

**PROPUESTA DE EVALUACIÓN PARA DETERMINAR EL GRADO DE
CONTAMINACIÓN VISUAL GENERADA POR LA PUBLICIDAD
EXTERIOR: ESTUDIO DE CASO UPZ LOS ALCÁZARES, LOCALIDAD
DE BARRIOS UNIDOS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ.**

**Laura Patricia Cardona
Ana María Useche Rodríguez**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
Facultad de Ciencias Ambientales
Especialización en Gestión Ambiental Urbana**

Bogotá D.C., Marzo 2 de 2016

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

**Facultad de Ciencias Ambientales
Especialización en Gestión Ambiental Urbana**

**Propuesta de evaluación para determinar el grado de contaminación visual
generada por la publicidad exterior: Estudio de caso UPZ Los Alcázares,
Localidad de Barrios Unidos de la ciudad de Bogotá.**

**Laura Patricia Cardona
Ana María Useche Rodríguez**

**Director
Bibian Ximena García Martín, Ingeniera Ambiental y
Sanitaria, Magister en Gestión Urbana**

Monografía presentada como requisito para la obtención del título de
Especialista en Gestión Ambiental Urbana

Bogotá D.C., marzo de 2016

Universidad Piloto de Colombia

Facultad de Ciencias Ambientales – Especialización en Gestión Ambiental Urbana

HOJA DE APROBACIÓN

Título de la monografía

Laura Patricia Cardona y Ana María Useche Rodríguez

Nombre, Título académico
Director del proyecto de grado

Nombre, Título académico
Co-Director del proyecto de grado

Nombre, Título académico
Miembro del Jurado

Nombre, Título académico
Miembro del Jurado

Nombre, Título académico
Decano

Bogotá D.C., marzo de 2016

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad Piloto de Colombia (UPC) y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la UPC para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual.

Nombre: _____

C. C.: _____

Nombre: _____

C. C.: _____

Lugar: _____ Fecha: _____

AGRADECIMIENTOS

Primero, agradecemos a Dios por permitirnos dar un nuevo paso en nuestras vidas y cumplir una nueva meta profesional. A nuestros padres y familiares por el apoyo incondicional, paciencia y comprensión, y a todas las personas que de una u otra forma han contribuido en nuestra formación personal y profesional.

A la Universidad Piloto de Colombia por permitirnos estudiar en tan prestigioso establecimiento, a los profesores que nos acompañaron durante todo el proceso y realizaron valiosos aportes para ampliar nuestro conocimiento; a nuestros compañeros de clase porque, además de su amistad, generaron críticas y nos expusieron sus diferentes puntos de vista y opiniones frente a cada tema de aprendizaje.

Al director del programa, Jairo Bárcenas, por su seguimiento y apoyo durante todo el periodo de clases, y a nuestra directora de tesis, Bibian Ximena García, por su acompañamiento durante la elaboración del documento y la investigación, por transmitirnos su conocimiento y generar motivación para culminar esta nueva etapa con éxito.

A todos ellos, mil gracias.

Resumen

El crecimiento desmesurado de las ciudades actuales, está generando incremento en la utilización de elementos publicitarios en sus zonas comerciales. En Bogotá, se destacan varios sectores que presentan densificación de tipo visual, generando afectación en los transeúntes de la zona y en la estética del paisaje urbano, situación coadyuvada con la ausencia de control sobre la Publicidad Exterior Visual y el aumento de elementos de publicidad ilegales o que no requieren legalización que dificultan el control por parte de la autoridad ambiental en la ciudad, a pesar de que para el caso de Bogotá, la Secretaría Distrital de Ambiente-SDA cuenta con un Manual de Publicidad Exterior Visual (PEV) que contiene parámetros para la correcta ubicación y especificaciones de los elementos de publicidad.

Con esta investigación se propone una herramienta para evaluar el grado de contaminación visual, tomando como base la normatividad y la percepción de los habitantes para generar unas recomendaciones finales para el manejo de la publicidad, iniciando con una prueba piloto en el barrio “7 de Agosto” ubicado en la Localidad de Barrios Unidos, cuya aplicación puede ser replicada en otras zonas de la ciudad, que consiste en realizar una descripción para el reconocimiento del sector, posteriormente plantear la herramienta de evaluación y aplicarla en la zona de estudio.

El análisis a través de la herramienta se realiza por medio de dos instrumentos: 1) Ficha de evaluación normativa que permite validar el cumplimiento de la norma respecto al Manual de PEV a través de trabajo de campo, y, 2) La encuesta, que permite identificar la percepción que tienen las personas que habitan la zona, y las afectaciones derivadas de la exposición a sitios con saturación de elementos de PEV.

Finalmente, se consolida la información capturada y se procede a generar las respectivas recomendaciones, dependiendo de la puntuación obtenida en la evaluación, considerando que en la prueba piloto realizada encontramos que esta herramienta si puede ser aplicable en otras zonas siendo efectiva para medir el grado de contaminación visual.

Abstract

The excessive growth of current cities, is generating increased use of advertizing elements in its business areas. In Bogotá, there stand out several sectors with densification of visual type, affecting to passersby in the area and the aesthetics of cityscape, favored situation with the absence of control over the Visual outdoor advertising and increased illegal advertising items or do not require legalization, that are difficult to control by the environmental authority of the city, although in the case of Bogotá, the Secretaria Distrital de Ambiente -SDA has a Manual of Visual Outdoor Publicity (VOP), which contains parameters for correct location and specifications of the elements of advertising.

With this investigation one proposes a tool to evaluate the degree of visual pollution, based on the normativity and the perception of the people to generate a few final recommendations for the management of advertising, starting with a pilot test in the neighborhood " 7 de Agosto " located in the in the town of Barrios Unidos, the application can be replicated in other areas of the city, that involves making a descripción for recognition of the sector, later apply the tool of evaluation in the zone of study.

The analysis through the tool is implemented by means of two instruments: 1) Card of normative evaluation that allows to validate the fulfillment of the norm with regard to the Manual of VOP, and, 2) The survey, for to identify the perception of people living in the area and the effects from exposure to sites saturated for elements VOP.

Finally, the captured information is consolidated and proceeds to generate the respective recommendations, depending on the score of the evaluation, considering that in the pilot test found that this tool it can be applied in other areas for measure the effective degree of visual contamination

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	6
Abstract	7
TABLA DE CONTENIDO.....	8
FIGURAS	11
TABLAS	12
CAPITULO I	13
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1. Justificación	14
Formulación de la Pregunta.....	16
1.2. Objetivos	16
1.2.1. Objetivo General	16
1.2.2. Objetivos Específicos.....	16
CAPÍTULO II.....	17
2. MARCO REFERENCIAL.....	17
2.1. Marco Teórico	17
2.1.1. Marco Conceptual	19
•Avisos.....	20
•Vallas.....	20
•Pasacalles y Pendones.....	21
•Carteleras Locales.....	21
•Mogador.....	21
•Murales Artísticos o Decorativos.....	21
2.1.2. Marco Contextual	21
2.1.3. Marco Jurídico.....	23
CAPÍTULO III	24
3. DESCRIPCIÓN TERRITORIAL.....	24
3.1. Localización	24
3.1.1. Área de Estudio:.....	27
3.2. Calidad Ambiental	29
3.2.1. Calidad del aire.....	29
3.3 Población:.....	30
3.3.1. Población por edad.....	31
3.3.2. Densidad de Población área urbana	32
3.4. Equipamientos.....	32
3.5. Bienes de interés cultural.....	33
• Conservación Integral.....	34

•	Conservación Tipológica.....	34
•	Restitución parcial.....	34
•	Restitución total.	34
	3.6. Parques y zonas verdes	34
	<i>CAPÍTULO IV.....</i>	36
	4. HERRAMIENTA DE EVALUACION	36
	4.1. Ficha de evaluación análisis normativo	36
	4.1.2. Información General	37
	4.1.3. Cuadro de evaluación.	37
	4.2. Encuesta de percepción.....	38
	4.2.1. Objetivos de la encuesta.....	38
	4.2.2. Diseño y elaboración del cuestionario.....	39
	4.2.3. Perfil del encuestado	39
	4.2.4. Contenido de la encuesta.....	39
	• Preguntas Cerradas:.....	40
	De valoración categorizada o ranking.....	40
	De filtro.....	40
	De opinión.....	40
	• Preguntas mixtas:.....	40
	4.3. Herramienta de evaluación	40
	4.3.1. Análisis de la ficha.....	40
	4.3.2. Análisis de la encuesta	41
	Pregunta 1.....	41
	Pregunta 2 a la 6.....	41
	4.3.3. Evaluación	42
	Índice de contaminación visual por PEV.....	42
	Matriz dicotómica de jerarquización para mitigación de la problemática.	44
	<i>CAPÍTULO V.....</i>	46
	5. APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA.....	46
	5.1. Delimitación de la Zona.....	46
	5.2. Ficha de evaluación.....	47
	5.3. Encuesta.....	50
	5.4. Evaluación consolidada.....	61
	5.4.1. Índice de contaminación visual por PEV	61
	5.4.2. Matriz dicotómica de jerarquización para mitigación de la problemática	62
	<i>CAPÍTULO VI.....</i>	64
	6. CONCLUSIONES.....	64
	6.1. Conclusiones Generales.....	64
	6.1.1. Con base en la herramienta	64
	6.1.2. Con base en el manual.....	65
	6.1.3. Con respecto al control y vigilancia	65

6.2. Recomendaciones.....	66
6.2.1. Con base en el Manual.....	66
<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	68
<i>ANEXOS.....</i>	72

FIGURAS

<i>Figura 1. Localización geográfica Localidad Barrios Unidos.....</i>	<i>25</i>
<i>Figura 2. Clasificación de UPZ Localidad Barrios Unidos</i>	<i>26</i>
<i>Figura 3. UPZ Los Alcázares.....</i>	<i>28</i>
<i>Figura 4. Barrio 7 de Agosto.....</i>	<i>29</i>
<i>Figura 5. Distribución Población por Estrato Socioeconómico</i>	<i>31</i>
<i>Figura 6. Matriz Dicotómica.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 7. Plano de ubicación de las Muestras (cuadras) en el Barrio 7 de Agosto</i>	<i>46</i>
<i>Figura 8. Conocimiento acerca de la contaminación visual por muestra.....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 9. Percepción del exceso de PEV por muestra</i>	<i>56</i>
<i>Figura 10. Percepción del exceso de PEV general</i>	<i>56</i>
<i>Figura 11. Impacto de los elementos de Publicidad exterior por muestra</i>	<i>57</i>
<i>Figura 12. Impacto de los elementos de Publicidad exterior general</i>	<i>58</i>
<i>Figura 13. Afectación en las personas por muestra</i>	<i>59</i>
<i>Figura 14. Afectación general en las personas.....</i>	<i>59</i>
<i>Figura 15. Conocimiento de entidades de control para la PEV por muestras.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 16. Conocimiento de entidades de control para la PEV general.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 17. Matriz dicotómica de jerarquización para mitigación de la problemática Barrio 7 de Agosto.....</i>	<i>62</i>

TABLAS

<i>Tabla 1. Normatividad vigente para el manejo y la determinación de la contaminación visual.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 2. Barrios Unidos. Clasificación, extensión, cantidad y superficie de manzanas.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 3. Población y densidad de la población urbana.....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 4. Número de equipamientos en la Localidad Barrios Unidos.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 5. Número y Extensión de parques clasificados por tipo según UPZ de la localidad de Barrios Unidos.</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 6. Tabla de Resultados de la aplicación de la herramienta por muestra.</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 7. Ubicación de las Unidades de Muestra (cuadra).....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 8. Valoración media de Problemática de contaminación M1.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 9. Valoración media de Problemática de contaminación M2.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 10. Valoración media de Problemática de contaminación M3.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 11. Valoración media de Problemática de contaminación M4.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 12. Valoración media de Problemática de contaminación M5.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 13. Valoración media de Problemática de contaminación Total.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 14. Resultado de la aplicación de la herramienta Barrio 7 de agosto.....</i>	<i>61</i>

CAPITULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El espacio público urbano de la Ciudad de Bogotá, especialmente en las zonas con enfoque comercial y mayor concentración de población, se encuentra afectado por factores como la Publicidad exterior (avisos, vallas, murales, grafitis, entre otros), que repercuten en el paisaje urbano y generan contaminación de tipo visual cuando sobrepasan el límite de lo aprobado en la normatividad de publicidad exterior visual, de acuerdo con Gámez (2013), en estudio de la contaminación actual de los avisos publicitarios en la ciudad de Bogotá que encontró que la ciudad es “...*altamente afectada por la contaminación visual, deteriorando el paisaje urbano, y sensiblemente reduciendo la calidad de vida de los ciudadanos llevando a muchos de ellos a vivir en estados de estrés y ansiedad*”.

Debido a que el “... *abuso de ciertos elementos —no arquitectónicos que alteran la estética, la imagen del paisaje tanto rural como urbano, y que generan, a menudo, una sobre estimulación visual agresiva, invasiva*” como lo afirma Pinzón Bohórquez, Puentes& Torres, (2014) puede exponer a los habitantes de la ciudad a problemas de tipo psicológico y social derivados de la exposición a altos contenidos de publicidad exterior generalmente a causa de la densificación desmesurada de la ciudad, se hace necesario efectuar control a los niveles de saturación de publicidad en las diferentes zonas de la ciudad.

Por lo anterior mediante el Acuerdo N° 1 de 1998, el Acuerdo N° 12 de 2000, el Decreto 959 de 2000 y la Resolución 1944 de 2003, se reglamenta la publicidad exterior visual en el Distrito Capital, el procedimiento para el registro, el desmonte de elementos de publicidad exterior visual y el procedimiento sancionatorio en el Distrito Capital, además la Secretaría Distrital de Ambiente (2007), mediante el Manual de Publicidad Exterior Visual para el Distrito Capital establece los parámetros, definiciones y precisiones para el registro y control de la publicidad exterior.

Pese a lo señalado, en la ciudad hay zonas que no cumplen en su totalidad la normativa señalada generando impactos desfavorables en la población y alterando el equilibrio del espacio urbano, la concepción del paisaje, afectando el bienestar de los ciudadanos, teniendo en cuenta que se identificó que para el 2006 la contaminación visual en Bogotá sobrepasa los 6,146 m², lo que equivale a 770 vallas de 8 m² según datos de Contraloría de Bogotá (2006) citada por Cámara de Comercio de Bogotá (2008).

Por lo tanto, para el análisis de la Publicidad exterior visual se definió que el área de trabajo sea la Unidad de Planeación Zonal (UPZ) “Los Alcázares” de la Ciudad de Bogotá, donde se pretende comparar los estándares que presenta el Manual de Publicidad Exterior Visual, frente a lo que actualmente está esa zona, para realizar una propuesta de evaluación mediante el análisis de dos (2) instrumentos que permitirán definir el grado de contaminación de la zona, teniendo en cuenta la actividad comercial y los usos mixtos que allá se desarrollan.

1.1. Justificación

La importancia de la realización de este documento se soporta en la afirmación de Vania Hennings (2000) citado por Gámez (2013), donde indica que *“El mayor contaminante visual, es la publicidad. Existe una constante "invasión" de elementos de gran escala que se imponen ante nuestros ojos, reduciendo nuestro espacio físico e, inclusive, influyendo en el aspecto psicológico”*, cuya pertinencia radica en el exceso identificado de elementos contaminantes en algunas zonas de la ciudad.

En pertinencia a lo señalado, se afirma que la ciudad de Bogotá se ve altamente afectada por la contaminación visual en varias zonas de la ciudad, de acuerdo con estudio realizado por el DAMA, 1998 citado por Gámez, (2013) que señala: *“Se encontró un alto nivel de contaminación visual, debido a la saturación e instalación de vallas de manera indiscriminada, utilizando en muchos casos el espacio público y en otros afectando zonas residenciales”*, además de los datos compilados en los estudios realizados por el DAMA en las fichas ambientales para

las localidades de Fontibón Puente Aranda y Teusaquillo de los años 2003 y 2004, citados por Cámara de Comercio de Bogotá (2008), donde se reveló que las cinco (5) localidades de la ciudad más afectadas por la contaminación visual y además atribuye la contaminación a avisos y pasacalles que escapan a los requerimientos normativos en las localidades mencionadas.

Además, en la ciudad de Bogotá en el año 2012, se desmontaron 115,525 elementos de publicidad ilegal, entre elementos tales como afiches, pendones, pasacalles, avisos y murales, en un área de 53,548.80 m² según la Secretaría Distrital de Salud (2013), mientras que para el 2014, se desmontaron 110,369 elementos de Publicidad Exterior Visual – PEV -, en un área equivalente a 83,306 m² de espacio recuperado y en el año 2015 se desmontaron 89,620 elementos de publicidad equivalente a 32,753.20 m² según cifras del Observatorio Ambiental de Bogotá-Secretaría Distrital de Ambiente (2015a).

De acuerdo con un artículo de la Revista Épsilon (Rivera, 2013), en un estudio realizado por Novoa y Vargas (2013), se determinaron áreas de contaminación en la UPZ Los Alcázares de Bogotá, cuantificando los elementos contaminantes asociados a predios, estableciendo que la publicidad Exterior, los carteles, el deterioro de fachada, antenas y grafitis son los elementos que más contribuyen a la contaminación visual en el UPZ (*Anexo 1*) y de acuerdo con la Secretaría Distrital de Ambiente (2015b) en la localidad de Barrios Unidos para el año 2015 se desmontaron 2,458 elementos de publicidad exterior visual en lo equivalente a 1,766 m².

Para este caso, se pretende hacer el análisis en la localidad de Barrios Unidos, en la Unidad de Planeación Zonal- UPZ Los Alcázares, para realizar una evaluación que determine el grado de contaminación a través de indicadores Cualitativos y Normativos, tomando como Proyecto Piloto el Barrio "7 de agosto" de la Ciudad de Bogotá, el cual concentra un alto nivel de comercio formal e informal, fuente de la publicidad exterior en esta UPZ.

Además, la generación de espacios permanentes, estables, y otros improvisados en su mayoría inestables, generan constante expansión de la publicidad, como opción eficaz e

inmediata para el comercio lo que sumado a la falta de sensibilización aumenta las repercusiones de este medio en la ciudad (Gámez, 2013), siendo esta situación la que más potencializa el uso de elementos de publicidad dada la competencia comercial identificada en el Barrio 7 de Agosto en tipos de comercio de autopartes y venta de ropa que tienen lugar en sitios de uso mixto (comercial y habitacional).

Formulación de la Pregunta

¿Cómo se puede evaluar el grado de contaminación visual de un sector en la ciudad de Bogotá?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General.

Proponer una evaluación para determinar el grado de contaminación visual, generada por la publicidad exterior en la UPZ Los Alcázares, Localidad de Barrios Unidos en Bogotá, tomando como proyecto Piloto el Barrio “7 de Agosto”.

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Realizar la descripción de la UPZ a intervenir.
- Diseñar una herramienta de evaluación con base en dos (2) instrumentos, cuyo resultado permita determinar el grado de contaminación visual del sector.
- Aplicar la herramienta de evaluación para determinar el grado de contaminación visual en la UPZ Los Alcázares.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

La Universidad Nacional de Colombia en su cartilla de contaminación visual para la maestría en ciencias de la educación denota que la contaminación visual se fortalece con la evolución de los medios de comunicación, especialmente como competencia a nivel comercial, donde se van multiplicando los mensajes publicitarios de una forma desmesurada hasta saturar de manera caótica los objetos visuales, los cuales se ven reflejados en el espacio público. Dichos elementos publicitarios surgen desde el siglo XIX con la escuela de Publicistas “Tras Capiello” donde se fomentó el cartel tanto para el aspecto artístico como comercial, generando un tipo de publicidad que mueve las masas para la adquisición de un servicio o producto, y con ello, la contaminación visual que ello conlleva. (Jerez Paredes de Sajché, 2007).

Como lo define Pinzón Bohórquez *et al.*, (2014), la contaminación visual es el cambio o desequilibrio en el paisaje, ya sea natural o artificial, que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivos. También dichos autores señalan que la contaminación visual altera el sistema nervioso central a través de la visión. En el ser humano, sus impactos se pueden ver reflejados mediante la aparición de estrés, mareos, ansiedad, dolores de cabeza, problemas de atención, trastornos de agresividad.

Lo anterior teniendo en cuenta que el cerebro humano tiene una determinada capacidad de absorción de datos que se ve superada con la sobre estimulación de elementos que distorsionan la observación del paisaje urbano según Fernández Muerza (2006). También Rapoport (1974) establece que *“existe un límite innato a la cantidad de información que el hombre puede manejar simultáneamente, llamada Tasa de Información utilizable”*, además *“cuando los elementos son tan numerosos, variados y desvinculados entre sí, el sistema perceptivo queda sobrecargado, haciendo imposible obtener información utilizable alguna.”*,

siendo importante la valoración de la percepción de la población urbana ante el estímulo generado por elementos de publicidad exterior visual.

La Alcaldía Mayor de Bogotá (2013), en el Proyecto de Acuerdo N° 278 de 2013 establece que pueden señalarse dos (2) perspectivas de análisis en cuanto a la dinámica propia de la Publicidad Exterior Visual (PEV), por un lado, “...*la percepción visual, como la comprensión del entorno por parte del ciudadano y de otro lado la dimensión de la capacidad publicitaria basaba en el sentido de apropiación de la ciudad como medio físico, soporte de una actividad económica y cultural.*”, además de evidenciarse distinción en la percepción de la “contaminación visual” de acuerdo a grupos de población, ya que según el estudio del convenio interadministrativo 1140 de 2009, se evidencia contradicción el nivel de percepción de la "contaminación visual" por parte de los transeúntes que observan un alto grado de contaminación visual, mientras que el gremio de las agencias de publicidad reclama la necesidad de más áreas para el desarrollo de la PEV.

Mediante la reforma urbana, en la Ley 9 de 1989 en el artículo 5° se define el espacio público como:

El conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden, por tanto, los límites de los intereses individuales de los habitantes. (Congreso de Colombia, 1989)

De lo anterior puede establecerse que la contaminación visual en esos espacios se desarrolla en mayor proporción comercial y se ve manifestada a través de vallas, pendones, avisos, grafitis, letreros, tableros electrónicos que invitan a las personas a consumir cualquier tipo de producto que se esté ofreciendo.

Finalmente, Yancés Cordoba, (2013) indica que una ciudad con mucha contaminación visual comercial, denota una clara falta de política ciudadana, con una regulación deficiente o

inexistente del uso del espacio público y privado, evidente en el aumento de los elementos de publicidad.

2.1.1. Marco Conceptual.

La Alcaldía Mayor de Bogotá, define a través del Manual de Publicidad Exterior Visual (Secretaría Distrital de Ambiente, 2007), a la Publicidad Exterior como “...*el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas*”, y además especifica los lineamientos y parámetros permitidos para la ubicación, forma, materiales, instalación y registro de este tipo de publicidad, como son los avisos, vallas, afiches, murales artísticos, pasacalles y pendones.

Teniendo en cuenta que la ubicación de la publicidad es responsabilidad del propietario, de la estructura donde se anuncia, el establecimiento, el propietario o anunciante, la Secretaría Distrital de Ambiente regula y controla el registro de la PEV, mediante el registro de inscripción del aviso y verificación del cumplimiento de las normas vigentes, además de establecer la obligatoriedad en sentido de la actualización y ampliación de vigencia del registro.

Con base en el Manual se establece que al no ser registrada la publicidad o cuando adicional a eso los elementos sobrepasan el límite de lo permitido en la norma, se puede hablar de contaminación visual, generada por el ser humano, disminuyendo la calidad ambiental, impactando la calidad de vida de los ciudadanos que viven en este entorno.

El instituto de Protección Civil y Ambiente de la Alcaldía de Chacao en Caracas (2010), citado por Méndez Velandia (2013), define la contaminación visual como “*el impacto en la imagen y fisonomía del entorno urbano causado por la acumulación de materia prima, productos, desechos, abandono de edificaciones y bienes materiales, así como violación en las densidades y características físicas de publicidad*”. Indicando a los carteles publicitarios (en

todas sus presentaciones) como los mayores agentes contaminantes visuales del espacio público, que además de ser un problema estético, afectan la salud psicofísica y la conducta humana.

Así mismo, la Alcaldía Mayor de Bogotá (2013), define la Contaminación visual como *“la saturación del paisaje, por la fijación y exposición tanto de los elementos de publicidad exterior visual, como de los elementos no considerados publicidad exterior visual pero que impactan el paisaje”*, dicha contaminación afecta los aspectos arquitectónicos, estéticos y culturales de la ciudad, generando en los ciudadanos percepciones de confusión, estrés, distracción y otros estímulos y sensaciones agresivas que afectan negativamente el ambiente y por lo tanto la calidad de vida de los habitantes.

A continuación, se definen textualmente los siguientes conceptos que van a ser utilizados en el desarrollo del documento, contenidos en el Decreto 959 del 2000 y que hacen parte integral del Manual de Publicidad exterior Visual de la Secretaría Distrital de Ambiente:

•**Avisos.** Son elementos que se utilizan como anuncio o propaganda con fines profesionales, culturales, comerciales o turísticos que son visibles desde la vía pública, adosados a la fachada.

El aviso consiste en un conjunto de elementos compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos.

•**Vallas.** Se entiende por valla, todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares; que se coloca para su apreciación visual en lugares exteriores y que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos; el cual se integra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta.

•***Pasacalles y Pendones.*** Son formas de publicidad exterior visual que sirven para anunciar de manera temporal, actividades o eventos cívicos, institucionales, culturales, artísticos y políticos.

•***Carteleras Locales.*** Se entiende por carteleras locales, las estructuras que se encuentran adosadas a los muros de cerramiento de los lotes y en las que se podrán fijar afiches o carteles.

•***Mogador.*** Se define como la estructura ubicada por las autoridades distritales o autorizadas por éstas en el espacio público con el fin de que a ellas se adosen carteles o afiches.

•***Murales Artísticos o Decorativos.*** Son los que se pintan directamente sobre las culatas de las edificaciones y muros de cerramiento. No podrán incluir ningún tipo de publicidad, ni evocar marca, producto o servicio y solo se podrán instalar previa autorización de la Secretaría Distrital de Ambiente.

2.1.2. Marco Contextual

El Concejo de Bogotá, a través de Alcaldía Mayor de Bogotá (2013) expone “...*que la saturación al paisaje es un factor que deteriora y contamina el ambiente, exige por tanto, acciones de corresponsabilidad público-privada para prevenir, mitigar, corregir y compensar.*” , ya que la contaminación del ambiente provocada por la publicidad exterior, está creciendo cada día, no solo en Bogotá, sino a nivel nacional, debido a que esta medida es optada por los comerciantes, como un fácil y efectivo método de publicidad de sus establecimientos.

A nivel nacional no existe unificación de los lineamientos a nivel publicitario, sin embargo, se encuentran casos concretos de investigaciones y estudios que han relacionado diferentes entidades en diferentes zonas del país, los cuales se denotan a continuación:

- En el Municipio de Palmira, Valle, la Universidad Nacional (2008) realizó una investigación sobre el espacio urbano, según indica (Rivera, 2013), en la que se identifican los agentes de contaminación visual en 168 cuadras que conforman el Centro, de la cantidad de negocios existentes en estas y de la norma de un aviso permitido por local. Al confrontar la cantidad de negocios y la media establecida

(15), se determinó que el Centro estaba contaminado visualmente en un 88 % por invasión del espacio público.

- En el Municipio de Chía, la Secretaría Distrital de Ambiente desarrolló jornadas de descontaminación visual a través de las autoridades municipales y la Oficina de Planeación Municipal, donde los reportes de los años 2012 y 2013 arrojan un resultado de 430 elementos publicitarios retirados en el año 2012, y 257 elementos retirados en el año 2013, generadas por Constructoras, Instituciones, restaurantes y almacenes.

De acuerdo a la información obtenida por Pinzón Bohórquez et al. (2014), el retiro del elemento contaminante no solo genera la pérdida material, sino además las sanciones administrativas por contaminación, señalando en dicho documento que “... se evidencia la ausencia de una política pública que informe a los ciudadanos sobre la importancia de conocer las normas que regulan la actividad económica y como se puede dar a conocer el servicio o producto que se ofrece sin afectar el medio ambiente. No existe una socialización de las normas y una política pública de prevención”.

- La Secretaría Distrital de Ambiente en la Ciudad de Bogotá, se adelantó un proyecto de Acuerdo Reglamento de Publicidad Exterior Visual para Bogotá (Alcaldía Mayor de Bogotá 2013). El cual tiene por objeto “*dictar disposiciones generales ambientales a las cuales se somete la publicidad exterior visual, crear y ajustar las especificaciones técnicas ambientales de las estructuras que soportan los elementos PEV, unificar y cualificar el procedimiento de otorgamiento de los permisos ambientales respectivos y actualizar los criterios del Sistema Único de Información PEV, para la ciudad*”

Para esto se creará el Sistema Integrado de Información de Publicidad Exterior Visual del Distrito Capital – SIIPEV, el cual tiene como propósito el establecimiento de un sistema de acceso público unificado de registro de colocación de elementos de Publicidad Exterior Visual en el Distrito, cuya información debe ser alimentada por la Secretaría Distrital de Ambiente,

Secretaría Distrital de Hacienda , Secretaría Distrital de Planeación y el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público.

Actualmente se registra la información consolidada en el Observatorio Ambiental de Bogotá -OAB y en el portal IDECA de la Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital.

2.1.3. Marco Jurídico

En la *Tabla 1* se detalla la normatividad vigente para el manejo y la determinación de la contaminación visual a nivel Nacional y Distrital.

Tabla 1. Normatividad vigente para el manejo y la determinación de la contaminación visual

Norma	Establece	Artículos relacionados
Ley 140 de 1994	Reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio nacional.	
Ley 99 de 1993	Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.	Artículos 65, 66 y 85.
Acuerdos 01/98 y 12/00	Reglamentan la publicidad exterior visual en el Distrito Capital compilados en el Decreto 959 de 2000.	
Acuerdo 79/03	Código de Policía de Bogotá D.C.	Artículos 4, 55, 164, 182, 183, 200 y 206
Decreto 959/00 del 1-11/00	Se compilan los textos del acuerdo 01/98 y acuerdo 12/00 los cuales reglamentan la publicidad exterior visual en el Distrito Capital.	
Resolución DAMA 1944/03	Reglamenta el procedimiento para el registro, el desmonte de elementos de publicidad exterior visual y el procedimiento sancionatorio en el Distrito Capital.	

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

3. DESCRIPCIÓN TERRITORIAL

En la localidad de Barrios Unidos hay predominio del uso residencial consolidado, sin embargo, se ha venido desarrollando actividad comercial que ha ido creciendo en esta zona, principalmente en la Unidad Planeación Zonal-UPZ Los Alcázares, que se encuentra atravesada por vías principales como la Carrera 24, la cual presenta en su mayoría establecimientos comerciales en barrios como el “7 de Agosto” que presenta gran actividad de tipo automotriz y comercio de Cueros.

Estos diferentes usos asociados a la zona, han incrementado en el sector problemáticas como el ruido, la contaminación del aire generada por los vehículos y el incremento de residuos sólidos. Adicional a esto se ha concentrado la actividad comercial en los primeros pisos de las edificaciones, pasando del uso residencial a comercial o mixto.

El incremento del comercio, adicional a la problemática mencionada anteriormente, está generando saturación por publicidad exterior visual, ya que los propietarios de los locales comerciales, por competencia o aumento de ingresos están saturando las fachadas de los edificios con avisos, carteles, pendones y publicidad de manera informal; actividades que para ellos son beneficiosas, pero están afectando la estética del espacio público y generando saturación de tipo visual en los transeúntes.

Teniendo esto en cuenta, se realiza la descripción de la UPZ Los Alcázares para analizarla desde los diferentes aspectos demográficos, culturales y sociales, para proceder posteriormente con la aplicación de la herramienta.

3.1. Localización

La UPZ los Alcázares, se encuentra ubicada en la Localidad de Barrios Unidos, situada al noroccidente de Bogotá, la cual limita al occidente con la Avenida carrera 68, al sur con la calle 63, al norte con la calle 100. En la *Figura 1*, se denota con rojo la ubicación geográfica de la localidad en la Ciudad.

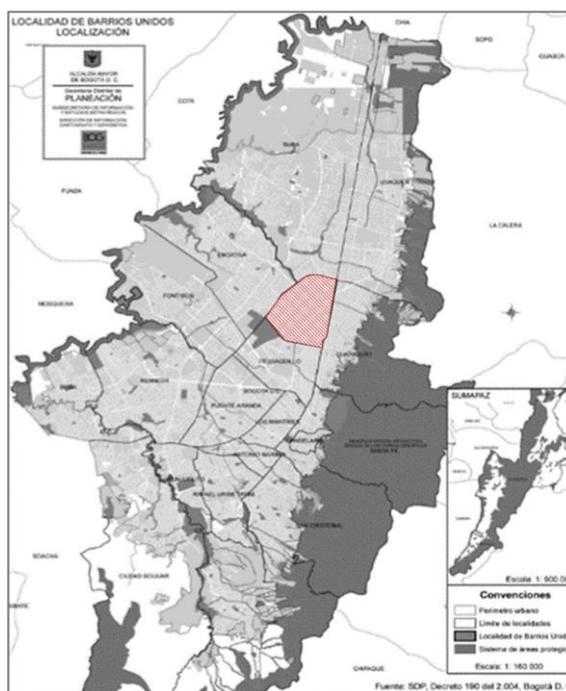


Figura 1. Localización geográfica Localidad Barrios Unidos

Fuente: Secretaría de Planeación, 2009.

La localidad tiene una extensión total de 1,190 hectáreas (ha), todas de área urbana; de éstas 138 corresponden a suelo protegido, además es la quinta localidad con menor extensión del distrito de acuerdo con la Secretaría Distrital de Planeación, (2009). Además, se encuentra conformada por cuatro (4) Unidades de Planteamiento Zonal (UPZ): Los Andes, Doce de Octubre, Los Alcázares, Parque el Salitre (*Figura 2*), cuya área urbana contiene 1,224 manzanas que ocupan 802,6 ha.

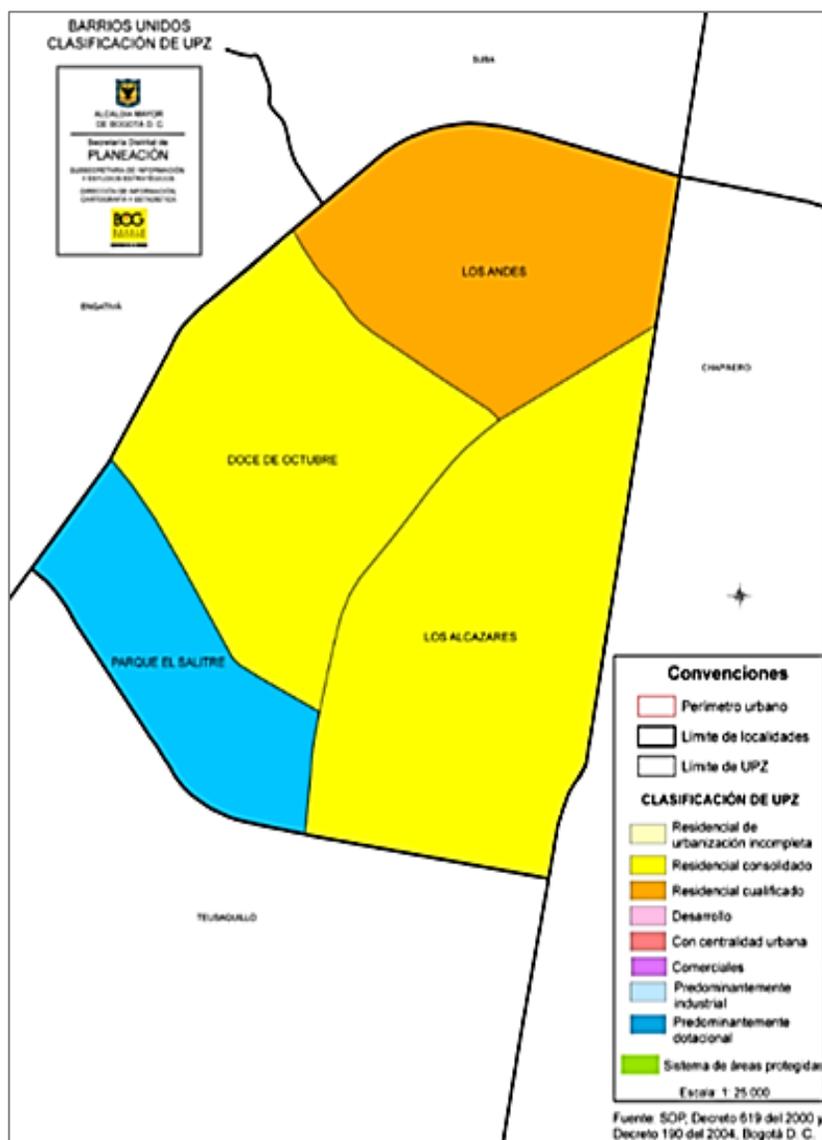


Figura 2. Clasificación de UPZ Localidad Barrios Unidos

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación, (2009).

En la *Tabla 2*, se encuentra el área total de cada UPZ según la Secretaría Distrital de Planeación(2011), donde se destaca el número y área total de las manzanas, y la superficie del suelo urbano, siendo la UPZ Los Alcázares la que tiene la mayor extensión, seguida por la UPZ Doce de Octubre.

Tabla 2. Barrios Unidos. Clasificación, extensión, cantidad y superficie de manzanas

UPZ	Clasificación	Área total (ha)	%	Cantidad Manzanas	Área manzanas (ha)
21 Los Andes	Residencial Cualificado	274,8	23,1	227	193,6
22 Doce de Octubre	Residencial Consolidado	336,3	28,2	439	212,8
98 Los Alcázares	Residencial Consolidado	414	34,8	541	258,6
103 Parque Salitre	Predominante Dotacional	165,2	13,9	17	137,6
Total		1190,3	100	1224	802,6

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación, (2011).

En relación con los usos actuales del suelo para el año 2011, “...la localidad ha pasado de ser una zona residencial a una comercial sin contar con la infraestructura para ello”, además “El cambio de actividad de residencial a comercial, ha generado problemas con respecto a la disposición de residuos, contaminación auditiva y contaminación visual”. (Secretaría Distrital de Planeación, 2011).

3.1.1. Área de Estudio:

El área de estudio definida para el desarrollo de la evaluación comprende la UPZ Los Alcázares (Figura 3), conformada por 20 Barrios; localizada al suroriente de la localidad de Barrios Unidos, y que limita por el norte con la avenida Ciudad de Quito; al oriente con la avenida Caracas y la avenida Paseo de Los Libertadores; al sur con la avenida José Celestino Mutis (calle 63) y al occidente con la avenida Congreso Eucarístico (carrera 68), con una extensión de 414 ha, equivalentes al 34,8% del suelo de la localidad. (Secretaría de Planeación, 2009).

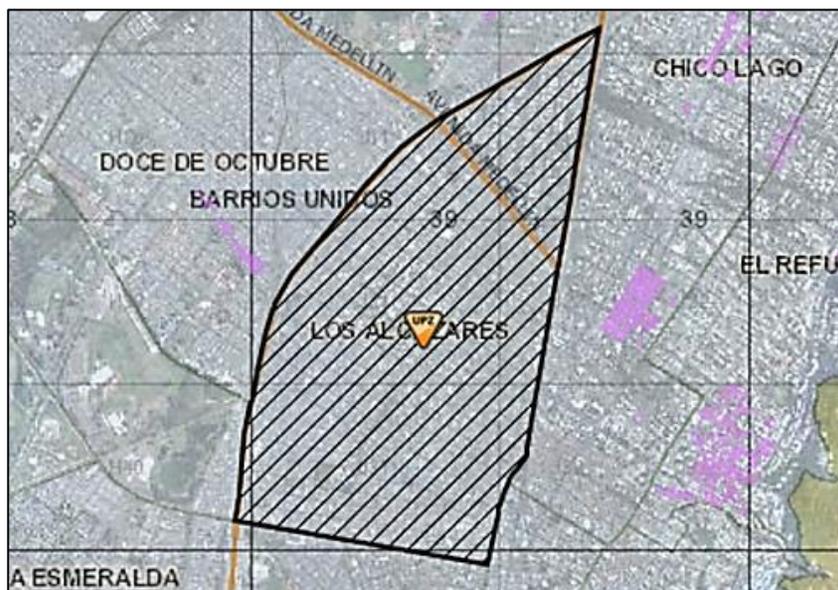


Figura 3. UPZ Los Alcázares

Fuente: <http://sinupotp.sdp.gov.co/2015>

Puntualmente, se tomará como área piloto de estudio el “Barrio 7 de Agosto”, comprendido entre las calles 63F y 68, y la Carrera 21 y 27A, en el cual predominan los servicios de autopartes y reparación de automotores (*Figura 4*).

Como lo expone la Secretaría Distrital de Planeación (a), (2011) en las 21 Monografías de las localidades, “*El aumento de talleres automotrices, especialmente en la zona del 7 de Agosto, ha generado un impacto ambiental negativo reflejado en la invasión del espacio público. Igualmente, el sector está asociado con descargas a los sistemas de alcantarillado, de residuos peligrosos altamente contaminantes como aceites de motor y otros agentes de origen químico*”.



Figura 4. Barrio 7 de Agosto

Fuente: <http://sinupotp.sdp.gov.co/>

3.2. Calidad Ambiental

3.2.1. Calidad del aire

La calidad del aire es un factor determinante en la calidad de vida de la población, especialmente en las ciudades, debido a los efectos que tiene sobre la salud humana; por lo que para el caso del Distrito Capital, la Secretaría Distrital de Ambiente – SDA – ha establecido la Red de Monitoreo de Calidad del Aire de Bogotá D.C. (RMCAB) que evalúa el cumplimiento de los estándares de calidad del aire de la ciudad definidos por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial – MAVDT.

El material particulado, cuyo tamaño es menor o igual a 10 micras, representa un riesgo para la salud humana, puesto que una parte puede ingresar al tracto respiratorio y producir daños en los tejidos y órganos que lo conforman o servir como vehículo para bacterias y virus. (Secretaria Distrital de Ambiente ,2015b).

En la Ciudad de Bogotá no existen datos puntuales de calidad del aire para la localidad Barrios Unidos, debido a las características de los elementos a monitorear y a que las estaciones

de la red de calidad del aire se ubican en puntos estratégicos de la ciudad, cuyos datos se interpolan y de forma global se establece un valor promedio estimado por localidad, que para los años 2010 y 2011 de acuerdo a la SDA el Nivel promedio anual del PM10 fue entre 40 y 50 $\mu\text{g}/\text{m}^3$.

3.3 Población:

La población de Barrios Unidos en el año 2014 era 238.380, que representan el 3,1% de los habitantes del Distrito Capital, según las proyecciones de población del Dane 2005, que de acuerdo a esa misma proyección para el año 2015 fue de 240.960 habitantes, además para el año 2011 de acuerdo a la Secretaría Distrital de Planeación. (2011a), que mediante el Boletín No. 31 de población, viviendas y hogares, indica que en las cuatro (4) UPZ que conforman la localidad de Barrios Unidos, la distribución de población es para el Doce de Octubre del 42,8%, Los Alcázares el 35,3%, Los Andes el 20,0%, Parque Salitre con el 1,8%.

Así mismo para el año 2011, la población de la localidad Barrios Unidos habitaba principalmente en viviendas clasificadas como estrato tres (3) y cuatro (4), con 126.069 personas (53,93%) y 96.434 (41,25%) respectivamente; el 53,38% de los habitantes del estrato tres (3) de la localidad se ubican en la UPZ Los Alcázares que para el 2007 contaba con el 83.4% de viviendas estrato tres (3), y el 15.8% de viviendas estrato cuatro (4), manejando una proporción similar a la población (*Figura 5*).

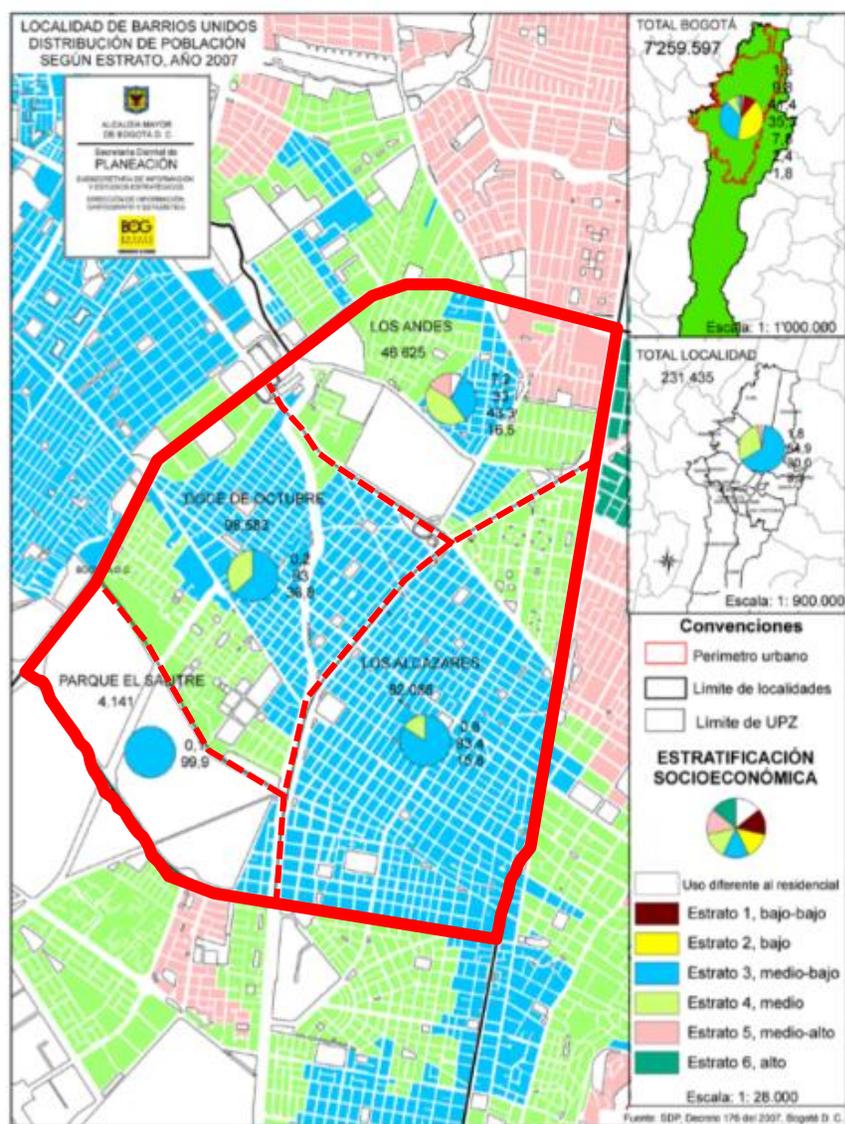


Figura 5. Distribución Población por Estrato Socioeconómico

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación, (2011a).

3.3.1. Población por edad

Según las proyecciones de población a 2015, en Barrios Unidos se destaca la reducción en la participación de la población menor a 14 años dentro del total, al pasar del 20,5% en 2005 a

16,4 % en el año 2015; mientras que la población de 65 años y más ha incrementado su participación al pasar de un 9,0 % en 2005 a un 12,1 % en 2015. (Secretaría Distrital de Planeación ,2015)

En Barrios Unidos los grupos de adultos y adultos mayores son los únicos que cada vez tiene un peso mayor dentro del total de población, debido a la reducción de la fecundidad que experimenta la localidad.

3.3.2. Densidad de Población área urbana

La Secretaría Distrital de Planeación (2011), define la densidad urbana como *“la cantidad de personas que residen en un territorio urbano específico de la ciudad; en este caso se refiere al número de habitantes por hectárea urbana”*.

Para el año 2011 la localidad de Barrios Unidos presentaba una densidad urbana de 196 habitantes por hectárea, dato superior al general para la ciudad de Bogotá que para el mismo año se calculó en 180 habitantes/ha. De acuerdo con la *Tabla 3*, la proyección para la UPZ Los Alcázares fue de 199 personas/ha.

Tabla 3. Población y densidad de la población urbana

Localidad	Área urbana en hectáreas (Ha)	Población Urbana	Densidad Urbana
Los Andes	275	467.999	170
Doce de Octubre	336	100.169	298
Los Alcázares	414	82.513	199
Parque Salitre	165	4.300	26
Total	1.190	654.981	693

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación, (2009).

3.4. Equipamientos

Según la definición de la Secretaría Distrital de Planeación (2011a), el sistema de equipamientos *“es el conjunto de espacios y edificios destinados a proveer a los ciudadanos del Distrito Capital de los servicios sociales de cultura, seguridad y justicia, educación, salud, culto, deportivos, recreativos y de bienestar social, para mejorar los índices de seguridad humana a*

las distintas escalas de atención...”. Actualmente se clasifican en cinco subgrupos: educación, bienestar social, salud, cultura y culto religioso.

En la *Tabla 4* se describe el número de equipamientos presentes en la localidad de Barrios Unidos que cuenta con 641 equipamientos, 27 por cada 10.000 habitantes, cifra que ubica a la localidad como la séptima en número de equipamientos por cada 10.000 habitantes, también se denota que la UPZ los Alcázares tiene 372 equivalentes al 58,03 % del total, y que además la mayor concentración se presenta en el subgrupo de “bienestar social”, con 245 equipamientos de acuerdo al documento “21 Monografías de las Localidades. #12 Barrios Unidos” de la Secretaria Distrital de Planeación (2009).

Tabla 4. Número de equipamientos en la Localidad Barrios Unidos

UPZ	Bienestar social	Salud	Educación	Cultura	Culto	Recreación y deporte	Abastecimiento de alimentos	Administración	Seguridad, Defensa y Justicia	Recintos feriales	Cementerios y servicios funerarios	Total	Población 2011	Equipamiento por cada 10000 Hab	Cantidad de población por equipamiento
21 Los Andes	25	4	26	2	11	1			1			70	46.799	15	666,1
22 Doce de Octubre	96	4	43	3	22		2	5	3		3	181	100.169	18	544,7
98 Los Alcázares	245	5	63	3	47	1	1	2	2		3	372	82.513	45	220,7
103 Parque Salitre	4	1		2		8		2		1		18	4.300	43	230,1
Total	370	14	132	10	80	10	3	9	6	1	6	641	233.781	27	364,7

Fuente. Secretaria Distrital de Planeación, (2009).

3.5. Bienes de interés cultural

En la localidad de Barrios Unidos se ubican 411 Inmuebles de Interés Cultural, de los cuales 19 se clasifican en Conservación Integral, 387 en Conservación Tipológica, cuatro (4) en Restitución Parcial y uno (1) en Restitución Total.

Entendiéndose de acuerdo a la Secretaría Distrital de Planeación, (2011b) como:

- **Conservación Integral.** Inmuebles que cuentan con valores culturales excepcionales, representativos de determinadas épocas del desarrollo de la ciudad y que es necesario conservar como parte de la memoria cultural de los habitantes.
- **Conservación Tipológica.** Inmuebles que tienen valores arquitectónicos, de organización espacial y de implantación predial y urbana, que los hacen parte de un contexto a conservar por su importancia en el desarrollo arquitectónico y urbanístico de la ciudad y que son representativos de tipos arquitectónicos de la época en que se construyeron.
- **Restitución parcial.** Predios que fueron ocupados por inmuebles considerados como de conservación por normas anteriores y que en vigencia de éstas fueron intervenidos sustancialmente, en contravención de las mismas.
- **Restitución total.** Predios que fueron ocupados por inmuebles considerados como de conservación por normas anteriores y que en vigencia de éstas fueron demolidos, en contravención de las mismas.

La UPZ Los Alcázares es la que más concentración de inmuebles de interés cultural tiene en la localidad, ya que cuenta con el 98,7% equivalente a 406 Inmuebles.

3.6. Parques y zonas verdes

Según la base de datos del Instituto de Recreación y Deporte citada por la Secretaria Distrital de planeación, (2011b), en la localidad de Barrios Unidos se localizan 117 parques que suman 1.729.681,4 m², lo que equivale a 7,4 m² por habitante, teniendo en cuenta la población urbana del año 2011; este indicador es el tercero más alto con respecto al promedio de las localidades y está por encima del promedio de la ciudad que registra 4,4 m²/hab.

En la *Tabla 5* se detalla el total de área de parques ubicados y clasificados en cada UPZ de la Localidad de Barrios Unidos. Siendo los parques de bolsillo los más abundantes (20) y los parques vecinales los que mayor área ocupan en la UPZ con 33.007,5 m²

Tabla 5. Número y Extensión de parques clasificados por tipo según UPZ de la localidad de Barrios Unidos.

UPZ	Bolsillo		Vecinal		Zonal		Metropolitano		Total, General	
	Cantidad	Área (m ²)	Cantidad	Área (m ²)	Cantidad	Área (m ²)	Cantidad	Área (m ²)	Cantidad	Área (m ²)
21 Los Andes	3	1.790,2	21	67.167,5	1	127.708,5			25	196.666,2
22 Doce de Octubre	12	7.006,2	26	133.583,9					38	140.590,1
98 Los Alcázares	20	8.079,5	19	33.007,5	2	23.094,0			41	64.181,0
103 Parque Salitre							10	1.256.080	10	1.256.080,0
Total	35	16.875,9	66	233.758,9	3	150.802,5	10	1.256.080	114	1.657.517,3

Fuente. Secretaría Distrital de Planeación, (2011b).

CAPÍTULO IV

4. HERRAMIENTA DE EVALUACION

Para el diseño de la herramienta de evaluación se determinó emplear dos (2) instrumentos para la captura de información primaria, cuyos datos serán insumo para determinar el grado de contaminación visual del sector.

Los instrumentos son la Ficha de Evaluación que permite realizar la valoración de acuerdo al cumplimiento de la normatividad y la encuesta que permite realizar un análisis de la percepción que tienen los comerciantes y transeúntes de la zona frente a la Publicidad Exterior Visual. La captura de datos para los dos (2) instrumentos se realizará en las mismas cuadras muestreadas, previamente escogidas de forma aleatoria por cada uso del suelo representativo.

4.1. Ficha de evaluación análisis normativo

La ficha comprende la descripción de las cuadras por medio de la realización de un análisis visual consistente en la individualización y cuantificación de predios, así como la identificación de los elementos de publicidad instalada y el cumplimiento de la norma.

Para evitar porcentaje de error en la captura de datos es necesario que la misma persona se encargue de esta actividad, desarrollando el siguiente procedimiento.

1. Tomar registro fotográfico de cada predio ubicado en la unidad de muestra (cuadra) (costado de la cuadra) y contar el número de predios.
2. Empleando un decámetro, se toman las dimensiones reales de un (1) predio ubicado en la cuadra, correspondientes al alto y ancho de la fachada y sus avisos.
3. Con la imagen fotográfica de la cuadra se realiza interpolación de medidas para cada predio, tomando como referencia los datos obtenidos en el punto anterior.
4. Registrar los datos en la ficha

Se realiza una ficha de evaluación por cada cuadra seleccionada, tomando los siguientes datos:

- **Ficha No.:** Se indica el número consecutivo de ficha de la zona que se va a analizar, este es el mismo número asignado a cada muestra (cuadra).
- **Localización:** Se especifica la localización de la cuadra, indicando entre que calles y carreras se encuentra. En la casilla inferior se debe anexar imagen de la localización, demarcando la zona analizada.

4.1.2. Información General

- **No. de predios:** Se especifica el número de predios que tiene la cuadra que se está analizando.
- **Altura promedio (pisos):** Se indica el número de pisos predominante de las edificaciones de la cuadra.
- **Uso:** Se debe marcar con una equis (X), si la cuadra analizada tiene uso residencial, comercial o mixto.
- **Estrato:** Indicar en número, el estrato socioeconómico de la cuadra que se está analizando.
- **Registro Fotográfico:** Insertar fotografías actuales de la cuadra que se está analizando, principalmente en las que se evidencie incumplimiento del Manual de Publicidad Exterior.

4.1.3. Cuadro de evaluación.

Se evaluarán uno a uno los predios que conforman cada cuadra listándolos en la primera columna, desarrollando la evaluación de la publicidad exterior en las columnas siguientes sobre las filas que se encuentran enfrentadas a cada predio.

- ***Predio.*** Listar con número consecutivo los predios existentes en la cuadra.
- ***Área aprox. de fachada.*** Indicar en m² el área aproximada de la fachada de la edificación que se está evaluando (este valor es calculado de acuerdo a la medida de referencia tomada en sitio)

- **En las casillas de Aviso, Cartel o afiche, Murales y Grafitis.** Marcar con una equis (X) en la casilla que corresponda, si existe o no el elemento de publicidad en el predio analizado. En caso de marcar SI, se debe indicar el área aproximada del mismo en m².
- **Ubicación aviso.** Marcar con una equis (X) en la casilla que corresponda, si cumple o no cumple con el Manual de Publicidad Exterior Visual, la ubicación actual del aviso y el área del mismo.
- **Material.** Indicar el material en el que está elaborado el o los avisos.
- **Área total Publicidad (m²).** Sumatoria de los metros cuadrados (m²) de los avisos existentes por predio (Avisos, Carteles o Afiches, Murales y grafitis), para calcular el área de total.
- **Porcentaje de Publicidad en fachada (%).** La resultante de dividir el área total de la Publicidad entre el área total de la fachada, para calcular el porcentaje ocupado por elementos de publicidad exterior en el predio.
- **Total.** Se saca el promedio de todas las filas (información de cada predio), para obtener la información general por cada cuadra.
- **Observaciones.** Espacio para agregar comentarios, observaciones o sugerencias que se consideren importantes de mencionar, y no se encuentren especificadas en el cuadro.

4.2. Encuesta de percepción

Se elabora una encuesta de percepción ciudadana, la cual se realiza a comerciantes y transeúntes de los sectores escogidos de forma aleatoria en la zona de estudio en las cuadras seleccionadas, para evaluar desde sus diferentes puntos de vista la apreciación de la zona que habitan con respecto a la contaminación visual, cuyo resultado permita tener un diagnóstico sobre la opinión y satisfacción de los habitantes del sector.

4.2.1. Objetivos de la encuesta

Los objetivos generales la encuesta se relacionan a continuación:

- Percepción y valoración de los ciudadanos
- Conocimiento sobre Contaminación Visual y Publicidad exterior
- Consecuencias generadas por la contaminación visual a la salud humana
- Evaluación del conocimiento de los habitantes sobre el control que ejerce la autoridad para el cumplimiento de la norma.

4.2.2. Diseño y elaboración del cuestionario

Después de revisar el enfoque que se quiere dar y los resultados a obtener, se procede con la elaboración del cuestionario. Las preguntas se elaboran en función de los objetivos señalados, teniendo en cuenta el conjunto de indicadores de mayor relevancia en relación con la percepción de los habitantes vs. La contaminación visual producida por la Publicidad exterior, además el cuestionario se estructura a partir de una serie de preguntas que permiten obtener la opinión del ciudadano (nivel de satisfacción, nivel de importancia o grado de acuerdo). (Plan EStrategikoa, 2006).

4.2.3. Perfil del encuestado

La encuesta va dirigida a tomar datos respecto a la percepción de la contaminación visual de las cuadras evaluadas, por lo tanto, la población objetivo fue clasificada en dos (2) grupos: Comerciantes (50%) y Transeúntes (50%), de acuerdo al grado de exposición que tienen a la Publicidad exterior visual en la zona. Dado que los elementos de publicidad están relacionados directamente con la actividad comercial, se espera que el primer grupo tenga aceptación respecto a este tema, ya que la publicidad exterior es un medio que ayuda a mejorar el mercadeo de los establecimientos, mientras que en el segundo grupo no se considera que su percepción esté relacionada con intereses económicos. Por lo anterior no se tuvo en cuenta otra segmentación de la población.

4.2.4. Contenido de la encuesta

La encuesta consta de seis (6) preguntas (*Anexo B*), para valorar la percepción para la priorización del mayor problema de contaminación en el sector, el exceso de publicidad visual, el

impacto y tipo de afectación personal y la percepción acerca del control que ejerce la autoridad respecto al tema, las preguntas fueron formuladas de la siguiente forma:

• Preguntas Cerradas:

De valoración categorizada o ranking. En la cual se jerarquiza las respuestas de acuerdo a la consideración del encuestado. Los resultados serán evaluados mediante Análisis de resultados de Valoración Media que en el caso de la pregunta 1, permitirá establecer la importancia que representa la contaminación visual de acuerdo a la percepción de las personas encuestadas.

De filtro. En la encuesta propuesta se establece la pregunta No. 2 la cual permite reconocer si la información entregada por el encuestado es fiable y si este tiene conocimiento sobre lo que se está preguntando.

De opinión. Se incluyen tres (3) preguntas de este tipo en la encuesta, las cuales se clasifican en:

- Opinión única Dicotómica: Se establece la pregunta No. 3ya que su única alternativa de respuesta es SI o NO.
- Opinión única Politómica: Se establecen las preguntas No. 4 y No. 5las cuales presentan varias alternativas de respuesta para el encuestado.

• Preguntas mixtas:

Cuentan con una pregunta cerrada de opinión Dicotómica y complementa con una pregunta abierta para dar la posibilidad al encuestado de escribir su propia respuesta.

4.3. Herramienta de evaluación

4.3.1. Análisis de la ficha

Una vez se obtengan los datos de la Ficha de Evaluación Normativa, se propone en este documento establecer la aplicación de la siguiente relación:

<i>Valoración normativa de</i>	<i><u>% Publicidad promedio en fachadas de la cuadra</u></i>
<i>Publicidad Exterior Visual (PEV):</i>	<i>30% (límite aprobado)</i>

Si el resultado es menor o igual a uno (1) la cuadra evaluada cumple con la normativa distrital, si el resultado es superior a uno (1) no cumple con la norma, el resultado puede variar en un rango de cero hasta 3,333.

4.3.2. Análisis de la encuesta

Se analizará cada pregunta de la encuesta, por cada tipo de muestra (cuadra) y promedio general de las mismas, a continuación, se detalla la forma de análisis de la información capturada.

Pregunta 1.

Como el objeto de este documento es evaluar la problemática generada por contaminación visual, esta pregunta permite jerarquizar la importancia de acuerdo a la percepción de una muestra (cuadra) de la población, donde el valor del resultado podrá variar de uno (1) a cuatro (4) bajo los siguientes grados de clasificación: Uno (1): Muy Perjudicial; Dos (2): Perjudicial Alto; Tres (3): Perjudicial; Cuatro (4): Menos perjudicial.

La valoración promedio será calculada con la siguiente fórmula:

$$\text{Valoración Promedio} = \frac{(X1 * Y1) + (X2 * Y2) + (X3 * Y3) \dots (Xn * Yn)}{\text{No. Encuestados}}$$

X= Conteo de respuestas para esa opción; Y= Calificación de la opción de respuesta

El resultado deberá ser clasificado dentro de los valores mencionados en el párrafo anterior. Para el análisis final se define el límite de encuesta que para el estudio de caso fue clasificado en 2,5, ya que ese valor o números inferiores representan percepción de problemática alta, señalando que requiere mayor análisis e intervención social.

Pregunta 2 a la 6.

La evaluación de estas preguntas se realiza por medio de la sumatoria de respuestas para cada alternativa, y el análisis se realiza empleando un diagrama de barras que permite la

evaluación por cantidad de muestra (cuadras), y un diagrama circular para la evaluación general de todas las encuestas, los resultados que se obtengan permitirán establecer una caracterización por muestra, útil para plantear intervenciones en los sitios de mayor problemática.

4.3.3. Evaluación

Después de realizar el análisis de los dos (2) instrumentos, se procede con la consolidación de los datos obtenidos para definir la zona con mayor grado de contaminación visual y la priorización de las áreas de intervención.

Índice de contaminación visual por PEV. Este análisis, permite jerarquizar las áreas donde se presentan mayores falencias o conflictos por contaminación visual, por lo que los valores del resultado, permitirán jerarquizar los sitios de mayor contaminación visual en el sector, al otorgarle peso a los valores relacionados de valoración promedio (encuesta y al análisis normativo (Ficha).

Para tal efecto se toman los resultados de la ficha y la pregunta No.1 de la encuesta en la que se aplica la siguiente fórmula propuesta en este documento:

$$\text{Índice de Contaminación visual por PEV: } \frac{((1 - \text{PEV}) * \% \text{ Peso de la ficha})}{\left(\text{limite encuesta} - \left(\frac{\text{Valoración Promedio encuesta}}{\text{limite encuesta}} \right) * \% \text{Peso de la encuesta} \right)}$$

Donde:

PEV: resultado de la valoración normativa de la publicidad exterior visual de la ficha.

Valoración promedio encuesta: es el valor calculado en el análisis de la pregunta 1, de jerarquización de la problemática

% peso de la ficha y % peso de la encuesta: se asigna un porcentaje de representatividad de la problemática a la valoración normativa (ficha) y a la valoración de la muestra, de acuerdo al tipo de evaluación que se va a realizar para el caso se estableció que el dato del PEV representa 80% de importancia y el de la Encuesta el 20% de importancia.

Límite de la encuesta: de acuerdo a la valoración establecida para el análisis de la pregunta 1 de la encuesta, se establece un límite de priorización de la problemática, 2,5 ya que para el caso resultados de la valoración promedio en el rango de 1 a 2,5 se identifican como problemática alta por contaminación visual.

En la *Tabla 6*, se muestra el diseño del consolidado de datos para la aplicación de la herramienta.

Tabla 6. Tabla de Resultados de la aplicación de la herramienta por muestra.

Muestra	Ficha	Pregunta 1 de la encuesta	Índice de contaminación visual por PEV
1	Valor Normativa de PVE	Valoración promedio	$((1-PVEm_1) * 0,8) / ((2,5 - (\text{Valoración Promedio } m_1/2,5)) * 0,2)$
2	Valor Normativa de PVE	Valoración promedio	$((1-PVEm_2) * 0,8) / ((2,5 - (\text{Valoración Promedio } m_2/2,5)) * 0,2)$
3	Valor Normativa de PVE	Valoración promedio	$((1-PVEm_3) * 0,8) / ((2,5 - (\text{Valoración Promedio } m_3/2,5)) * 0,2)$
4	Valor Normativa de PVE	Valoración promedio	$((1-PVEm_4) * 0,8) / ((2,5 - (\text{Valoración Promedio } m_4/2,5)) * 0,2)$
5	Valor Normativa de PVE	Valoración promedio	$((1-PVEm_5) * 0,8) / ((2,5 - (\text{Valoración Promedio } m_5/2,5)) * 0,2)$
...n	Valor Normativa de PVE	Valoración promedio	$((1-PVEm_n) * 0,8) / ((2,5 - (\text{Valoración Promedio } m_n/2,5)) * 0,2)$

Fuente: Elaboración propia

Los valores del índice de contaminación visual por PEV, se presentan en un rango de -10,36 hasta 4,44 bajo los valores asignados de porcentaje de 0,8 y 0,2 en las variables de la valoración normativa de PVE y Valoración promedio, respectivamente.

Si el resultado es cero o es negativo, indica que el sitio donde se capturó la muestra (cuadra) requiere intervención de control normativo y trabajo de concientización con las personas de la zona. Adicionalmente, la jerarquización numérica de los resultados indica el grado de prioridad de intervención del total de los sitios evaluados, entre más cercano sea el número negativo del cero más severa será la problemática en el sitio evaluado, puesto que en el resultado se tiene percepción alta de la problemática por contaminación visual exterior.

Si el resultado es un número positivo, indica que el sitio donde se capturó la muestra (cuadra) cumple con la normatividad del Manual de Publicidad Exterior Visual, donde la valoración por percepción incide en la respuesta, por lo tanto, si el resultado es cercano a cuatro

(4) indica que el área no requiere intervención inmediata, puesto que no se evidencia contaminación por percepción, ni tampoco incumplimiento de la norma.

Además, si el número positivo tiene mayor cercanía a cero se denota alta percepción de problemática en la muestra, lo que requiere priorización y acercamiento social para el manejo de la problemática con la comunidad, además de revisión detallada del cumplimiento de la norma, de acuerdo a las observaciones realizadas en la ficha.

Matriz dicotómica de jerarquización para mitigación de la problemática.

Para direccionar las acciones pertinentes en el manejo de la problemática de contaminación visual, se estima pertinente aplicar la siguiente matriz dicotómica (*Figura 6*), que relaciona las variables y establece unas recomendaciones de actuación para el manejo de la problemática.

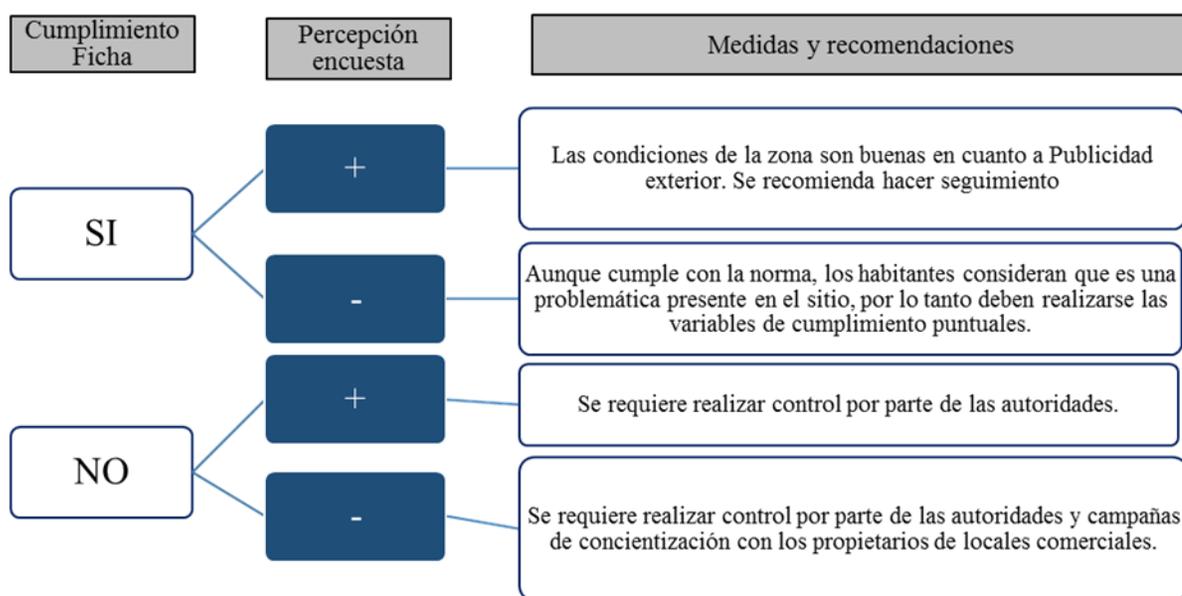


Figura 6. Matriz Dicotómica

Fuente: Elaboración propia

Este análisis establece un direccionamiento inicial para efectuar acciones de gestión para la mitigación de la problemática visual por zona, donde se equipará el valor de la percepción con el cumplimiento de la norma valorándolas con igual importancia.

Finalmente, las dos (2) propuestas para el análisis permiten identificar los sitios con mayor problemática, dar una calificación mediante el índice y establecer las acciones pertinentes para mitigar o disminuir de manera objetiva y acertada las condiciones negativas de la Publicidad Exterior Visual.

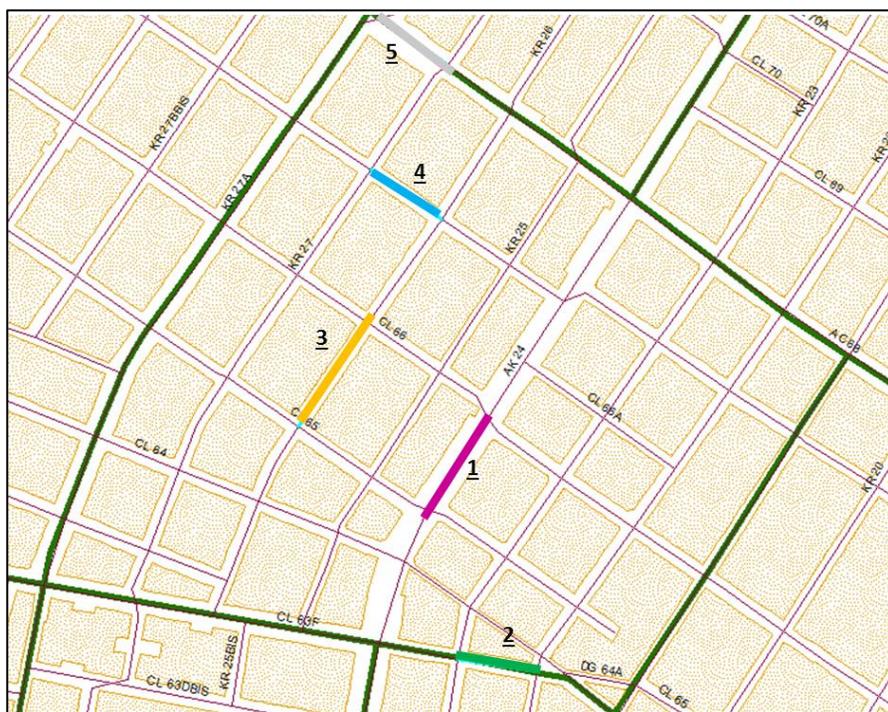
CAPÍTULO V

5. APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA

La herramienta consiste en el análisis simultáneo de dos (2) instrumentos empleados para la captura de información primaria, los cuales se aplicaron de la siguiente forma:

5.1. Delimitación de la Zona

Teniendo en cuenta que en la UPZ Los Alcázares se identifica mixtura de tipo de uso del suelo, tales como comercio, automotor y textil, residencial entre otras. Se realizó inspección visual de la zona, evidenciando mayor variedad y concentración de publicidad en el Barrio “7 de Agosto”, para el estudio piloto se seleccionaron de forma aleatoria cinco (5) cuadras de evaluación, que para efectos del análisis se denominaran “Muestra (cuadras)”. (Figura 7).



Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Plano de ubicación de las Muestras (cuadras) en el Barrio 7 de Agosto
Los números corresponden a la clasificación de cada unidad de Muestra (cuadra).

En la *Tabla 7* se detalla la ubicación de las unidades seleccionadas, donde se llevaron a cabo las visitas para el diligenciamiento de los formatos respectivos para el registro de información primaria.

Tabla 7. Ubicación de las Unidades de Muestra (cuadra)

Muestra (cuadra)	Dirección	Costado	Tipo de Uso
1	Carrera 24 entre calles 65 y 66	Oriental	Mixto
2	Calle 63 F entre carreras 21 y 22	Sur	Mixto
3	Carrera 26 entre calles 65 y 66	Oriental	Mixto
4	Calle 67 entre carreras 26 y 27	Norte	Mixto
5	Calle 68 entre carreras 27 A y 27 B	Norte	Comercial

Fuente: Elaboración propia

Para cada unidad de muestra (cuadra) se diligencio una (1) ficha de evaluación y seis (6) encuestas, de las cuales tres (3) se realizaron a transeúntes y tres (3) comerciantes.

5.2. Ficha de evaluación

Para la captura de información se llevó a cabo visita donde se realizó inspección visual, toma de medidas y toma de registro fotográfico para cada una de las unidades de muestra (cuadra). La caracterización se realizó a un costado de cada cuadra seleccionado al azar (*Anexo B*).

Se tomó el resultado total de cada ficha para analizarlo empleando la fórmula de Valoración normativa de PEV, donde los valores inferiores o iguales a (1) cumplen con la norma y los valores superiores a (1) incumplen con la norma.

Muestra (cuadra) 1: El promedio del porcentaje total de área de publicidad en la fachada (22%) no supera el límite permitido por la norma (30%), por lo tanto, al analizar la proporción de los valores la cuadra si cumple.

$$\text{Valoración normativa de PEV } M_1: \frac{22\%}{30\%}$$

$$\text{Valoración normativa de PEV } M_1: 0,733$$

El resultado de la muestra (cuadra) no sobrepasa el límite permitido, sin embargo, el valor de la Valoración Normativa no dista del valor máximo aprobado, adicional a esto, de las ocho (8) edificaciones identificadas en la cuadra, dos (2) sobrepasan el porcentaje permitido y cuatro (4) no cumplen con la ubicación de los avisos.

Muestra (cuadra) 2: El promedio del porcentaje total de área de publicidad en la fachada (14%) no supera el límite permitido por la norma (30%), por lo tanto, al analizar la proporción de los valores la cuadra si cumple Donde el resultado de la muestra (cuadra) no sobrepasa el límite permitido y obtiene un resultado normal dentro del promedio.

$$\text{Valoración normativa de PEV } M_2: \frac{14\%}{30\%}$$

$$\text{Valoración normativa de PEV } M_2: 0,466$$

De las cuatro (4) edificaciones identificadas en la cuadra, la totalidad cumplen con el porcentaje permitido y dos (2) no cumplen con la ubicación de los avisos.

Muestra (cuadra) 3: El promedio del porcentaje total de área de publicidad en la fachada (31%) supera el límite permitido por la norma (30%), por lo tanto, al analizar la proporción de los valores la cuadra no cumple.

$$\text{Valoración normativa de PEV } M_3: \frac{31\%}{30\%}$$

$$\text{Valoración normativa de PEV } M_3: 1,03$$

El resultado de la muestra (cuadra) no sobrepasa el límite permitido y obtiene un resultado normal dentro del promedio.

De las diez (10) edificaciones identificadas en la cuadra, cinco (5) no cumplen con el porcentaje permitido y ocho (8) no cumplen con la ubicación de los avisos. Considerándose una de las Unidades de muestra (cuadra) críticas dentro de la evaluación.

Muestra (cuadra) 4: El promedio del porcentaje total de área de publicidad en la fachada (25%) no supera el límite permitido por la norma (30%), por lo tanto, al analizar la proporción de los valores la cuadra si cumple.

$$\text{Valoración normativa de PEVM4: } \frac{25\%}{30\%}$$

$$\text{Valoración normativa de PEV M4: } 0,833$$

El resultado de la muestra (cuadra) no sobrepasa el límite permitido, sin embargo, el valor de la Valoración Normativa no dista del valor máximo aprobado.

Adicional a esto, de las ocho (8) edificaciones identificadas en la cuadra, tres (3) sobrepasan el porcentaje permitido y seis (6) no cumplen con la ubicación de los avisos.

Muestra (cuadra) 5: El promedio del porcentaje total de área de publicidad en la fachada (18%) no supera el límite permitido por la norma (30%), por lo tanto, al analizar la proporción de los valores la cuadra si cumple, siendo el resultado de la muestra (cuadra) no sobrepasa el límite permitido y obtiene un resultado normal dentro del promedio.

$$\text{Valoración normativa de PEV M5: } \frac{18\%}{30\%}$$

$$\text{Valoración normativa de PEV M5: } 0,6$$

De las cuatro (4) edificaciones identificadas en la cuadra, la totalidad cumplen con el porcentaje permitido y dos (2) no cumplen con la ubicación de los avisos.

De las cinco (5) Unidades de muestra (cuadra) analizadas, se evidencia que hay dos (2) cuadras que están cumpliendo con la norma, dos (2) que requieren intervención, y una (1) que requiere medidas correctivas por parte de la autoridad.

5.3. Encuesta

La captura de información se llevó cabo en cada una de las unidades de muestra (cuadra), realizando la encuesta a seis (6) personas, tres (3) comerciantes y tres (3) transeúntes, para un total de 30 encuestas para esta propuesta.

Después de realizar el trabajo de campo, se llevó a cabo el análisis de las preguntas:

1. *“De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial”.*

Se realizó el conteo de las ponderaciones por cada problemática de contaminación, y se calculó el porcentaje de acuerdo a la totalidad de las encuestas tomadas por cada unidad de muestra (cuadra), que para este caso son seis (6).

Se realizó evaluación a cada problemática por Unidad de muestra (cuadra), aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Valoración Promedio} = \frac{(X1 * Y1) + (X2 * Y2) + (X3 * Y3) \dots (Xn * Yn)}{\text{No. Encuestados}}$$

X= Conteo de respuestas para esa opción

Y= Calificación de la opción de respuesta

El resultado se clasificará de acuerdo a los grados de calificación definidos al inicio de la encuesta para cada una de las problemáticas. Para el análisis final tendrán mayor peso los que se encuentren entre el rango de 1 a 2,5., que corresponde a la percepción con mayor problemática.

Muestra (cuadra) 1: De acuerdo a los resultados obtenidos (*Tabla 8*), la problemática visual es percibida como la más perjudicial en el grado de clasificación

(1) de acuerdo a la calificación dada por el 50% de las personas encuestadas en esta cuadra, seguida de la problemática auditiva, que se encuentra en el grado de clasificación perjudicial alta (2).

Tabla 8. Valoración media de Problemática de contaminación M1

	Problemática de contaminación	Muy perjudicial (1)	Perjudicial alta (2)	Perjudicial (3)	Menos perjudicial (4)	Total encuestados	Valoración Media
Muestra (Cuadra) 1	Visual	50% 3	33% 2	17% 1	0% 0	6	1,67
	Residuos sólidos	0% 0	17% 1	33% 2	50% 3	6	3,33
	Auditiva	50% 3	17% 1	17% 1	17% 1	6	2,00
	Aire	0% 0	33% 2	33% 2	33% 2	6	3,00

Fuente: Elaboración propia

Las dos (2) problemáticas relevantes en esta cuadra pueden atribuirse a que es una vía principal donde se desarrollan altos niveles de comercio y alto flujo vehicular.

Muestra (cuadra) 2: De acuerdo a los resultados obtenidos, la problemática auditiva es percibida como la más perjudicial en el grado de clasificación (1) de acuerdo a la calificación dada por el 50% de las personas encuestadas en esta cuadra, seguida de las problemáticas visual y contaminación por residuos sólidos, que se encuentra en el grado de clasificación perjudicial alta (2) (Tabla 9).

Tabla 9. Valoración media de Problemática de contaminación M2

	Problemática de contaminación	Muy perjudicial (1)	Perjudicial alta (2)	Perjudicial (3)	Menos perjudicial (4)	Total encuestados	Valoración Media
Muestra (Cuadra) 2	Visual	33% 2	17% 1	33% 2	17% 1	6	2,33
	Residuos sólidos	17% 1	50% 3	0% 0	33% 2	6	2,50
	Auditiva	50% 3	0% 0	33% 2	17% 1	6	2,17
	Aire	0% 0	33% 2	33% 2	33% 2	6	3,00

Fuente: Elaboración propia

Muestra (cuadra) 3: En la *Tabla 10*, la problemática visual es percibida como la más perjudicial en el grado de clasificación (1) de acuerdo a la calificación dada por el 83% de las personas encuestadas en esta cuadra, las demás problemáticas se clasifican en nivel perjudicial alto (2).

Tabla 10. Valoración media de Problemática de contaminación M3

	Problemática de contaminación	Muy perjudicial (1)	Perjudicial alta (2)	Perjudicial (3)	Menos perjudicial (4)	Total encuestados	Valoración Media
Muestra (Cuadra) 3	Visual	83% 5	17% 1	0% 0	0% 0	6	1,17
	Residuos sólidos	17% 1	33% 2	33% 2	17% 1	6	2,50
	Auditiva	0% 0	67% 4	33% 2	0% 0	6	2,33
	Aire	0% 0	50% 3	33% 2	17% 1	6	2,67

Fuente: Elaboración propia

Todas las problemáticas presentan un alto grado de clasificación, teniendo en cuenta que es una zona de comercio de autopartes con alta densidad de publicidad exterior visual, como lo muestra (cuadra) la ficha de evaluación.

En comparación con las otras unidades de muestra (cuadra), es la que presenta mayor grado de calificación negativa.

Muestra (cuadra) 4: De acuerdo a los resultados obtenidos, la problemática auditiva es percibida como la más perjudicial en el grado de clasificación (1), seguida de la contaminación visual calificada como perjudicialmente alta con valoración media de 2,00. Sin embargo, al analizar los datos el 50% de los encuestados la clasifica como muy perjudicial. (Tabla 11)

Tabla 11. Valoración media de Problemática de contaminación M4

Problemática de contaminación	Muy perjudicial (1)	Perjudicial alta (2)	Perjudicial (3)	Menos perjudicial (4)	Total encuestados	Valoración Media
Visual	50% 3	17% 1	17% 1	17% 1	6	2,00
Muestra (Cuadra) 4 Residuos sólidos	17% 1	33% 2	33% 2	17% 1	6	2,50
Auditiva	33% 2	50% 3	17% 1	0% 0	6	1,83
Aire	0% 0	33% 2	0% 0	67% 4	6	3,33

Fuente: Elaboración propia

Muestra (cuadra) 5: De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla 12 se evidencia que para la Muestra 5, ninguna de las problemáticas se encuentra clasificada como Muy perjudicial. La problemática visual se encuentra dentro de las perjudiciales altas (2), con tendencia a ser percibida como el principal problema de contaminación.

Tabla 12. Valoración media de Problemática de contaminación M5

Problemática de contaminación	Muy perjudicial (1)	Perjudicial alta (2)	Perjudicial (3)	Menos perjudicial (4)	Total encuestados	Valoración Media
Visual	17% 1	50% 3	33% 2	0% 0	6	2,17
Muestra (Cuadra) 5 Residuos sólidos	50% 3	0% 0	17% 1	33% 2	6	2,33
Auditiva	33% 2	33% 2	33% 2	0% 0	6	2,00
Aire	0% 0	17% 1	17% 1	67% 4	6	3,50

Fuente: Elaboración propia

Valoración media consolidada: De acuerdo a los resultados obtenidos por cada unidad de muestra (cuadra), se realiza una consolidación de la información general para el barrio “7 de Agosto”, donde en la *Tabla 13*, se evidencia que la contaminación visual es la principal problemática ambiental de acuerdo a la percepción de los encuestados.

Tabla 13. Valoración media de Problemática de contaminación Total

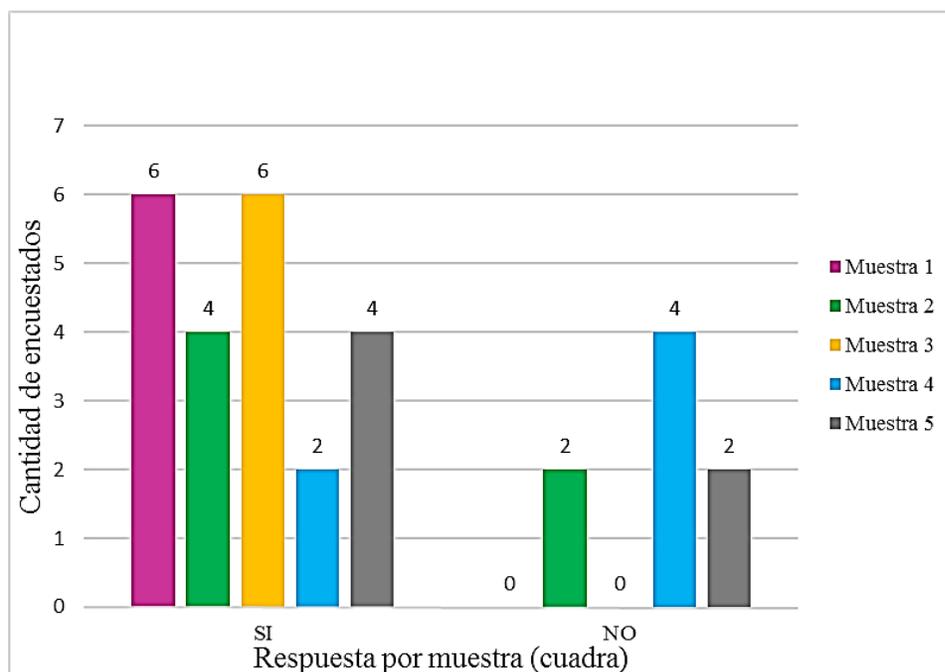
Problemática de contaminación		Muy perjudicial (1)	Perjudicial alta (2)	Perjudicial (3)	Menos perjudicial (4)	Total encuestados	Valoración Media
Muestras (Cuadras) 1 a la 5	Visual	47% 14	27% 8	20% 6	7% 2	30	1,87
	Residuos sólidos	20% 6	27% 8	23% 7	30% 9	30	2,63
	Auditiva	33% 10	33% 10	27% 8	7% 2	30	2,07
	Aire	0% 0	33% 10	23% 7	43% 13	30	3,10

Fuente: Elaboración propia

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

Para el análisis de las respuestas obtenidas en cada muestra (cuadra) se realizó un diagrama de barras comparando el conocimiento de la problemática por contaminación visual. De esta manera, esta pregunta permitirá dar fiabilidad a los resultados obtenidos en las demás preguntas de la encuesta.

De acuerdo a la *Figura 8*, se denota que en la muestra (cuadra) 4, el grado de conocimiento con respecto al tema es bajo, por lo tanto, los resultados obtenidos en esta muestra deberán ser corroborados al momento de tomar acción.



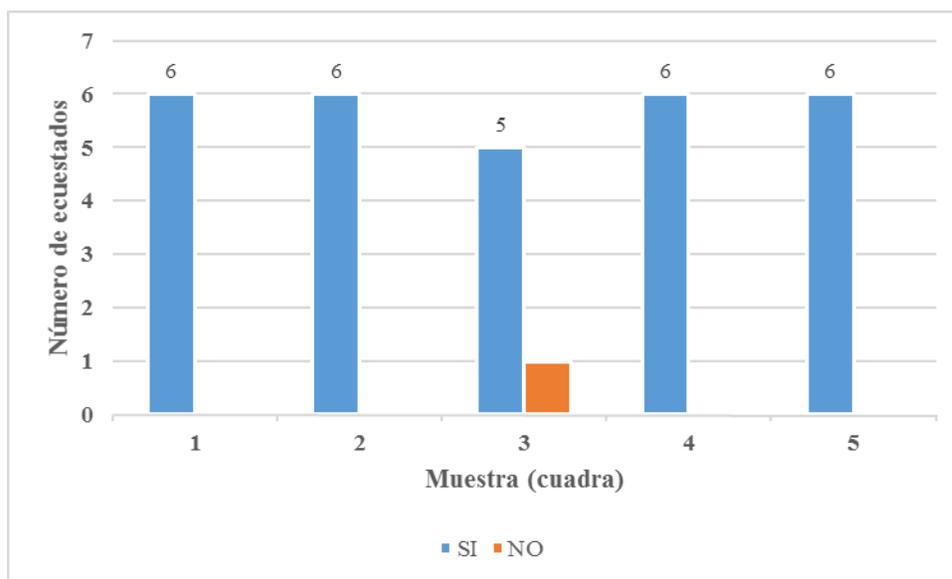
Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Conocimiento acerca de la contaminación visual por muestra

3. *¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?*

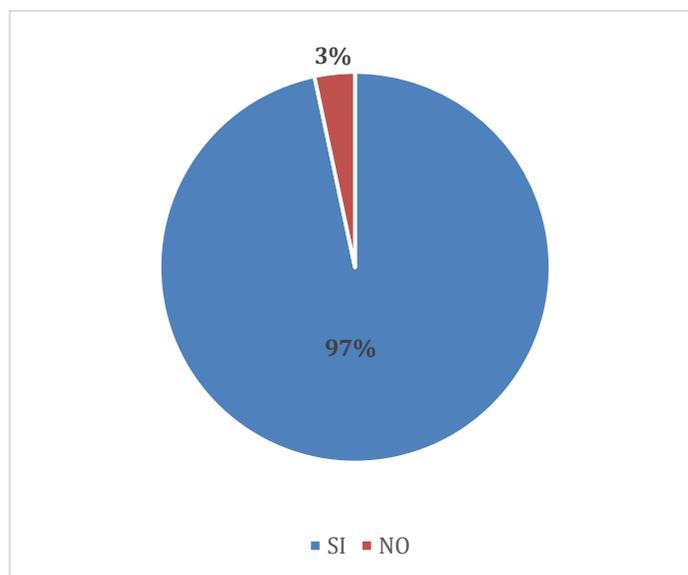
En la *Figura 9* se evidencia que en la mayoría de las muestras (cuadras), excepto en la Número 3, hay concordancia en la percepción de la totalidad de los comerciantes y transeúntes encuestados con respecto al exceso de publicidad exterior visual en la zona.

Además, se evalúa la respuesta promedio de todas las muestras por medio de un diagrama circular (*Figura 10*), donde se evidencia que el 3% de la población encuestada no considera que haya exceso de publicidad exterior.



Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Percepción del exceso de PEV por muestra



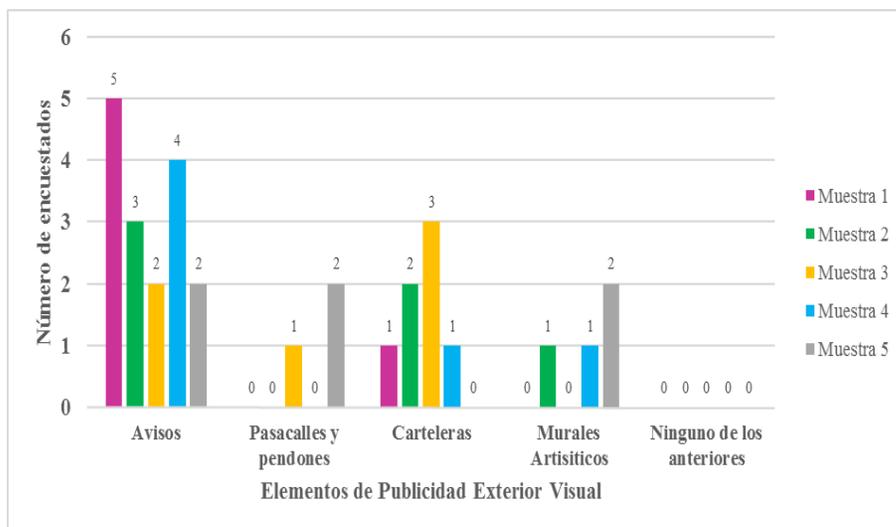
Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Percepción del exceso de PEV general

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: (Marque con una X)
 Avisos, pasacalles y pendones, carteleras, murales artísticos, Ninguno de los anteriores.

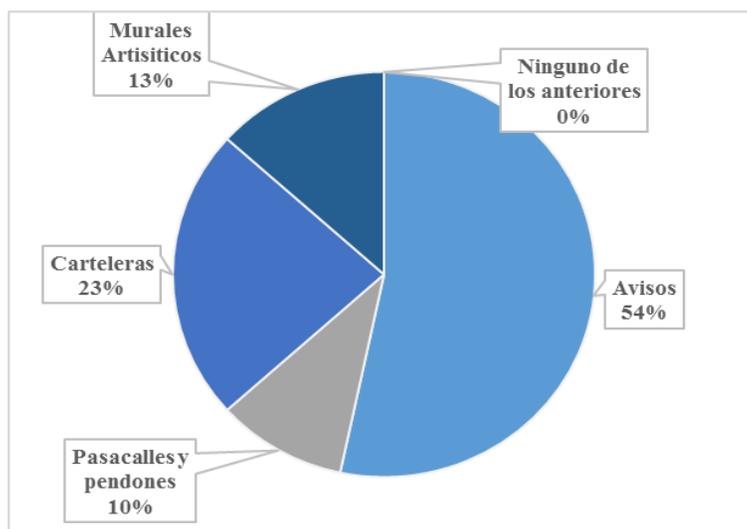
Al evaluar la percepción de impacto negativo por cada muestra (cuadra) generada en comerciantes y transeúntes, se evidencia que en la mayoría de los casos se contemplan los “avisos” como el elemento que genera mayor impacto visual, a excepción de las muestras tres (3) y cinco (5), donde predominan las carteleras, pendones y murales (*Figura 11*).

Al realizar la evaluación general de la zona, en la *Figura 12* se denota que los avisos presentan el mayor porcentaje (53%) de impacto, seguidos de las carteleras (23%). Además, se infiere que, para todas las muestras, los elementos de publicidad exterior visual consultados comprenden la totalidad de los elementos reconocidos como de mayor impacto.



Fuente: Elaboración propia

Figura 11. Impacto de los elementos de Publicidad exterior por muestra



Fuente: Elaboración propia

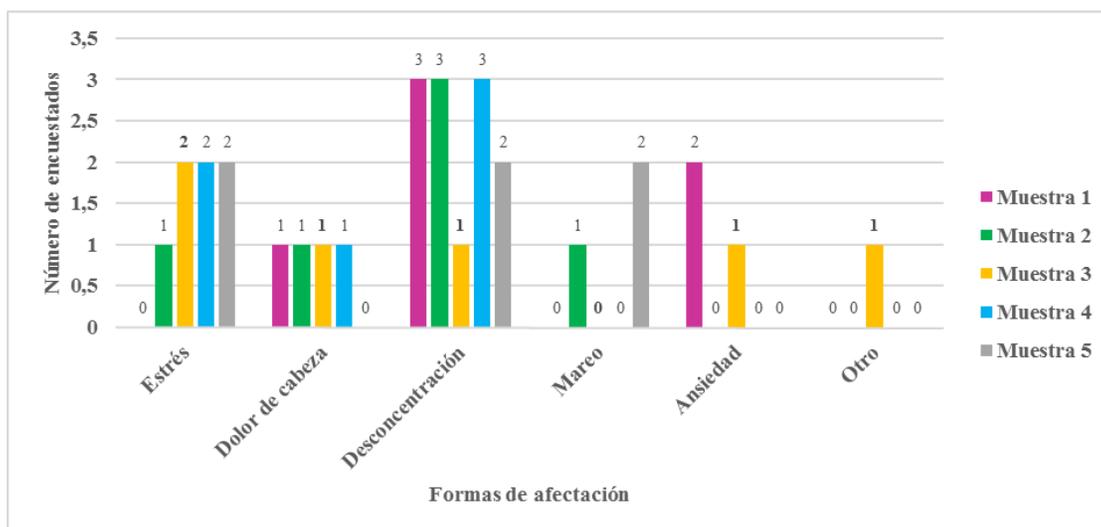
Figura 12. Impacto de los elementos de Publicidad exterior general

5. *¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.*

Estrés, dolor de cabeza, desconcentración, mareo, ansiedad, otra.

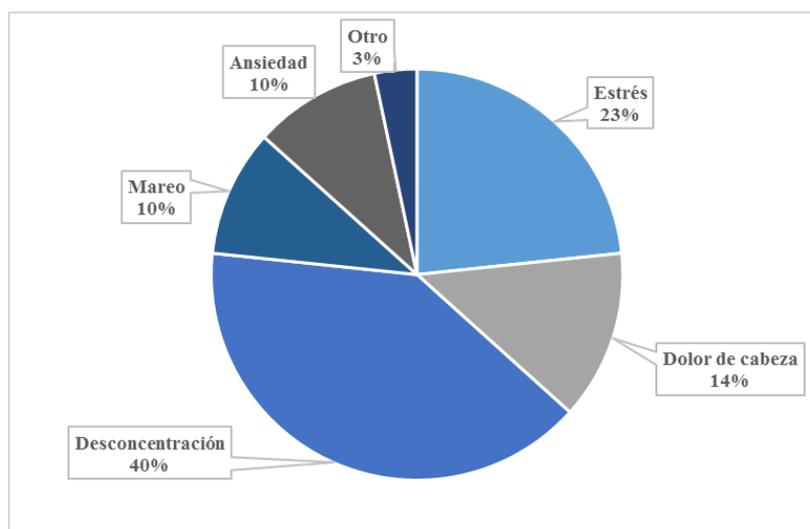
Al realizar el análisis por cada muestra, se observa que la mayor afectación por publicidad reflejada en las personas es la desconcentración, con reporte en las cinco (5) muestras o cuadras, presentando una leve reducción en las muestras 3 y 5, además en la “Muestra 3” una persona indicó otra manera de afectación. (Figura 13).

En el análisis general se evidencia que la desconcentración (40%) es la que mayor afectación presenta en las personas, seguido del estrés (23%). (Figura 14).



Fuente: Elaboración propia

Figura 13. Afectación en las personas por muestra



Fuente: Elaboración propia

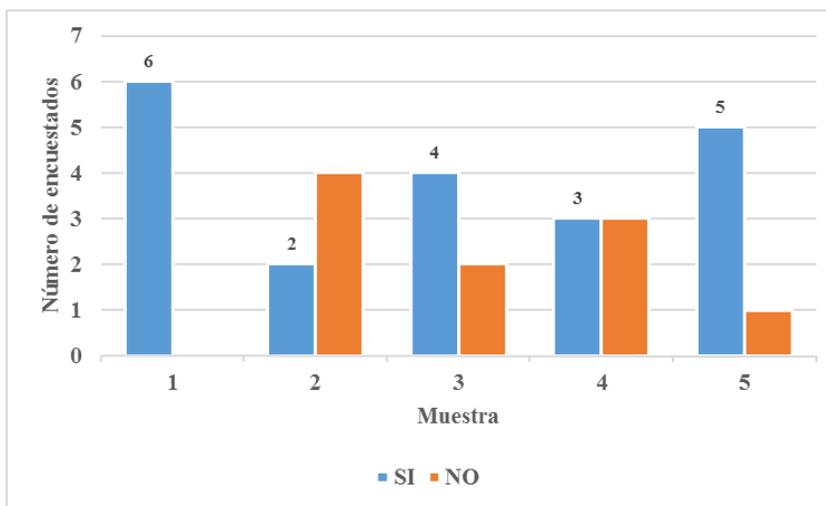
Figura 14. Afectación general en las personas

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

En la *Figura 15*, se evidencia que en la muestra (cuadra) 1 la totalidad de los encuestados reconoce un organismo de control y en la muestra 5 la mayoría de los encuestados manifiestan

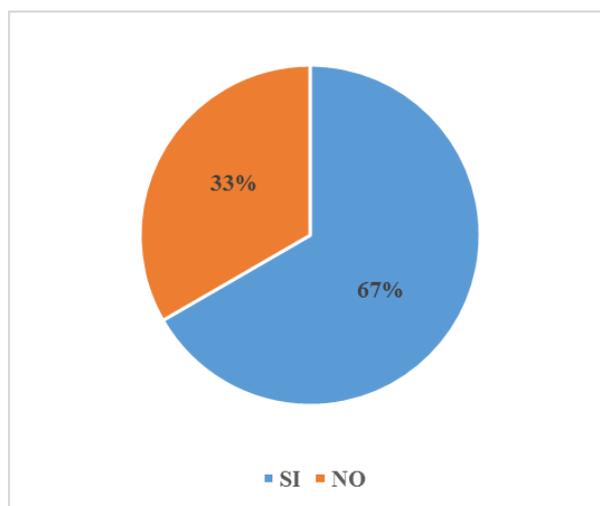
conocerlo, mientras que en las muestras 2, 3 y 4 no se reconoce organismo ni control sobre la publicidad. Además, dentro de las formas de control mencionadas por los encuestados se encuentran las sanciones multas, el desmonte de vayas por parte de las autoridades y medidas de control policivo.

En el resultado general evidente en la *Figura 16*, prevalece el conocimiento del control e la publicidad exterior visual con un 67%.



Fuente: Elaboración propia

Figura 15. Conocimiento de entidades de control para la PEV por muestras



Fuente: Elaboración propia

Figura 16. Conocimiento de entidades de control para la PEV general

5.4. Evaluación consolidada

Después de realizar el análisis de los dos (2) instrumentos, para definir la zona con mayor grado de contaminación visual, se realiza la consolidación de los datos a través de las siguientes propuestas.

5.4.1. Índice de contaminación visual por PEV

De acuerdo a los resultados obtenidos en la *Tabla 14*, se denota que la Muestra (cuadra) 3, es la única que incumple la normatividad y además presenta percepción de contaminación visual por impacto negativo de los elementos de Publicidad Exterior Visual, donde el 97% de los encuestados indican que sí hay contaminación en la zona, repercutiendo en sintomatología por estrés atribuible a la alta presencia de carteleras en el área.

Tabla 14. Resultado de la aplicación de la herramienta Barrio 7 de agosto

Muestra (cuadra)	Ficha	Pregunta 1 de la encuesta	Índice de contaminación visual por PEV
1	0,733	1,67	0,58
2	0,466	2,33	1,36
3	1,03	1,17	-0,06
4	0,833	2	0,39
5	0,6	2,17	0,98

Fuente: Elaboración propia

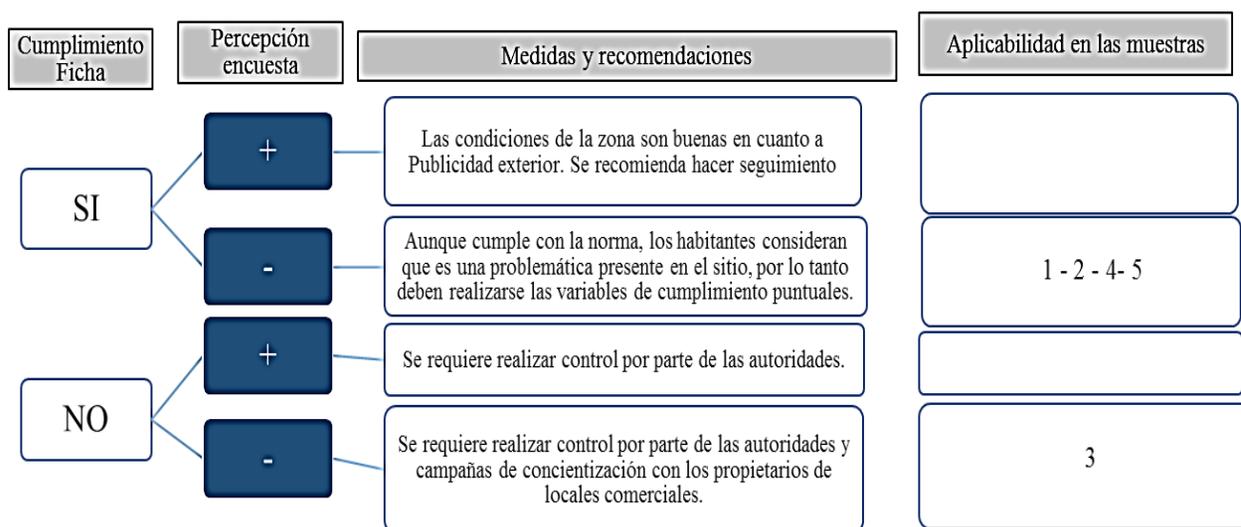
Además, se establece que la Muestra 1 y la Muestra 4 requieren intervención de control de la publicidad y manejo de la percepción, puesto que presenta valoración cercana a cero, donde la Muestra 4 deberá ser la segunda zona a intervenir, seguida de la muestra 1 y la Muestra 5. Así mismo la Muestra 2 cuyo valor dista más del cero, indica que el nivel de cumplimiento de la norma es bueno y que la percepción negativa no es tan alta.

Por lo anterior se establece que la aplicación de este índice permite establecer el orden de intervención y el nivel de la problemática, en cuyo caso el escenario ideal será cuando el Índice se aproxime o sea igual a cuatro (4) ya que indicara mayor porcentaje de cumplimiento de la

norma y que dicha problemática no es la más relevante para iniciar acciones ambientales en el área de estudio.

5.4.2. Matriz dicotómica de jerarquización para mitigación de la problemática

De manera simultánea se realiza el análisis mediante la Matriz dicotómica de jerarquización para mitigación de la problemática donde se indican las medidas y recomendaciones para iniciar acciones de mitigación en el área, de acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis de la ficha y la evaluación promedio de la encuesta. (Figura 17).



Fuente: Elaboración propia

Figura 17. Matriz dicotómica de jerarquización para mitigación de la problemática Barrio 7 de Agosto

En la Figura 17, se determina que la problemática en la Muestra (cuadra) 3, se debe al incumplimiento de la norma, por lo que se indica que es viable realizar control de los elementos de PEV por parte de las autoridades y concientización con los propietarios de los locales comerciales a los que se les atribuye el uso de la publicidad. Por otra parte, para las otras muestras se indica que es necesario revisar los parámetros de cumplimiento normativo puntual, teniendo en cuenta que la percepción es negativa para una vez identificados las variables problema, se establezcan las acciones pertinentes para mejorar la percepción.

Por lo anterior se establece que el índice permite indicar que puntos presentan mayor problemática, relacionada con el nivel de cumplimiento normativo y con la percepción negativa de la publicidad exterior visual, para priorizarlo en el marco directriz que marca la matriz, es decir que al emplear la herramienta se establecen los puntos focales para la gestión administrativa relacionada en el aparte de medidas y recomendaciones, los cuales deben aplicarse con mayor intensidad en los puntos focales que denota la jerarquización de las zonas evaluadas, como es el caso de la Muestra 3, que el índice señala como el más crítico y en la matriz se evidencia que no alcanza a dar cumplimiento a la normatividad y que la percepción es negativa.

Además, al realizar un análisis de las demás muestras, puede establecerse que requieren intervención en concientización y revisión detallada de las variables que incluye la ficha, sin embargo, de acuerdo al índice las acciones de mitigación y manejo deberían realizarse inicialmente en la Muestra 4.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones Generales

- Se describió la UPZ Los Alcázares, al establecer las características de la zona en el ámbito territorial, demográfico y cultural.
- La descripción territorial indica que la Unidad de Planeación Zonal- UPZ de los Alcázares presenta uso residencial consolidado, aunque se ha desarrollado actividad comercial en crecimiento, siendo la posible causa del incremento de uso de elementos de publicidad visual exterior, donde se observó aumento considerable en las cuadras presentes sobre las vías principales como es el caso de la Carrera 24, donde además se evidencian otras problemáticas asociadas a ruido, contaminación del aire y saturación por publicidad.
- Se diseñó una herramienta de evaluación que consta de dos (2) instrumentos, uno para la evaluación normativa con base en los parámetros del Manual de Publicidad Exterior, y otro con base en la percepción ciudadana; y se confirma que sí es posible determinar el grado de contaminación visual mediante la herramienta, con el fin de establecer unas recomendaciones finales puntuales para la zona.
- Se logró determinar el nivel de contaminación visual en cinco puntos escogidos del Barrio 7 de Agosto de la UPZ los Alcázares, mediante el uso del indicador del Índice de contaminación visual por PEV y de la Matriz dicotómica de jerarquización para mitigación de la problemática, propuestos en este documento

6.1.1. Con base en la herramienta

- La herramienta permite priorizar los sitios donde debe realizarse control por parte de las autoridades y aquellas que requieren campañas de concientización y capacitación a la ciudadanía.

- El Índice de contaminación visual por Publicidad Exterior Visual, puede ser empleado en estudios de percepción y como índice de cumplimiento de la normativa en el Distrito, para lo cual el porcentaje de valoración asignado da mayor importancia o igual importancia a cada instrumento.
- La inclusión de la percepción visual en la herramienta, permite valorar el impacto negativo de la contaminación visual en determinados sitios y de acuerdo al análisis direccionar la prioridad de intervención con medidas para mitigar la afectación por contaminación.

6.1.2. Con base en el manual

- La aplicación de la herramienta diseñada requiere que antes de efectuarse se haga una normalización y aclaración de los criterios de evaluación los cuales deben tenerse en cuenta en futuros ajustes del Manual de Publicidad Exterior Visual
 - El manual especifica que *“solo puede existir un aviso por fachada, el cual no puede ocupar más del treinta por ciento (30%) del área hábil de la fachada”*, de acuerdo con la presente investigación, se debería considerar que la medición sea sobre el área comercial y no el área hábil, puesto que se observó saturación en un solo piso, teniendo en cuenta que son edificaciones de uso mixto.
 - Los Avisos pintados o incorporados de cualquier forma a las ventanas y puertas de la edificación, deberían ser regulados e incluidos en el manual, teniendo en cuenta que, en el área estudiada se evidenció uso de este medio, por su fácil desmonte y bajo costo.

6.1.3. Con respecto al control y vigilancia

- El aumento del área ocupada por Publicidad Exterior Visual es coadyuvado por las falencias que presenta la Secretaría Distrital de Ambiente-SDA como organismo de control, debido a que existen elementos que no requieren de registro y otros fácilmente montables y desmontables que se establecen sin registro.

- Una de las falencias evidenciadas durante el registro de los avisos en la SDA, es que se inicia el trámite con una documentación específica, pero no se realiza seguimiento constante al cumplimiento de las instalaciones aprobadas y ejecutadas por el propietario.
- Teniendo en cuenta que ante la SDA se hace registro de los avisos de acuerdo al manual de publicidad visual, ese documento no contempla el registro de algunos elementos, que son fácilmente desmontables o lavables (pinturas) y no son registrados repercutiendo en la afectación del paisaje y en la percepción negativa de los ciudadanos.

6.2. Recomendaciones

6.2.1. Con base en el Manual

- El Manual de PEV requiere ajuste en el modo de evaluación de cumplimiento por ubicación del aviso y ajuste en las definiciones de los elementos de la publicidad, como es el caso de los murales artísticos, puesto que estos fueron confundidos por los ciudadanos con los avisos pintados.
- La relación de publicidad respecto a las fachadas debería considerar la saturación de elementos en los diferentes niveles de construcción, puesto que se observó saturación en un solo piso, lo que incide negativamente en la percepción, por alta exposición de elementos de PEV.
- Para la efectiva aplicación de la herramienta, se debe establecer el valor de peso de la variable normativa y de la percepción, de acuerdo al análisis que se vaya a realizar, debido a que el resultado del índice le dará mayor jerarquía a la variable determinada.
- La aplicación y cumplimiento estricto de las leyes existentes para regular algunos contaminantes visuales en la ciudad, deberá ir acompañada de trabajo social y de concientización en el cual se promulguen normas que sean orientadas al interés general y a proteger la calidad visual del espacio público

- Generar regulación para los elementos de publicidad que no están incluidos en el manual para proveer de material técnico a la entidad encargada de ejercer control y regular la publicidad exterior visual.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía Mayor de Bogotá (2000), Decreto 959 de 2000, *Por el cual se compilan los textos del Acuerdo 01 de 1998 y del Acuerdo 12 de 2000, los cuales reglamentan la publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Bogotá*. 10/01/2016. Recuperado de Sitio web: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4718>
- Alcaldía Mayor de Bogotá (2013). Proyecto de Acuerdo No.278 de 2013, *por el cual se dictan disposiciones generales en materia ambiental sobre publicidad exterior visual para la ciudad de Bogotá D.C.* 19/01/2016. Recuperado de Sitio web: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=55493>
- Cámara de Comercio de Bogotá (2008). Ramírez, P. A. B., & Juan Alfredo Rúa Rodríguez, E. C. A, (2008). Caracterización urbanística, social y ambiental: anillo de innovación [PDF] .22/02/2016. Sitio Web: http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/3127/3021_anillo_de_innovacion_com.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Concejo de Santafé de Bogotá D.C. Acuerdo 01 de 1998, *por el cual se Reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Santa Fe de Bogotá*, Colombia. 18/11/2015. Recuperado de Sitio web: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=582>.
- Concejo de Santafé de Bogotá D.C. Acuerdo 12 de 2000, *por el cual se modifica el Acuerdo 01 de 1998*. 18/01/2016. Recuperado de Sitio web: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3764>
- Congreso de Colombia, Ley 9 de 1989, *por la cual se dictan normas sobre planes de desarrollo municipal, compraventa y expropiación de bienes y se dictan otras disposiciones*. 23/10/2015. Recuperado de Sitio web: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1175>

- Departamento Técnico Administrativo de Medio Ambiente de Bogotá, D.C.–DAMA. Resolución 1944 de 2003, *Por la cual se reglamenta el procedimiento para el registro, el desmonte de elementos de publicidad exterior visual y el procedimiento sancionatorio correspondiente en el Distrito Capital*. 22/02/2016. Recuperado de Sitio web: http://legal.legis.com.co/document?obra=legcol&document=legcol_75992041ed70f034e0430a010151f034
- Fernández Muerza, A. (2006). Turismo ecológico. Revista on-line Consumer EROSKI. Fecha de publicación, 14 de septiembre de 2006
- Gámez, E. (2013). La contaminación visual actual de los avisos publicitarios en la ciudad de Bogotá. 22/02/2016, de Universidad Militar de Colombia Recuperado de Sitio web: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/10716/1/ELSA%20GAMEZ.pdf>
- Jerez Paredes de Sajché, M. T. (2007). Eficacia De Las Medidas Legales Existentes Para Evitar La Contaminación Visual En La Ciudad De Guatemala. Eficacia De Las Medidas Legales Existentes Para Evitar La Contaminación Visual En La Ciudad De Guatemala. Guatemala, Guatemala.
- Méndez Velandia C.A., (2013). La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela Gestión y Ambiente, vol. 16, núm. 1, mayo, 2013, pp. 45-60 Universidad Nacional de Colombia Medellín, Colombia.15/12/2015. Recuperado de Sitio web: <http://www.redalyc.org/pdf/1694/169427489007.pdf>
- Pinzón Bohórquez, A., Puentes Barreiro, J. G., & Torres Martínez, N. F. (2014). Afectación del paisaje urbano por contaminación visual en el Municipio de Chía Departamento de Cundinamarca. 20/02/2016, de Universidad Libre.
- Plan EStrategikoa. (2006). Encuesta de Percepción Ciudadana. Don Ostia- San Sebastián: Plan EStrategikoa.
- Rapoport, (1974). Aspectos de la Calidad del Entorno. Barcelona: La Gaya Ciencia, S.A.
- Rivera C., Gabriel H. (2013). Elementos atípicos y contaminación visual urbana en un sector de la zona centro de Bogotá. Épsilon (21), 83-105. Recuperado de Sitio Web: <http://oaji.net/articles/2015/2065-1432478039.pdf>

- Secretaría Distrital de Ambiente. (2007). Manual de Publicidad Exterior Visual para el Distrito Capital. 18/09/2015, de Secretaría Distrital de Ambiente- SDA Sitio web: http://www.ambientebogota.gov.co/es/c/document_library/get_file?uuid=f628253a-1cf4-4e1d-a393-e27c135e0bdc&groupId=10157
- Secretaría Distrital de Ambiente (2009) Contrato interadministrativo 1140 de 2009. Control de deterioro ambiental en los componentes aire y paisaje. Bogotá.
- Secretaría Distrital de Ambiente (2015a). Observatorio Ambiental de Bogotá (OAB). Recuperado de Sitio Web: <http://oab.ambientebogota.gov.co/es/indicadores?id=654&v=1>
- Secretaría Distrital de Ambiente(2015b). Observatorio Ambiental de Bogotá (OAB). Recuperado de Sitio Web: <http://oab.ambientebogota.gov.co/es/indicadores?id=876&v=1>
- Secretaría Distrital de Planeación. (2009). Conociendo la localidad de Barrios Unidos: Diagnóstico de los aspectos físicos, demográficos y socioeconómicos. Alcaldía de Bogotá, Bogotá.
- Secretaría Distrital de Planeación. (2011a). Bogotá, ciudades y estadísticas. Boletín #31. Población, viviendas y hogares a Junio 31 de 2011. Bogotá: Alcaldía de Bogotá.
- Secretaría Distrital de Planeación (2011b). 21 Monografías de las Localidades #12 Barrios Unidos. Cartilla, Alcaldía Mayor de Bogotá, Bogotá.
- Secretaria Distrital de Salud (2013). Informe de balance de resultados 2012. Programa Bogotá Humana ambientalmente saludable. 22/01/2016. Recuperado de Sitio web: <http://www.saludcapital.gov.co/Rendicin%20de%20Cuentas/Rendici%C3%B3n%20de%20Cuentas%202012/EJE%20%20PLAN%20DESARROLLO.pdf>
- Secretaría Distrital de Planeación (2015). SINUPOT. Recuperado de Sitio web: <http://sinupotp.sdp.gov.co/2015>
- Universidad Nacional de Colombia- Sede Bogotá. Maestría en enseñanza de las ciencias exactas y naturales. División Nacional de Servicios Académicos y Virtuales. 22/01/2015. Sitio web: http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/ciencias/mtria_ensenanza/form_int/und_1/pdf/ambiente/la_contaminacion_visual.pdf

- Yances Cordoba, L. (2013). El Entorno Histórico de la Ciudad de Cartagena Opacado por la Contaminación Visual Comercial [PDF]. Aglala, 4(1). 15/09/2015. Recuperado de Sitio web <http://revistas.curn.edu.co/index.php/aglala/article/view/397>

ANEXOS

ANEXO A: Elementos identificados asociados con los predios, Unidad de Planeación Zonal Los Alcázares.

No.	Elementos de CVU asociado con predios	Predios Afectados
1	Publicidad Exterior	2076
2	Carteles	710
3	Deterioro de Fachada	245
4	Antenas	199
6	Grafitis	126
7	Material inadecuado	43
8	Chimeneas	29
9	Material sobre fachada	18
10	Edificaciones abandonadas	9
	Total	3455

Fuente. Rivera (2013).

ANEXO B: Encuestas de percepción de contaminación ambiental

ANEXO C: Fichas de Evaluación Normativa de contaminación visual



**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha:
Muestra: dirección:

Perfil del encuestado:
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- CONTAMINACION VISUAL
- CONTAMINACION POR BASURA
- CONTAMINACION AUDITIVA
- CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

- SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

- SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
- PASACALLES Y PENDONES
- CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
- NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
- DOLOR DE CABEZA
- DESCONCENTRACIÓN
- MAREO
- ANSIEDAD
- OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

- SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: 20 enero 16

Perfil del encuestado: L

Muestra: dirección: Cra 24 (Calle 65 y 66) 0a. Numero de encuesta:
(I)

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 3 ^{con} CONTAMINACION VISUAL
 4 CONTAMINACION POR BASURA
 1 CONTAMINACION AUDITIVA
 2 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

CON POLICIA - MULTAS
Y BAJANDO LAS VALLAS

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: 20 enero 116
 Muestra: dirección:
 (I)

Perfil del encuestado: L
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 2 CONTAMINACION VISUAL
- 3 CONTAMINACION POR BASURA
- 1 CONTAMINACION AUDITIVA
- 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

- SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

- SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
- PASACALLES Y PENDONES
- CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
- NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
- DOLOR DE CABEZA
- DESCONCENTRACIÓN
- MAREO
- ANSIEDAD
- OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

- SI NO

Como se controla:
 MULTAS.

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: 20 enero /16
 Muestra: dirección:
 (J)

Perfil del encuestado: L
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 2 CONTAMINACION VISUAL
- 3 CONTAMINACION POR BASURA
- 1 CONTAMINACION AUDITIVA
- 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

- SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

- SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
- PASACALLES Y PENDONES
- CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
- NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
- DOLOR DE CABEZA
- DESCONCENTRACIÓN
- MAREO
- ANSIEDAD
- OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlan la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

- SI NO

Como se controla:

multas y policía

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: 20 enero /16
Muestra: dirección:
(E)

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 2 CONTAMINACION POR BASURA
 4 CONTAMINACION AUDITIVA
 3 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Comparando

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: 20 enero 16
Muestra: dirección:
(I)

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 4 CONTAMINACION POR BASURA
 2 CONTAMINACION AUDITIVA
 3 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

MURALES ARTISTICOS

NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:
Secretaría de Ambiente

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: 20 enero 16
Muestra: dirección:
(I)

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
- 4 CONTAMINACION POR BASURA
- 3 CONTAMINACION AUDITIVA
- 2 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

- SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

- SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
- PASACALLES Y PENDONES
- CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
- NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
- DOLOR DE CABEZA
- DESCONCENTRACIÓN
- MAREO
- ANSIEDAD
- OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlan la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

- SI NO

Como se controla:



Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: Enero 20 / 2016
 Muestra: dirección: (II)
 Calle 63F entre 21 y 22

Perfil del encuestado: L
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 4 CONTAMINACION POR BASURA
 3 CONTAMINACION AUDITIVA
 2 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: Enero 20/2016
Muestra: dirección: (II)
Calle 63F entre 21 y 22

Perfil del encuestado: L
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 3 CONTAMINACION VISUAL
 2 CONTAMINACION POR BASURA
 1 CONTAMINACION AUDITIVA
 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Registrando los avisos

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: Enero 20/2016
 Muestra: dirección: (IT)
 Calle 63F entre 21 y 22

Perfil del encuestado: L
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 2 CONTAMINACION POR BASURA
 4 CONTAMINACION AUDITIVA
 3 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: Enero 20/16
 Muestra: dirección: (II)
 Calle 63F entre 21 y 22.

Perfil del encuestado: T
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 3 CONTAMINACION VISUAL
 2 CONTAMINACION POR BASURA
 1 CONTAMINACION AUDITIVA
 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:
Secretaría de Medio Ambiente y Policía
con sanciones y cerrando negocios que no cumplan

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: Enero 20 / 2016
Muestra: dirección:
Calle 63F entre 24 y 22

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

4 CONTAMINACION VISUAL
 1 CONTAMINACION POR BASURA
 3 CONTAMINACION AUDITIVA
 2 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: Enero 20/2016
Muestra: dirección:
Calle 63F entre 21 y 22.

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 2 CONTAMINACION VISUAL
 4 CONTAMINACION POR BASURA
 1 CONTAMINACION AUDITIVA
 3 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: 20 enero /16
Muestra: dirección: III
CALLE 26 ENTRE CALLES 65 y 66

Perfil del encuestado: L
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 2 CONTAMINACION POR BASURA
 3 CONTAMINACION AUDITIVA
 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlan la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Sanciones y Quitar la
Publicidad

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: Enero 2016
 Muestra: dirección: III

Perfil del encuestado: L
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
- 2 CONTAMINACION POR BASURA
- 4 CONTAMINACION AUDITIVA
- 3 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

- SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

- SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
- PASACALLES Y PENDONES
- CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
- NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
- DOLOR DE CABEZA
- DESCONCENTRACIÓN
- MAREO
- ANSIEDAD
- OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

- SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: 20 Enero / 16
Muestra: dirección: III

Perfil del encuestado: L
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 2 CONTAMINACION VISUAL
 1 CONTAMINACION POR BASURA
 4 CONTAMINACION AUDITIVA
 3 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD

OTRA Ninguna.
Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla: Demoras Publicidad

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: Enero 2016
 Muestra: dirección: III

Perfil del encuestado: T
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 3 CONTAMINACION POR BASURA
 4 CONTAMINACION AUDITIVA
 2 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: Enero 2016
Muestra: dirección: III

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 3 CONTAMINACION POR BASURA
 4 CONTAMINACION AUDITIVA
 2 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Policia hace que quiten avisos.

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: Enero 2016
Muestra: dirección: III

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 4 CONTAMINACION POR BASURA
 3 CONTAMINACION AUDITIVA
 2 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA
Cual: Fastidio

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlan la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Multa.

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: Enero 20/16
 Muestra: dirección: (IV)
 CAVE 67 ENTRE CRA 26427

Perfil del encuestado: L
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 3 CONTAMINACION VISUAL
 1 CONTAMINACION POR BASURA
 2 CONTAMINACION AUDITIVA
 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

-Secretaría del medio ambiente

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: Enero 20/2016
Muestra: dirección: (N)

Perfil del encuestado: L
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 4 CONTAMINACION POR BASURA
 2 CONTAMINACION AUDITIVA
 3 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: 20 enero 2016
 Muestra: dirección: (N)

Perfil del encuestado: L
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 4 CONTAMINACION VISUAL
- 2 CONTAMINACION POR BASURA
- 1 CONTAMINACION AUDITIVA
- 3 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

- SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

- SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
- PASACALLES Y PENDONES
- CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
- NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
- DOLOR DE CABEZA
- DESCONCENTRACIÓN
- MAREO
- ANSIEDAD
- OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

- SI NO

Como se controla:

Alcaldía

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: 20 enero/16
 Muestra: dirección: (IV)

Perfil del encuestado: T
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
- 2 CONTAMINACION POR BASURA
- 3 CONTAMINACION AUDITIVA
- 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

- SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

- SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
- PASACALLES Y PENDONES
- CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
- NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
- DOLOR DE CABEZA
- DESCONCENTRACIÓN
- MAREO
- ANSIEDAD
- OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

- SI NO

Como se controla:
MULTAS Y CIERRE DE
NEGOCIOS.

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: 20 enero /16
Muestra: dirección: (IV)

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 2 CONTAMINACION VISUAL
 3 CONTAMINACION POR BASURA
 1 CONTAMINACION AUDITIVA
 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: 20 enero/16.
 Muestra: dirección: (IV)

Perfil del encuestado: T
 Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
- 3 CONTAMINACION POR BASURA
- 2 CONTAMINACION AUDITIVA
- 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

- SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

- SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
- PASACALLES Y PENDONES
- CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
- NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
- DOLOR DE CABEZA
- DESCONCENTRACIÓN
- MAREO
- ANSIEDAD
- OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

- SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA

Fecha: Enero 20/16

Muestra: dirección: (V)

CALLE 68 ENTRE CRA 27A Y 27B
Cortado Norte

Perfil del encuestado: T

Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 2 CONTAMINACION VISUAL
 3 CONTAMINACION POR BASURA
 1 CONTAMINACION AUDITIVA
 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

MURALES ARTISTICOS

NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

ESTRÉS

DOLOR DE CABEZA

DESCONCENTRACIÓN

MAREO

ANSIEDAD

OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlan la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Compendios Ambientales
multas, sellamientos,
decomiso de vallas y sanciones económicas

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: Enero 2016
Muestra: dirección: (V)

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 3 CONTAMINACION VISUAL
 4 CONTAMINACION POR BASURA
 1 CONTAMINACION AUDITIVA
 2 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA
Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Sanciones y cierre de
establecimientos

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: 20 enero 116.
Muestra: dirección: (V)

Perfil del encuestado: T
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 2 CONTAMINACION VISUAL
 1 CONTAMINACION POR BASURA
 3 CONTAMINACION AUDITIVA
 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Muitas.

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: 20 enero 116
Muestra: dirección: (V)

Perfil del encuestado: L
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 1 CONTAMINACION VISUAL
 4 CONTAMINACION POR BASURA
 2 CONTAMINACION AUDITIVA
 3 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlan la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Sanciones y cuotes.

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: 20 enero/15.
Muestra: dirección: (V)

Perfil del encuestado: L
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 3 CONTAMINACION VISUAL
 1 CONTAMINACION POR BASURA
 2 CONTAMINACION AUDITIVA
 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
 PASACALLES Y PENDONES
 CARTELERAS

- MURALES ARTISTICOS
 NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

- ESTRÉS
 DOLOR DE CABEZA
 DESCONCENTRACIÓN
 MAREO
 ANSIEDAD
 OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlen la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

Muchas gracias.

**ESPECIALIZACION EN GESTION AMBIENTAL URBANA
ENCUESTA DE PERCEPCION VISUAL
PUBLICIDAD EXTERIOR
BARRIO 7 DE AGOSTO / BOGOTA**

Fecha: enero 20/16
Muestra: dirección: (V)

Perfil del encuestado: 1
Numero de encuesta:

1. De acuerdo a su percepción, enumere de 1 a 4 los siguientes problemas de contaminación ambiental en el sector del Barrio 7 de agosto, donde 1 es el que usted considera el principal problema y 4 es el menos perjudicial.

- 2 CONTAMINACION VISUAL
- 1 CONTAMINACION POR BASURA
- 3 CONTAMINACION AUDITIVA
- 4 CONTAMINACION DEL AIRE

2. ¿Sabe usted que es la contaminación visual?

SI NO

3. ¿Considera que en el Barrio 7 de agosto hay exceso de publicidad exterior?

SI NO

4. De los siguientes elementos, cual considera usted que genera mayor impacto visual en las personas: Marque con una X

- AVISOS
- PASACALLES Y PENDONES
- CARTELERAS

MURALES ARTISTICOS

NINGUNO DE LOS ANTERIORES

5. ¿La publicidad, avisos y carteles de la zona le afecta a usted de alguna de las siguientes formas? Marque con una X.

ESTRÉS

DOLOR DE CABEZA

DESCONCENTRACIÓN

MAREO

ANSIEDAD

OTRA

Cual: _____

6. ¿Sabe usted si hay entidades que controlan la publicidad exterior? Si su respuesta es SI, indique como considera que es controlado.

SI NO

Como se controla:

la secretaria pone multas
y sanciones

Muchas gracias.

FICHA DE EVALUACIÓN ANALISIS NORMATIVO

FICHA No.	1	INFORMACION GENERAL	
LOCALIZACIÓN:	Cra 24 ente calle 64 y 65 - Costado oriente	No. De Predios:	8
 		Altura Promedio (Pisos)	2
		Uso: Comercial <input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Mixto <input checked="" type="checkbox"/>	
		Estrato:	3

REGISTRO FOTOGRAFICO



PREDIO	Área Apróx. Fachada (M2)	AVISOS			CARTEL o AFICHE			MURALES Y GRAFITIS			UBICACIÓN AVISO		MATERIAL	Area total Publicidad (m2)	% Publicidad en fachada
		SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	Cumple	No Cumple			
Edificio No. 1	140	x		14	x		1,92	x		2,2		x		18,12	13%
Edificio No. 2	45,5	x		4,5				x		2	x		Aviso rigido	6,5	14%
Edificio No. 3	45,5	x		7		x			x			x	Aviso rigido	7	15%
Edificio No. 4	35	x		5,67	x		0,84	x		0,87	x		Aviso rigido	7,38	21%
Edificio No. 5	66	x		5	x		0,75		x		x		Aviso rigido	5,75	9%
Edificio No. 6	45,5	x		14,4	x		0,54		x			x	Aviso / Pelicula sobre vidrio	14,94	33%
Edificio No. 7	35	x		4,2		x		x		15		x	Aviso rigido	19,2	55%
Edificio No. 8	36	x		6,3		x			x		x		Aviso luminoso	6,3	18%
TOTAL	448,5			61,07			4,05			20,07				85,19	22%

Observaciones:

- * Cuadra ubicada sobre Av. Principal en un sector comercial
- * Aunque el promedio de la sumatoria de las fachadas es inferior al 30% del área, hay dos edificaciones que no cumplen por área, y 4 edificaciones que no cumplen por ubicación del aviso principal

FICHA DE EVALUACIÓN ANALISIS NORMATIVO

FICHA No.	2	INFORMACION GENERAL	
LOCALIZACIÓN:	Calle 63 F Entre calle 65 -66	No. De Predios:	4
 		Altura Promedio (Pisos)	2
		Uso: Comercial <input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Mixto <input checked="" type="checkbox"/>	
		Estrato:	3

REGISTRO FOTOGRAFICO



PREDIO	Área Apróx. Fachada (M2)	AVISOS			CARTEL o AFICHE			MURALES Y GRAFITIS			UBICACIÓN AVISO		MATERIAL	Area total Publicidad (m2)	% Publicidad en fachada	
		SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	Cumple	No Cumple				
Edificio No. 1	64	x		13,5		x			x			x		Aviso rigido	13,5	21%
Edificio No. 2	75	x		3,11	x		1,32		x				x	Aviso rigido	4,43	6%
Edificio No. 3	58,5	x		6,5	x		2,64		x					Aviso rigido	9,14	16%
Edificio No. 4	67,5	x		9		x			x				x	Aviso rigido	9	13%
TOTAL	265			32,11			3,96			0					36,07	14%

Observaciones:

* Cuadra de uso mixto (comercio de cueros y vivienda)

FICHA DE EVALUACIÓN ANALISIS NORMATIVO

FICHA No.	3	INFORMACION GENERAL	
LOCALIZACIÓN:	Cra 26 Entre calles 65 - 66	No. De Predios:	10
 		Altura Promedio (Pisos)	3
		Uso:	Comercial <input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Mixto <input checked="" type="checkbox"/>
		Estrato:	3

REGISTRO FOTOGRAFICO

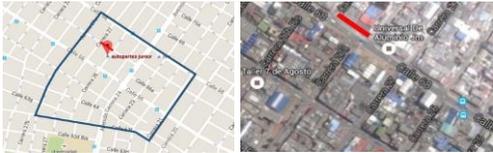


PREDIO	Área Apróx. Fachada (M2)	AVISOS			CARTEL o AFICHE			MURALES Y GRAFITIS			UBICACIÓN AVISO		MATERIAL	Area total Publicidad (m2)	% Publicidad en fachada	
		SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	Cumple	No Cumple				
Edificio No. 1	60	x		8	x		3,72		x			x		Aviso rigido	11,72	20%
Edificio No. 2	51	x		12	x		9		x				x	Aviso rigido	21	41%
Edificio No. 3	72	x		6	x		7,2		x				x	Aviso rigido	13,2	18%
Edificio No. 4	110,5	x		14,5	x		11,25		x				x	Aviso rigido	25,75	23%
Edificio No. 5	72	x		7,2	x		4		x			x		Aviso rigido	11,2	16%
Edificio No. 6	130	x		20,4	x		19,5		x				x	Aviso rigido	39,9	31%
Edificio No. 7	30	x		9	x		0,72		x				x	Aviso rigido	9,72	32%
Edificio No. 8	18,75	x		9,9		x			x				x	Aviso rigido	9,9	53%
Edificio No. 9	18,75	x		7,5	x		3		x				x	Aviso rigido	10,5	56%
Edificio No. 10	153	x		23,8	x		0,72		x				x	Aviso rigido	24,52	16%
TOTAL	716			118,3			59,11		0						177,41	31%

Observaciones:

*Cuadra de uso mixto (comercial autopartes y vivienda)
 *No cumple con el área mínima permitida, y 8 predios de 10 existentes no cumplen la norma por ubicación del aviso

FICHA DE EVALUACIÓN ANALISIS NORMATIVO

FICHA No.	4	INFORMACION GENERAL	
LOCALIZACIÓN:	Calle 67 Entre carreras 26 y 27	No. De Predios:	8
		Altura Promedio (Pisos)	3
		Uso:	Comercial <input type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Mixto <input checked="" type="checkbox"/>
		Estrato:	3

REGISTRO FOTOGRAFICO



PREDIO	Área Apróx. Fachada (M2)	AVISOS			CARTEL o AFICHE			MURALES Y GRAFITIS			UBICACIÓN AVISO		MATERIAL	Area total Publicidad (m2)	% Publicidad en fachada
		SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	Cumple	No Cumple			
Edificio No. 1	56	x		8	x		3	x		0,6		x	Aviso rigido	11,6	21%
Edificio No. 2	36	x		3,2	x		2,76	x		1,5		x	Aviso rigido	7,46	21%
Edificio No. 3	18	x		2,4	x		5,66	x		0,6		x	Aviso rigido	8,66	48%
Edificio No. 4	63	x		6	x		3		x			x	Aviso rigido	9	14%
Edificio No. 5	63	x		11,7	x		7,8		x			x	Aviso rigido	19,5	31%
Edificio No. 6	25	x		7,5	x		1,6		x			x	Aviso rigido	9,1	36%
Edificio No. 7	59,5	x		7,2		x			x		x		Aviso rigido	7,2	12%
Edificio No. 8	65	x		12		x			x		x		Aviso rigido	12	18%
TOTAL	385,5			58			23,82			2,7				84,52	25%

Observaciones:

- *Cuadra de uso mixto (comercial autopartes y vivienda)
- *Por porcentaje general cumple con la norma, pero no cumple por la ubiación de los avisos

FICHA DE EVALUACIÓN ANALISIS NORMATIVO

FICHA No.	5	INFORMACION GENERAL	
LOCALIZACIÓN:	Calle 68 Entre carreras 27 A y 27 B	No. De Predios:	5
		Altura Promedio (Pisos)	2
		Uso:	Comercial <input checked="" type="checkbox"/> Residencial <input type="checkbox"/> Mixto <input type="checkbox"/>
		Estrato:	3

REGISTRO FOTOGRAFICO



PREDIO	Área Apróx. Fachada (M2)	AVISOS			CARTEL o AFICHE			MURALES Y GRAFITIS			UBICACIÓN AVISO		MATERIAL	Area total Publicidad (m2)	% Publicidad en fachada
		SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	SI	NO	Area (m2)	Cumple	No Cumple			
Edificio No. 1	82,5	x		15								x	Aviso rigido	15	18%
Edificio No. 2	82,5	x		17,7								x	Aviso rigido	17,7	21%
Edificio No. 3	60	x		6							x		Aviso rigido	6	10%
Edificio No. 4	60	x		10							x		Aviso rigido	10	17%
Edificio No. 5	60	x		14							x		Aviso rigido	14	23%
TOTAL	345			62,7			0			0				62,7	18%

Observaciones:

*Cuadra de uso comercial (Aluminios, logistica y ferreteria)