su desarrollo y aprendizaje, sin embargo, con el incremento de elementos visuales no relacionados a la educación crea ambientes saturados de distracción que dificulta la capacidad de los estudiantes al realizar sus tareas o estudios, lo cual es preocupante, puesto que disminuye su productividad y motivación.

Por ello, el problema principal que se aborda en la investigación es: ¿Cuáles son los factores de la contaminación visual que afectan el entorno académico para el desarrollo y bienestar de los estudiantes de la FCADM?

1.4. Justificación

La problemática sobre la contaminación visual en el paisaje del entorno académico de la FCADM expone distintas dimensiones relevantes que surgen de la necesidad de abordar este tema en cuestión de manera integral. Siendo esencial su estudio para establecer entornos académicos más saludables, productivos y propicios para el desarrollo de los individuos.

La importancia teórica de realizar la presente investigación se basa en la necesidad de entender como los elementos visuales y factores afectan el rendimiento y experiencia de los estudiantes. Así mismo, este análisis no solo contribuye a la realización de teorías sólidas en la psicología ambiental y arquitectura, sino que también será fundamental para la creación de espacios educativos propicios.

Los beneficiarios en esta investigación son los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Administrativas puesto que son los principales individuos que se encuentran expuestos a los diferentes elementos atípicos expuestos a su alrededor, para de esta manera minimizar el nivel de contaminación visual y armonizar las áreas de los diferentes entornos.

Asimismo, el estudio es de carácter factible puesto que existe la facilidad de acceder a información necesaria sobre el tema, además de que existe interés de la misma para que sirva como fuente de información para la reducción de los impactos negativos de las manifestaciones de contaminación visual en el medio ambiente circundante y, por lo tanto, encontrar formas y medios de deshacerse de tales elementos.

La finalidad de la realización de este proyecto es investigar ¿por qué el entorno de los estudiantes se encuentra con un exceso de elementos? y ¿cómo estas afectan al desarrollo académico? Para de esta manera encontrar solución y promover entornos académicos propicios para el desarrollo educativo.

1.5. Marco Teórico

La presente investigación hace énfasis en el análisis a fondo sobre la contaminación visual en el paisaje del entorno académico, con el propósito de comprender su contexto, para de esta manera proporcionar una base esencial para interpretación y abordaje del tema motivo estudio. (Ver Anexo 2)

1.5.1. Contaminación visual

Aparte de la contaminación del suelo, el aire y el agua, de la que tanto se habla, existe la contaminación visual, un concepto relativamente nuevo y poco convencional. Esta se define como el conjunto de formaciones irregulares, puede referirse a todo aquello alterado por las actividades humanas que resulta poco atractivo y afecta a la capacidad de las personas para disfrutar o apreciar la vista y el paisaje (**Jana y De , 2015**).

De hecho, la contaminación visual es un tipo de contaminación ambiental que se capta a través de la vista y que tiende a ser común en el entorno urbano. Su concepto aparece de la dudosa capacidad del ser humano de alterar mediante elementos discordantes el lugar que ocupa. Estos elementos no crean contaminación por sí mismas, sin embargo, debido a la manipulación indiscriminada por parte de la humanidad en cuanto a ubicación, orden, distribución, número y otras características, se tornan en agentes contaminantes (**Valbuena, 2019, pág. 14**).

Esta se conoce como el cambio o desequilibrio en el paisaje, ya sea natural o artificial, que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres humanos. Además, debe tenerse en cuenta la cantidad de cables que se multiplican a diario en las cabezas de los habitantes de los centros urbanos, como expresión de la polución visual, provenientes de empresas de telefonía, transmisión de datos, televisión por cable, etc. **(Gamez, 2013, pág. 11).**

En efecto, este tipo de contaminación es causada por el ser humano y se vuelve un problema difícil de solucionar puesto que en hoy en día se piensa que utilizar una excesiva cantidad de elementos atípicos llama más la atención y así pueden ofertar/vender sus productos o servicios, sin embargo, desde el punto de vista investigativo esto solamente daña la estética de los lugares y la calidad de vida se ve afectada a tal punto de generar en el individuo diferentes reacciones y efectos.

De este modo, la publicidad exterior afecta el entorno, es el agente más notorio por su efecto inmediato en la población, puesto que crea una sobre-estimulación en el ser humano mediante la información indiscriminada, y los múltiples mensajes que invaden la mirada. Esta situación no sólo atenta contra la belleza del espacio público, sino también sobre la lectura poco clara que tienen los individuos del mismo, lo que dificulta la identificación del habitante con su paisaje **(Couto, 2007).**

La publicidad en las calles es la principal fuente de contaminación visual, ya que constantemente introduce elementos de gran tamaño que invaden la vista humana, disminuyendo el espacio físico disponible y que afecta negativamente a algunas personas en un nivel emocional. Además, señala que antes, el ser humano solía ser el centro de atención en la ciudad, pero esta primacía se ha perdido, relegando al ser humano a un papel secundario, mientras la publicidad se convierte en el protagonista principal. A su vez, los enormes letreros publicitarios están diseñados para ser vistos desde la distancia por peatones y conductores, pues ocupa el espacio que debería ser destinado a los transeúntes y, en muchos casos, resulta molestos e intrusivos **(Ayala, 2017).**

En este sentido, Méndez (2013) expone que la contaminación visual comprende cualquier elemento que desentone con la estética general del entorno, elementos visuales molestos que perturban la armonía del ambiente debido a su contraste negativo (pág. 52). La percepción de estas alteraciones visuales tiende a ser subjetiva y puede dar lugar a debates interminables sobre lo que se considera bello, arquitectónicamente adecuado o moderno, especialmente en áreas urbanas donde la configuración del entorno es predominantemente influenciada por la actividad humana (pág. 47).

En la actualidad la ciudad de Ambato cuenta con un nivel excesivo de contaminación visual, pues existe un uso desmedido de elementos atípicos en diferentes partes de la ciudad, producto especialmente por campañas políticas, marketing de empresas, cableado, carteles, etc., que conlleva al deterioro de la estética y visibilidad del entorno, lo cual en la comunidad estudiantil llega a ser un factor preocupante para su nivel de desempeño en ciertos ámbitos.

Es así que, de todos los tipos de contaminación, la visual es posiblemente la más subjetiva. Algunos aspectos de la sobrecarga visual son cuantificables, como la visibilidad, que mide la claridad y la distancia que se puede ver. Sin embargo, cuando la contaminación visual se refiere a cuestiones estéticas, cualquier elemento visual puede contribuir a perturbar la capacidad de las personas para disfrutar de un paisaje o un espacio. Es en este punto donde los marginados y excluidos de la sociedad pueden entrar en juego, y lo visual puede tener un impacto difícil de definir (Pezantes, 2016).

En términos de desarrollo académico esta contaminación no se encuentra relacionada directamente, pues las personas pueden obviar este problema. No obstante, sí tiene un impacto indirecto en la comunidad universitaria en cuanto a su habilidad de aprendizaje, investigación, bienestar emocional, creatividad, inspiración y calidad de su entorno de estudio.

1.5.1.1. Ordenanza de medios visuales en la ciudad de Ambato

Según el Registro Oficial No. 357 2001 [Consejo Cantonal de Ambato] Ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda, en el Cantón de Ambato. 28 de junio 2001. Ambato cuenta con una Ordenanza que regula, autoriza y controla la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda, para preservar la integridad de los lugares públicos y otorgar el derecho a los individuos de vivir en un entorno libre y limpio para su desarrollo, sin embargo, a causa del incumplimiento de los individuos frente a esta norma urbana establecida y en algunos casos por falta de cultura no se puede desarrollar este ambiente sano lo que llega a ser molesto para las personas.

Según lo establecido en el art. 3 los tipos de medios visuales se clasifican en:

- Normativos o de razón social.
- Publicitarios y de promoción comercial.
- Indicadores de información pública, como señales de tránsito, nomenclatura vial y equipamiento urbano.

Según lo dispuesto en el art. 4 se establecen dos categorías de tiempo de presentación de medios visuales:

- Medios de carácter temporal, con una duración máxima de quince días consecutivos, como, por ejemplo: anuncios, carteles, pósteres de eventos y shows públicos adheridos a la pared, así como "winchas" (término publicitario comúnmente conocido) en tela, colocadas en altura y abarca la totalidad del ancho de la calle.
- De naturaleza transitoria, con una presentación que no exceda los seis meses, como, por ejemplo, letrero metálico indicativo de construcción o dirección técnica de obras, y pósteres relacionados con eventos de propaganda política que estén regulados por su propia normativa.

- De carácter duradero, con una exhibición sin límite de tiempo, y supera un periodo de un año.

Según lo establecido en el art. 5 los medios visuales se categorizan en:

- Colocados en las paredes de manera adosada.
- De estilo bandera, suspendidos en ángulo recto a las paredes, en construcciones con retiro frontal.
- Publicidades aisladas, como los decorativos luminosos, situados sobre pedestales en aceras, áreas ajardinadas o espacios públicos.
- Grandes estructuras publicitarias de dimensiones amplias.

De las prohibiciones

De acuerdo al art. 8 se prohíbe estrictamente:

1. La disposición de cualquier señal mencionada en la normativa en estructuras públicas o institucionales que hayan sido designadas como parte del Patrimonio Histórico y Cultural.
2. La instalación de avisos que afecten la visibilidad o generen molestias a otras personas no estará permitida.
3. No está autorizada la colocación de publicidades en las cubiertas de edificios destinados a viviendas.
4. La instalación de letreros tipo bandera, colocados en ángulo recto respecto a la pared, no será permitida en construcciones que carezcan de un retiro frontal.
5. A los negocios se les prohíbe instalar mostradores para mostrar productos o utilizar pancartas móviles que ocupen los espacios públicos de las aceras.
6. No está permitido poner anuncios de publicidad en los balcones de las propiedades.
7. Si un edificio tiene letreros que abarcan hasta el 30% de su fachada, se prohíbe agregar más.
8. Se prohíbe de manera explícita la incorporación de elementos o representaciones de naturaleza pornográfica, así como aquellos que atenten contra la integridad de personas o instituciones, en cualquier tipo de publicidad o material visual promocional.

1.5.1.2. Efectos de la contaminación visual

Según Fernández (2003) La contaminación visual conlleva una serie de problemas relacionados con los siguientes aspectos:

- *Cantidad:* Hay una excesiva cantidad de anuncios publicitarios.
- *Dimensiones:* Los tamaños de estos anuncios son prácticamente ilimitados.
- *Ubicación:* Se ubican en prácticamente cualquier lugar que se mire.
- *Contenido:* En muchas ocasiones, el contenido de los anuncios es de mal gusto o inapropiado para el entorno en el que se encuentran.

Por esto, la primera impresión de una comunidad rural, suburbana o urbana suele ser visual. Por ello, los aspectos visuales y estéticos en una ciudad ayudan a conseguir un medio ambiente limpio, una mejor situación económica, confort psicológico, actividades turísticas, así como cierto valor visual y estético. La contaminación visual sugiere que la parte del entorno construido y natural que estamos viendo ha sido se ha degradado y, por tanto, nos resulta menos atractiva (Hijazi, 2019).

De hecho, la contaminación visual conlleva un deterioro físico que desconecta a las personas de su entorno urbano. Estas alteraciones, causadas por objetos físicos como anuncios publicitarios, perturban el campo visual de las personas y obstruyen la visión del paisaje urbano, incluyendo la estética de las fachadas de los edificios. Este problema no solo afecta negativamente la belleza de la estructura urbana, sino también dificulta la capacidad de los habitantes para percibir claramente los detalles en las superficies de las construcciones en el paisaje urbano (Pérez, 2022).

La contaminación visual sobre el ser humano puede manifestarse de dos formas ya reconocidas: - directa, los efectos son psicológicos y fisiológicos; - indirecta, los efectos son diversos, desde accidentes de tráfico causados por distracciones, hasta el declive económico de una comunidad (Uka, 2022).

Si bien es cierto, los efectos de la contaminación visual en la calidad de vida de las personas pueden analizarse desde varios puntos de vista. No sólo influye en los

usuarios del espacio como individuos, sino que también daña la atmósfera de un determinado espacio en su conjunto y tiene gran influencia en la pérdida de su identidad. La influencia negativa de la contaminación visual puede ser diversa, y suele representar distracción, pérdida de identidad, fatiga ocular, reducción de la diversidad natural y del confort del espacio influencia en el atractivo de un determinado espacio, etc. **(Cvetković, et al., 2018).**

Las personas interactúan constantemente con su entorno. Existe un equilibrio continuo entre los seres humanos y su entorno. Sin embargo, el deterioro de este equilibrio tiene efectos tan negativos en las personas como la distracción, la fatiga visual, la desganancia, la improductividad, la disminución de la diversidad de opiniones, la disminución de la estimulación, las dificultades de adaptación, el nerviosismo, el trastorno del comportamiento, el pesimismo, las náuseas, el trauma psíquico, la disminución de la alegría de vivir, el aumento de las enfermedades psicosomáticas y el vértigo **(Yilmaz y Sagsoz , 2011).**

Asimismo, se sabe que cuando el cerebro humano recibe una sobrecarga de información visual que excede su capacidad de procesamiento, esto genera un estado de estrés en el sistema nervioso que puede afectar negativamente la salud. De hecho, dentro de las capacidades del ser humano existe una cantidad límite de percepción de información, para que de esta manera tenga mejor comprensión.

1.5.1.3. Carga perceptiva visual

La percepción no es más que un subsistema de un sistema cognitivo más complejo que incluye percepción sensorial, memoria, atención, conocimiento, reconocimiento, entendimiento, conciencia, representación, interpretación, etc. A partir de la experiencia visual nuestro cerebro construye rápidamente conceptos perceptuales que permiten aprehender –llegar a reconocer, formar un modelo propio– lo que se ve **(Alberich, et al., 2014).**

Sin duda, la percepción visual puede parecer un proceso simple y natural a primera vista, pero en realidad, la humanidad ha invertido años en intentar comprender y desentrañar los intrincados mecanismos responsables de estas operaciones complejas. Para entender este proceso en detalle, es esencial analizarlo paso a paso, lo que implica considerar la estimulación del entorno, la detección de estímulos, la identificación de estímulos específicos y, en última instancia, las actividades asociadas a esta percepción **(Oñate , 2022)**.

Así también, la carga visual perceptiva, da sustento a la noción de contaminación visual, la cual se define como: un efecto perceptual compuesto de desorden y exceso de objetos e imágenes en el campo visual, tales como: anuncios publicitarios, mobiliario urbano, luces y características de iluminación. La variación visual que se produce en un entorno natural y cómo los elementos hechos por el ser humano a veces pueden aumentar la sensación de que hay una contaminación visual en zonas rurales se convierte en un aspecto a considerar al abordar este problema. Esto implica señalar de qué manera la estética visual natural de un lugar puede ser alterada por las adiciones humanas en el paisaje **(Arango, et al., 2021)**.

Además, hace referencia a la cantidad y calidad de información visual que cada individuo se enfrenta en el entorno o situación que se encuentre. Los entornos que se encuentran con un alto índice de elementos, ocasionan en las personas sobrecarga sensorial o fatiga visual por lo cual la toma de decisiones se vuelve un reto por falta de concentración. Por ello, abordar este tema es importante para preservar la estética y calidad de vida.

1.5.1.4. Elementos atípicos

El término "elemento atípico" se refiere a la identificación visual de objetos en el entorno urbano a nivel peatonal que no forman parte de su estructura original. Estos objetos, debido a su ubicación, cantidad, estado de deterioro o falta de mantenimiento, entre otras características, tienen un impacto negativo en el espacio público desde una perspectiva estética **(Rivera , 2013)**.

Los elementos atípicos contemplan diferentes significados en diferentes ámbitos, sin embargo, dentro de lo que llega a ser visual, es decir, en estructura y diseño, estos elementos si bien dan un enfoque creativo y único en edificios, calles, paredes, etc., el exceso de este puede llegar a romper la monotonía y estética del entorno de desarrollo en el que las personas viven.

- *Tipos de elementos atípicos*

Los entornos con una estructura monótona y densa, sin elementos verdes ni un carácter original, y los edificios descuidados con un número desproporcionado de plantas y sistemas de transporte mal planificados crean contaminación visual. Además, contenedores con ruedas, carteles y señales de dirección en los detalles de los edificios y espacios urbanos; grandes vallas publicitarias; postes y cables eléctricos, edificios de transformadores, cables telefónicos, aparatos de aire acondicionado adosados a las paredes exteriores de los edificios y antenas parabólicas también crean contaminación visual (Yilmaz y Sagsoz , 2011).

De esta manera, este tipo de elementos alteran la estética, y aunque no provocan contaminación por si mismos; se convierten en agentes contaminantes mediante el manejo abusivo del ser humano (cantidad, tamaño, colores, etc.) y generan, con frecuencia, una sobre estimulación visual agresiva, invasiva, simultánea e indiscriminada y contra las cuales no existe ningún filtro ni defensa (Gamez, 2013, pág. 11).

Principales elementos existentes en el medio que contribuyen a la contaminación visual:

- *Vallas publicitarias*: se refiere a una superficie plana en la que se colocan anuncios publicitarios, lo que permite una amplia variedad de formas en las que se pueden presentar vallas publicitarias. Debido a esta diversidad, las compañías que alquilan estos espacios de publicidad ofrecen una amplia gama de opciones. En la categorización de vallas publicitarias, las más comunes y ampliamente ofrecidas por las empresas en Ecuador incluyen vallas estáticas y

de tipo prisma, paneles iluminados, paneles tipo prisma, anuncios en paradas de autobús y cruces peatonales (**Chiquito y Yance, 2019**).

- *Cables eléctricos y postes*: Es el cable que simplemente pasa de una edificación a otra, en algunos casos, atraviesa la calzada vehicular. Mientras que los postes son de soporte y donde converge el cableado de conducción de energía y en algunos casos, la instalación de un transformador. Aunque son fundamentales para la vida moderna, los cables eléctricos y postes también plantean desafíos en términos de estética urbana (**Ccahuana, 2023**).
- *Señalética*: Término técnico que se utiliza para referirse a los sistemas de señales de orientación destinados a guiar al público en entornos tanto interiores como exteriores, donde se ofrecen servicios. La señalética está estrechamente relacionada con la teoría de la información y la comunicación, pero también se vincula con el estudio de los comportamientos humanos (**Medrano y Olivares, 2020**).
- *Edificios o estructuras mal diseñadas*: Este elemento hace referencia a las estructuras que no se encuentran bien integradas al entorno, no tienen estética o no cumplen con estándares armónicos lo que llega a ser considerado como una intrusión en el paisaje. Estos proyectos arquitectónicos que presentan problemas de diseño, ya sea en su disposición espacial, su eficiencia energética o su adaptación al entorno circundante, a menudo generan desafíos.
- *Grafiti*: El grafiti se define como la creación de textos e imágenes en lugares de acceso público o compartido, como edificios privados, transporte público o callejones, y su exposición al público en general. Incluye una diversidad de medios, estilos, temas, y expresiones (**Maldonado, 2019**).
- *Iluminación*: Considerada como contaminación lumínica, se describe como la liberación de luz por medio de fuentes de iluminación artificial utilizadas en la iluminación nocturna, con niveles de intensidad, direcciones o tipos de luz inapropiados para las actividades planeadas en la zona iluminada.

1.5.1.5. Factores de la contaminación visual

- *Política*

La estrategia política se fundamenta en implementar diversas iniciativas y comunicados con el objetivo de impactar en las creencias y conductas de los ciudadanos. Este enfoque se construye al identificar las demandas, expectativas y principios presentes en el ámbito político electoral, y posteriormente desarrollar acciones, mensajes y discursos persuasivos destinados a obtener el respaldo del público hacia sus propios intereses. Este proceso se caracteriza por ser unidireccional y depende del empleo eficaz de la publicidad para su ejecución (**Morejón, 2022**).

La abundante publicidad política que se presencia en la fase inicial de las elecciones, donde cada partido se esfuerza por proyectar una imagen positiva en su campaña mediante carteles, pancartas y material promocional, ha alcanzado el punto de ser percibida como una forma de contaminación visual. Este fenómeno se refiere a cualquier elemento que cause interferencias o interrumpa la apreciación visual de una zona específica, al perturbar la estética del paisaje, por lo que se considera una preocupación cada vez más relevante en la ciudad.

- *Marketing de empresas*

Según Kotler (**1995**) el marketing de empresas es un procedimiento social y administrativo a través del cual grupos e individuos satisfacen sus necesidades y deseos al crear, ofrecer e intercambiar productos valiosos con otros, partiendo del reconocimiento de las necesidades y deseos humanos como el punto de origen del marketing.

Hoy en día, las empresas muestran una urgencia por alcanzar un crecimiento económico rápido, pues emplean todos los medios disponibles para saturar a los consumidores con información. En este proceso, algunas empresas parecen carecer de conciencia sobre los posibles daños irreparables que podrían ocasionar. Aunque es probable que muchas empresas estén principalmente enfocadas en obtener beneficios

económicos, resulta intrigante por qué no dedican tiempo a considerar un enfoque que genere valor para el cliente, cuidándolo no solo en términos de productos o servicios, sino también en relación con el entorno en el que vive (**McCormick, 2017**).

- *Uso de elementos artificiales*

Es un tipo de contaminación urbana derivada del uso excesivo de elementos ajenos al entorno, que altera la estética y la apariencia de paisajes, ya sean naturales o artificiales. Este fenómeno impacta negativamente en las condiciones, calidad de vida y funciones vitales de los seres vivos, dado que afecta la experiencia visual y el bienestar de quienes habitan en el área afectada (**Fuentes y Argüello, 2015**).

Los elementos artificiales utilizados sin control, generan una saturación de información que contribuye a crear una percepción de desorden y caos. A pesar de que en un principio este se asociaba principalmente a la publicidad, debido a la proliferación de carteles propagandistas, la lista de elementos que perturban visualmente sigue creciendo día a día, al incorporar nuevos dispositivos como vallas, postes, antenas, cables, mobiliario urbano, pinturas, contenedores, cámaras, torretas, entre otros (**Fernández, 2023**).

- *Consumismo*

El surgimiento del consumismo se atribuye a una serie de factores que han contribuido a su estimulación y crecimiento, siendo la publicidad una de las herramientas más influyentes empleadas por diversas industrias para mejorar sus ventas y aumentar sus beneficios. Además de la publicidad, otros elementos como la moda, la cultura y los hábitos de consumo desempeñan un papel crucial. Estos están fundamentados en patrones de comportamiento establecidos por las sociedades, los cuales influyen en las formas de consumo al modelar ideales de vida, belleza e identificación con los demás (**Valdez, 2021**).

Esta conexión entre contaminación visual y consumismo suscita preocupación por el impacto negativo sobre el bienestar psicológico, la calidad estética del entorno y el medio ambiente en general. La sobreabundancia de estímulos visuales relacionados con la promoción de productos y servicios puede generar una sensación de saturación, dado que afecta a la experiencia visual y a la apreciación del entorno.

- ***Información institucional***

La información institucional se refiere a los mensajes, letreros, carteles u otros medios visuales utilizados por instituciones como empresas, organizaciones gubernamentales, escuelas o entidades sin fines de lucro para comunicar mensajes relevantes al público. Cuando esta información se presenta de manera excesiva o desordenada, puede contribuir a la contaminación visual.

1.5.2. Entorno académico

El entorno en general se define como el conjunto de condiciones o elementos sociales, culturales, éticos, económicos, profesionales y demás, que rodean a un objeto, individuo, comunidad o época determinada y ejercen influencia en su situación o evolución. Un ejemplo sería el contexto familiar y social en el que se encuentra una persona. Este entorno se encarga de moldear las decisiones, experiencias y oportunidades presentes (**Angulo, et al., 2019**).

Por tanto, la formación es un proceso que se desarrolla a través de la constante interacción entre el individuo y su entorno. Se refiere a un amplio conjunto de elementos que abarcan tanto aspectos tangibles como intangibles de una institución, incluyendo las relaciones entre las personas y las características de esas interacciones. Engloba las percepciones, creencias y expectativas que los miembros de una comunidad educativa tienen acerca de su propia escuela, así como las conductas relacionadas y símbolos que representan esas conductas. Entre los componentes que componen el ambiente académico se encuentran habilidades y actitudes de profesores y estudiantes, comunicación entre ellos, instalaciones de la institución, duración de las

clases y carga de trabajo, servicios de apoyo, tecnología de la información y comunicación, y seguridad personal **(Galaviz, et al., 2021)**.

Cuando se refiere a un entorno o ambiente educativo, se determina un espacio que ha sido organizado y estructurado de manera que facilite el acceso al conocimiento a través de actividades reales diseñadas con el propósito de aprender. Este entorno no solo permite a los estudiantes abordar la realidad del mundo material y cambiarla, sino también les brinda la oportunidad de intercambiar información y comunicarse con otros. Para que esto ocurra, es esencial que los estudiantes participen activamente en el proceso, una vez que esta participación es fundamental para lograr la interacción y la interactividad. Estos entornos de aprendizaje requieren una planificación previa por parte del maestro, una orientación que ayude a los alumnos a alcanzar competencia, la contextualización de lo que se está aprendiendo y la creación de un ambiente propicio para la comunicación **(Colcha, et al., 2019)**.

Además, el entorno académico no solo está compuesto por maestros, estudiantes y aula, sino también por todos los elementos del entorno físico y virtual que contribuyen al aprendizaje, incluidas las metodologías, comunidad escolar, familia, los aspectos emocionales, las plataformas virtuales, materiales de trabajo, entre otros. Un entorno académico ideal ayuda y prepara a los estudiantes para su futuro profesional al mismo tiempo que ayuda a su desarrollo personal y bienestar.

En la actualidad, cuando se menciona un entorno educativo o académico, no se refiere únicamente a su aspecto físico. También considera las interacciones que tienen lugar en ese entorno. Esto implica tener en cuenta cómo está organizado y dispuesto el espacio, las relaciones entre sus componentes, así como las pautas de comportamiento que se observan en él. Además, se enfoca en cómo las personas interactúan con los objetos, cómo se relacionan entre sí, los roles que desempeñan, los criterios que guían sus acciones y las actividades que se llevan a cabo en ese contexto **(Duarte, 2003)**.

El entorno académico juega un papel importante en la educación y el desarrollo de las personas. Un entorno adecuado puede ayudar a los estudiantes a aprender más fácilmente, fomentar su crecimiento personal y prepararlos para enfrentar los desafíos

que puedan surgir en el futuro. Para maximizar los beneficios educativos, los educadores y las instituciones deben prestar atención a la calidad e idoneidad de este entorno.

1.5.2.1. Percepción ambiental

Conforme las personas desarrollan una mayor sensibilidad hacia las condiciones de su entorno, también mejoran su capacidad para identificar de forma más eficaz las maneras en las que el entorno influye en las actividades humanas, incluso cuando estas influencias suelen pasar desapercibidas. La percepción ambiental implica que, al tomar decisiones y actuar, una persona elige, organiza y se orienta hacia la información disponible en su entorno que le permite llevar a cabo sus acciones. En resumen, la percepción ambiental desempeña un papel psicológico fundamental al guiar y controlar las actividades diarias de un individuo **(Calixto y Herrera, 2010)**.

Así también, las percepciones ambientales se refieren a cómo cada persona interpreta y asigna valor a su entorno, y ejercen un papel significativo en las decisiones que las personas toman en relación con su entorno. Estas percepciones pueden ser la base para el desarrollo de enfoques de planificación ambiental y programas educativos relacionados con el medio ambiente, entre otros posibles usos **(Reina, 2023)**.

Los espacios urbanos comunes de uso público, como parques y plazas, brindan la oportunidad de llevar a cabo diversas actividades al aire libre, como pasear, descansar, jugar, observar y socializar, promoviendo así la interacción y la integración entre diversos grupos sociales, como niños, jóvenes y personas mayores. También fomentan la recreación, la conexión con la naturaleza y la práctica deportiva. En consecuencia, la presencia o ausencia de estos espacios tiene un impacto significativo en la calidad de vida de las personas, en la comunidad local y en toda una ciudad **(Pavez-Soto, et al., 2016)**.

1.4.2.2. Calidad Ambiental

La calidad del entorno urbano se origina en dos aspectos fundamentales: las actividades y dinámicas urbanas, que engloban los procesos, y las condiciones del ambiente en zonas urbanas, que se refieren al estado actual. Esta calidad se configura mediante la interacción de factores sociales y ambientales que pueden impactar de manera beneficiosa o perjudicial en la vida de las personas que residen en áreas urbanas **(Velázquez-Mar y Salazar-Solano, 2019)**.

Por lo tanto, la búsqueda de una calidad ambiental superior es un objetivo importante para la humanidad, y la contaminación representa uno de los problemas más serios que enfrentan las sociedades. La calidad del entorno se refleja en características específicas, descriptivas y mensurables relacionadas con el medio ambiente, que pueden modificarse en cualquier momento. Por lo tanto, los valores asociados al entorno están vinculados con conceptos como calidad, consideración, aceptación, diversidad, igualdad y colaboración en el contexto de la globalización **(Uzcategui, 2018)**.

De esta manera, la calidad ambiental relacionado al ámbito académico desempeña un papel fundamental, pues la formación académica no solo se trata de adquirir conocimientos, sino que también hace referencia al desarrollo de valores y actitudes, además que para conseguir esta calidad se debe contar con entornos, edificios, instalaciones, etc. donde los estudiantes puedan desarrollarse de manera libre, sostenible y equitativo.

1.4.2.3. Rendimiento académico

Una de las principales variables en la educación es el rendimiento académico, y debido a su importancia, se han llevado a cabo numerosas investigaciones con una variedad de enfoques teóricos y metodológicos. Su idea incluye variables relacionadas con el entorno y variables relacionadas con el estudiante, haciéndolos relación para determinar su nivel de acoplamiento.

El rendimiento académico se refiere a la evaluación de logros específicos en relación con los objetivos de aprendizaje establecidos en programas de estudio dentro del sistema educativo formal. Está vinculado a las expectativas para el desempeño del estudiante y al nivel de rendimiento requerido en un curso o programa académico particular **(Ariza, et al., 2018)**.

Pues, el rendimiento académico se refiere al grado de conocimiento demostrado en una materia o área, en comparación con los estándares de edad y nivel académico. Aunque la evaluación es crucial para comprender el rendimiento del alumno, meramente medir y evaluar los logros no brinda todas las directrices esenciales para implementar acciones que promuevan una mejora en la calidad de la educación **(Navarro, 2003)**.

Por lo tanto, el rendimiento académico constituye una de las principales variables en educación y dada su importancia ha sido objeto de numerosas investigaciones desde diversos enfoques teóricos y metodológicos. Su concepto involucra tanto variables que se asocian al propio estudiante como a otras relacionadas con el entorno **(Martínez, et al., 2020)**.

Así también, el desempeño académico abarca diversos aspectos, que se dividen en factores internos, que corresponden a características individuales, y factores externos, que incluyen la labor de los educadores y la calidad de la institución, contempla aspectos como la disponibilidad de recursos, acceso a la información y condiciones de la infraestructura. Para alcanzar un buen rendimiento, influyen elementos como la motivación, el bagaje de conocimientos previos, las actitudes, creencias, la personalidad y los métodos de aprendizaje **(Vivas-Vivas, et al., 2019)**.

Al relacionar la contaminación visual con el entorno y desarrollo académico se obtiene un significativo impacto, puesto que se crea distracción en los estudiantes lo cual concentrarse resulta siendo una tarea difícil y su proceso de aprendizaje se vuelve lento y por ende su rendimiento académico se encuentra en un declive puesto que el pensar y concentrarse se vuelve complicado.

1.4.2.4. Elementos del entorno académico

Los elementos del paisaje del entorno académico varían dependiendo de la institución, sin embargo, a continuación, se dan a conocer los elementos más comunes:

- ***Edificios académicos (infraestructuras):*** Los edificios académicos son componentes vitales de cualquier institución educativa. Estas estructuras están diseñadas con el propósito de albergar actividades relacionadas con la enseñanza y la investigación. En su interior, se encuentran aulas donde se imparten clases, bibliotecas que resguardan un vasto acervo de conocimiento, laboratorios equipados para la experimentación científica y oficinas destinadas a profesores y personal administrativo.
- ***Espacios verdes:*** Son extensiones que se forman dentro de límites específicos, siendo terrenos distintivos por la presencia de vegetación. Algunas surgen de manera natural, mientras que otras son producto de la intervención humana que fomenta el crecimiento de plantas con propósitos diversos. Estos espacios verdes son esenciales para mitigar los efectos de la contaminación ambiental. Proporcionan un entorno tranquilo y agradable donde los estudiantes, profesores y personal pueden relajarse, socializar o simplemente disfrutar de la naturaleza (**Ortega-Bravo, et al., 2020**).
- ***Paisaje natural:*** El paisaje natural en un entorno académico agrega una dimensión única y enriquecedora. A menudo, estos campus cuentan con áreas verdes, árboles majestuosos y espacios al aire libre que proporcionan un escape bienvenido de la estructura académica y el ajetreo de la vida universitaria. Estos elementos naturales no solo ofrecen un ambiente estético agradable, sino que también promueven la tranquilidad y el bienestar de la comunidad académica.

Características del entorno académico

Promover el avance de estudiantes con un rendimiento destacado requiere enfocarse en tres aspectos esenciales: las estrategias implementadas por los profesores dentro del aula, el bienestar y la satisfacción laboral de los docentes, y la configuración de las clases. En términos generales, para cultivar el desarrollo de estudiantes con un desempeño sobresaliente, las instituciones educativas y los educadores deben concentrarse en perfeccionar las dinámicas en el aula, promover el bienestar de los docentes y ajustar la configuración de las clases. Al adoptar estas medidas, se establecerá un ambiente favorable para el aprendizaje y el logro académico de todos los estudiantes (**Cengage, 2023**).

De esta manera, se plantean las siguientes características del entorno académico:

- Aquellos que la componen deben compartir valores y una visión orientados a la mejora del sistema educativo en favor de los estudiantes y el cuerpo docente.
- Cada individuo debe comprometerse a colaborar, siempre priorizar el proceso de aprendizaje.
- Reconoce la diversidad de perfiles de sus miembros, una vez esta diversidad enriquece las mejoras.
- Se responsabiliza y se compromete con la sociedad.
- Muestra disposición a considerar propuestas de cambio con el fin de fortalecer y mejorar el sistema educativo.
- Organiza actividades y eventos extracurriculares para estimular la participación de todos los integrantes de la comunidad.
- Fomenta la interacción social que contribuye al bienestar y a la integración de los estudiantes.

CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA

2.1. Materiales

Los recursos constituyen los componentes, habilidades y elementos, tanto tangibles como intangibles, que las organizaciones emplean y gestionan en un momento específico para llevar a cabo distintos procesos (**Blazquez y Mondino, 2012**). Por ello, se dice que la planificación de un proyecto de investigación implica considerar diversos factores con el objetivo de reducir obstáculos que se presenten en la ejecución del proyecto y de igual manera optimizar el uso de los recursos, permitiendo que la investigación sea de manera eficaz.

Es así, en el presente proyecto se estableció los siguientes recursos:

Tabla 1. *Recursos investigación*

Ítem	Descripción	Costo
1	Recursos Humanos	\$0
2	Recursos Institucionales	\$0
3	Recursos Materiales	\$6.75
4	Recursos Tecnológicos	\$36.00
5	Recursos Varios	\$20.00
Total presupuesto		\$62.75

Nota: Esta tabla muestra el costo de los recursos económicos a utilizarse para la investigación.

2.2. Método

El método en la investigación permite simplificar la complejidad al elegir los elementos más relevantes de un problema para su posterior estructuración conceptual y explicación causal. Su importancia radica en las propiedades cognoscitivas que posee, lo que facilita un enfoque organizado hacia una parte específica de la realidad. La utilidad del método depende del sujeto cognoscente, dado que, a través del trabajo

de investigación, se puede lograr el esclarecimiento de aspectos previamente desconocidos (**Aguilera, 2013**).

2.2.1. Método Hipotético-Deductivo

El método hipotético-deductivo se basa en la formulación de una hipótesis que se deriva de principios, leyes, teorías o datos empíricos. A partir de esta hipótesis, se aplican las reglas lógicas de la deducción para evaluar su veracidad. Este enfoque implica la demostración o derivación de afirmaciones, lo que le confiere un valor heurístico significativo. Este método no solo permite avanzar y verificar nuevas hipótesis sobre la realidad, sino que también facilita la inferencia de conclusiones y la formulación de predicciones basadas en el conocimiento existente (**López y Ramos, 2021**).

Una vez revisado los diferentes métodos de investigación, para la presente investigación se decidió utilizar el método hipotético-deductivo en razón que dentro se plantea una hipótesis la cual será sometida a verificación contribuyendo así al avance del conocimiento en diversas disciplinas.

2.3. Enfoque

2.3.1. Cuantitativo

La investigación cuantitativa se origina a partir del deseo de obtener conocimiento científico, y se distingue por su objetivo de comprender la realidad de diversos fenómenos sociales que pueden ser comprendidos a través de la mente humana. Los datos se obtienen mediante mediciones de las variables observadas en el objeto de estudio, y su finalidad es proporcionar explicaciones y predicciones (**Babativa, 2017**).

Usa mediciones numéricas y análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento, recopila datos para probar hipótesis. intenta "acotar" la información (medir con precisión las variables del estudio) de manera deliberada. (**Sampieri Hernández, et al., 2003**).

Dicho esto, el enfoque cuantitativo en este proyecto sirvió para la recopilación de información que se dio a través de una encuesta en relación a las variables motivo estudio, para garantizar así la precisión en los resultados para su posterior análisis y generación de conclusiones. Además de que en la investigación se generó hipótesis.

2.4. Alcance o Tipo

2.4.1. Descriptivo

Este tipo de investigación se enfoca en proporcionar una descripción detallada y estructurada de características esenciales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten entender cómo se comportan o cuál es su estructura. La finalidad es obtener información sistemática y comparable con otras fuentes de investigación **(Guevara, et al., 2020)**.

La información recolectada por este tipo de investigación debe ser sistemático, preciso y verdadero. Es importante abstenerse de hacer deducciones sobre el fenómeno. Las características observables y verificables son lo más importante.

Por ello, se utilizará este tipo de investigación puesto que permite obtener una visión detallada y sistemática mediante la descripción de los factores relacionados con la contaminación visual como son: la política, marketing de empresas, consumismo, información institucional y uso de elementos artificiales, así como también el contexto del entorno académico, además ayuda a la recolección de datos específicos sobre la presencia de elementos visuales no deseados, distribución e impacto del paisaje. Para finalmente servir como referencia a investigaciones futuras.

2.4.2. Correlacional

La investigación correlacional forma parte de la metodología no experimental y tiene como objetivo encontrar explicaciones a través del estudio de las relaciones entre variables en contextos naturales, sin manipular dichas variables. Este tipo de investigación proporciona información sobre la medida en que un cambio en una

variable se debe a la variación experimentada en una o varias variables adicionales **(Tamayo , 2002)**.

Este tipo de investigación se utiliza para determinar el nivel de relación y similitud que puede existir entre dos o más variables, es decir, entre características o conceptos de un fenómeno. Su objetivo no es proporcionar una explicación completa de la relación causa-efecto de lo que ha ocurrido, sino que aporta indicios sobre las posibles causas de un evento **(Ramos-Galarza, 2020)**.

Por tal razón, esta investigación tiene como objetivo establecer una correlación después de calcular las calificaciones ponderadas de cada variable. Buscando comprender la relación o nivel de asociación entre la variable de contaminación visual y el paisaje del entorno académico.

2.5. Modalidad

2.5.1. Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica desempeña un papel fundamental en el avance del conocimiento, al organizar, descubrir y contribuir con nuevos saberes para responder a la pregunta de investigación inicial. Su enfoque se centra en las habilidades del investigador, como su capacidad para discernir y reconocer datos e información pertinentes al utilizar su criterio académico. Esto permite evitar la utilización de fuentes secundarias o terciarias que podrían llevar a planteamientos obvios **(Méndez y Astudillo, 2008)**.

La investigación bibliográfica consiste en una revisión de la literatura existente sobre el tema a estudiar. Se trata de uno de los pasos más importantes en cualquier investigación e incluye la selección de fuentes.

Consiste en la indagación, interpretación, presentación de datos e información, así como de material bibliográfico sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utiliza un método de análisis y con el objetivo de obtener resultados que puedan servir como

base para el desarrollo de una investigación científica. Puede considerarse una parte esencial de un proceso de investigación científica porque utiliza documentos que permiten recolectar, seleccionar, analizar y presentar resultados coherentes (**Azócar, et al., 2016**).

De esta manera, la investigación bibliográfica se empleó para la obtención de información de diversas fuentes confiables para entender el contexto de la contaminación visual y el paisaje del entorno académico. Adicionalmente, se indagó en artículos científicos, tesis de posgrado, libros, entre otros, los cuales se obtuvieron de fuentes confiables tanto internacionales como nacionales: Redalyc, Dialnet, repositorios de universidades del Ecuador, entre otros.

2.5.2. Investigación de campo

Arias (**2006**) señala que, la investigación de campo se define como aquella que consiste en recopilar todos los datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios). En otras palabras, el investigador obtiene datos, pero no cambia las condiciones actuales.

Este tipo de investigación implica la obtención de datos directamente de la realidad, sin intervenir o controlar las variables; a la vez, se enfoca en el estudio de los fenómenos sociales en su entorno natural. El investigador evita la manipulación de variables para preservar la autenticidad del ambiente en el que se manifiestan los fenómenos (**Jiménez y Suárez, 2014**).

Es así que, se utilizó la investigación de campo puesto que se exploró, comprendió y documentó los fenómenos en su contexto natural, no se manipularon las variables. Así también, esta investigación se da porque se recolectó datos que permite validar la autenticidad de la información obtenida.

2.6.Diseño

2.6.1. Transversal

El diseño de investigación transversal o también conocida como transeccional se encarga de capturar información en un único momento temporal, con el objetivo de describir variables y examinar cómo se relacionan y se manifiestan en ese instante. Puede pensar en este enfoque como tomar una "instantánea" de un fenómeno en un momento específico (**Hernández Sampieri, 2014**).

La presente investigación tiene un diseño transversal puesto que se realizó en un período de tiempo determinado, siendo así en el período de investigación Septiembre – Diciembre 2023.

2.7.Población y muestra

2.7.1. Población

El universo o población en una investigación se refiere al conjunto de personas u objetos que se desea conocer o investigar, que se encuentra constituido por criterios de selección. Esta población puede estar conformada por individuos, animales, registros médicos, nacimientos, muestras de laboratorio, accidentes viales, entre otros (**López, 2004**).

De acuerdo con lo antes descrito, se establece que la población de estudio para el presente proyecto, corresponde a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas tanto de la carrera de Administración de Empresas como Mercadotecnia con un total de 1073 alumnos.

2.7.2. Muestra

La muestra se define como una porción o subconjunto del universo o población que será objeto de estudio en la investigación. Se emplean métodos como fórmulas y

razonamientos lógicos para determinar la cantidad de elementos que conformarán la muestra, y esta porción se elige con el objetivo de ser representativa de la población en su conjunto (López, 2004).

Así también Fernández (2017) establece que la muestra es una porción que se considera representativa de la población y se utiliza en la investigación para definir la parte del universo que será analizada. Es importante que el tamaño de la muestra seleccionada sea representativo de la comunidad y que su cantidad se ajuste a los intereses y objetivos del estudio.

2.7.2.1. Tipo de muestreo

Existen dos categorías principales para obtener muestras: probabilísticas y no probabilísticas. Las técnicas de muestreo probabilísticas implican seleccionar individuos de manera aleatoria, lo que permite conocer la probabilidad de inclusión de cada sujeto en la muestra. Por otro lado, las técnicas de muestreo no probabilísticas dependen de criterios o características específicas elegidas por los investigadores en ese momento, lo que podría hacerlas menos válidas, menos confiables y menos reproducibles (Otzen y Manterola, 2017).

Probabilístico

En una muestra de este tipo, la característica distintiva radica en que todos los elementos sujetos a estudio poseen una probabilidad equiparable de ser seleccionados para integrar la muestra final. Así, el muestreo probabilístico se emplea cuando los investigadores buscan alcanzar conclusiones que sean aplicables a toda la población después de llevar a cabo un estudio basado en una muestra extraída de esa misma población (Cortes, et al., 2023).

No probabilístico

Las muestras se obtienen de manera que no todos los individuos de la población tienen probabilidades equivalentes de ser seleccionados. Esto ocurre comúnmente debido a

limitaciones económicas y técnicas que impiden acceder a una muestra probabilística. En esta situación, es crucial reconocer que la muestra adquirida no refleja de manera precisa a toda la población y se selecciona siguiendo ciertos criterios específicos, como el muestreo intencional, por conveniencia, consecutivo, por cuotas, entre otros (Cortes, et al., 2023).

El tipo de muestreo que se aplica a la investigación es de tipo probabilístico aleatorio simple puesto que es un método donde se elige totalmente al azar entre los individuos que conforman la población.

2.7.2.2.Cálculo de la muestra

Cabe mencionar que al contar con una población finita se procede a realizar el cálculo respectivo para conocer cuál será el subconjunto que se utilizará para la investigación, mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza del 95% (1.96)

e = Margen de error (5%)

p = probabilidad de que ocurra el evento 50%

q = (1-p) probabilidad de que no ocurra el evento

$$n = \frac{1073 * (1.96)^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{(0.05)^2 * (1073 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{1030.5092}{3.6404}$$

$$n = 283.07$$

$$n = 283$$

Es así que, la muestra obtenida es de 283 estudiantes que fueron parte de la investigación.

2.8.Técnica

2.8.1. Encuesta

Es un sistema de preguntas que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados para recopilar y analizar información de una serie de datos de una muestra representativa de una población o universo más amplio con el objetivo de investigar, describir, predecir y/o explicar una serie de características para una investigación. Además, es una herramienta útil para la observación científica. Esta estrategia hace que la técnica de observación sea más uniforme y permite aislar algunos problemas que preocupan (Montes, 2000).

En este contexto, se recurrió a la encuesta debido a que es un instrumento que está relacionado con lo que se busca investigar.

2.9.Instrumento

Según Cisneros-Caicedo, et. al., (2022) expone que en la investigación científica, el uso de instrumentos de recolección de datos varía según el tipo de investigación, el objetivo y la técnica seleccionada. Históricamente, el cuestionario ha sido uno de los instrumentos más comunes, utilizado tanto en investigaciones cuantitativas como cualitativas. Este instrumento facilita la obtención y el registro de datos mediante preguntas de diversos tipos sobre los hechos de interés en la investigación, destacándose como una herramienta versátil.

2.9.1. Cuestionario

El cuestionario es una herramienta para recopilar información de manera organizada que permite dar cuenta de las variables de interés en un estudio, investigación, sondeo o encuesta específico. Se compone generalmente de un conjunto de preguntas para obtener información de manera estandarizada. La palabra "cuestionario" proviene del latín quaestionarius, que significa "lista de preguntas" (**Bravo y Valenzuela, 2019**).

Este instrumento se compone de una serie de preguntas organizadas, estructuradas y precisas, diseñadas para medir o evaluar una o más variables definidas en el estudio, en línea con el planteamiento del problema y las hipótesis establecidas.

Por lo tanto, el cuestionario realizado se elaboró mediante una matriz de operacionalización de variables (Ver Anexo 3) tomando en cuenta aspectos relevantes de la investigación. El cuestionario dispone de 23 preguntas con escala de Likert, 13 relacionadas a la contaminación visual y 10 en cuanto al entorno académico (Ver Anexo 4).

De esta manera, la encuesta se realizó de manera online en la plataforma google forms para que los resultados se den de manera inmediata, a continuación, se presenta el link de la encuesta:

<https://forms.gle/Wgzg5ur1XptsFY3V7>

2.9.2. Validez y confiabilidad

2.9.2.1. Validez de constructo

La validez de constructo ocupa una posición central entre los tipos de validez, en razón de que actúa como el elemento unificador que sintetiza las consideraciones de validez de contenido y de criterio. Proporciona un marco integral para evaluar hipótesis relacionadas con conceptos teóricamente relevantes. Esta forma de validez implica examinar el significado de las puntuaciones obtenidas mediante instrumentos de

medición, interpretándolas en relación con los conceptos psicológicos que se supone están siendo evaluados (Pérez, et al., 2000).

Así mismo, se trata de la eficacia y exactitud del instrumento en la medición de los indicadores de las variables. Evaluar esta eficiencia es esencial para valorar desempeños, y requiere una clara conceptualización de los rasgos a investigar respaldada por un fundamento teórico definido (Corral de Franco, 2022).

Prueba de KMO y Bartlett

La validez de constructo dentro de la investigación que se aplicó fue la validez mediante KMO y Bartlett, donde Moliner Miravet, et. al., (2017) menciona que el índice (KMO) es una medida estadística que evalúa la proporción de varianza en las variables atribuible a factores subyacentes. Valores cercanos a 1.0 sugieren que los datos son propicios para un análisis factorial, mientras que valores inferiores a 0.50 indican que los resultados del análisis podrían carecer de utilidad.

Mientras que, la prueba de esfericidad de Bartlett, evalúa la hipótesis de que la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, lo que implicaría que las variables no están relacionadas y, por ende, no son apropiadas para la identificación de estructuras. Niveles de significancia bajos (menores a 0.05) en esta prueba sugieren que los datos son adecuados para un análisis factorial (Moliner, et al., 2017).

Tabla 2. Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,936
	Aprox. Chi-cuadrado	3127,080
Prueba de esfericidad de Bartlett	G1	253
	Sig.	0,000

Tabla 3. Comunalidades

Pregunta	Inicial	Extracción
1. ¿La clasificación del tiempo de exposición de medios visuales en temporales, transitorios y duraderos contribuyen a la disminución del impacto visual del entorno?	1	0,467
2. ¿La clasificación de medios visuales tales como: estilo bandera, adosados a paredes, entre otros; es una manera de reducir la contaminación visual?	1	0,512
3. ¿La instalación de medios visuales por medio del seguimiento de normas que puedan existir podría evitar la distorsión visual?	1	0,591
4. ¿La cantidad excesiva de elementos atípicos en el entorno afecta la estética de este?	1	0,562
5. ¿El exceso de contaminación visual tiene repercusiones en la salud o comportamiento de los estudiantes?	1	0,575
6. ¿Todo aviso publicitario debe ser sencillo para que el impacto visual del mismo no sea tan fuerte?	1	0,498
7. ¿La preservación de la estética visual debería ser una prioridad para un mejor desarrollo de los individuos?	1	0,561
8. ¿Los diferentes elementos atípicos que se encuentran en el entorno contribuyen a la contaminación visual?	1	0,482
9. ¿La colocación de propaganda política en áreas estudiantiles contribuye a la pérdida de concentración de los estudiantes?	1	0,509
10. ¿La competencia entre empresas por visibilidad publicitarias por ofertar/vender sus productos contribuye a la contaminación visual?	1	0,485
11. ¿La publicidad actual es cómoda cuando la observa?	1	0,462
12. ¿La publicidad excesiva le incentiva a la compra de lo expuesto?	1	0,546
13. ¿La cantidad de publicidad institucional que existe aporta a los estudiantes?	1	0,640

14. ¿La falta de orden visual en espacios de desarrollo afecta la concentración y bienestar de los estudiantes?	1	0,542
15. ¿Ha recibido suficiente información sobre la importancia de mantener un entorno visual limpio y ordenado?	1	0,392
16. ¿Los espacios académicos deben contar con instalaciones adecuadas para que los estudiantes tengan un buen desarrollo académico?	1	0,603
17. ¿Su desempeño académico se ve afectado cuando el entorno de aprendizaje contiene una excesiva cantidad de elementos atípicos?	1	0,544
18. ¿Los estudiantes se sienten motivados al estudiar siempre y cuando el paisaje donde se encuentran sea libre de publicidad?	1	0,639
19. ¿Para tener un buen desarrollo académico se debe contar con entornos limpios y libres de contaminación visual?	1	0,631
20. ¿La disposición de publicidad en los edificios académicos resulta distractora durante las actividades académicas?	1	0,521
21. ¿La publicidad que se encuentra en las instalaciones académicas sirven para su desempeño?	1	0,598
22. ¿La presencia de áreas verdes en el entorno académico mejora la calidad estética de la universidad?	1	0,593
23. ¿La integración del paisaje natural en el diseño arquitectónico y urbanístico del campus mejora la experiencia visual?	1	0,596

Los cálculos realizados muestran que el estadístico KMO es de 0,936, clasificado como excelente en la escala de valoración, para la continuidad del proceso de análisis. Además, en la tabla se observa que la prueba de esfericidad de Bartlett arroja un resultado significativo, pues el p-valor calculado es 0,000, es decir es menor a 0,05. Finalmente, al examinar las comunalidades extraídas, se confirma que superan la regla del 0,40, validando así la aplicabilidad de los parámetros establecidos.

2.9.2.2. Fiabilidad del instrumento

La fiabilidad se refiere a la consistencia y precisión de los resultados obtenidos al utilizar un instrumento en diferentes ocasiones. Evalúa la medida en que un instrumento mantiene una consistencia al medir lo que se supone que debe medir. Se considera que un instrumento es fiable cuando los resultados son comparables en situaciones similares. Esta propiedad se cuantifica mediante un coeficiente de correlación, expresado en una escala de 0 a 1, donde 0 indica ausencia de correlación y 1 representa una correlación perfecta (Carvajal, et al., 2011).

Así también, Frías-Navarro (2022) menciona que al administrar repetidamente un instrumento de medición a diferentes sujetos, bien sea en muestras distintas o en la misma muestra en diferentes contextos, se obtengan puntuaciones similares, lo que indica una alta fiabilidad. En otras palabras, un instrumento fiable es aquel que presenta pocas discrepancias o errores en las mediciones.

Coeficiente de fiabilidad alfa (α) de Cronbach

Según Caycho-Rodríguez (2017) el coeficiente alfa de Cronbach es ampliamente utilizado para evaluar la confiabilidad mediante el método de consistencia interna. Este coeficiente indica la proporción de varianza observada que se atribuye a la varianza verdadera del constructo, en contraste con la varianza debida al error de medición. La introducción del coeficiente de Cronbach ha permitido a los investigadores evaluar la confiabilidad o consistencia interna de instrumentos que incluyen escalas Likert u otras escalas con opciones múltiples.

Figura 1. Valoración de Alfa de Cronbach



Nota. Valoración de Alfa de Cronbach. Fuente: Metodología de la Investigación (2014).

Para la investigación se optó por utilizar el cálculo de fiabilidad de Alfa de Cronbach debido a que evalúa preguntas formuladas con escala de Likert, y a su vez como se expresó anteriormente, el instrumento se admitió una sola vez y será respondida una sola vez por los encuestados, por lo cual se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 4. *Resumen de procesamiento de datos*

		N	%
Casos	Válido	283	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	283	100,0

Tabla 5. *Estadística de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,933	23

Según los resultados obtenidos mediante el cálculo del Alfa de Cronbach, se obtuvo un valor de 0.933 que, de acuerdo a la escala previamente mencionada, este resultado indica una total o perfecta confiabilidad. Por medio de este procedimiento se ha evaluado la consistencia interna del instrumento que constaba de 23 preguntas formuladas mediante la escala de Likert, misma que fue diseñada para medir las variables motivo de estudio.

3.1.Planteamiento de la Hipótesis

La expresión en cuestión puede ser interpretada como una conjetura respaldada por la relación entre dos o más variables, siendo fundamental que sea comprobable mediante la experiencia. Independientemente de la definición aceptada, resulta crucial esclarecer ciertos aspectos que podrían ser pertinentes al decidir si incorporarla o no en un proyecto de investigación (**García-González y Sánchez-Sánchez, 2020**).

Hipótesis alternativa

La formulación de una hipótesis alternativa surge cuando es necesario proponer explicaciones adicionales a la hipótesis inicial. Estas hipótesis adicionales son útiles para argumentar en situaciones donde los resultados de la hipótesis bajo prueba no son concluyentes (**Espinoza, 2018**).

Hipótesis nula

Las hipótesis nulas representan la negación de las relaciones postuladas entre las variables en las hipótesis de investigación. Estas se emplean en el proceso de refutación de las hipótesis y se fundamentan en pruebas estadísticas de la hipótesis nula, siendo características exclusivas de estudios cuantitativos (**Espinoza, 2018**).

De esta manera, se procede a la formulación de hipótesis, la cual se determina mediante el problema de investigación:

¿Cuáles son los factores de la contaminación visual que afectan el entorno académico para el desarrollo y bienestar de los estudiantes de la FCADM?

Presentándose la hipótesis de la siguiente manera:

¿Cómo se relaciona los factores de contaminación visual en el entorno académico para el desarrollo y bienestar de los estudiantes de la FCADM?

H1 = Los factores de contaminación visual se relacionan con el entorno académico para el desarrollo y bienestar de los estudiantes de la FCADM.

H0= Los factores de contaminación visual no se relacionan con el entorno académico para el desarrollo y bienestar de los estudiantes de la FCADM.

CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.2.Análisis y discusión de los resultados

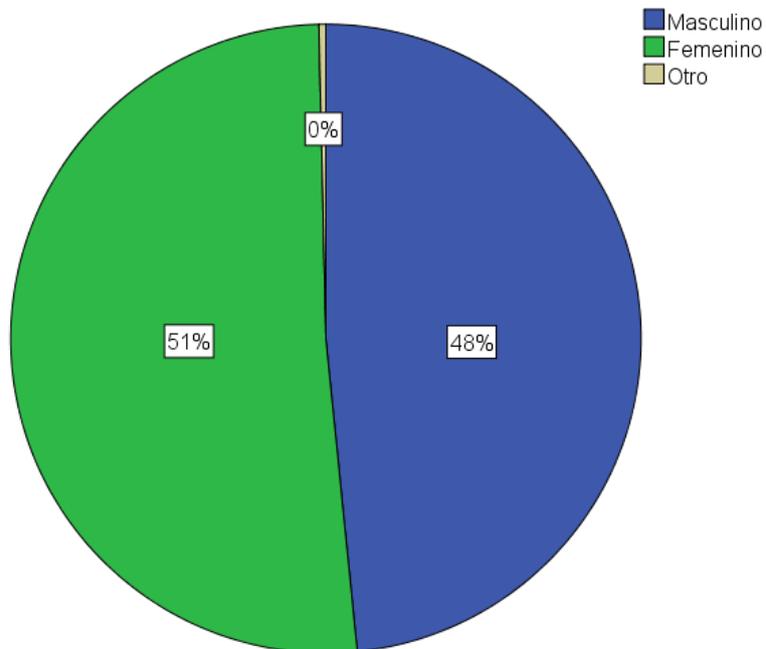
Una vez aplicada la encuesta a la muestra seleccionada se continua con el procesamiento y análisis de los datos recolectados en función de las preguntas establecidas en el instrumento.

Pregunta a.- Género

Tabla 6. Género

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	137	48	48	48
Femenino	145	51	51	100
Otro	1	0	0	100
Total	283	100	100	

Figura 2. Género



Análisis y discusión

Del total de los 283 estudiantes encuestados se verifica que alrededor del 51% equivalente a 145 estudiantes son de género femenino, el 48% semejante a 137 encuestados son de género masculino, mientras que el 0% equivalente a 1 estudiante es de otro género.

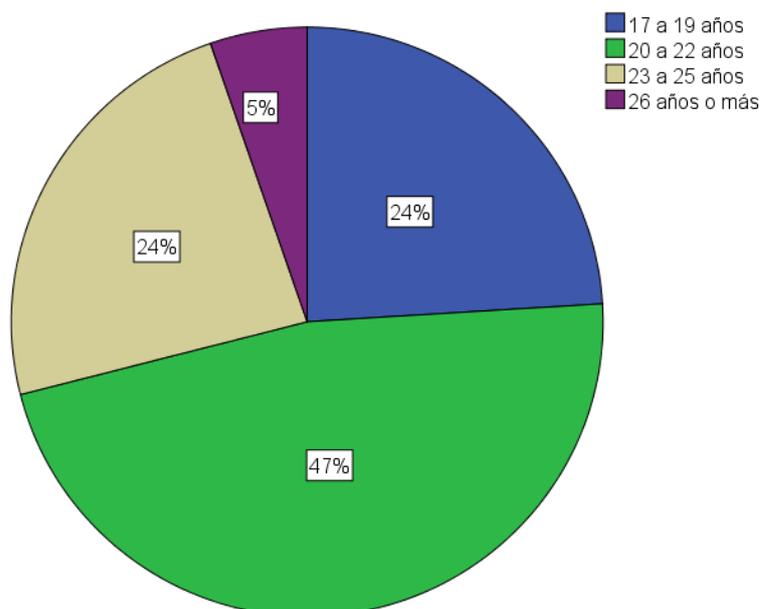
De esta manera, se establece que gran parte de la comunidad universitaria de la FCADM refleja una representación predominante del género femenino, mientras que el género muestra una presencia significativa ligeramente inferior.

Pregunta b.- Edad

Tabla 7. Edad

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
17 a 19 años	68	24	24	24
20 a 22 años	133	47	47	71
23 a 25 años	67	24	24	95
26 años o más	15	5	5	100
Total	283	100	100	

Figura 3. Edad



Análisis y discusión

De los 283 estudiantes encuestados se verifica que alrededor del 47% equivalente a 133 estudiantes tienen edad entre 20 a 22 años, el 24% semejante a 68 encuestados están en edad entre 17 a 19 años, mientras que el 5% equivalente a 15 estudiantes se encuentran entre 26 años o más.

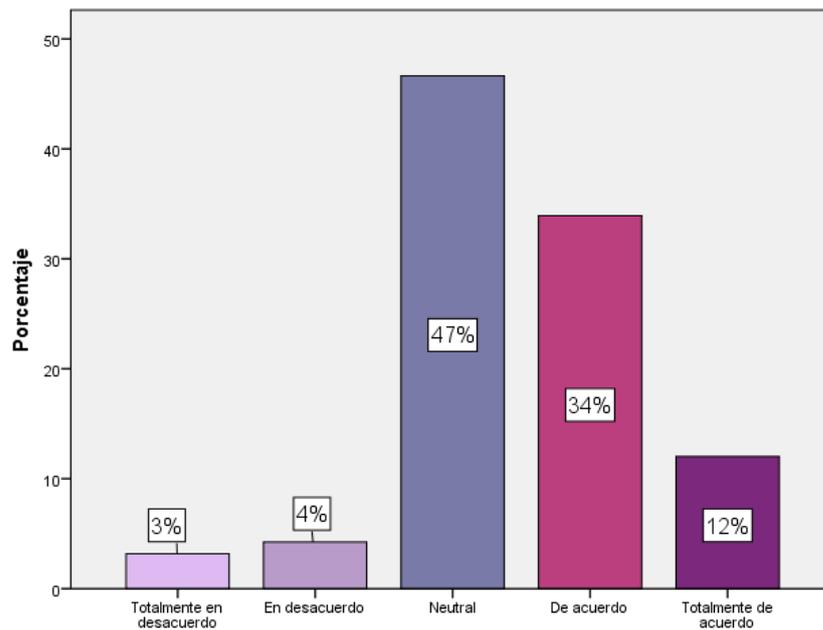
Por ello, con los resultados obtenidos se establece que la mayor parte de los estudiantes con edad entre 20 a 22 años pertenece a la generación Z, es decir, se caracterizan por el auge en las redes sociales o por sus perspectivas como la globalización, de la misma manera estudiantes con edad de 17 a 19 años pertenecen a esta generación, mientras que, estudiantes que se encuentran en edad de 26 años o más pueden pertenecer a la generación millennials, caracterizados por enriquecer el intercambio cultural y promover el aprendizaje holístico.

Pregunta 1.- ¿La clasificación del tiempo de exposición de medios visuales en temporales, transitorios y duraderos contribuyen a la disminución del impacto visual del entorno?

Tabla 8. *Tiempo de exhibición de medios visuales*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	3	3	3
En desacuerdo	12	4	4	7
Neutral	132	47	47	54
De acuerdo	96	34	34	88
Totalmente de acuerdo	34	12	12	100
Total	283	100	100	

Figura 4. *Tiempo de exhibición de medios visuales*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 47% equivalente a 132 estudiantes manifiestan estar neutrales en cuanto a que la clasificación de tiempo de exposición de medios visuales disminuye el impacto visual del entorno, el 12% equivalente a 34 estudiantes está totalmente de acuerdo en que la clasificación sí disminuye el impacto visual, mientras que el 3% equivalente a 9 estudiantes está totalmente en desacuerdo.

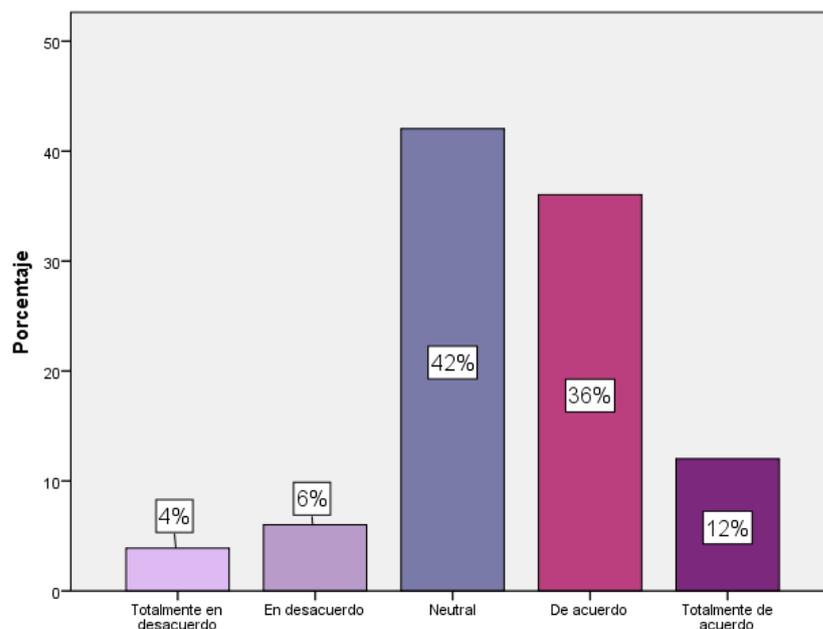
El tiempo de exhibición de medios visuales se refiere al periodo de tiempo en el cual se presenta los contenidos visuales o elementos atípicos en el entorno. Una vez analizado los resultados se determina que la mayor parte de los estudiantes encuestados piensa que el tiempo de exhibición de medios visuales puede o no reducir el impacto visual, lo que quiere decir, que pueden considerar en cómo interactúan los medios con el entorno, la frecuencia de exposición, calidad de contenido visual o capacidad de adaptación visual del espectador, mientras que, la otra mitad de estudiantes conoce que exponer por tiempos los medios visuales si puede ayudar a reducir la contaminación visual, enfocándose en estrategias prácticas para gestionar la saturación de información visual.

Pregunta 2.- ¿La clasificación de medios visuales tales como: estilo bandera, adosados a paredes, entre otros; es una manera de reducir la contaminación visual?

Tabla 9. Clasificación de medios visuales

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	4	4	4
En desacuerdo	17	6	6	10
Neutral	119	42	42	52
De acuerdo	102	36	36	88
Totalmente de acuerdo	34	12	12	100
Total	283	100	100	

Figura 5. Clasificación de medios visuales



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 42% equivalente a 119 estudiantes manifiestan estar neutrales en cuanto a que los diferentes tipos de medios visuales disminuyen el impacto visual del entorno, el 12% equivalente a 34 estudiantes está totalmente de acuerdo en que la clasificación de los tipos de medios visuales sí disminuye el impacto visual, mientras que el 4% equivalente a 11 estudiantes está totalmente en desacuerdo.

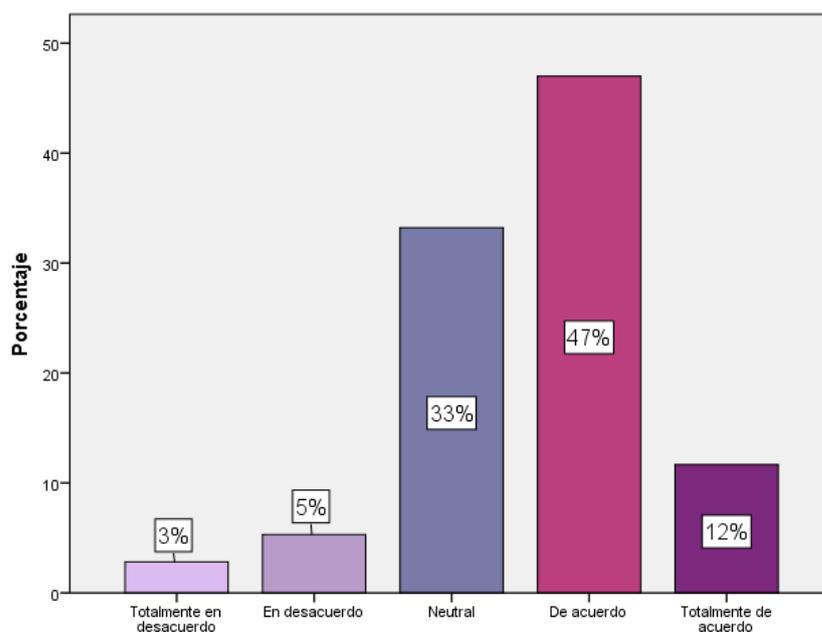
La clasificación de los medios visuales se trata de organizar o categorizar los diferentes elementos considerados atípicos, en este caso la publicidad por medio de diferentes grupos o categorías. Dicho esto, con lo anteriormente expuesto un alto porcentaje de estudiantes manifiestan estar neutrales, es decir, los estudiantes tienen poco conocimiento o nada sobre cómo clasificar es una manera efectiva de reducir la contaminación visual.

Pregunta 3.- ¿La instalación de medios visuales por medio del seguimiento de normas que puedan existir podría evitar la distorsión visual?

Tabla 10. *Prohibición de medios visuales*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	3	3	3
En desacuerdo	15	5	5	8
Neutral	94	33	33	41
De acuerdo	133	47	47	88
Totalmente de acuerdo	33	12	12	100
Total	283	100	100	

Figura 6. *Prohibición de medios visuales*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 47% equivalente a 133 estudiantes manifiestan estar de acuerdo que el seguir normas de instalación de medios visuales reduce la contaminación visual, el 12% equivalente a 33 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 3% equivalente a 8 estudiantes está totalmente en desacuerdo en que seguir normas no disminuye la contaminación visual.

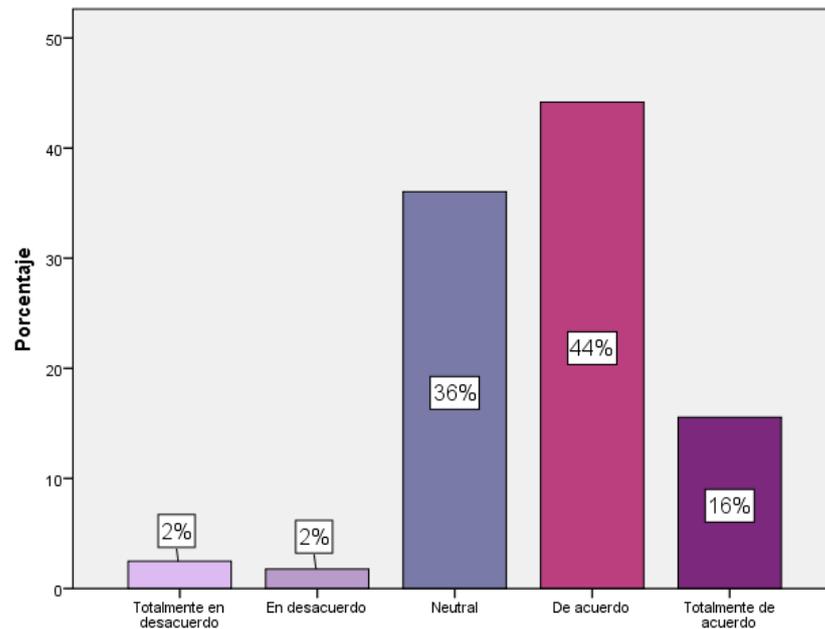
La prohibición de medios visuales puede referirse a la restricción de contenidos visuales, uso de elementos o colocación de elementos en lugares prohibidos. Por ello, una vez analizada la pregunta se observa que un porcentaje alto de estudiantes encuestados está de acuerdo que la existencia de normas ayuda a disminuir el impacto visual, es decir, tienen conocimiento que en la ciudad de Ambato existen una ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda, además que la misma tiene como objetivo preservar la integridad de sitios públicos para ayudar a reducir el impacto visual.

Pregunta 4.- ¿La cantidad excesiva de elementos atípicos en el entorno afecta la estética de este?

Tabla 11. *Deterioro físico del entorno*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	2	2	2
En desacuerdo	5	2	2	4
Neutral	102	36	36	40
De acuerdo	125	44	44	84
Totalmente de acuerdo	44	16	16	100
Total	283	100	100	

Figura 7. Deterioro físico del entorno



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 44% equivalente a 125 estudiantes manifiestan estar de acuerdo en que el excesivo uso de elementos atípicos sí afecta al entorno, el 16% equivalente a 44 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 2% equivalente a 5 estudiantes está totalmente en desacuerdo en que estos elementos atípicos afectan al entorno al usarlos desmesuradamente.

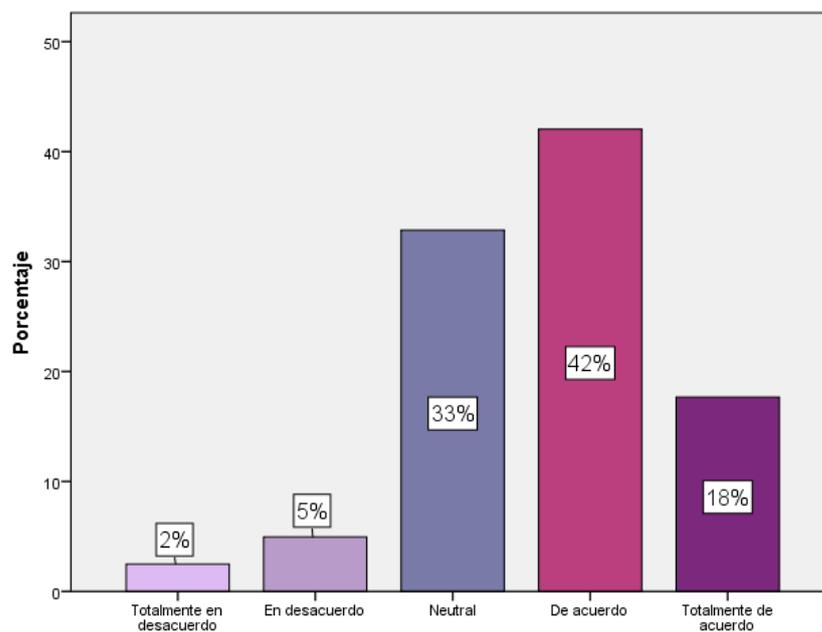
El deterioro físico del entorno se refiere a la degradación o pérdida de calidad del espacio. Es así que, los resultados de la encuesta dan a conocer una visión clara de la percepción de los estudiantes en cuanto al impacto del uso excesivo de elementos atípicos en su entorno, siendo estos elementos el cableado aéreo, basura, publicidad, carteles, grafitis, material sobre fachada, entre otros. Elementos que comúnmente se encuentra en el día a día de cada estudiante y que afectan a la armonía del medio. Por ello, el hecho de que un alto porcentaje de personas encuestadas manifiesten estar de acuerdo permite indicar una tendencia significativa hacia la preocupación.

Pregunta 5.- ¿El exceso de contaminación visual tiene repercusiones en la salud o comportamiento de los estudiantes?

Tabla 12. *Efectos psicológicos*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	2	2	2
En desacuerdo	14	5	5	7
Neutral	93	33	33	40
De acuerdo	119	42	42	82
Totalmente de acuerdo	50	18	18	100
Total	283	100,0	100,0	

Figura 8. *Efectos psicológicos*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 42.0% equivalente a 119 estudiantes manifiestan estar de acuerdo en que el estar expuestos a un exceso de contaminación visual, afecta la salud y afecta el comportamiento de las personas, el 17.7% equivalente a 50 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 2.5% equivalente a 7 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que para ellos la contaminación visual no afecta a la salud y comportamiento de los mismos.

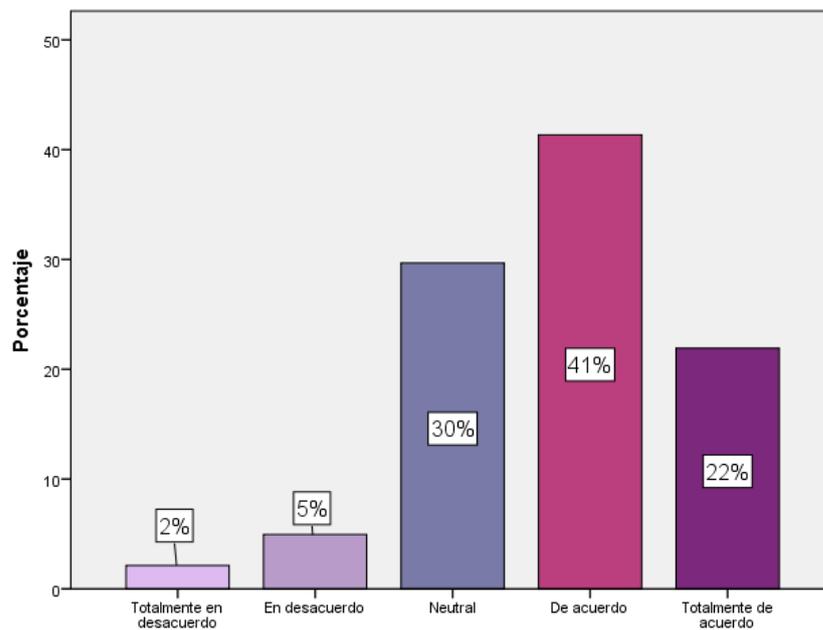
Los efectos psicológicos son cambios, reacciones o impactos en la salud mental, emocional o cognitivo por diferentes eventos o experiencias. Por ello, los resultados obtenidos manifiestan que la mayoría de estudiantes están de acuerdo que estar expuestos a una excesiva contaminación repercute a la salud y comportamiento puesto que este tipo de impacto puede generar estrés, dificultar el proceso de aprendizaje, dolor de cabeza, ansiedad, obstrucción y cansancio visual, mareos, falta de concentración, mal humor y falta de motivación. Teniendo como necesidad aplicar una gestión adecuada de tiempo para contrarrestar estos efectos negativos, es decir, establecer períodos de descanso, limitar la exposición visual durante tareas intensivas o adoptar prácticas de autocuidado para mejorar la productividad y bienestar, y a su vez preservar la salud mental.

Pregunta 6.- ¿Todo aviso publicitario debe ser sencillo para que el impacto visual del mismo no sea tan fuerte?

Tabla 13. *Información visual*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	2	2	2
En desacuerdo	14	5	5	7
Neutral	84	30	30	37
De acuerdo	117	41	41	78
Totalmente de acuerdo	62	22	22	100
Total	283	100	100	

Figura 9. Información visual



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 41% equivalente a 117 estudiantes manifiestan estar de acuerdo en que la publicidad debe ser sencilla para tener un menor impacto, el 22% equivalente a 62 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 2% equivalente a 6 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que para ellos no importa cómo se de la publicidad.

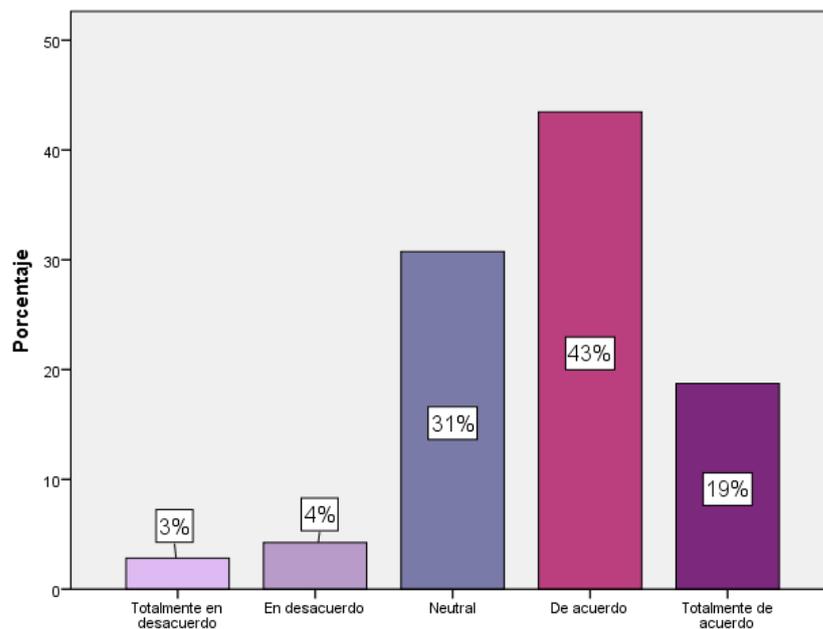
Los resultados de la encuesta informan una clara tendencia entre los estudiantes hacia la publicidad sencilla, de esta manera la mayoría de alumnos están en de acuerdo y totalmente de acuerdo que la simplicidad publicitaria conlleva un menor impacto pues la publicidad contiene menos relleno e informa solo lo que debe informar de manera simple, permitiendo recibir de mejor manera el mensaje. Esto en base a que la simplicidad publicitaria contiene un diseño limpio y minimalista, utiliza contraste para resaltar elementos, juega con colores que se alinee con lo que se desea transmitir, la tipografía debe ser legible y coherente, sus imágenes son relevantes e impactantes. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que la presente minoría está en desacuerdo lo que da a entender que la publicidad no es una consideración relevante, puesto que podrían cuestionar la eficacia de la publicidad física puesto que la perciben como intrusiva o abrumadora por lo que simplemente la ignoran.

Pregunta 7.- ¿La preservación de la estética visual debería ser una prioridad para un mejor desarrollo de los individuos?

Tabla 14. *Estética visual*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	3	3	3
En desacuerdo	12	4	4	7
Neutral	87	31	31	38
De acuerdo	123	43	43	81
Totalmente de acuerdo	53	19	19	100
Total	283	100	100	

Figura 10. *Estética visual*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 43% equivalente a 123 estudiantes manifiestan estar de acuerdo en que para un mejor desarrollo se debe contar preservar la estética visual, el 19% equivalente a 53 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 3% equivalente a 6 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que preservar las diferentes áreas no ayudará a mejorar el desarrollo de los individuos.

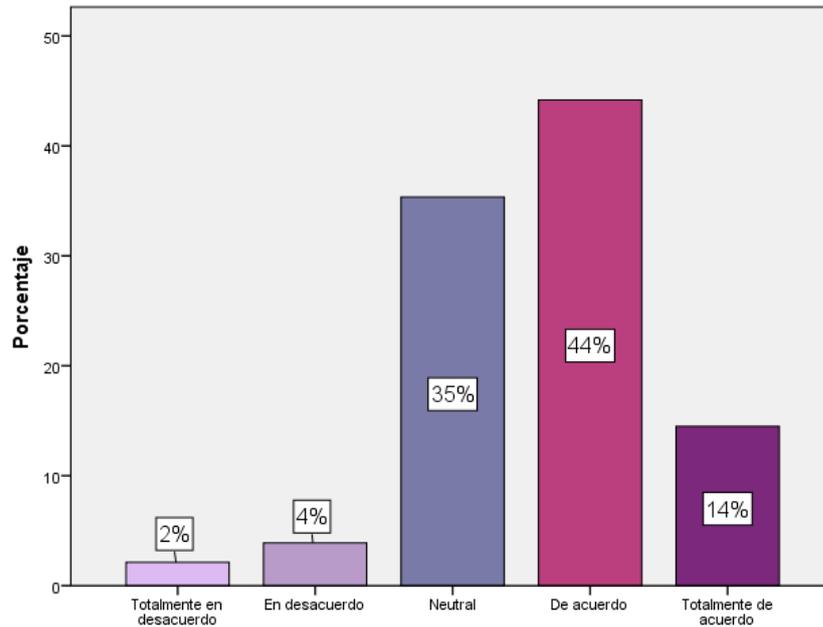
La encuesta refleja un positivismo, pues los estudiantes se encuentran de acuerdo hacia la idea de preservar la estética visual, es decir, se comprometen a crear armonía, mantener limpio y cuidar meticulosamente su entorno académico, para un mejor desarrollo, puesto que al realizar tal acción facilitará la asimilación de información y comprensión de conceptos para un mejor desarrollo académico. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que existe un porcentaje promedio que se encuentran indiferentes al tema mencionado y puede ser por la falta de atención al entorno, así mismo un pequeño porcentaje se encuentra desacuerdo es decir se oponen a la noción, por lo tanto, preservar la estética visual no llega a ser percibido como factor determinante para mejorar el desarrollo.

Pregunta 8.- ¿Los diferentes elementos atípicos que se encuentran en el entorno contribuyen a la contaminación visual?

Tabla 15. *Elementos atípicos*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	2	2	2
En desacuerdo	11	4	4	6
Neutral	100	35	35	41
De acuerdo	125	44	44	86
Totalmente de acuerdo	41	14	14	100
Total	283	100	100	

Figura 11. Elementos atípicos



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 44% equivalente a 125 estudiantes manifiestan estar de acuerdo en que los diferentes elementos atípicos del medio contribuyen a la contaminación visual, el 14% equivalente a 53 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 2% equivalente a 6 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que piensan que los elementos atípicos no contribuyen a la contaminación visual.

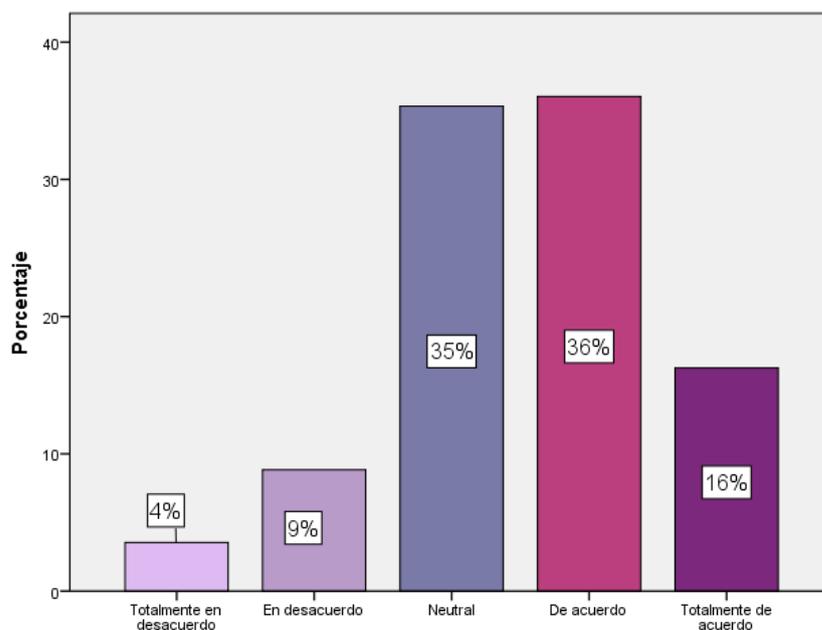
Con los resultados obtenidos se destaca que la mayoría de estudiantes está consciente que los diferentes elementos atípicos del medio mencionados anteriormente como el cableado aéreo, luminarias, publicidad, grafiti, entre otros, contribuyen a la contaminación visual puesto que estos elementos hoy en día se los usa de manera desmesurada lo que llega a ser molesto, así mismo, se atribuye la importancia de la eliminación de elementos visuales indeseados. De la misma manera hay un pequeño porcentaje que discrepa con lo mencionado, afirmando que los elementos atípicos no contribuyen a la contaminación visual, y no tienen interés en aquello.

Pregunta 9.- ¿La colocación de propaganda política en áreas estudiantiles contribuye a la perdida de concentración de los estudiantes?

Tabla 16. Política

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	10	4	4	4
En desacuerdo	25	9	9	12
Neutral	100	35	35	48
De acuerdo	102	36	36	84
Totalmente de acuerdo	46	16	16	100
Total	283	100	100	

Figura 12. Política



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 36% equivalente a 102 estudiantes manifiestan estar de acuerdo que la propaganda de política que se encuentra en el entorno académico contribuye a la perdida de concentración de los estudiantes, el 16% equivalente a 46 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras

que el 4% equivalente a 10 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que para ellos la propaganda política no afecta a su concentración.

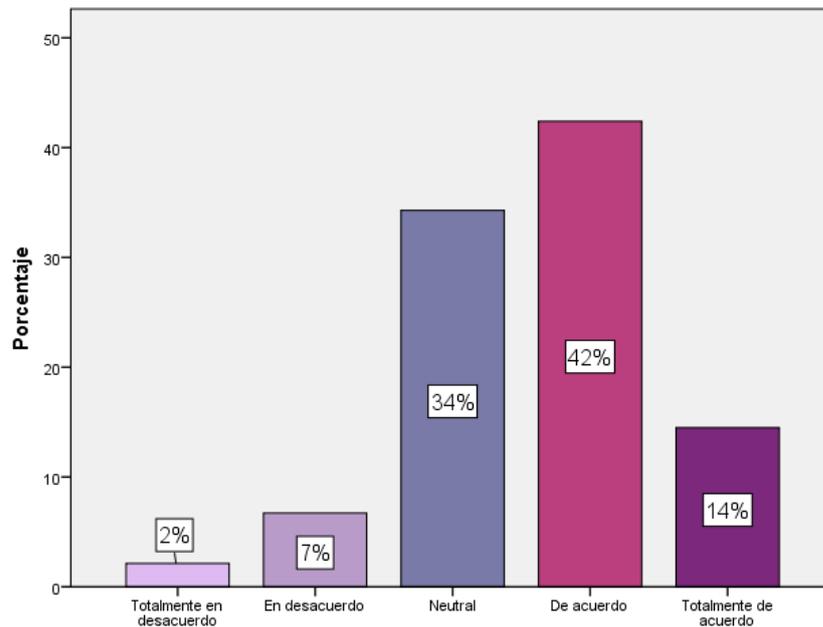
En la actualidad, la propaganda política en el entorno ha sido un problema desbordante puesto que para darse a conocer generan demasiada publicidad, en tal razón, la mayoría sostiene que la presencia de la propaganda política contribuye a la pérdida de concentración en las actividades académicas, mientras que una minoría considera que la política no tiene impacto significativo en la concentración por lo que por las diferentes reacciones se puede pensar en que los estudiantes cuentan con diferentes sensibilidades frente a este tema. Estas sensibilidades pueden ser por relevancia personal, es decir, que los estudiantes puedan sentir que los asuntos políticos no se relacionan con su vida cotidiana, o presentar sensibilidad emocional en el tema de política, ser apáticos o indiferentes, mencionando que las sensibilidades se moldean por las diferentes experiencias y valores personales.

Pregunta 10.- ¿La competencia entre empresas por visibilidad publicitarias por ofertar/vender sus productos contribuye a la contaminación visual?

Tabla 17. *Marketing de empresas*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	2	2	2
En desacuerdo	19	7	7	9
Neutral	97	34	34	43
De acuerdo	120	42	42	86
Totalmente de acuerdo	41	14	14	100
Total	283	100	100	

Figura 13. *Marketing de empresas*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 42% equivalente a 120 estudiantes manifiestan estar de acuerdo que la competencia entre empresas al ofertar/vender sus productos generan mucha publicidad lo cual contribuye a la contaminación visual, el 14% equivalente a 41 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 2% equivalente a 6 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que para ellos la publicidad de empresas no crea contaminación visual.

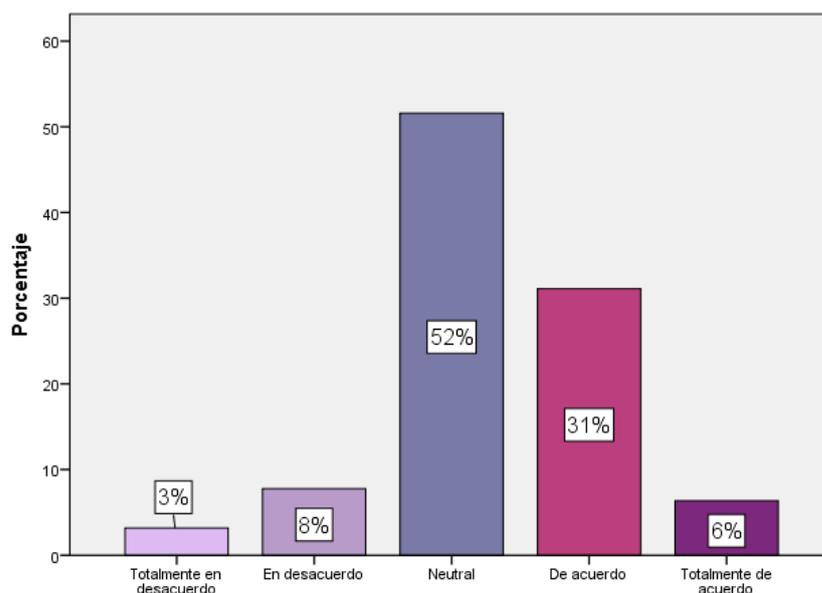
El marketing de empresas se basa en las estrategias de promoción de sus productos o servicios buscando aumentar visibilidad y atraer clientes. Por ello, mediante la encuesta se obtuvo un gran porcentaje en estar de acuerdo que la intensificación de la publicidad genera contaminación visual en el entorno, pues esta intensificación de publicidad se da a través de vallas publicitarias, pancartas, folletos, etc. Se sabe que este tipo de impacto visual se da mayormente en espacios académicos puesto que al estar frente a la generación Z saben que las empresas tienen más oportunidad de llamar la atención y así ofertar sus productos y servicios.

Pregunta 11.- ¿La publicidad actual es cómoda cuando la observa?

Tabla 18. *Uso de elementos artificiales*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	3	3	3
En desacuerdo	22	8	8	11
Neutral	146	52	52	63
De acuerdo	88	31	31	94
Totalmente de acuerdo	18	6	6	100
Total	283	100	100	

Figura 14. *Uso de elementos atípicos*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 52% equivalente a 146 estudiantes manifiestan estar neutrales en cuanto a la publicidad que se expone hoy en día, el 8% equivalente a 22 estudiantes está en desacuerdo dando a conocer que para los estudiantes la publicidad actual no es cómoda, mientras que el 3% equivalente a 9 estudiantes está totalmente en desacuerdo.

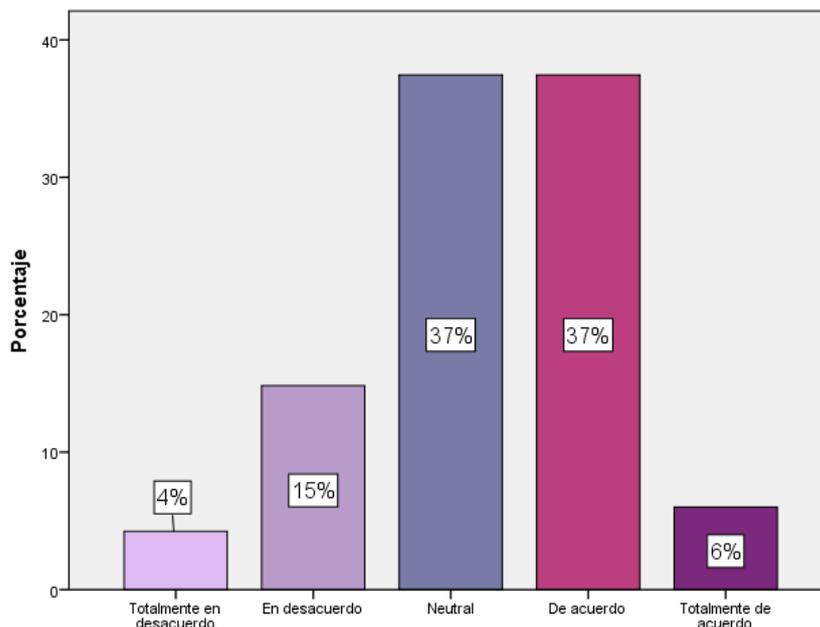
Los resultados de la encuesta revelan una tendencia mayoritaria hacia la neutralidad en cuanto a cómo perciben la publicidad actual, puesto que hoy en día la publicidad se trata de la creatividad, utilización de elementos sensoriales, entre otros, que puede resultar importante para unos, pero para otros no, por lo que se dice que no tiene opciones extremas sobre publicidad contemporánea. Mientras que una minoría no encuentra cómoda la publicidad actual, lo que determina que existen diferentes sensibilidades y actitudes en cuanto a estrategias y contenidos publicitarios, de esta manera, se dice que algunos individuos valoran la creatividad y originalidad de la publicidad, mientras que otros no.

Pregunta 12.- ¿La publicidad excesiva le incentiva a la compra de lo expuesto?

Tabla 19. *Consumismo*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	12	4	4	4
En desacuerdo	42	15	15	19
Neutral	106	37	37	57
De acuerdo	106	37	37	94
Totalmente de acuerdo	17	6	6	100
Total	283	100	100	

Figura 15. Consumismo



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 37% equivalente a 106 estudiantes manifiestan estar tanto en de acuerdo como neutrales que la propaganda excesiva de productos le incentiva a la compra del mismo, el 15% equivalente a 42 estudiantes está en desacuerdo, mientras que el 4% equivalente a 12 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que para ellos la propaganda excesiva de productos no le incentiva a la compra.

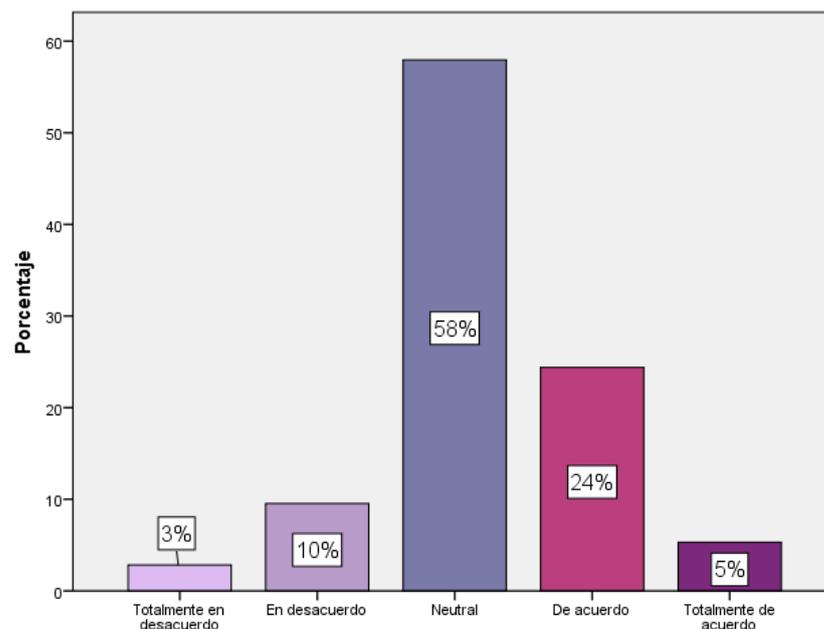
El consumismo se entiende por la búsqueda constante de adquirir o acumular bienes, que junto con la publicidad a menudo las personas se sienten gratificados por la posesión de productos. Por ello, dichos resultados obtenidos ofrecen una perspectiva intrigante sobre la relación entre la propaganda excesiva de productos y actitudes de consumismo, es así que un porcentaje mayoritario expresa una actitud bivalente, pues indica cierta susceptibilidad al impacto persuasivo de la publicidad en el fomento del consumismo en estudiantes. Como se sabe este consumismo se da en gran cantidad en entorno educativos puesto que los estudiantes se encuentran expuestos a varias propagandas publicitarias que generan duda y curiosidad a los estudiantes dándose así la compra compulsiva.

Pregunta 13.- ¿La cantidad de publicidad institucional que existe aporta a los estudiantes?

Tabla 20. Información institucional

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	3	3	3
En desacuerdo	27	10	10	12
Neutral	164	58	58	70
De acuerdo	69	24	24	95
Totalmente de acuerdo	15	5	5	100
Total	283	100	100	

Figura 16. Información institucional



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 58% equivalente a 164 estudiantes manifiestan estar neutrales pues consideran que la publicidad institucional aporta o no a los estudiantes, el 10% equivalente a 27 estudiantes en desacuerdo considerando que la publicidad institucional no aporta a los estudiantes, mientras que el 3% equivalente a 8 estudiantes está totalmente en desacuerdo.

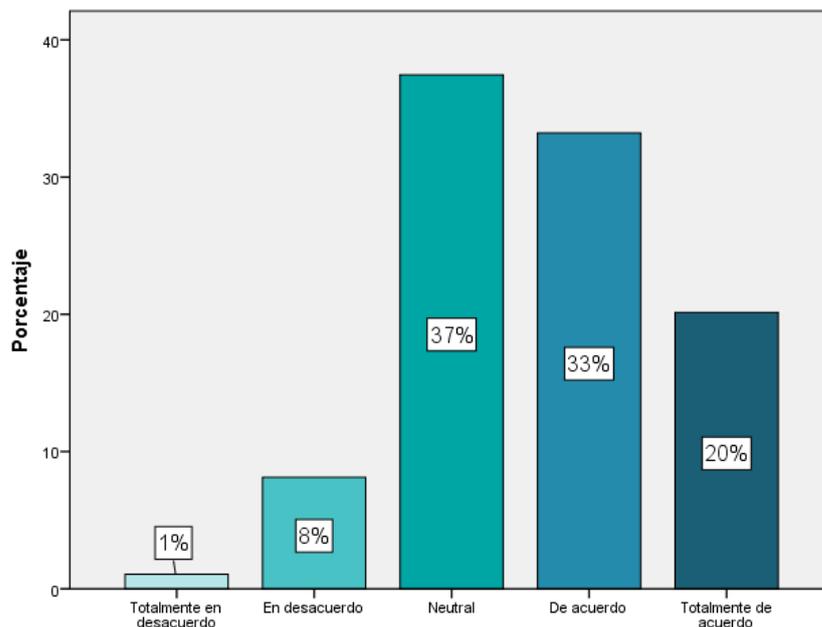
La información institucional promueve una visión integral de una entidad. De esta manera la mayoría significativa adopta una posición neutral indicando una percepción equilibrada o indecisa sobre si la información institucional aporta o no al estudiante, es decir, que se considera que la información puede ser beneficiosa como limitante, por otro lado, existe un porcentaje menor que se encuentra de acuerdo y totalmente de acuerdo que dicha información aporta a los estudiantes, pues para ellos llega a ser una herramienta valiosa para comprender la filosofía, valores, programas académicos, recursos, servicios disponibles que puedan servir para su desenvolvimiento académico.

Pregunta 14.- ¿La falta de orden visual en espacios de desarrollo afecta la concentración y bienestar de los estudiantes?

Tabla 21. *Espacios de desarrollo*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1	1	1
En desacuerdo	23	8	8	9
Neutral	106	37	37	47
De acuerdo	94	33	33	80
Totalmente de acuerdo	57	20	20	100
Total	283	100	100	

Figura 17. *Espacios de desarrollo*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 37% equivalente a 106 estudiantes manifiestan estar neutrales considerando que la falta de orden visual puede o no afectar la concentración y bienestar de los estudiantes, el 20% equivalente a 57 estudiantes está totalmente de acuerdo que la falta de orden visual si afecta a los estudiantes, mientras que el 1% equivalente a 3 estudiantes está totalmente en desacuerdo.

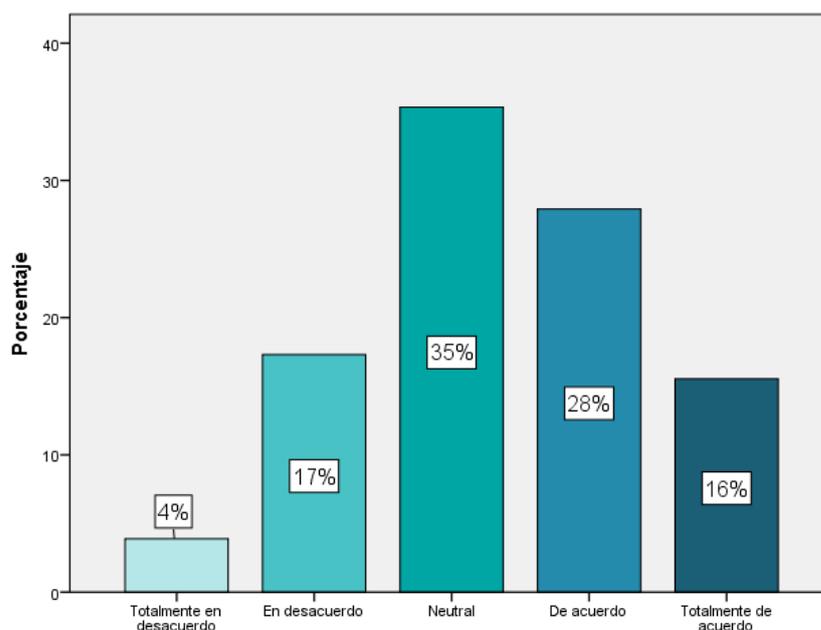
Los resultados de la encuesta revelen diferentes opiniones, dando a conocer que la mayor parte de encuestados adopta una posición neutral, sugiriendo una percepción equilibrada o indecisa sobre la relación del orden visual y su impacto en el rendimiento académico, generando una complejidad en el tema, debiéndose a que pueden tener diferentes estilos de aprendizaje o preferencias individuales. Mientras que una minoría está totalmente de acuerdo que mantener ordenado los diferentes elementos visuales no solo mejora la experiencia visual sino también estética del mismo.

Pregunta 15.- ¿Ha recibido suficiente información sobre la importancia de mantener un entorno visual limpio y ordenado?

Tabla 22. *Condiciones del ambiente*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	4	4	4
En desacuerdo	49	17	17	21
Neutral	100	35	35	57
De acuerdo	79	28	28	84
Totalmente de acuerdo	44	16	13	100
Total	283	100	100	

Figura 18. *Condiciones del ambiente*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 35% equivalente a 100 estudiantes manifiestan estar neutrales en cuanto al estar o no informados sobre mantener entornos visuales limpios y ordenados, el 17% equivalente a 49 estudiantes está en desacuerdo, mientras que el 4% equivalente a 11 estudiantes está totalmente en

desacuerdo lo que quiere decir que los estudiantes no se encuentran bien informados sobre el mantenimiento de entornos visuales limpios y ordenados.

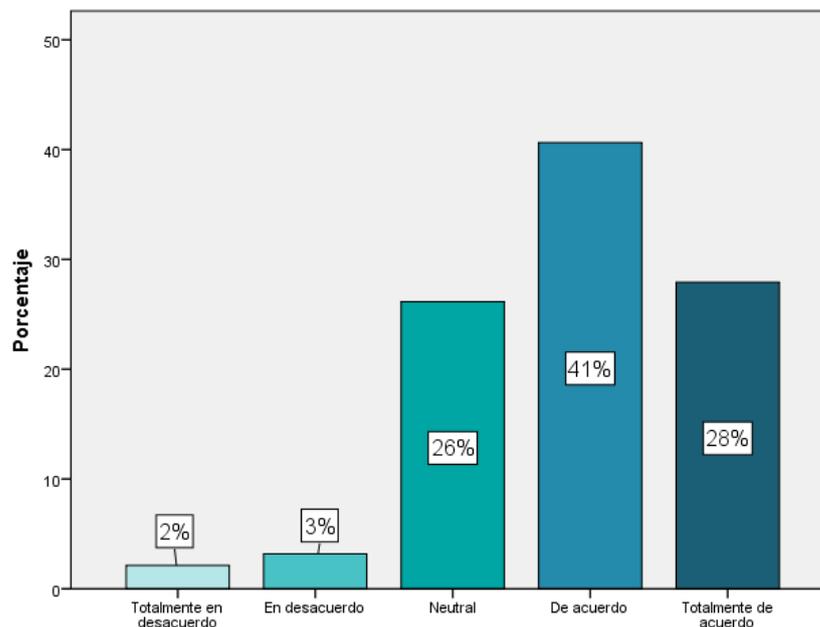
Con los resultados obtenidos se revela que existe una preocupante falta de información entre los estudiantes en cuanto a mantener los entornos visuales limpios y ordenados, pues el hecho de que el 35% de estudiantes manifieste estar neutro respecto a lo expuesto se dice que existe una falta de claridad o conciencia sobre la importancia de mantener entornos visuales organizados, es decir, no conocen que mantener limpios los entornos puede influir positivamente en su bienestar y concentración académica, además existen estudiantes que se encuentran en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, es decir no se sienten informados sobre el tema o realmente no conocen sobre lo mencionado.

Pregunta 16.- ¿Los espacios académicos deben contar con instalaciones adecuadas para que los estudiantes tengan un buen desarrollo académico?

Tabla 23. *Desarrollo libre, sostenible y equitativo*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	2	2	2
En desacuerdo	9	3	3	5
Neutral	74	26	26	31
De acuerdo	115	41	41	72
Totalmente de acuerdo	79	28	28	100
Total	283	100	100	

Figura 19. *Desarrollo libre, sostenible y equitativo*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 41% equivalente a 115 estudiantes manifiestan estar de acuerdo que los espacios académicos deben contar con instalaciones adecuadas para su desarrollo académico, el 26% equivalente a 74 estudiantes están neutrales, mientras que el 2% equivalente a 6 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que para ellos las instalaciones no influyen en su desarrollo.

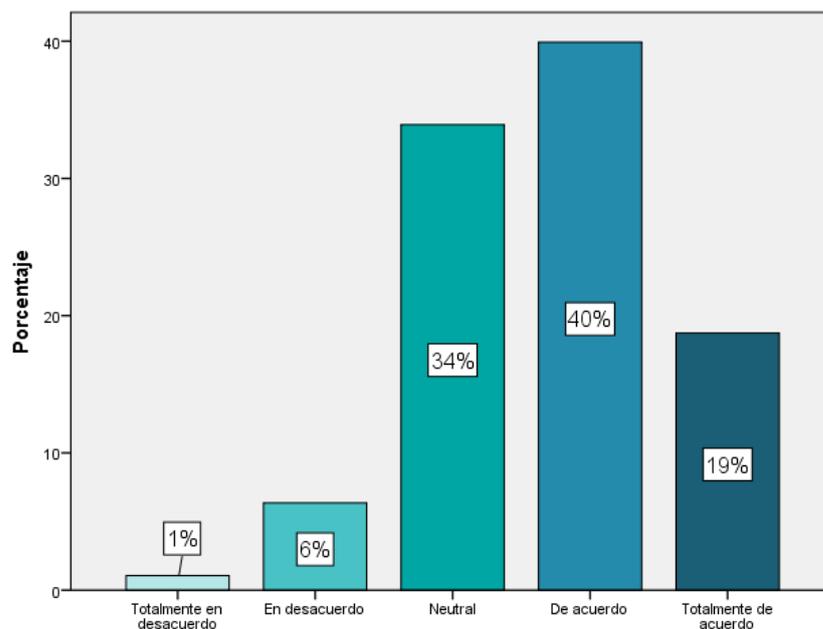
Esta pregunta subraya la importancia atribuida por los estudiantes a la calidad de las instalaciones en los espacios académicos, es así que, casi la mitad de estudiantes expresan conformidad, lo cual parece existir un consenso general de que tener un entorno físico bien equipado contribuye al confort, contribuye al bienestar en la realización de actividades, potencia la eficiencia, concentración y eficacia en el proceso de aprendizaje. Así también, existen estudiantes que se encuentran neutrales que se podría deber a experiencias variadas o percepciones individuales, al igual que los que se encuentran en desacuerdo.

Pregunta 17.- ¿Su desempeño académico se ve afectado cuando el entorno de aprendizaje contiene una excesiva cantidad de elementos atípicos?

Tabla 24. *Logro académico*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1	1	1
En desacuerdo	18	6	6	7
Neutral	96	34	34	41
De acuerdo	113	40	40	81
Totalmente de acuerdo	53	19	19	100
Total	283	100	100	

Figura 20. *Logro académico*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 40% equivalente a 113 estudiantes manifiestan estar de acuerdo que su desempeño académico se ve afectado cuando el entorno de aprendizaje contiene una excesiva cantidad de elementos atípicos, el 19% equivalente a 53 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 1% equivalente a 3 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que la excesiva cantidad de elementos atípicos no afecta su desempeño académico.

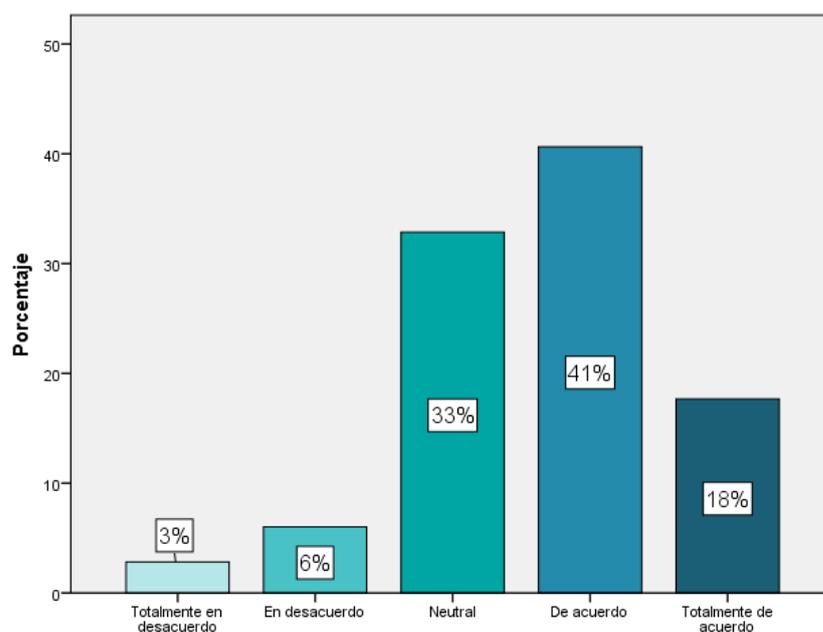
Con el análisis se puede decir que la mayoría de encuestados se encuentran de acuerdo en cuanto a la excesiva cantidad de elementos atípicos afecta a su desempeño académico, debiéndose a que están conscientes que esto genera ambientes tensos, pérdida de concentración y falta de motivación al aprender. De la misma manera existe un porcentaje medio que se encuentra neutral, que se podría considerar como falta de información por parte de autoridades y docentes en cuanto al por qué los entornos no deben estar sobrecargados de elementos atípicos.

Pregunta 18.- ¿Los estudiantes se sienten motivados al estudiar siempre y cuando el paisaje donde se encuentran sea libre de publicidad?

Tabla 25. Motivación

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	3	3	3
En desacuerdo	17	6	6	9
Neutral	93	33	33	42
De acuerdo	115	41	41	82
Totalmente de acuerdo	50	18	18	100
Total	283	100	100	

Figura 21. Motivación



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 41% equivalente a 115 estudiantes manifiestan estar de acuerdo en cuanto a sentirse motivado cuando su entorno es libre de publicidad, el 18% equivalente a 50 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 3% equivalente a 8 estudiantes está totalmente en desacuerdo.

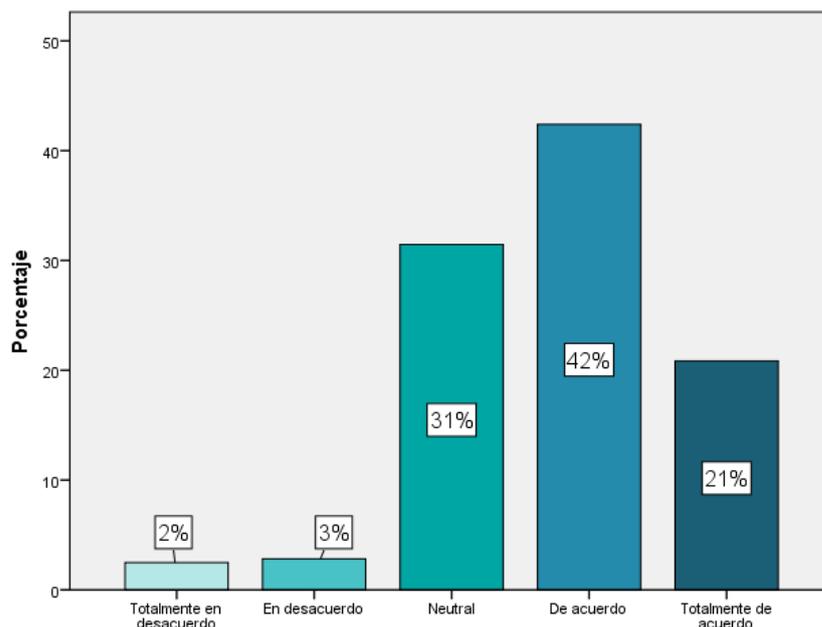
La mayor parte de estudiantes al encontrarse de acuerdo de estar motivados cuando su entorno es libre, se debe a que saben que un entorno limpio sin recargo visual genera a los estudiantes un mejor desenvolvimiento y contribuye significativamente a su bienestar, pues se sabe que la publicidad hoy en día se encuentra lleno de imágenes que llegan a cansar la visión, generando cansancio mental o estrés por observar lo mismo repetidas veces.

Pregunta 19.- ¿Para tener un buen desarrollo académico se debe contar con entornos limpios y libres de contaminación visual?

Tabla 26. *Desarrollo académico*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	2	2	2
En desacuerdo	8	3	3	5
Neutral	89	31	31	37
De acuerdo	120	42	42	79
Totalmente de acuerdo	59	21	21	100
Total	283	100	100	

Figura 22. Desarrollo académico



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 42% equivalente a 120 estudiantes manifiestan estar de acuerdo que para tener un buen desarrollo académico se debe contar con entornos limpios y libres de contaminación visual, el 21% equivalente a 59 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 2% equivalente a 7 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que su desarrollo académico no se ve afectado por el entorno.

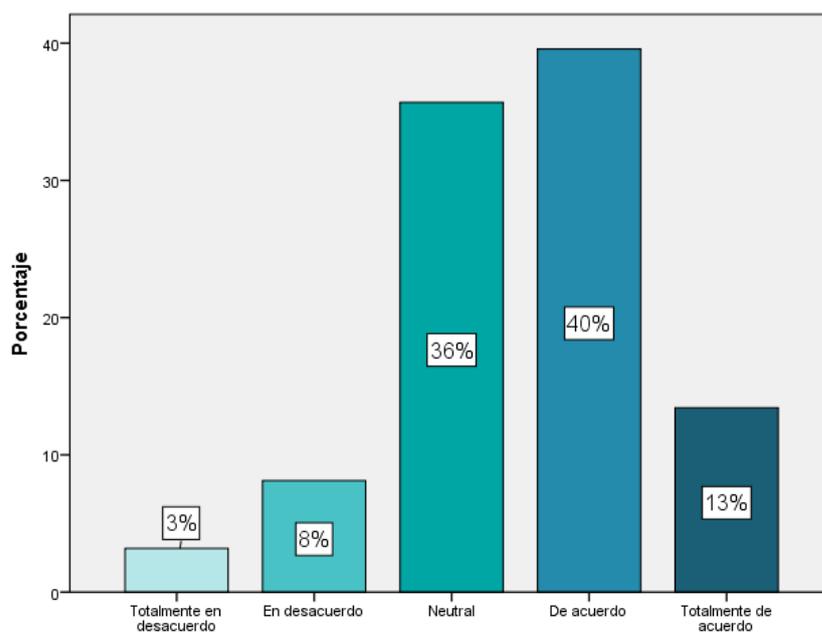
El análisis de la encuesta revela una variedad de perspectivas entre los 283 estudiantes consultados sobre la influencia del entorno en su desarrollo académico. En primer lugar, es alentador observar que un significativo 42% de los participantes, representando a 120 estudiantes, están de acuerdo en que la calidad del entorno, especialmente su limpieza y la ausencia de contaminación visual, incide positivamente en su rendimiento académico. Este dato sugiere una conciencia generalizada sobre la importancia de un ambiente propicio para el aprendizaje. Teniendo una atención destacada en la limpieza y minimización de sobrecarga de elementos.

Pregunta 20.- ¿La disposición de publicidad en los edificios académicos resulta distractora durante las actividades académicas?

Tabla 27. Edificios académicos

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	3	3	3
En desacuerdo	23	8	8	11
Neutral	101	36	36	47
De acuerdo	112	40	40	87
Totalmente de acuerdo	38	13	13	100
Total	283	100	100	

Figura 23. Edificios académicos



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 40% equivalente a 112 estudiantes manifiestan estar de acuerdo que la publicidad en los edificios académica es distractora para sus actividades académicas, el 13% equivalente a 38 estudiantes está totalmente de acuerdo, mientras que el 3% equivalente a 9 estudiantes está totalmente en desacuerdo.

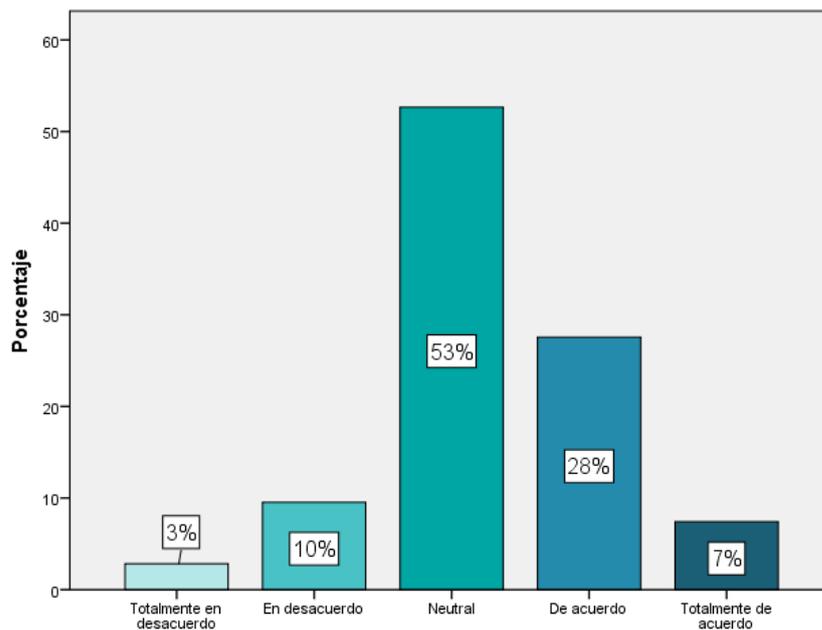
Los resultados de la encuesta evidencian una división de opiniones. En donde la mayoría de estudiantes manifiesta estar de acuerdo en que la publicidad en estos espacios resulta distractora para sus actividades académicas. La publicidad a menudo se diseña para llamar la atención, desviando el enfoque de los estudiantes en sus tareas, generando interrupciones y afectando a la concentración. Este porcentaje considerable sugiere una preocupación significativa dentro de la comunidad estudiantil acerca de cómo la publicidad puede afectar su concentración y enfoque en las tareas académicas, pues gran parte de la publicidad que se encuentra en los edificios académicos se refieren a ventas y comercio pues las empresas buscan promocionar productos o servicios, desequilibrando la visibilidad y perturbando el entorno académico.

Pregunta 21.- ¿La publicidad que se encuentra en las instalaciones académicas sirven para su desempeño?

Tabla 28. *Desempeño académico*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	3	3	3
En desacuerdo	27	10	10	12
Neutral	149	53	53	65
De acuerdo	78	28	28	93
Totalmente de acuerdo	21	7	7	100
Total	283	100	100	

Figura 24. Desempeño académico



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 53% equivalente a 149 estudiantes manifiestan estar neutrales en que la publicidad en las instalaciones puede o no servir para su desempeño, el 10% equivalente a 27 estudiantes está en desacuerdo, mientras que el 3% equivalente a 8 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que la publicidad no sirve para su desempeño.

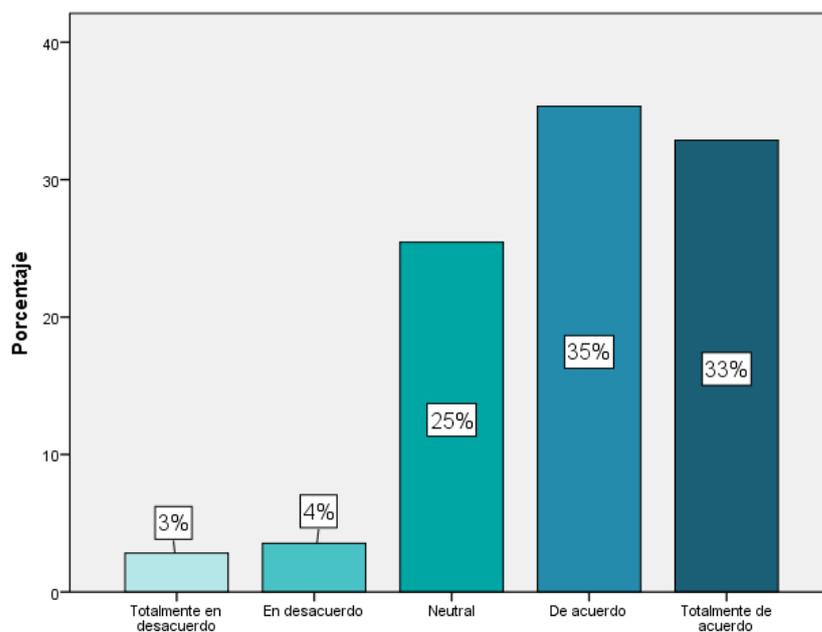
La diversidad de opiniones reflejada en estos resultados resalta la necesidad de considerar las preferencias individuales de los estudiantes al abordar la implementación de publicidad en las instalaciones académicas. La falta de consenso podría indicar que las percepciones sobre este tema son altamente subjetivas y dependen de factores o preferencias individuales tales como: la percepción personal de la publicidad, tolerancia a la distracción visual, experiencias previas y creencias sobre la publicidad en el entorno académico. Es así que, al tener un mayor porcentaje de estudiantes que se encuentran neutrales puede significar que comprenden la presencia de publicidad, pero no la consideran relevante para su desempeño.

Pregunta 22.- ¿La presencia de áreas verdes en el entorno académico mejora la calidad estética de la universidad?

Tabla 29. *Espacios verdes*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	3	3	3
En desacuerdo	10	4	4	6
Neutral	72	25	25	32
De acuerdo	100	35	35	67
Totalmente de acuerdo	93	33	33	100
Total	283	100	100	

Figura 25. *Espacios verdes*



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 35% equivalente a 100 estudiantes manifiestan estar de acuerdo que contar con áreas verdes mejora la calidad estética de la universidad, el 25% equivalente a 72 estudiantes se encuentra neutral, mientras que el 3% equivalente a 8 estudiantes está totalmente en desacuerdo lo que quiere decir que para ellos los espacios verdes no mejoran la calidad estética.

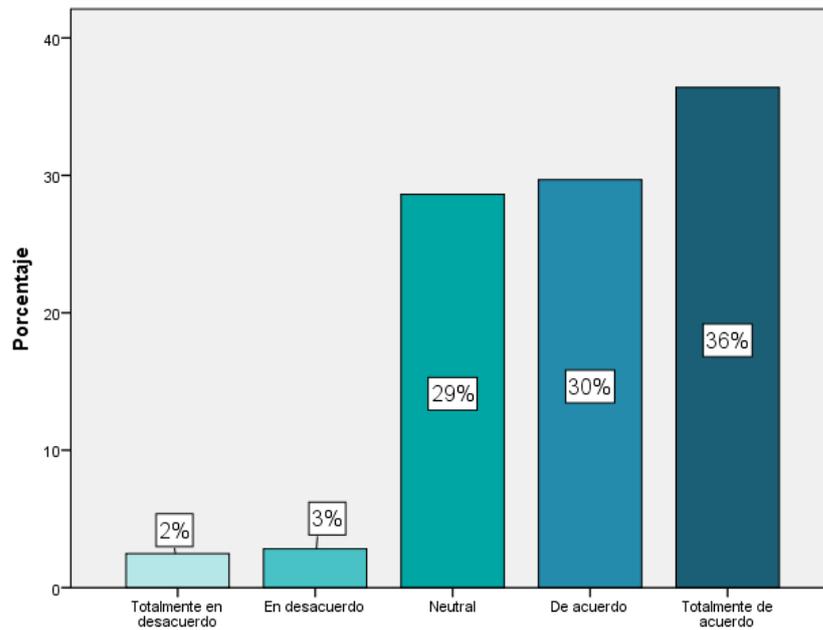
Los resultados de la encuesta indican que una parte significativa, la mayor parte reconoce y valora la contribución de las áreas verdes al mejorar la calidad estética de la universidad. Este grupo de estudiantes puede asociar la presencia de áreas verdes con un ambiente agradable y visualmente atractivo. Adicionalmente, un área verde no solo contribuye a mejorar la estética del entorno, más bien, crea ambientes propicios para el aprendizaje, bienestar estudiantil, fomenta la relajación, interacción social y alivio del estrés. Por otro lado, se encuentra en una posición neutral que puede reflejar una diversidad de opiniones o una falta de conciencia clara sobre el impacto estético de los espacios verdes en el campus.

Pregunta 23.- ¿La integración del paisaje natural en el diseño arquitectónico y urbanístico del campus mejora la experiencia visual?

Tabla 30. *Paisaje natural*

Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	2	2	2
En desacuerdo	8	3	3	5
Neutral	81	29	29	34
De acuerdo	84	30	30	64
Totalmente de acuerdo	103	36	36	100
Total	283	100	100	

Figura 26. Paisaje natural



Análisis y discusión

Del total de 283 estudiantes encuestados se verifica que el 36% equivalente a 103 estudiantes manifiestan estar totalmente de acuerdo que la implementación de un paisaje natural en el campus mejora la experiencia visual, el 29% equivalente a 81 estudiantes se encuentra neutral, mientras que el 2% equivalente a 7 estudiantes está totalmente en desacuerdo.

Estos resultados sugieren que la mayoría de los estudiantes aprecian la implementación de un paisaje natural en el campus como un elemento positivo para la experiencia y calidad visual del campus, pues permite que los estudiantes alivien su vista, desconectarse del entorno académico formal, bienestar emocional y calidad de vida estudiantil. Por otro lado, un menor porcentaje, se muestra en una posición neutral. Esta neutralidad puede indicar que, aunque no hay una oposición explícita, existe una diversidad de opiniones o una falta de consenso claro dentro de este grupo sobre la efectividad de la implementación de un paisaje natural para mejorar la experiencia visual. Mientras que, una minoría está totalmente en desacuerdo dado que podrían tener perspectivas únicas o podría estar influenciado por factores específicos que limitan su aprecio por elementos naturales en el entorno universitario.

3.3.Verificación de hipótesis

Después de analizar los datos, se realiza la etapa de verificación de hipótesis, en la cual se busca ver el nivel de correlación de una variable con la otra para así determinar que hipótesis es aceptable.

3.3.1. Rho de Spearman

El coeficiente de correlación de Spearman (ρ o r_s) es un método no paramétrico empleado cuando las variables bajo análisis son ordinales, es decir las variables deben estar medidas en escala ordinal y no necesariamente siguen una distribución normal. Este coeficiente evalúa la fuerza de la relación entre dos variables, sin requerir que esta relación sea lineal (Santabárbara, 2019).

La correlación de Spearman, también llamada rho de Spearman, constituye la contraparte no paramétrica de la correlación de Pearson. Este método se emplea en el análisis de variables cuantitativas que poseen una distribución no normal o en presencia de datos ordinales. La esencia de la correlación de Spearman radica en la sustitución de los valores originales de cada variable por sus respectivos rangos (Mondragón, 2014).

Figura 27. Grados de correlación de Spearman

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.75 a +0.90	Correación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota. Se muestran los grados de relación según coeficiente de correlación. Fuente: CAPE (2021)

Como se menciona anteriormente, la razón de utilizar este método para verificar hipótesis es que las variables son de origen ordinal en razón de que se presentan con escala de Likert, además, no necesariamente se realizó la prueba de normalidad, ya que únicamente se busca evaluar la fuerza y dirección entre las variables.

Tabla 31. Rho de Spearman

	14.Espacios de desarrollo	15.Condiciones del ambiente	16.Desarrollo libre, sostenible y equitativo	17.Logro académico	18.Motivación	19.Desarrollo académico	20.Edificios académicos	21.Desempeño académico	22.Espacios verdes	23.Paisaje natural
1.Tiempo de exhibición de medios visuales	,427**	,338**	,365**	,345**	,387**	,398**	,341**	,176**	,361**	,381**
2.Clasificación de medios visuales	,431**	,400**	,403**	,337**	,409**	,405**	,370**	,235**	,343**	,380**
3.Prohibiciones de medios visuales	,558**	,380**	,488**	,419**	,469**	,434**	,390**	,138*	,390**	,464**
4.Deterioro físico del entorno	,444**	,345**	,425**	,392**	,415**	,413**	,418**	,183**	,352**	,416**
5.Efectos psicológicos	,538**	,362**	,462**	,484**	,499**	,484**	,465**	,219**	,445**	,508**

6.Información visual	,424**	,387**	,516**	,468**	,506**	,491**	,362**	,239**	,372**	,402**
7.Estética visual	,487**	,411**	,501**	,558**	,541**	,496**	,416**	,219**	,434**	,488**
8.Elementos atípicos	,481**	,370**	,467**	,382**	,357**	,470**	,368**	,189**	,396**	,435**
9.Política	,507**	,438**	,346**	,458**	,405**	,350**	,436**	,155**	,340**	,381**
10.Marketing de empresas	,490**	,392**	,408**	,417**	,391**	,417**	,390**	,238**	,405**	,388**
11.Uso de elementos artificiales	,157**	,227**	.084	,191**	.108	,128*	,240**	,323**	.089	,140*
12.Consumismo	,296**	,366**	,162**	,178**	,215**	,233**	,325**	,324**	,162**	,187**
13.Información institucional	,182**	,316**	,136*	,172**	,184**	,149*	,212**	,350**	,126*	.014

Nota **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Análisis

De lo observado en la tabla anterior se evidencia estadísticamente significativo que existe relación positivamente moderada y considerable entre las variables, por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa que indica: Los factores de contaminación visual sí se relaciona con el entorno académico para el desarrollo y bienestar de los estudiantes de la FCADM.

En razón que las principales relaciones se destacan las siguientes: 0.538 de relación entre efectos psicológicos y espacios de desarrollo, esto indica que al mejorar los espacios la persona se siente con mayor posibilidad de desarrollo a menor estrés.

Así también, la relación de 0.558 entre prohibición de medios visuales y espacios de desarrollo, lo que quiere decir que en entornos donde se prohíben ciertos medios visuales, las personas tienden a buscar y valorar más los espacios de desarrollo, incrementando su concentración. Se obtuvo también un valor de 0.508 de relación entre prohibición de medios visuales y paisaje natural, indicando que mientras aumenta la restricción de los medios visuales, incrementa la presencia o apreciación de los paisajes naturales.

También, se obtiene relaciones de 0.516 entre información visual y desarrollo libre, sostenible y equitativo, y de 0.506 entre información visual y motivación, esto indica que al disminuir o únicamente dar a conocer información general concreta sin saturar la vista de los estudiantes, se puede considerar que su entorno es lugar limpio, libre de impacto visual, sintiéndose así motivados para estudiar, permitiendo el progresar de manera sostenible y beneficiosa para los mismos.

Por otro lado, se obtuvo 0.501 de relación entre estética visual y desarrollo libre, sostenible y equitativo, 0.558 de relación entre estética visual y logro académico, y 0.541 de relación entre estética visual y motivación, indicando que una percepción estética positiva del entorno, es decir conseguir un equilibrio entre los elementos atípicos y el entorno puede estar asociada a mejorar el desarrollo social y ambiental consciente, a influir en el rendimiento académico buscando motivación, compromiso académico, interés y entusiasmo de los estudiantes hacia el logro de sus metas.

Finalmente, se obtuvo una relación de 0.507 entre política y espacios de desarrollo, indica que, al disminuir los diferentes tipos de propaganda política, se puede crear ambientes neutrales centrados en la formación académica potenciando a los estudiantes tener una mayor concentración y participación en actividades para su desarrollo.

CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1.Conclusiones

- Una vez analizado los factores de la contaminación visual tales como la política, marketing de empresas, consumismo, información institucional y uso de elementos artificiales se determinó que su influencia en el paisaje del entorno académico es significativamente alta puesto que afecta tanto a la estética como la funcionalidad del espacio educativo, una vez los mismos contribuyen a la sobrecarga visual, perturbación y pérdida de armonía visual del entorno generando distracción y dificultad de concentración en los estudiantes.
- La conceptualización teórica de los factores de la contaminación visual y el paisaje del entorno académico se lo realizó mediante la revisión de diferentes fuentes de información tales como: artículos científicos, libros y tesis de posgrado donde se concluyó que la contaminación visual en el entorno académico constituye un aspecto significativo en la experiencia educativa. Pues la contaminación visual comprende el desorden visual, anuncios intrusivos y distracciones visuales, que afectan a la concentración e inciden en el bienestar psicológico y emocional de los estudiantes.
- De acuerdo con la información obtenida mediante las encuestas aplicadas, se llegó a la conclusión que el nivel de contaminación visual en el paisaje del entorno académico es alto, puesto que existen diversas fuentes de impacto visual que afectan la calidad estética y ambiental del entorno, sin embargo, lo que más se considera nocivo para los estudiantes es la publicidad existente a su alrededor por lo que su concentración y su bienestar tiende a recaer, creando bajos niveles de desempeño académico.
- Por medio de los resultados tanto de las comunalidades como la verificación de hipótesis se concluye que existe una correlación positiva moderada entre las dos variables de estudio, proponiendo que los factores significativos que

influyen en la contaminación visual son: política, información visual y marketing de empresas, teniendo como herramienta común la publicidad, o que significa que tienen una fuerte contribución al tema y sugiriendo que la contaminación visual y el paisaje del entorno académico son aspectos cruciales que merecen atención, dando paso a ser un incentivo para implementar estrategias que optimicen el entorno académico para favorecer el desarrollo integral y sostenible de los estudiantes.

4.2. Recomendaciones

- Es fundamental seguir manteniéndose informados sobre los factores de contaminación visual antes mencionados para crear estrategias y lineamientos claros para reducir la contaminación visual y de la misma manera promover prácticas de marketing más conscientes y sostenibles que fomenten valores de estética y respeto por el entorno educativo.
- Basándose en la fundamentación teórica que a más de servir como base para el diseño e implementación de estrategias se recomienda continuar con el estudio de las variables motivo estudio con la finalidad de ampliar y profundizar en este tema poco tratado, para conocer los diferentes puntos de vista que puedan existir entre investigadores u opiniones de las personas, para de esta manera llegar a consensos y toma decisiones acertadas que ayuden a mejorar la calidad de la educación, desarrollo integral de las personas y mejoramiento del entorno académico.
- Sobre la base a los resultados obtenidos se recomienda implementar medidas específicas para controlar y gestionar la publicidad en el entorno académico considerando políticas visuales más restrictivas para de esta manera disminuir el nivel de contaminación visual, contribuyendo a mejorar la experiencia de los estudiantes, promoviendo una atmósfera agradable que favorezca la concentración y rendimiento académico.
- Para mejor comprensión de los factores se sugiere considerar análisis adicionales y explorar intervenciones específicas para mejorar la planificación y diseño del entorno académico, es decir, dirigir esfuerzos hacia la regulación y planificación visual consciente, así también realizar evaluaciones detalladas del entorno académico actual, identificando elementos de contaminación visual y analizando su disposición en el paisaje para identificar qué tipos de estrategias implementar y se enfoquen a crear ambientes armoniosos y estéticamente agradables para el bienestar estudiantil.

4.3. Agradecimiento

Agradezco al equipo de investigadores del proyecto de investigación DIDE-UTA “Indicadores de la contaminación visual 2.0 y el desarrollo académico de los estudiantes de educación superior”, con Resolución Nro. UTA-CONIN-2023-0044-R, por permitir colaborar y contribuir con el estudio.

B. MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias Bibliográficas

- Aguilera Hintelholher, R. M. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios Políticos* (28), 81-103. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162013000100005#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20de%20investigaci%C3%B3n%20pueden,la%20aprehensi%C3%B3n%20de%20la%20realidad
- Ahmed, N., Islam, M. N., Tuba, A. S., Mahdy, M., y Sujaudhin, M. (2019). Solving visual pollution with deep learning: A new nexus in environmental management. *Journal of Environmental Management*, 248(109253). doi:<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.07.024>
- Alberich, J., Gómez, D., & Ferrer, A. (2014). *Percepción visual*. España: Universitat Oberta de Catalunya. <https://ftp.isdi.co.cu/biblioteca/BIBLIOTECA%20UNIVERSITARIA%20DE%20ISDI/COLECCION%20DE%20LIBROS%20ELECTRONICOS/LE-1067/LE-1067.pdf>
- Angulo Vergara, M., Arteaga Valdés, E., & Carmenate Barrios, O. (2019). La significación del contexto para la formación y asimilación de conceptos matemáticos. Principios Básicos. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 11(5), 33-41. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n5/2218-3620-rus-11-05-33.pdf>
- Arango, C. A., Rodríguez-Martínez, G., y Marroquín-Ciendúa, F. (2021). La contaminación visual en Bogotá: análisis de cargas visuales en localidades con alta estimulación publicitaria. *Rev.Investig.Desarro.Innov.*, 11(2), 373-386. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/12762/10609

- Ariza, C., Blanchar, J., & Rueda, L. (2018). El rendimiento acaémico: Una problemática Compleja. *Boletín Virtual*, 7(7), 137-141. <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/527/501>
- Ayala, J. (2017). *Características y efectos de la contaminación visual de carácter publicitario en la Ciudad de Asunción, Paraguay*. [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Asunción] Studocu. <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-federico-villarreal/contaminacion-t-tratamiento-de-aguas-y-suelos/tesis-jessica-ayala-pdf/67188753>
- Azócar, L., Granados, A., y Quintana, R. (2016). INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA O DOCUMENTAL.
- Babativa, C. (2017). *Investigación cuantitativa*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326424046.pdf>
- Blazquez, M., y Mondino, A. (2012). Recursos organizacionales: concepto, clasificación e indicadores. *Técnica administrativa*, 11(49). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5795365>
- Bravo, T., y Valenzuela, S. (2019). *Desarrollo de instrumentos de evaluación: cuestionarios*. Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A355.pdf>
- Calixto Flores, R., y Herrera Reyes, L. (2010). Estudio sobre la percepciones y la educación ambiental. *Tiempo de Educar*, 11(22), 227-249. <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121072004.pdf>
- Carvajal, A., Centeno, C., Watson, R., Martínez, M., y Sanz Rubiales, Á. (2011). ¿Cómo validar un instrumento de medida de la salud? *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 34(1), 63-72. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1137-66272011000100007
- Caycho-Rodríguez, T. (2017). Intervalos de Confianza para el coeficiente alfa de Cronbach: aportes a la investigación pediátrica. *Acta pediátrica de México*,

38(4), 291-294. <https://www.scielo.org.mx/pdf/apm/v38n4/2395-8235-apm-38-04-0291.pdf>

Ccahuana Huanaco, W. L. (2023). Contaminación visual por cableado aéreo. *Rev. Int. Contam. Ambie.*
https://www.researchgate.net/publication/372235167_Contaminacion_visual_por_cableado_aereo

Cengage (2023, 4 de agosto). *Características que debe tener el entorno educativo para producir estudiantes y promover el desarrollo en estudiantes de alto rendimiento.* <https://latam.cengage.com/caracteristicas-que-debe-tener-el-entorno-educativo-para-producir-estudiantes-y-promover-el-desarrollo-en-estudiantes-de-alto-rendimiento/>

Chiquito, C., y Yance, K. (2019). Diseño de un sistema de vallas publicitarias tipo prisma para promocionar productos y servicios en la ciudad de Guayaquil-Ecuador. *Revista Espacios*, 40(16).
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n16/a19v40n16p05.pdf>

Chmielewski, S., Samulowska, M., Lupa, M., Lee, D., y Zagajewski, B. (2018). Citizen science and WebGIS for outdoor advertisement visual. *Computers, Environment and Urban Systems*, 67, 97-109.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.compenvurbsys.2017.09.001>

Cisneros-Caicedo, A. J., Guevara-García, A. F., Urdánigo-Cedeño, J. J., & Garcés-Bravo, J. E. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 8(1), 1165-1185.
doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i41.2546>

Colcha Guashpa, E., Herrera Andrade, Z., Barragán Murillo, R., Guano, D., & Salazar Calderón, E. (abril-junio de 2019). Entorno educativo y aprendizaje, estrategias de estudio en el idioma inglés. *Ciencia Digital*, 3(2,6), 349-369.
<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/571/1370>

- Corral de Franco, Y. (2022). Validez y confiabilidad en instrumentos de investigación: una mirada teórica. *Revista Ciencias de la Educación*, 32(60), 562-586.
<http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/60/art06.pdf>
- Cortes Toledo, M., Moraga Álvarez, E., & Silva Jiménez, D. (2023). Técnicas de muestreo probabilístico para investigación en ciencias de la salud. *La producción de conocimiento en ciencias de la salud*, 13-23.
https://www.researchgate.net/publication/374695823_TECNICAS_DE_MUESTREO_PROBABILISTICO_PARA_INVESTIGACION_EN_CIENCIAS_DE_LA_SALUD
- Couto, M. M. (2007). *Contaminación visual del paisaje, Cartelería publicitaria en rutas*. Costa Rica: Maestría en Paisajismo-Instituto Universitario Bios.
<https://studylib.es/doc/4939157/tema--%E2%80%9Ccontaminaci%C3%B3n-visual-del-paisaje%E2%80%9D>
- Cvetković, M., Momčilović – Petronijević, A., & Ćurčić, A. (June de 2018). Visual Pollution of Urban Areas as one of the Main Issues of the 21st Century. *26th International Conference Ecological Truth & Environmental Research*, 103-108.
https://www.researchgate.net/publication/331718054_VISUAL_POLLUTION_OF_URBAN_AREAS_AS_ONE_OF_THE_MAIN_ISSUES_OF_THE_21ST_CENTURY
- Duarte, J. (2003). Ambientes de aprendizaje: Una aproximación conceptual. *Estudios Pedagógicos*(29), 97-113.
<https://www.redalyc.org/pdf/1735/173514130007.pdf>
- Espinoza, E. (2018). La hipótesis en la investigación. *MENDIVE*, 16(1), 122-139.
<http://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/1197>
- Fernández, C. (2023, 5 de mayo). *¿Cómo afecta a la salud y a la accesibilidad la contaminación visual de las ciudades?* Nan Arquitectura:
<https://nanarquitectura.com/2023/05/05/como-afecta-contaminacion-visual-accesibilidad-ciudades/25753>

- Fernández, E. (2017). METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DE LA COMARCA DE MÉRIDA. SELECCIÓN DE LA MUESTRA DE POBLACIÓN Y OBTENCIÓN DE DATOS SOCIOLINGÜÍSTICOS. *Tonos digital: Revista de estudios filológico*, 33(0)
<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/54043/1/Metodologia%20para%20el%20estudio.pdf>
- Fernández, L. (2005). ¿Cuáles son las técnicas de recogida de información? *Butlletí La Recerca*, 3, 1-6
<https://www.ub.edu/idp/web/sites/default/files/fitxes/ficha3-cast.pdf>
- Frías-Navarro, D. (2022). Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. *Universidad de Valencia*, 23. <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- Fuentes, V., y Argüello, A. (2015). Indicadores de contaminación visual y sus efectos en la población. *Enfoque UTE*, 6(3), 115-132.
<http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/enfoqueute/v6n3/1390-6542-enfoqueute-6-03-00115.pdf>
- Galaviz Loya, K., Amador Negrete, B., & Parra Acosta, H. (2021). Incidencia del medio ambiente académico en la formación biomédica. *Revista Española de Educación Médica*, 1, 22-33.
<https://revistas.um.es/edumed/article/view/455431/300381>
- Gamez, E. M. (2013). *La contaminación visual actual de los avisos publicitarios en la ciudad de Bogotá*. Universidad Militar de Colombia.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10716/ELSA%20GAMEZ.pdf;jsessionid=22D828D1572FB278586D4242692E6A7F?sequence=1>
- García-García, J. A., Reding-Bernal, A., y López-Alvarenga, J. C. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*, 2(8), 217-224.
<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733226007.pdf>

- García-González, J., y Sánchez-Sánchez, P. (2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información Tecnológica*, 31(6), 159-170. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>
- Guevara, G., Verdesoto, A., y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo: Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3), 168-173. doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6th ed.). México D.F: McGraw-Hill Education. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hijazi, R. (June de 2019). Impact of Visual Pollution at the Entrances of Coastal Cities in Lebanon. *European Scientific Journal*, 15(17), 16-27. <https://ejournal.org/index.php/esj/article/view/12147>
- Jana, M. K., & De , T. (2015). Visual Pollution Can Have a Deeo Degrading Effect on Urban and Sub-Urban Community: A Study in Few Places of Bengal, India, with Special Reference to Unorganized Billboards. *European Scientific Journal*, 11(10). <https://ejournal.org/index.php/esj/article/view/5708>
- Jiménez, Y., y Suárez, M. (2014). INVESTIGACION DE CAMPO COMO ESTRATEGIA METODOLOGICA PARA LA RESOLUCION DE PROBLEMAS. *Universidad Dr. José Gregorio Hernández*. <http://ujgh.edu.ve/wp-content/uploads/2021/03/IJIP-27.pdf>
- López Falcón, A., y Ramos Serpa, G. (2021). Acerca de los métodos teóricos y empíricos de investigación: significación para la investigación educativa. *Revista Conrado*, 17(3), 22-31. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2133/2079>

- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Maldonado, S. (2019). Análisis crítico del Graffiti como herramienta comunicativa de expresión urbana. *Revista Abitrada Interdisciplinaria KOIMNONIA*, 4(8).
 doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v4i8.525>
- Martínez, E. (2020). *Contaminación visual en período electoral en el Cantón Santo Domingo*. Universidad Regional Autónoma de los Andes "Uniandes".
<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/11317/1/PIUSDAB024-2020.pdf>
- Martínez, J., Ferrás, Y., Bermúdez, L., Ortiz, Y., y Pérez, E. (2020). Rendimiento académico en estudiantes Vs factores que influyen en sus resultados: una relación a considerar. *EduMeCentro*, 12(4), 105-121.
<http://scielo.sld.cu/pdf/edu/v12n4/2077-2874-edu-12-04-105.pdf>
- McCormick, N. (2017). *La responsabilidad del marketing en la contaminación visual publicitaria en ciudad de México*. Universidad Santo Tomás.
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/4452>
- Medrano, F., y Olivares, C. (2020). Señalética. El reto del ecodiseño. *ArDIn. Arte, Diseño e Ingeniería*, 9, 1-26. doi:10.20868/ardin.2020.9.4119
- Méndez Rodríguez, A., y Astudillo Moya, M. (2008). *La investigación en la era de la información*. México: Editorial Trillas.
<http://www.economia.unam.mx/academia/inae/pdf/inae1/u115.pdf>
- Méndez Velandia, C. A. (2013). La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela. *Gestión y Ambient*, 16(1), 45-60.
<https://www.redalyc.org/pdf/1694/169427489007.pdf>
- Moliner Miravet, L., García-Carpintero, A. A., Domenech Vidal, A., Vallet Bellmunt, T., Vallet Bellmunt, I., y Alegre Ansuategui, F. (2017). Diseño, validación y análisis factorial exploratorio y confirmatorio de la escala de actitud Cohesiona para la evaluación de la eficacia de los talleres de habilidades cooperativas.

- Estudios Pedagógicos*, 43(1), 213-234.
<https://www.scielo.cl/pdf/estped/v43n1/art13.pdf>
- Mondragón Barrera, M. A. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento Científico*, 8(1), 98-104.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5156978>
- Montes, G. (2000). METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE DISEÑO Y REALIZACIÓN DE ENCUESTAS EN EL AREA RURAL. *Temas Sociales*(21), 39-50.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152000000100003
- Morejón, J. (2022). *Marketing digital como eje de ayuda para disminuir la contaminación visual*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio Universidad Técnica de Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34435/1/Morej%C3%B3n%20Jessica.pdf>
- Navarro, R. (2003). El rendimiento académico: concepto, investigación y desarrollo. *REICE - Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 1(2).
<http://www.ice.deusto.es/rinace/reice/vol1n2/Edel.pdf>
- Oñate , C. (2022). *Desarrollo de la percepción visual previo al proceso inicial de lectura de niños de preparatoria*. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador] Repositorio PUCESA.
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3636/1/77924.pdf>
- Ortega-Bravo, B., Briones-Ordóñez, O., Campoverde-Tabara, L., y Ríos-Mera, N. (2020). Espacios verdes que caracterizan el paisaje natural del Campus Central de la UTM en la Ciudad de Portoviejo. *Polo del conocimiento*, 5(5), 333-344.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9071248>
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227-232.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

- Pavez-Soto, I., León-Valdebenito, C., y Triadú-Figueras, V. (2016). Jóvenes universitarios y medio ambiente en Chile: Percepciones y comportamientos. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14(2), 1435-1449. doi:<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.11600/1692715x.14237041215>
- Pérez Gil, J. A., Chacón Moscoso, S., y Moreno Rodríguez, R. (2000). Validez de constructo: el uso de análisis factorial exploratorio-confirmatorio para obtener evidencias. *Psicothema*, 12(2), 442-446. <https://www.redalyc.org/pdf/727/72797102.pdf>
- Pérez, M. (2022). La contaminación visual como afectación del paisaje urbano. *Revista Jurídica de Investigación e Innovación Educativa*(27), 61-100. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8558094>
- Pezantes , M. (2016). *Contaminación Visual y Estigma en el Centro Histórico de Quito*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. [http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13266/Contaminaci% c 3% b3n% 20Visual% 20y% 20Estigma% 20en% 20el% 20Centro% 20Hist% c3% b 3rico% 20de% 20Quito.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13266/Contaminaci%c3%b3n%20Visual%20y%20Estigma%20en%20el%20Centro%20Hist%c3%b3rico%20de%20Quito.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ramos-Galarza, C. (2020). LOS ALCANCES DE UNA INVESTIGACIÓN. *CienciAmérica*, Vol. 9(3). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Reina Gallego, D. (2023). La percepción ambiental de los jóvenes del barrio Las Minas durante la etapa Post Covid-1. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 8(2), 6-12. <https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/449/461>
- Rivas, A. (2019). Diagnóstico Ambiental de la Percepción de la Contaminación Visual por parte de la Población Universitaria de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Guayaquil. *ResearchGate*. [https://www.researchgate.net/profile/Alexander-Rivas-2/publication/331887548_IMPACTO_AMBIENTAL/links/5c91989d299bf11 169396412/IMPACTO-AMBIENTAL.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alexander-Rivas-2/publication/331887548_IMPACTO_AMBIENTAL/links/5c91989d299bf11169396412/IMPACTO-AMBIENTAL.pdf)

- Rivera , G. (2013). Elementos atípicos y contaminación visual urbana en un sector de la zona centro de Bogotá. *Épsilon*, 1(21).
<https://ciencia.lasalle.edu.co/ep/vol1/iss21/5/>
- Sampieri Hernández, R., Collado Fernández, C., & Lucio Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
<https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Santabárbara, J. (2019). Cálculo del intervalo de confianza para los coeficientes de correlación mediante sintaxis en SPSS. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 12(2), 1-14. doi:<http://doi.org/10.1344/reire2019.12.228245>
- Tamayo , M. (2002). *El proceso de la investigación científica*. México D.F: Limusa Noriega Editores.
<http://evirtual.uaslp.mx/ENF/220/Biblioteca/Tamayo%20Tamayo-El%20proceso%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica2002.pdf>
- Uka, G. (2022). Environmental Communication and Visual Pollution: Its Philosophical and Psychological Impact. *LWATI: A Journal of Contemporary Research*, 19(4), 73-87.
<https://www.ajol.info/index.php/lwati/article/view/239037>
- Uzcategui Herrera, E. M. (2018). La Calidad Ambiental desde la Comunidad en el Contexto Escolar. *Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo INDTEC, C.A.*, 3(9), 80-100.
https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/229/197
- Valbuena Valencia, A. V. (2019). “Diagnóstico de la contaminación visual urbana a partir de la presencia de los elementos atípicos en el espacio público del municipio de El Colegio”. *Universidad de La Salle*, p. 14.
https://ciencia.lasalle.edu.co/ing_ambiental_sanitaria/1151/

- Valdez, L. (2021). *Consumismo, Educación y Derecho*. [Tesis posgrado, Morelia].
http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/jspui/bitstream/DGB_UMICH/3652/1/FDCS-M-2021-0168.pdf
- Velázquez-Mar, A. C., & Salazar-Solano, V. (2019). Indicadores de calidad ambiental urbana: Una revisión. *Gestión y Ambiente*, 22(2), 303-312.
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/gestion/article/view/80854/75756>
- Vivas-Vivas, R., Cabanilla-Vasconez, E., & Vivas Vivas, W. (2019). Relación entre los estilos de aprendizaje y el rendimiento académico del estudiantado de la carrera de Ingeniería Agronómica de la Universidad Central del Ecuador. *Revista Educación*, 43(1).
<https://www.redalyc.org/journal/440/44057415039/44057415039.pdf>
- Yilmaz , D., & Sagsoz , A. (2011). In the Context of Visual Pollution: Effects to Trabzon City Center Silhoutte. *Asian Social Science*, 7(5).
doi:10.5539/ass.v7n5p98

Anexos

Anexo 1. Resolución Proyecto de Investigación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CONSEJO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

Resolución Nro. UTA-CONIN-2023-0044-R

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

El Consejo de Investigación e Innovación en sesión ordinaria efectuada el miércoles 08 de febrero de 2023, visto y analizado el Memorando UTA-DIDE-2023-0291-M del 02 de febrero de 2023 suscrito por la Dra. Lizette Elena Leiva Suero, directora de Investigación y Desarrollo, quien en atención al Memorando UTA-FCADM-2022-1351-M del 19 de noviembre de 2022 suscrito por el Ing. Santiago Xavier Peñaherrera, decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, remite para APROBACIÓN el Proyecto de Investigación evaluado por pares externos **"Indicadores de la contaminación visual 2.0 y el desarrollo académico de los estudiantes de educación superior"**, perteneciente al Dominio Desarrollo Económico, Productivo Empresarial de la Facultad de Ciencias Administrativas, con la línea de Investigación Economía del Desarrollo. Teniendo en consideración que las Unidades requirentes son los entes responsables de la veracidad de la información remitida, conforme a la Convocatoria de proyectos de Investigación I+D+i 2023 aprobada mediante Resolución UTA-CONIN-2022-0252-R del 15 de junio de 2022; y, en uso de las atribuciones contempladas en el literal c), Artículo 64 del Estatuto de la Universidad Técnica de Ambato y demás normativa legal aplicable para el efecto:

RESUELVE

Bajo estricta responsabilidad de las Unidades requirentes:

1. APROBAR el Proyecto de Investigación **"INDICADORES DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL 2.0 Y EL DESARROLLO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR"**, perteneciente al Dominio Desarrollo Económico, Productivo Empresarial de la Facultad de Ciencias Administrativas, con la línea de Investigación Economía del Desarrollo, de acuerdo con los siguientes datos:
Coordinador Principal: Máster Edwin Javier Santamaría Freire
Coordinador Subrogante: Magíster Liliana Elizabeth González Garcés
Tipo de Investigación: Básica
Duración del proyecto: 24 meses
Financiamiento solicitado: USD 5.000,00
2. AUTORIZAR lo siguiente para el mencionado Proyecto de Investigación
 - La fecha de inicio de ejecución del proyecto de investigación sea el 03 de abril de 2023.
 - La asignación de USD 5.000,00 para la ejecución del proyecto
3. DISPONER a Procuraduría la elaboración y posterior suscripción del contrato de auspicio para la ejecución del Proyecto de Investigación **"INDICADORES DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL 2.0 Y EL DESARROLLO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR"**, con el Máster Edwin Javier Santamaría Freire y la Magíster Liliana Elizabeth González Garcés, responsables del referido proyecto.
4. De la ejecución de la presente resolución encárguese la Dirección de Investigación y Desarrollo, ente que deberá coordinar las acciones necesarias con las Unidades Académica y Operativa respectivas para su adecuado, efectivo y legal cumplimiento; así como, el seguimiento al referido proyecto.

Ambato febrero 08, 2023



ELSA DE LOS ANGELES
HERNÁNDEZ CHÉRREZ

Dra. Elsa de los Ángeles Hernández Chérrez
PRESIDENTE CONSEJO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

Anexos: UTA-DIDE-2023-0291-M APROBACIÓN PROYECTO MG. EDWIN SANTAMARÍA
Copia: Dra. Lizette Leiva - **director de Investigación y Desarrollo**
Abg. Mrt. Lorena Zeggane - **Procuradora**
Dra. Lorena Rivera - **coordinador Unidad Operativa de Investigación FCADM**

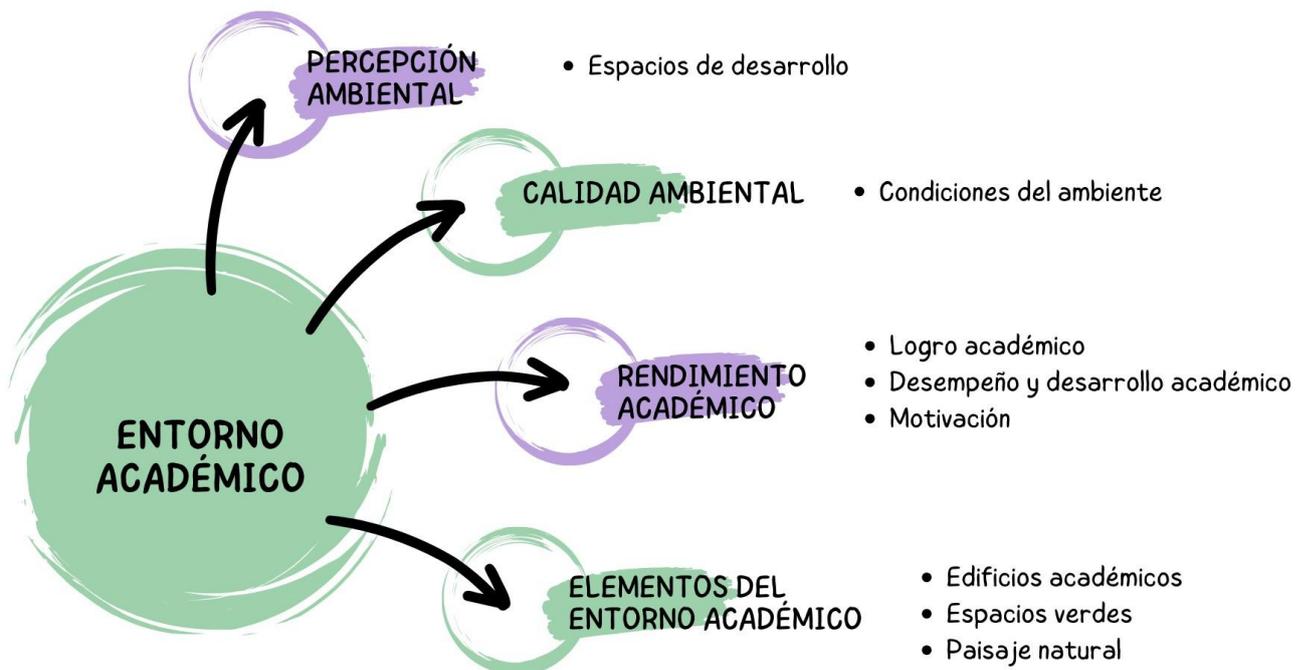
sg

Anexo 2. Constelación de ideas

Variable 1. Contaminación visual



Variable 2. Entorno Académico



Anexo 3. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	PREGUNTA: Considera usted que:
Contaminación visual	La contaminación visual comprende cualquier elemento que desentone con la estética general del entorno, elementos visuales molestos que perturban la armonía del ambiente debido a su contraste negativo. La percepción de estas alteraciones visuales tiende a ser subjetiva y puede dar lugar a debates interminables sobre lo que se considera bello, arquitectónicamente adecuado o moderno, especialmente en áreas urbanas donde la configuración del entorno es predominantemente influenciada por la actividad humana (Méndez, 2013).	Ordenanza de medios visuales	Tiempo de exhibición de medios visuales	1. ¿La clasificación de medios visuales en temporales, transitorios y duraderos contribuyen a la disminución del impacto visual del entorno?
			Clasificación de medios visuales	2. ¿La clasificación de medios visuales tales como estilo bandera, adosados a paredes, entre otros, es una manera efectiva de que la contaminación visual se reduzca?
			Prohibiciones de medios visuales	3. ¿La instalación de medios visuales por medio del seguimiento de normas que puedan existir podría evitar la distorsión visual??
		Efectos	Deterioro físico del entorno	4. ¿La cantidad excesiva de elementos atípicos afecta la estética del entorno?
			Efectos psicológicos	5. ¿El exceso de contaminación visual tiene repercusiones en la salud o comportamiento de los estudiantes?
		Carga perceptiva visual	Información visual	6. ¿Todo aviso publicitario debe ser sencillo para que el impacto visual del mismo no sea tan fuerte?
		Elementos atípicos	Vallas publicitarias	7. ¿La preservación de la estética visual debería ser una prioridad para un mejor desarrollo de los individuos? 8. ¿Los diferentes elementos atípicos que se encuentran en el entorno contribuyen a la contaminación visual?
			Cables eléctricos y postes	
			Señalética	
			Edificios o estructuras mal diseñadas	

			Grafiti		
			Iluminación		
		Factores	Política		9. ¿La colocación de propaganda política en áreas estudiantiles contribuye a la pérdida de concentración de los estudiantes?
			Marketing de empresas		10. ¿La competencia entre empresas por visibilidad publicitarias por ofertar/vender sus productos contribuye a la contaminación visual?
			Uso de elementos artificiales		11. ¿La publicidad actual es cómoda cuando lo observa?
			Consumismo		12. ¿La publicidad excesiva le incentiva a la compra de lo expuesto?
Información institucional	13. ¿La cantidad de publicidad institucional que existe aporta a los estudiantes?				
Entorno académico	Cuando se refiere a un entorno o ambiente educativo, se determina un espacio que ha sido organizado y estructurado de manera que facilite el acceso al conocimiento a través de actividades reales diseñadas con el propósito de aprender. Este entorno no solo permite a los estudiantes abordar la realidad del mundo material y cambiarla, sino también	Percepción ambiental	Espacios de desarrollo	14. ¿La falta de orden visual en espacios de desarrollo afecta la concentración y bienestar de los estudiantes?	
		Calidad ambiental	Condiciones del Ambiente	15. ¿Ha recibido suficiente información sobre la importancia de mantener un entorno visual limpio y ordenado?	
			Desarrollo libre, sostenible, y equitativo	16. ¿Los espacios académicos deben contar con instalaciones adecuadas para que los estudiantes tengan un buen desarrollo?	
		Rendimiento académico	Logro académico	17. ¿Su desempeño académico se ve afectado por su entorno está rodeado de publicidad o elementos atípicos?	
			Desempeño académico		
			Motivación	18. ¿La publicidad que se encuentra en las instalaciones académicas sirven para su desempeño? 19. ¿Los estudiantes se sienten motivados al estudiar	

	les brinda la oportunidad de intercambiar información y comunicarse con otros (Colcha, et. al., 2019).		Desarrollo académico	siempre y cuando el paisaje donde se encuentran sea libre de publicidad? 20. ¿Para tener un buen desarrollo académico se debe contar con entornos limpios y libres de contaminación visual?
		Elementos	Edificios académicos	21. ¿La disposición de publicidad en los edificios académicos resulta distractora durante las actividades académicas?
			Espacios verdes	22. ¿La presencia de áreas verdes en el entorno académico mejora la calidad estética de la universidad?
			Paisaje natural	23. ¿La integración del paisaje natural en el diseño arquitectónico y urbanístico del campus mejora la experiencia visual?

Anexo 4. Cuestionario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



Encuesta dirigida a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas

Objetivo: Recolectar información necesaria y relevante sobre como los estudiantes perciben su entorno y la contaminación visual.

Instructivo:

- Lea detenidamente cada pregunta y marque con una de las respuestas de acuerdo a su criterio
- Seleccione una sola opción

1. INFORMACIÓN GENERAL

a. Género

- Masculino ()
Femenino ()
Otro ()

b. Edad

- 17 a 19 años ()
20 a 22 años ()
23 a 25 años ()
26 años o más ()

2. INFORMACIÓN ESPECÍFICA:

Ítems: Entorno Académico
Considera usted que:

1.¿La clasificación del tiempo de exposición de medios visuales en temporales, transitorios y duraderos contribuyen a la disminución del impacto visual del entorno?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

2.¿La clasificación de medios visuales tales como: estilo bandera, adosados a

paredes, entre otros: es una manera de reducir la contaminación visual?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

3.¿La instalación de medios visuales por medio del seguimiento de normas que puedan existir podría evitar la distorsión visual?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

4.¿La cantidad excesiva de elementos atípicos en el entorno afecta la estética de este?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

5.¿El exceso de contaminación visual tiene repercusiones en la salud o comportamiento de los estudiantes?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

6.¿Todo aviso publicitario debe ser sencillo para que el impacto visual del mismo no sea tan fuerte?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

7.¿La preservación de la estética visual debería ser una prioridad para un mejor desarrollo de los individuos?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

8.¿Los diferentes elementos atípicos que se encuentran en el entorno contribuyen a la contaminación visual?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

9.¿La colocación de propaganda política en áreas estudiantiles contribuye a la pérdida de concentración de los estudiantes?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

10.¿La competencia entre empresas por visibilidad publicitarias por

ofertar/vender sus productos contribuye a la contaminación visual?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

11.¿La publicidad actual es cómoda cuando la observa?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

12.¿La publicidad excesiva le incentiva a la compra de lo expuesto?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

13.¿La cantidad de publicidad institucional que existe aporta a los estudiantes?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

Ítems: Entorno Académico
Considera usted que:

14.¿La falta de orden visual en espacios de desarrollo afecta la concentración y bienestar de los estudiantes?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- Neutral ()
- De acuerdo ()
- Totalmente de acuerdo ()

15.¿Ha recibido suficiente información sobre la importancia de mantener un entorno visual limpio y ordenado?

Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

16.¿Los espacios académicos deben contar con instalaciones adecuadas para que los estudiantes tengan un buen desarrollo académico?

Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

17.¿Su desempeño académico se ve afectado cuando el entorno de aprendizaje contiene una excesiva cantidad de elementos atípicos?

Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

18.¿Los estudiantes se sienten motivados al estudiar siempre y cuando el paisaje donde se encuentran sea libre de publicidad?

Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

19.¿Para tener un buen desarrollo académico se debe contar con entornos limpios y libres de contaminación visual?

Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

20.¿La disposición de publicidad en los edificios académicos resulta distractora durante las actividades académicas?

Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

21.¿La publicidad que se encuentra en las instalaciones académicas sirven para su desempeño?

Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

22.¿La presencia de áreas verdes en el entorno académico mejora la calidad estética de la universidad?

Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

23.¿La integración del paisaje natural en el diseño arquitectónico y urbanístico del campus mejora la experiencia visual?

Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
Neutral ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nota aclaratoria:

Es importante destacar que, a través de la identificación y conceptualización de variables, se han reconocido diversas dimensiones y subdimensiones. Este proceso ha posibilitado la formulación y ajuste de las preguntas en este cuestionario, adaptándolas de acuerdo con la realidad del entorno de investigación. Este enfoque busca proporcionar un respaldo teórico sólido a la investigación, contribuyendo así a su fundamentación y coherencia con el contexto estudiado.

Méndez Velandia, C. A. (Mayo de 2013). La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela. *Gestión y Ambiente*, 16(1), 45-60.
<https://www.redalyc.org/pdf/1694/169427489007.pdf>

Colcha Guashpa, E., Herrera Andrade, Z., Barragán Murillo, R., Guano, D., y Salazar Calderón, E. (abril-junio de 2019). Entorno educativo y aprendizaje, estrategias de estudio en el idioma inglés. *Ciencia Digital*, 3(2,6), 349-369.
<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/571/1370>