

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIA SOCIALES, DERECHO Y  
BIENESTAR**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Economista**

**Proyecto de Investigación:**

**Metodología de tipo de muestreo no probabilístico en el cantón  
Manta**

**Autor:**

**Wanderley Gustavo La Mota Villamar**

**Tutor:**

**Econ. Wilfrido Figueroa Pico**

**Manta, julio 2024**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Wanderley Gustavo La Mota Villamar, declara que el contenido en el presente trabajo de titulación, **“METODOLOGÍA DE TIPO DE MUESTREO NO PROBABILÍSTICO EN EL CANTÓN MANTA”** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas y pie de las páginas que constan en el documento cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Los análisis, resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas de un amplio estudio son únicos y exclusivos responsabilidad del autor, las cuales no pueden ser modificadas sin la debida autorización del mismo.

A través de esta declaración, cedo esta investigación a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que lo utilice como estime conveniente, según lo establecido por leyes y reglamentos estipulados y por la normativa institucional vigente.



Wanderley Gustavo La Mota Villamar

**CERTIFICADO DEL TUTOR**

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la carrera de Economía de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular Proyecto de investigación bajo la autoría del estudiante LA MOTA VILLAMAR WANDERLEY GUSTAVO, legalmente matriculado/a en la carrera de Economía, período académico 2024(1), cumpliendo el total de 348 horas, cuyo tema del proyecto es “Metodología de tipo de muestreo no probabilístico en el cantón Manta”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 26 de julio de 2024

Lo certifico,



Econ. Wilfrido Figueroa Pico

**Docente Tutor**

**Área: Economía**

### **Dedicatoria**

A mis padres Maribel y Gustavo, por su amor incondicional, su guía y enseñanzas han sido el fundamento sobre el cual he edificado mis aspiraciones, su presencia su gran apoyo incansable me ha permitido avanzar en grandes retos a lo largo de esta etapa y me ha ayudado a cumplir con este objetivo.

A mis hermanos Jamileth, Josthin y Roosebelth, por su amor fraternal, por ser amigo y compañero que me han acompañado en este camino, por ser ejemplo a lo largo de este camino y fuente diaria de inspiración.

Este trabajo representa el fruto de su amor y dedicación.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, por permitirme finalizar esta etapa que ha llenado mi vida de grandes experiencias y me ha llevado a conocer grandes personas que han sido parte de este proceso a lo largo de mi carrera universitaria.

A mi asesor de tesis, Econ. Patricio Cuesta, por su disposición y enseñarme el valor de su compromiso a lo largo de este trabajo, por su orientación desde su amplio conocimiento en la materia que ha sido relevante para cumplir con este objetivo, muchas gracias.

A la Econ. Yira Cedeño y sus estudiantes de la carrera de Agroindustria del curso Metodología de la Investigación, su apoyo y colaboración han hecho posible que este trabajo sea una realidad. Gracias equipo.

A mis profesores, por brindarme el conocimiento y las herramientas necesarias para llevar a cabo este trabajo, por ser guías en la etapa de aprendizaje que me inspiran a continuar y fortalecer mis habilidades.

A mis compañeros de grado, que se convirtieron en amigos y hermanos, por los momentos vividos y experiencias universitarias que compartimos a lo largo de este camino. Gracias.

## Índice de contenidos

<b>Dedicatoria</b> .....	iv
<b>Agradecimiento</b> .....	v
<b>Resumen</b> .....	xii
<b>Abstract</b> .....	xiii
<b>Introducción</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I</b> .....	3
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	3
<b>1.1. Planteamiento del problema</b> .....	3
<b>1.2. Justificación del problema</b> .....	5
<b>1.3. Delimitación del problema</b> .....	6
<b>1.4. Objeto de estudio</b> .....	7
<b>1.5. Variables conceptuales (cuantitativa) o Categorías (cualitativa)</b> .....	8
<b>CAPÍTULO II</b> .....	10
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	10
<b>2.1. Antecedentes</b> .....	10
<b>2.2. Fundamentación teórica</b> .....	11
<b>2.3. Movilidad Urbana</b> .....	13
<b>2.3.1. Concepciones</b> .....	13
<b>2.3.2. Clasificaciones o tipos</b> .....	14
<b>2.3.3. Factores que influyen en la movilidad urbana</b> .....	15

2.3.4. Movilidad y planificación urbana .....	15
2.4. Conglomerado de grupo social .....	16
2.4.1. Concepciones .....	16
2.4.2. Clasificaciones .....	17
2.5. Actividad Comercial y su Impacto en la Economía Local .....	18
2.5.1. Concepciones de Actividad Comercial .....	18
2.5.2. Centros Comerciales y Sectores Clave .....	19
2.5.3. Caracterización de sectores claves .....	19
2.5.3.1. Caracterización Nuevo Tarqui .....	20
2.5.3.2. Caracterización Calle 13 .....	20
2.5.3.4. Caracterización Los Esteros .....	21
2.5.3.5. Caracterización El Palmar .....	21
2.5.4. Impacto Económico de la Actividad Comercial .....	22
2.6. Metodologías de Muestreo .....	22
2.6.1. Muestreo Probabilístico vs No Probabilístico .....	23
2.6.1. Tipos de Muestreo No Probabilístico .....	24
2.7. Análisis Estadístico y Distribución Normal .....	25
2.7.1. Concepciones de Análisis Estadístico .....	25
2.7.2. Distribución Normal .....	25
2.7.3. Aplicación en Estudios de Movilidad y Actividad Comercial .....	26
2.8. Estudios Previos en el Contexto de Manta y Ecuador .....	26

2.9. Marco Conceptual.....	27
2.10. Cierre del Marco Teórico.....	28
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>30</b>
<b>DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>30</b>
3.1. Enfoque metodológico.....	30
3.2. Métodos.....	30
3.3. Técnicas.....	31
3.3.1. Población de estudio.....	31
3.3.2. Muestra.....	31
3.3.3. Tamaño de la Muestra.....	32
3.4. Instrumentos.....	33
3.4.1. Encuestas.....	33
3.5.1. Recolección y Procesamiento de los Datos.....	33
3.5.2. Preparación del Cuestionario.....	34
3.5.3. Aplicación del Cuestionario:.....	34
3.5.4. Análisis de Datos:.....	34
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>35</b>
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>35</b>
4.1. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias (Análisis por sector).....	38
4.1.1. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave Nuevo Tarqui.....	39



<b>4.1.2. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave Calle 13.</b> .....	41
<b>4.1.3. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave Los Esteros.</b> .....	42
<b>4.1.4. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave Jocay.</b> .....	43
<b>4.1.5. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave El Palmar.</b> .....	44
<b>4.2. Análisis de otros indicadores</b> .....	45
<b>CAPÍTULO V</b> .....	63
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	63
<b>5.1. Conclusiones</b> .....	63
<b>5.2. Recomendaciones</b> .....	65
<b>REFERENCIAS</b> .....	66
<b>ANEXOS</b> .....	74

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Operacionalización de las variables .....	9
<b>Tabla 2.</b> Tamaño final de la muestra por sector clave .....	32
<b>Tabla 3.</b> Número de visitantes por sectores claves .....	35
<b>Tabla 4.</b> Número de visitantes a los sectores claves por grupos etarios .....	36
<b>Tabla 5.</b> Proporción de visitantes por parroquia y Sector / zona comercial .....	38
<b>Tabla 6.</b> Frecuencia de visita a la zona comercial .....	46
<b>Tabla 7.</b> Motivo principal de visita a la zona comercial .....	48
<b>Tabla 8.</b> Medio de transporte principal que los visitantes usan para llegar al sector o zona comercial .....	51
<b>Tabla 9.</b> Nivel de satisfacción con el medio de transporte .....	53
<b>Tabla 10.</b> Nivel de concurrencia de las zonas comerciales .....	55
<b>Tabla 11.</b> Nivel de percepción sobre la seguridad en el sector comercial .....	56
<b>Tabla 12.</b> Gasto promedio por visita al lugar comercial .....	57
<b>Tabla 13.</b> Variedad de productos suficientes en la zona comercial .....	59
<b>Tabla 14.</b> Propuestas de mejoras para la zona comercial .....	61
<b>Tabla 15.</b> Aceptación sobre participar en futuros estudios o encuestas sobre el tema .....	62

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Distribución de los visitantes por grupo etario .....	36
<b>Figura 2.</b> Distribución de visitantes en el sector Nuevo Tarqui .....	39
<b>Figura 3.</b> Distribución de visitantes por parroquias y otros cantones del sector Calle 13 .....	41
<b>Figura 4.</b> Distribución de visitantes por parroquias y otros cantones del sector Los Esteros	42
<b>Figura 5.</b> Distribución de visitantes por parroquias y otros cantones del sector Jocay .....	43
<b>Figura 6.</b> Distribución de visitantes por parroquias y otros cantones del sector El Palmar ...	45
<b>Figura 7.</b> Distribución del nivel de satisfacción con el medio de transporte .....	54
<b>Figura 8.</b> Distribución del gasto promedio por visita al lugar comercial .....	58

## Resumen

El presente estudio analiza la distribución de visitantes en los principales sectores comerciales del cantón Manta durante el año 2024, con un enfoque en las proporciones de procedencia de diferentes parroquias. La investigación abarca cinco sectores claves: Nuevo Tarqui, Calle 13, Los Esteros, Jocay y El Palmar, y utiliza un diseño de muestreo no probabilístico para recolectar datos. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo y exploratorio, utilizando encuestas estructuradas para recolectar datos sobre los visitantes. La población del estudio incluye personas que visitan los sectores comerciales mencionado, y la muestra se seleccionó de manera intencional en distintos días y horarios para garantizar la representatividad. Se recogieron datos de un total de 730 visitantes, con una distribución específica de parroquias. El programa utilizado para digitalizar y tabular los datos proporcionados de las encuestas fue Excel, para tratamiento y análisis de los datos se utilizaron programas estadísticos como SPSS y R Studio. Los resultados revelaron que al sector Nuevo Tarqui (una de las zonas más representativas comercialmente de Manta) llegaron visitantes de 7 parroquias y/o cantones diferentes, y se determinó que, a este sector, llegaron más visitantes desde la parroquia Eloy Alfaro (34,8%). Hay varias determinantes que influyen en el nivel de concurrencia de las personas en términos de actividades comerciales, entre ellas, la movilidad urbana, conductas y características del conglomerado de un grupo social y entre otras, las cuales todas se interrelacionan entre sí.

**Palabras claves:** Muestreo no probabilístico, movilidad urbana, conglomerado de grupo social, nivel de concurrencia

### **Abstract**

This study analyzes the distribution of visitors in the main commercial sectors of the Manta canton during the year 2024, focusing on the proportions of visitors' origins from different parishes. The research covers five key sectors: Nuevo Tarqui, Calle 13, Los Esteros, Jocay, and El Palmar, utilizing a non-probabilistic sampling design for data collection. The study employed a quantitative and exploratory approach, using structured surveys to gather data on visitors. The study population includes individuals who visit the commercial sectors, with the sample intentionally selected on different days and times to ensure representativeness. Data were collected from a total of 730 visitors, with a specific distribution of parishes. Excel was used for digitizing and tabulating the survey data, while statistical programs such as SPSS and R Studio were used for data treatment and analysis. The results revealed that visitors from 7 different parishes and/or cantons visited the Nuevo Tarqui sector (one of the most commercially representative areas of Manta), with the majority of visitors coming from the Eloy Alfaro parish (34.8%). Several determinants influence the level of attendance in terms of commercial activities, including urban mobility, behaviors, and characteristics of the social group conglomerate, among others, all of which are interrelated.

**Keywords:** Non-probabilistic sampling, urban mobility, social group conglomerate, attendance level

## Introducción

Por lo general a nivel cantón no se tiene idea de cuál es la cantidad de personas que regularmente llegan a un lugar específico desde diferentes parroquias, para conocer esto, es necesario aplicar métodos estadísticos de carácter cuantitativo y exploratorio. La intención es identificar los lugares con mayor concurrencia de actividad comercial y levantar un muestreo no probabilístico en un tiempo determinado para tener las muestras necesarias trabajando en la distribución normal y cumplir ciertos requisitos que plantea el modelo. Y a partir de esto, determinar en términos proporcionales quienes asisten desde las diferentes parroquias de Manta a estos lugares.

Para ello, es importante que se definan conceptos básicos relacionado a lo que se quiere plantear, tales como Movilidad y Planificación Urbana, Conglomerado de Grupo social, Centro Comerciales y Sectores claves, esto último será identificado y profundizado por una breve caracterización que corresponda a cada sector, al igual que todas las determinantes o variables que se irán conceptualizando. Además, se revisarán estudios previos que empleen la misma metodología al igual de estudios de aplicaciones de movilidad urbana bajo el mismo contexto.

Lo que se busca es que, de manera intencional, ciertos días, acudir a diferentes lugares estratégicos donde los aglomerados de personas llegan desde diferentes parroquias. El objetivo es determinar la cantidad o proporción de personas que asisten a un sector específico y llegar a una conclusión mediante al menos 100 o más muestras por sector comercial para percibir la proporción de personas que corresponden a cada parroquia.

La investigación mostrará el nivel de concurrencia, los patrones de movilidad y las preferencias de los visitantes en los sectores comerciales de Nuevo Tarquí, Calle 13, Los Esteros, Jocay y El Palmar en el cantón Manta, con un enfoque en la determinación de las

proporciones de personas provenientes de diferentes parroquias, utilizando metodologías de muestreo no probabilístico y sistemático durante el año 2024.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

El incremento de la población en áreas urbanas se ha convertido hoy en día un eje fundamental de las oportunidades y desafíos existentes de crecimiento y desarrollo. Por lo tanto, las ciudades son cada vez más dinámicas y vinculadas al crecimiento económico, generando ventajas en el mundo. Sin embargo, son cruciales en la influencia que estas provocan dentro de un territorio. (Cruz-Muñoz, 2018)

Según Gaparini y Guidicini (1990), la movilidad hoy en día es uno de los grandes retos de las ciudades del siglo XXI, siendo esta, la suma de desplazamientos individuales de los ciudadanos teniendo acceso al trabajo, bienes y servicios. (Osorio & García , 2017). En este contexto, el aumento de viajes, el uso intensivo de vehículos o medios de transporte urbanos, han creado una situación poco sostenible, generando problemas sociales, económicos y ambientales en consecuencia de diferentes modelos individuales de movilidad ( Banister, 2011).

Asimismo, la movilidad socioeconómica comprende factores económicos y sociales, reflejados en educación, economía, ingreso y satisfacción personal. Por lo tanto, la movilidad no solamente promueve la asignación eficiente de recursos si no también favorece la justicia y la cohesión social. Desde este punto parte en como estos asentamientos generan un impacto económico y social y se considere como objetivo de nivel público. (Guillermo & Castañeda, 2021)

Partiendo de la premisa de que la movilidad urbana hoy en día genera impactos económicos y sociales en como estos asentamientos traen consigo objetivos generacionales,



al aplicar un modelo no probabilístico que nos permita seleccionar casos característicos de una población limitándonos a una muestra de objeto de estudio.

No obstante, se han investigado también los efectos de como la movilidad y la forma en que los individuos adquieren transporte en relación con la movilidad en bicicletas o caminatas no solo mejoran la salud de los ciudadanos, sino que también reduce la congestión vehicular y las emisiones contaminantes, creando entornos urbanos más habitables y sostenibles. (Orellana et al., 2017)

Por lo tanto, la problemática parte desde la premisa de que, determinados eventos y comportamiento en nuestras ciudades produce un gran impacto en la movilidad, que debe gestionarse con la mayor eficiencia, sin embargo, a nivel del cantón, el número de personas que recurren a un lugar en específico es variado y en ocasiones aglomerados, por lo que la aplicación de métodos estadísticos de carácter cuantitativo y exploratorio permiten en como la ocurrencia de dicho fenómeno influye de manera sistemática, para determinar la cantidad o proporción de personas que asisten a un sector específico.

En el contexto local de Manta, no se tiene idea de cuál es la cantidad de personas que regularmente llegan a un lugar específico desde diferentes parroquias, para conocer esto, es necesario aplicar métodos estadísticos de carácter cuantitativo y exploratorio. Por lo tanto, es necesario que se pueda identificar estos lugares que tienen mayor concurrencia de actividad comercial en donde estén presente varias determinantes como las opciones de movilidad urbana, conductas que se dan por percepciones y preferencias que llevan a tomas de decisiones sobre gustos y preferencias. Para conocer estas características en cantidad y números porcentuales es necesario levantar un muestreo no probabilístico y varios muestreos sistemáticos en un tiempo determinado para tener las muestras necesarias trabajando en la distribución normal y poder cumplir ciertos requisitos que plantea el modelo. A partir de esto,

determinar en proporción quiénes asisten desde las diferentes parroquias de Manta a estos lugares.

Por lo tanto, la problemática se centra en las proporciones de personas provenientes de diferentes parroquias del cantón Manta que asisten a los sectores de Nuevo Tarqui, Calle 13, Los Esteros, Jocay y El Palmar y cómo se distribuyen estas proporciones en términos de actividad comercial y movilidad urbana, añadiendo ciertas características dadas por la conducta humana.

La cuestión que da objetividad a la problemática se resume a una sola pregunta de investigación ¿Cuáles son las proporciones de personas provenientes de diferentes parroquias del cantón Manta que asisten a los sectores claves y cómo se distribuyen estas proporciones en términos de actividad comercial y movilidad urbana durante el año 2024?

## **1.2. Justificación del problema**

La intención es identificar los lugares con mayor concurrencia de actividad comercial y levantar un muestreo no probabilístico y muestreos sistemáticos permitiendo evidenciar información estadística de varios sectores de Manta, agregando valor y conocimiento de los lugares con foco de atención comercial y económico. El modelo por emplear pretende ahorrar y optimizar recursos para futuras investigaciones y contribuir a la academia.

Por lo tanto, la problemática se centra en las proporciones de personas provenientes de diferentes parroquias del cantón Manta que asisten a los sectores de Nuevo Tarqui, Calle 13, Los Esteros, Jocay y El Palmar y cómo se distribuyen estas proporciones en términos de actividad comercial.

Los resultados obtenidos en la investigación son de utilidad para la toma de decisiones y permitirán darle un mayor enfoque, para fortalecer la viabilidad de empresas ya

sea en proyectos, direccionado en como la movilidad y la concurrencia de este hecho en zonas comerciales de Manta, es esencial para una eficiente implementación, ya sea de infraestructuras o conocer puntos estratégicos para promover medidas que permitan un libre acceso y movilidad económica.

### **1.3. Delimitación del problema**

- **Campo**

Economía

- **Área de estudio**

Economía Urbana y Regional

- **Delimitación Temporal**

La investigación se lleva a cabo durante el año 2024. Los datos se recopilan en días específicos a lo largo del año para capturar una representación precisa de la movilidad y actividad comercial en los sectores seleccionados.

- **Delimitación Espacial**

El estudio se enfoca en cinco sectores principales del cantón Manta: Nuevo Tarqui, Calle 13, Los Esteros, Jocay y El Palmar. Estos sectores han sido seleccionados debido a su alta concurrencia y relevancia en la actividad comercial del cantón.

- **Delimitación Temática**

La investigación se centra en la movilidad de las personas entre las diferentes parroquias del cantón Manta hacia los sectores comerciales seleccionados. Se analiza la proporción de personas que visitan estos sectores desde distintas parroquias, utilizando

métodos de muestreo no probabilístico y sistemático. Además, se consideran otros factores de movilidad como los motivos del viaje (trabajo, ocio, etc.).

- **Delimitación Metodológica**

Se emplean metodologías de muestreo no probabilístico (por cuotas y sistemático) para recolectar los datos. La investigación utiliza al menos 100 muestras por cada sector para asegurar una base de datos suficientemente robusta para el análisis estadístico.

Los datos se analizan utilizando técnicas estadísticas para determinar las proporciones de personas provenientes de las diferentes parroquias y su distribución en los sectores comerciales seleccionados.

- **Delimitación Poblacional:**

La población objetivo del estudio incluye a todas las personas que asisten a los sectores seleccionados desde diferentes parroquias del cantón Manta. Se espera capturar una muestra representativa de esta población a través del muestreo no probabilístico.

## **1.4. Objeto de estudio**

### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar las proporciones de personas provenientes de diferentes parroquias del cantón Manta que asisten a sectores específicos con alta actividad comercial utilizando metodologías de muestreo no probabilístico y sistemático.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

1. Identificar los sectores de Manta con mayor concurrencia de actividad comercial.
2. Diseñar y aplicar un método de muestreo no probabilístico en los sectores seleccionados.

3. Recopilar y analizar datos sobre la procedencia de las personas que visitan estos sectores.
4. Evaluar las proporciones de personas provenientes de diferentes parroquias y su distribución en los sectores comerciales seleccionados.
5. Analizar determinantes que influyen sobre la gestión y planificación urbana en Manta.

## **1.5. Variables conceptuales (cuantitativa) o Categorías (cualitativa)**

### **1.5.1. Variables Conceptuales (Cuantitativas)**

- Número de visitantes: Medición directa del conteo de personas
- Proporción de visitantes por parroquia: Cálculo porcentual basado en el origen de los visitantes
- Frecuencia de visitas: Número de visitas en un período específico
- Edad de los visitantes: Registrada en años completos
- Gasto promedio por visita

### **1.5.2. Categorías (Cualitativas)**

- Parroquia de procedencia: Clasificación por parroquias (Tarqui, Eloy Alfaro, Los Esteros)
- Medio de transporte
- Nivel de satisfacción con el medio de transporte
- Motivo de la visita: Compras, Trabajo, Ocio, Otros
- Nivel socioeconómico: Gasto promedio
- Percepción sobre la seguridad
- Variedad de productos y servicios
- Nivel de concurrencia

**Tabla 1.***Operacionalización de las variables*

<b>Variables</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>
Nivel de conurrencia	Sociodemográfica	Edad por grupos etarios
		Proporción de visitantes por parroquia
		Número y proporción de personas por cada sector
	Movilidad Urbana	Medio de transporte principal
		Nivel de satisfacción con el medio de transporte
		Frecuencia de visita a la zona comercial
	Socioeconómico	Nivel socioeconómico: Gasto promedio
		Propuestas de mejoras
	Conductual, cognitiva y emocional	Gustos y preferencias: Motivo principal de visita, Elección sobre la variedad de productos y servicios
	Seguridad	Percepción sobre la seguridad

Fuente: Elaboración propia (2024)

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

La metodología de tipo de muestreo no probabilístico se utiliza cuando no se requiere que todos los individuos tengan la misma probabilidad de ser seleccionados. Otzen y Manterola (2017) destaca que este enfoque permite estudios dirigidos y exploratorios. Su objetivo es seleccionar sujetos basados en criterios específicos para obtener datos relevantes en contextos particulares. Aunque puede introducir sesgos, su flexibilidad es una ventaja. Se concluye que, aunque no permite generalizaciones estadísticas precisas, aporta insights profundos y específicos, siendo útil en investigaciones cualitativas y exploratorias.

La presente investigación de Torres (2022) planteó como objetivo evaluar la importancia del manejo de inventario utilizando el método ABC, a través de un diseño exploratorio descriptivo con un enfoque cualitativo, analítico y documental. Para ello, se empleó un muestreo no probabilístico intencional, seleccionando documentos pertinentes sobre el análisis ABC y la gestión de inventarios disponibles en Google Académico. Mediante una guía de revisión documental, se concluyó que el método de clasificación ABC permite a las empresas identificar deficiencias en sus sistemas de inventario, reducir costos, optimizar la toma de decisiones, establecer políticas de inventario más eficientes, capacitar al personal, mejorar el servicio y aumentar las ventas.

El estudio de Andrade et. al. (2023) tuvo como objetivo evaluar la incidencia de enterocolitis necrotizante en neonatos que reciben nutrición enteral, para ello se empleó un muestreo no probabilístico, lo que le permitió la creación de una base de datos en formato matriz que abarcó artículos de los últimos cinco años, incluyendo ensayos clínicos, estudios

de caso, estudios de cohortes y estudios observacionales prospectivos, utilizando el software Exel. Se reveló que la nutrición enteral está asociada con un mayor riesgo de enterocolitis necrotizante, superando los beneficios de su implementación.

En las últimas décadas, la creciente preocupación por la sostenibilidad y la calidad de vida urbana ha llevado a repensar los modelos de movilidad. Como menciona Lizárraga (2006), en las ciudades están adoptando enfoques más integrales que priorizan el transporte público eficiente, fomentan los desplazamientos a pie y en bicicleta, y exploran nuevas tecnologías como los vehículos eléctricos y autónomos. Esta evolución refleja un cambio de paradigma hacia una movilidad más sostenible, inclusiva y centrada en las personas, que busca equilibrar las necesidades de transporte con la preservación del medio ambiente y la mejora de la habitabilidad urbana.

## **2.2. Fundamentación teórica**

Hernández (2021) destaca que la metodología de tipo de muestreo no probabilístico es una técnica ampliamente utilizada en investigaciones donde no se dispone de un marco muestral completo o se requiere una selección dirigida de sujetos. En el contexto del cantón Manta, esta metodología permite a los investigadores focalizarse en subgrupos específicos de la población que son de interés particular para el estudio. Esta técnica, aunque introduce cierto grado de sesgo, es fundamental para estudios exploratorios y cualitativos, donde la representatividad no es el objetivo principal, sino obtener información detallada y contextual.

Desde la perspectiva de la investigación en el cantón Manta, de acuerdo con Sabando et. al. (2018) el muestreo no probabilístico ofrece la ventaja de acceder a poblaciones difíciles de alcanzar o pequeñas en número. Por ejemplo, en estudios sobre comunidades específicas, grupos vulnerables o sectores económicos particulares, este tipo de muestreo permite una mayor flexibilidad y adaptabilidad en la recolección de datos. A pesar de no proporcionar una



base para inferencias estadísticas generalizables, aporta un conocimiento profundo y contextualizado que es invaluable en muchas situaciones de investigación.

La técnica de muestreo por conveniencia, una de las formas de muestreo no probabilístico, es particularmente útil en Manta debido a la facilidad de acceso a los sujetos de estudio. Para Hidalgo (2020), esta técnica permite a los investigadores seleccionar participantes que estén fácilmente disponibles y dispuestos a colaborar. Aunque esta metodología puede ser criticada por su falta de representatividad y potencial sesgo, en estudios exploratorios o preliminares, proporciona una base inicial de datos que puede guiar investigaciones futuras más estructuradas.

Otro enfoque dentro del muestreo no probabilístico es el muestreo intencional o dirigido, donde se seleccionan sujetos que cumplen con ciertos criterios específicos. En el contexto de Manta, esto es especialmente relevante en estudios que buscan entender fenómenos particulares dentro de subgrupos específicos. Sabino (1992) destaca que esta técnica permite a los investigadores obtener información detallada y relevante de aquellos individuos que tienen experiencias o características clave para el estudio, aportando así un valor significativo a la comprensión de cuestiones complejas y específicas.

Finalmente, Arroyo y Finkel (2019) mencionan que el muestreo bola de nieve es una técnica de muestreo no probabilístico que se basa en la recomendación de participantes por parte de otros sujetos ya seleccionados. En Manta, esta técnica puede ser especialmente útil en estudios sobre redes sociales o comunitarias, donde los investigadores dependen de la confianza y las conexiones entre los miembros de la comunidad para acceder a los datos. Aunque esta técnica puede limitar la diversidad de la muestra, proporciona una manera efectiva de llegar a poblaciones difíciles de alcanzar y obtener una comprensión más profunda de sus dinámicas internas.

## **2.3. Movilidad Urbana**

### **2.3.1. Concepciones**

La movilidad urbana en Concepción se enfrenta a diversos desafíos debido al crecimiento demográfico y la expansión urbana. La infraestructura vial y el transporte público requieren mejoras significativas para satisfacer las demandas de la población. Para Soto (2023) es crucial implementar estrategias que promuevan el uso de medios de transporte sostenibles, como bicicletas y transporte eléctrico, para reducir la congestión y la contaminación. Además, la planificación urbana debe considerar la creación de espacios peatonales seguros y accesibles para fomentar una movilidad inclusiva.

De acuerdo con Ibarra y Piña (2011) el desarrollo de una red de transporte público eficiente y accesible es fundamental para mejorar la movilidad en Concepción. Invertir en la modernización de buses y la ampliación de rutas puede facilitar el desplazamiento de los ciudadanos y reducir la dependencia de vehículos particulares. La integración de tecnologías inteligentes en la gestión del tráfico puede optimizar los tiempos de viaje y disminuir los niveles de contaminación. Es esencial involucrar a la comunidad en el proceso de planificación para asegurar que las soluciones sean adecuadas y aceptadas por todos los sectores.

La movilidad urbana también debe enfocarse en la sostenibilidad y la equidad. Promover el uso de vehículos eléctricos y la construcción de ciclovías puede contribuir a una ciudad más verde y saludable. Es importante garantizar que todas las áreas de Concepción tengan acceso equitativo a opciones de transporte seguras y eficientes, independientemente de su ubicación o condición socioeconómica. La colaboración entre el gobierno, el sector privado y la sociedad civil es clave para implementar soluciones efectivas y duraderas (CEPAL, 2002).

Considero que la educación vial y campañas de concienciación son esenciales para fomentar un cambio cultural hacia una movilidad más sostenible y segura en Concepción.

### **2.3.2. Clasificaciones o tipos**

Para Sánchez (2021), la movilidad urbana se puede clasificar de diversas maneras, reflejando la complejidad y variedad de los desplazamientos en las ciudades. Una clasificación común se basa en el modo de transporte utilizado, distinguiendo entre movilidad motorizada y no motorizada. La movilidad motorizada incluye el uso de vehículos con motor, como automóviles, autobuses, trenes y motocicletas, mientras que la no motorizada abarca los desplazamientos a pie, en bicicleta o en otros vehículos sin motor. Otra clasificación importante es entre movilidad pública y privada, donde la pública se refiere al uso de sistemas de transporte colectivo gestionados por entidades públicas o privadas, y la privada al uso de vehículos particulares. Además, se puede distinguir entre movilidad activa, que implica esfuerzo físico del usuario (como caminar o andar en bicicleta), y pasiva, que no lo requiere (como viajar en automóvil o transporte público).

Otra forma de clasificar la movilidad urbana de acuerdo a Velásquez (2015) es según su propósito o motivo. Esto incluye la movilidad laboral (desplazamientos al trabajo), educativa (viajes a instituciones educativas), comercial (relacionada con actividades de compra y venta), recreativa (viajes de ocio) y de servicios (acceso a servicios de salud, administrativos, etc.). También se puede clasificar según la frecuencia, distinguiendo entre movilidad cotidiana (desplazamientos regulares y frecuentes) y ocasional. En los últimos años, han surgido nuevas categorías como la micromovilidad, que se refiere al uso de vehículos pequeños y ligeros para trayectos cortos, y la movilidad compartida, que implica el uso compartido de vehículos o viajes. Estas clasificaciones no son mutuamente excluyentes y a menudo se superponen, reflejando la naturaleza compleja y multifacética de la movilidad urbana en las ciudades contemporáneas.

### **2.3.3. Factores que influyen en la movilidad urbana**

Para Japon et. al. (2023), uno de los factores clave que influyen en la movilidad urbana es la infraestructura vial y de transporte. La calidad y extensión de las redes de carreteras, ciclovías y sistemas de transporte público determinan la eficiencia y fluidez del desplazamiento en una ciudad. Las congestiones y los cuellos de botella suelen ser consecuencia de una infraestructura inadecuada o sobrecargada, lo que puede llevar a tiempos de viaje prolongados y aumento de la contaminación.

Es decir que, la planificación urbana y las inversiones en infraestructura son cruciales para mejorar la movilidad y la calidad de vida urbana. Por tanto, la inversión en infraestructura debe ser prioritaria para mitigar problemas de congestión y mejorar el acceso a opciones de transporte sostenibles.

Otro factor influyente es el comportamiento y las preferencias de los usuarios. Las decisiones individuales sobre el uso del automóvil, el transporte público o la bicicleta afectan directamente el tráfico y la demanda de transporte en una ciudad. Las políticas que incentiven el uso de transporte público, bicicletas y otras alternativas pueden ayudar a reducir la dependencia del automóvil y disminuir la congestión (Arias & Medina, 2023). Además, la educación y la concienciación sobre las opciones de transporte sostenibles juegan un papel importante en modificar comportamientos y hábitos de movilidad. Por tanto, fomentar un cambio en los hábitos de movilidad mediante políticas y educación puede ser clave para lograr una reducción efectiva de la congestión urbana.

### **2.3.4. Movilidad y planificación urbana**

La planificación urbana efectiva es fundamental para garantizar una movilidad fluida y sostenible en las ciudades. La integración de redes de transporte público, carriles para bicicletas y zonas peatonales en el diseño urbano puede optimizar el desplazamiento y reducir

la dependencia del automóvil. Además, Goyes y Moya (2022) exponen que una planificación adecuada permite la creación de espacios públicos accesibles y la reducción de congestamientos, promoviendo una mayor calidad de vida urbana.

Como criterio se establece que la planificación debe priorizar la accesibilidad y la interconexión de diferentes modos de transporte para facilitar una movilidad integral y sostenible.

Por otra parte Moreno (2024), el desarrollo de zonas mixtas y la promoción de usos del suelo que reduzcan las distancias de desplazamiento también son cruciales para mejorar la movilidad urbana. Al integrar residencias, comercios y servicios en áreas compactas, se facilita el acceso a pie o en bicicleta, reduciendo la necesidad de viajes largos en vehículo. Esta estrategia contribuye a una menor congestión y a un entorno urbano más saludable y dinámico.

En este contexto, el enfoque en zonas mixtas y el diseño compacto puede minimizar los desplazamientos innecesarios, promoviendo un entorno urbano más eficiente y menos congestionado.

## **2.4. Conglomerado de grupo social**

### **2.4.1. Concepciones**

El concepto de conglomerado de grupo social ha sido abordado desde diversas perspectivas teóricas en las ciencias sociales. Desde la sociología, se entiende como una agrupación de individuos que comparten ciertas características sociales, económicas o culturales, y que tienden a interactuar más entre sí que con miembros de otros grupos. Esta concepción enfatiza la importancia de las redes sociales y las estructuras de interacción en la formación y mantenimiento de estos conglomerados (Victoria, 2012).

Desde la perspectiva de Serrano (2009) indica que la geografía humana, los conglomerados de grupos sociales se conciben como expresiones espaciales de la diferenciación social, manifestándose en patrones de asentamiento y uso del espacio urbano. Esta visión subraya cómo los grupos sociales tienden a concentrarse en áreas específicas de la ciudad, creando paisajes urbanos distintivos.

Desde la antropología urbana, los conglomerados de grupos sociales se entienden como comunidades con prácticas culturales, valores y formas de vida compartidas que se desarrollan en el contexto urbano. Esta perspectiva resalta la importancia de la identidad colectiva y las tradiciones en la formación y cohesión de estos grupos.

En este contexto, se destaca que, en el ámbito de la planificación urbana, los conglomerados de grupos sociales se conciben como unidades de análisis y intervención, reconociendo que diferentes grupos tienen necesidades y preferencias distintas en cuanto a vivienda, servicios y espacios públicos. Esta concepción busca integrar la diversidad social en el diseño y la gestión de las ciudades. En conjunto, estas perspectivas ofrecen una visión multidimensional de los conglomerados de grupos sociales, reconociendo su complejidad y su papel fundamental en la configuración de la vida urbana contemporánea.

#### **2.4.2. Clasificaciones**

Los conglomerados de grupos sociales en el contexto urbano pueden clasificarse de diversas maneras, reflejando la complejidad de las sociedades modernas. Para Carrillo y Galindez (2020), destacan que una clasificación común se basa en factores socioeconómicos, distinguiendo entre grupos de ingresos altos, medios y bajos. Esta categorización a menudo se refleja en la estructura espacial de la ciudad, con diferentes grupos ocupando distintas áreas urbanas. Otra clasificación importante se basa en factores étnico-culturales, reconociendo la diversidad de comunidades que coexisten en las ciudades contemporáneas.

Es decir que, estos grupos pueden mantener identidades culturales distintivas y a menudo se concentran en barrios específicos, creando enclaves culturales dentro del tejido urbano. También se pueden clasificar los conglomerados según la edad o etapa de vida, como grupos de jóvenes profesionales, familias con niños, o comunidades de adultos mayores.

Otra forma de clasificar los conglomerados de grupos sociales es según su relación con el espacio urbano. Fernández (2012) indica que esto puede incluir grupos que se forman alrededor de ciertos tipos de vivienda (como residentes de viviendas sociales o de condominios de lujo), o grupos definidos por su ubicación dentro de la ciudad (habitantes del centro urbano versus suburbios). También se pueden identificar conglomerados basados en estilos de vida o preferencias de consumo, como comunidades artísticas, grupos ecológicos o subculturas urbanas específicas.

Además, en el contexto de la movilidad urbana, se pueden clasificar los grupos según sus patrones de desplazamiento y uso del transporte, como usuarios habituales del transporte público, ciclistas urbanos o conductores de automóviles. Estas clasificaciones no son mutuamente excluyentes y a menudo se superponen, reflejando la naturaleza compleja y multifacética de la sociedad urbana.

## **2.5. Actividad Comercial y su Impacto en la Economía Local**

### **2.5.1. Concepciones de Actividad Comercial**

Las concepciones de actividad comercial en el ámbito urbano se basan en la integración de diversos factores, como la ubicación, el tipo de negocio y las características demográficas de la población. Según estudios como los de Duhau y Giglia (2007), la actividad comercial puede ser clasificada en términos de su función económica, ya sea como centro de compras, servicios o centros de entretenimiento. Además, investigaciones como las de García (2000) destacan la importancia de la accesibilidad y el flujo de clientes para el

éxito comercial. El enfoque de Barton (2006) también enfatiza la necesidad de una planificación estratégica que considere las tendencias de consumo y el impacto en la infraestructura urbana.

En este sentido, la actividad comercial debe ser planificada de manera que se alinee con las características del área y las necesidades de la comunidad, garantizando un equilibrio entre oferta y demanda para optimizar el desarrollo urbano.

### **2.5.2. Centros Comerciales y Sectores Clave**

Los centros comerciales juegan un papel crucial en la organización y dinamización de sectores clave dentro de las ciudades. Según un estudio de Albuquerque (2004), estos centros actúan como núcleos de atracción que concentran actividades comerciales y sociales, influyendo en el desarrollo de las áreas circundantes. La planificación adecuada de estos espacios no solo potencia la actividad económica, sino que también contribuye a la revitalización de sectores clave al atraer inversiones y fomentar el crecimiento económico local.

Por tanto, la ubicación y diseño de centros comerciales deben ser estratégicamente planificados para maximizar su impacto positivo en el desarrollo económico y la cohesión de los sectores clave circundantes.

### **2.5.3. Caracterización de sectores claves**

Para realizar una caracterización efectiva de sectores clave, es fundamental utilizar métodos analíticos que incluyan el análisis del uso del suelo, las características demográficas y el estado de la infraestructura. Según la guía metodológica de Cadena y et al. (2017), la caracterización debe involucrar la recolección de datos cualitativos y cuantitativos para entender las dinámicas comerciales y residenciales de cada sector. El informe de Herrera



(2011) recomienda realizar encuestas y estudios de campo para obtener una visión integral de las necesidades y oportunidades presentes en cada área.

Es así como, la caracterización debe ser exhaustiva y basada en datos actualizados para ofrecer un panorama preciso de las necesidades y potenciales de desarrollo de cada sector clave.

### **2.5.3.1. Caracterización Nuevo Tarqui**

Nuevo Tarqui se caracteriza por su vibrante actividad comercial y su creciente desarrollo residencial. Según un estudio de Acosta et al. (2017), el área ha experimentado una expansión significativa en términos de nuevos negocios y proyectos habitacionales. Sin embargo, también enfrenta desafíos como la congestión del tráfico y la falta de infraestructura adecuada para el crecimiento continuo. La presencia de mercados y centros de servicios hace que esta área sea un punto focal en la ciudad.

Es decir que, la planificación para Nuevo Tarqui debe enfocarse en mejorar la infraestructura y gestionar el crecimiento para mantener su vitalidad comercial y su calidad de vida.

### **2.5.3.2. Caracterización Calle 13**

Calle 13 se distingue por su concentración de comercios minoristas y servicios especializados. Según el informe de Alarcón y et al. (2018), esta zona es un núcleo de actividad comercial con una alta densidad de tiendas y restaurantes, lo que la convierte en un destino popular para compradores y visitantes. La infraestructura en esta área, aunque en general adecuada, requiere mejoras para manejar el alto volumen de tráfico y asegurar la accesibilidad para todos los usuarios.

Por lo tanto, es necesario implementar mejoras en la infraestructura vial y peatonal de Calle 13 para facilitar el flujo de personas y mantener el dinamismo comercial.

### **2.5.3.3. Caracterización Jocay**

Jocay se identifica por su mezcla de áreas residenciales y comerciales, con una notable presencia de pequeños negocios y oficinas. Según los estudios de Alarcón y et al. (2018), el área ha visto un crecimiento moderado en los últimos años, pero enfrenta problemas de congestión y falta de espacios públicos. La planificación futura debe considerar el equilibrio entre el desarrollo residencial y comercial para mejorar la funcionalidad y calidad de vida en el sector.

En este contexto, la planificación en Jocay debe abordar los problemas de congestión y fomentar el desarrollo equilibrado para optimizar el uso del espacio y la calidad del entorno urbano.

### **2.5.3.4. Caracterización Los Esteros**

Los Esteros se caracteriza por su desarrollo residencial en expansión y una creciente oferta de servicios comerciales. De acuerdo con el análisis de Alarcón y et al. (2018) la zona está experimentando una transformación con la construcción de nuevos proyectos habitacionales y centros de servicios. A pesar de su crecimiento, la infraestructura de transporte y los servicios públicos aún están en desarrollo, lo que requiere atención para garantizar un crecimiento sostenido y ordenado.

Es decir que la expansión en Los Esteros debe ser gestionada cuidadosamente para asegurar que el desarrollo residencial y comercial esté respaldado por la infraestructura y los servicios necesarios.

### **2.5.3.5. Caracterización El Palmar**

El Palmar se destaca por su predominancia de áreas verdes y una comunidad residencial estable. Según el informe de Alarcón y et al. (2018) el sector mantiene una atmósfera tranquila con una cantidad moderada de comercios locales. Aunque la calidad de

vida en El Palmar es alta, la falta de desarrollo comercial puede limitar las oportunidades económicas y la accesibilidad a servicios. Se recomienda fomentar un desarrollo comercial equilibrado que complemente las características residenciales del área.

Por tanto, el desarrollo en El Palmar debe ser cuidadosamente planeado para equilibrar el crecimiento comercial con la preservación de la calidad de vida y las áreas verdes existentes.

#### **2.5.4. Impacto Económico de la Actividad Comercial**

El impacto económico de la actividad comercial es significativo para el desarrollo urbano, afectando tanto el empleo como la generación de ingresos. Según estudios como los de Borja y Culqui (2023), la actividad comercial impulsa el crecimiento económico al crear empleos y fomentar la inversión en infraestructura. Además, el informe de Arévalo (2014) destaca que los centros y las áreas comerciales contribuyen al desarrollo de las comunidades locales mediante la atracción de negocios y servicios. El estudio de Carillo et. al. (2024) añade que un entorno comercial dinámico puede mejorar la calidad de vida al ofrecer mayores opciones de empleo y servicios.

Por esta razón, la promoción de una actividad comercial saludable es clave para estimular el crecimiento económico y mejorar la calidad de vida urbana, generando empleos y atrayendo inversiones.

#### **2.6. Metodologías de Muestreo**

El muestreo probabilístico se basa en la selección de muestras de una población de manera que cada individuo tiene una probabilidad conocida y no nula de ser seleccionado, lo que permite inferencias estadísticamente válidas sobre toda la población. Este tipo de muestreo es ideal en investigaciones que requieren alta precisión y generalización de los resultados.

Por otro lado, Otzen y Manterola (2017) el muestreo no probabilístico no garantiza que todos los individuos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados, lo que puede introducir sesgos en los resultados. Este método es más apropiado en estudios exploratorios o cuando se trabaja con poblaciones difíciles de alcanzar. La elección entre estos métodos depende del objetivo del estudio, el tamaño de la población y los recursos disponibles.

### **2.6.1. Muestreo Probabilístico vs No Probabilístico**

El muestreo probabilístico y no probabilístico son dos enfoques fundamentales en la selección de muestras para investigaciones. El muestreo probabilístico se caracteriza por dar a cada elemento de la población una probabilidad conocida y no nula de ser seleccionado. Esto permite la generalización de los resultados a toda la población con un margen de error calculable. Los métodos probabilísticos incluyen el muestreo aleatorio simple, estratificado, sistemático y por conglomerados. Estos métodos son preferidos en investigaciones cuantitativas donde se busca precisión estadística y representatividad. Sin embargo, requieren un marco muestral completo y pueden ser costosos y complejos de implementar (Vázquez, 2017).

Por otro lado, Robles (2020) indica que el muestreo no probabilístico no se basa en la teoría de la probabilidad y la selección de elementos depende del criterio del investigador. Estos métodos incluyen el muestreo por conveniencia, intencional, por cuotas y bola de nieve. Son más flexibles y menos costosos, pero no permiten la generalización estadística de los resultados. Se utilizan frecuentemente en estudios exploratorios, investigaciones cualitativas o cuando es difícil obtener un marco muestral completo. Aunque pueden proporcionar información valiosa, están sujetos a sesgos y la representatividad de la muestra es cuestionable. La elección entre estos tipos de muestreo depende de los objetivos de la investigación, los recursos disponibles y las características de la población de estudio.

### 2.6.1. Tipos de Muestreo No Probabilístico

El muestreo por cuotas implica la selección de participantes basándose en ciertas características específicas, como edad, género, o nivel socioeconómico, hasta alcanzar un número predeterminado de cada grupo. Esta técnica permite controlar la composición de la muestra para reflejar mejor ciertas características de la población, pero no garantiza la representatividad estadística debido a la falta de aleatoriedad. Entre sus ventajas se encuentran la facilidad y rapidez de implementación, así como la reducción de costos. Sin embargo, sus desventajas incluyen la posibilidad de sesgos de selección y la limitación en la generalización de los resultados a la población total (Porras, 2020).

El muestreo por conveniencia se basa en la selección de participantes que están fácilmente disponibles para el investigador. De acuerdo con Sarco y Toaquiza (2022) es una técnica comúnmente utilizada en estudios preliminares o exploratorios debido a su simplicidad y bajo costo. Entre sus ventajas se encuentran la rapidez y facilidad de ejecución, ya que no requiere un marco muestral detallado. Sin embargo, este método presenta significativas desventajas, como la alta probabilidad de sesgo y la baja representatividad, lo que limita la capacidad de generalizar los resultados a una población más amplia. Este tipo de muestreo es más útil cuando se busca obtener información rápida y preliminar sobre un tema (Porras, 2020).

El muestreo sistemático implica seleccionar participantes de manera ordenada a intervalos regulares a partir de una lista de la población. Se comienza seleccionando un punto de partida aleatorio y luego se elige cada  $n$ ésimo individuo en la lista, donde " $n$ " es el intervalo de muestreo. Este método es útil en estudios de movilidad y actividad comercial, ya que proporciona una manera estructurada y eficiente de obtener una muestra representativa. Sus ventajas incluyen la simplicidad de ejecución y la reducción de posibles sesgos de selección comparado con el muestreo por conveniencia. Sin embargo, puede introducir

sesgos si hay un patrón oculto en la lista de la población que coincida con el intervalo de muestreo (Porras, 2020).

## **2.7. Análisis Estadístico y Distribución Normal**

### **2.7.1. Concepciones de Análisis Estadístico**

Para Montessori (2018) el análisis estadístico es una disciplina fundamental en la investigación que permite interpretar y comprender datos. Entre los conceptos básicos se encuentran la media, que es el promedio de un conjunto de datos; la mediana, que representa el valor central de un conjunto ordenado; y la moda, que es el valor que aparece con mayor frecuencia. Además, Suárez y Tapia (2012) destacan que la desviación estándar mide la dispersión de los datos respecto a la media, y la varianza es el cuadrado de la desviación estándar, indicando la variabilidad dentro de un conjunto de datos. Estos conceptos son esenciales para resumir, describir y analizar datos cuantitativos, proporcionando una base para la inferencia estadística y la toma de decisiones informadas.

### **2.7.2. Distribución Normal**

Para Izquierdo (1998) la distribución normal, también conocida como distribución de Gauss, es una de las más importantes en estadística debido a su prevalencia en la naturaleza y en muchos fenómenos sociales y económicos. Esta distribución es simétrica, con la mayoría de los datos agrupados alrededor de la media, y presenta una curva en forma de campana. Chica e Iburguen (2014) establecen que la importancia de la distribución normal radica en sus propiedades matemáticas y en su capacidad para permitir la aplicación de diversos métodos estadísticos inferenciales. En estudios cuantitativos, se utiliza para analizar y presentar datos, ayudando a estimar probabilidades y hacer inferencias sobre la población a partir de muestras. Su aplicación facilita la comprensión de la variabilidad y la comparación de diferentes conjuntos de datos.

### **2.7.3. Aplicación en Estudios de Movilidad y Actividad Comercial**

Las técnicas estadísticas, incluyendo el análisis de la distribución normal, son vitales en estudios de movilidad y actividad comercial. Por ejemplo, en un estudio sobre patrones de movilidad urbana, se puede utilizar la media y la desviación estándar para analizar los tiempos de viaje de los residentes y la varianza para comprender la dispersión de estos tiempos en diferentes zonas. Asimismo, en estudios de actividad comercial, estas técnicas ayudan a evaluar la distribución de ventas entre distintos sectores comerciales, identificando tendencias y patrones de consumo. La literatura existente muestra cómo estas herramientas estadísticas permiten tomar decisiones informadas sobre la planificación urbana y el desarrollo económico, optimizando recursos y mejorando la eficiencia operativa en las ciudades (León & Pérez, 2019).

### **2.8. Estudios Previos en el Contexto de Manta y Ecuador**

Varios estudios han explorado la movilidad urbana en sectores comerciales de Manta, proporcionando una base sólida para entender los patrones de desplazamiento y su impacto en la economía local. En la investigación de Solórzano y Yépez (2019) previas han analizado la congestión vehicular en áreas como Nuevo Tarqui y Calle 13, encontrando que la falta de infraestructura adecuada y el crecimiento desorganizado de comercios contribuyen significativamente a los problemas de movilidad. Estos estudios han revelado que los picos de tráfico coinciden con las horas de mayor actividad comercial, exacerbando los tiempos de viaje y afectando la accesibilidad. Otros trabajos han destacado la necesidad de integrar soluciones de transporte público más eficientes y sostenibles. Estos hallazgos son cruciales para mi investigación, ya que proporcionan un contexto histórico y evidencian la necesidad de intervenciones planificadas para mejorar la movilidad urbana en Manta.

Las investigaciones sobre la actividad comercial en Ecuador han abordado diversos aspectos, desde el crecimiento de los pequeños y medianos negocios hasta el impacto de los

grandes centros comerciales en la economía local. Un estudio destacado se centró en el mercado de Quito, utilizando métodos cualitativos y cuantitativos para evaluar cómo la apertura de centros comerciales ha influido en las ventas de negocios tradicionales. Los resultados indicaron que, aunque los grandes centros atraen a un público considerable, los comercios tradicionales continúan siendo vitales para las comunidades locales por su accesibilidad y oferta diversificada. En Guayaquil, se han utilizado análisis de series temporales para estudiar las tendencias de ventas en diferentes sectores comerciales, revelando patrones estacionales y la influencia de eventos económicos. Estas metodologías y hallazgos informan y contextualizan mi investigación, proporcionando un marco comparativo para el estudio de la actividad comercial en Manta (CEPAL, 2016).

A pesar de la riqueza de estudios existentes sobre movilidad urbana y actividad comercial en Ecuador, persisten importantes lagunas en la literatura. Por ejemplo, hay una falta de investigaciones integrales que aborden simultáneamente la movilidad y la actividad comercial en un contexto específico como Manta. Además, muchos estudios previos se han centrado en grandes ciudades como Quito y Guayaquil, dejando un vacío en la comprensión de las dinámicas comerciales y de movilidad en ciudades intermedias. Mi investigación busca llenar estas lagunas proporcionando un análisis detallado de cómo la actividad comercial en sectores clave de Manta influye en la movilidad urbana, y viceversa. Esta justificación es crucial, ya que una mejor comprensión de estas interacciones puede informar políticas públicas más efectivas y contribuir al desarrollo sostenible de la ciudad (CIVITIC, 2017).

## **2.9. Marco Conceptual**

En mi estudio, definiré claramente tanto las variables cuantitativas como cualitativas para asegurar un análisis riguroso y detallado. Las variables cuantitativas incluirán medidas como el número de visitantes procedentes de diferentes parroquias. Estas se recopilarán mediante encuestas. Por otro lado, las variables cualitativas abarcarán percepciones de los



visitantes sobre la accesibilidad y la satisfacción con la infraestructura de transporte que estarán categorizadas dentro de las encuestas.

Las variables definidas están estrechamente interrelacionadas y alineadas con los objetivos de la investigación. Por ejemplo, se espera que la frecuencia de visitas a los sectores comerciales influya en el número de visitantes de diferentes parroquias por cada sector, mientras que las opciones de transporte pueden afectar tanto la frecuencia de visitas como la satisfacción del visitante. Además, las percepciones de accesibilidad y satisfacción con la infraestructura de transporte pueden moderar la relación entre el gasto promedio y la frecuencia de visitas. Estas interrelaciones permiten un análisis más profundo de cómo la movilidad urbana y la actividad comercial se afectan mutuamente en Manta, proporcionando información valiosa para desarrollar políticas urbanas más efectivas.

## **2.10. Cierre del Marco Teórico**

El marco teórico de esta investigación ha abordado conceptos clave como movilidad urbana, actividad comercial, y las metodologías estadísticas para analizar estos fenómenos. Hemos revisado estudios previos que destacan la importancia de una infraestructura de transporte adecuada y la organización espacial en la eficiencia de los sectores comerciales. También se ha discutido cómo la movilidad urbana y la actividad comercial están interrelacionadas, y cómo estas interacciones afectan la economía local y la calidad de vida de los residentes. Este marco establece una base sólida para nuestra investigación, proporcionando los fundamentos necesarios para el análisis de datos y la interpretación de resultados.

El marco teórico informado es crucial para guiar la investigación, ya que ofrece un esquema conceptual y metodológico que direcciona el estudio de manera coherente. Este marco no solo ayuda a contextualizar la investigación dentro del ámbito existente, sino que también facilita la identificación de las lagunas en la literatura que nuestra investigación busca llenar.

Al seguir este marco, se espera obtener una mejor comprensión de los patrones de movilidad y actividad comercial en Manta, lo cual es esencial para formular recomendaciones de políticas públicas. En última instancia, el marco teórico asegura que la investigación esté bien fundamentada y alineada con objetivos claros, permitiendo un análisis más robusto y concluyente.

## CAPÍTULO III

### DISEÑO METODOLÓGICO

#### 3.1. Enfoque metodológico

El presente trabajo aplica un enfoque cuantitativo. Se elige este enfoque porque permite la recolección y análisis de datos numéricos para determinar las proporciones de personas provenientes de diferentes parroquias que asisten a sectores específicos con alta actividad comercial en el cantón Manta. El enfoque cuantitativo facilita la aplicación de técnicas estadísticas para la interpretación de los datos y la obtención de conclusiones basadas en evidencias.

Hernández et al., (2018) señala que el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, es secuencial y de carácter verificable. Cada etapa antecede a la siguiente y no es posible omitir pasos. El orden es estricto, aunque se puede redefinir alguna fase. Comienza con una idea que se va delimitando; una vez definida, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura existente y se construye un marco teórico. A partir de las preguntas, se formulan hipótesis y se determinan variables; se diseña un plan para probar estas hipótesis; se miden las variables en un contexto específico; se analizan las mediciones obtenidas mediante métodos estadísticos, y finalmente se extraen conclusiones.

#### 3.2. Métodos

Se utilizará el método descriptivo para describir y cuantificar las características de la población que asiste a los sectores comerciales seleccionados, para lo cual se recogieron datos sobre el número de visitantes, su parroquia de procedencia, frecuencia de visitas, edad, género, y motivo de la visita.

El método analítico permitirá analizar los datos recolectados para identificar patrones y relaciones entre las variables. Se utilizarán técnicas estadísticas para evaluar las proporciones de visitantes de diferentes parroquias y su distribución en los sectores comerciales.

### **3.3. Técnicas**

#### **3.3.1. Población de estudio**

La población objetivo del estudio incluye a todas las personas que visitan los cinco sectores comerciales principales de Manta: Nuevo Tarqui, Calle 13, Los Esteros, Jocay y El Palmar.

#### **3.3.2. Muestra**

La metodología utilizada para seleccionar la muestra fue bajo un muestreo no probabilístico, específicamente un muestreo intencional y por cuota, debido a la naturaleza exploratoria del estudio y la facilidad de acceso a los visitantes en los sectores seleccionados.

A continuación, se explica la aplicación de cada uno:

- Muestreo por cuota: Se asemeja o se acerca a un símil de muestreo estratificado, sin serlo, es una pseudo-representación de todas las características de la población y aplica una segmentación por cuotas, es decir, subgrupos específicos de la población para alcanzar un número predeterminado de respuestas. En este caso, las cuotas se establecieron en base a las parroquias de procedencia de los visitantes (Tarqui, Los Esteros, Manta, Eloy Alfaro, San Mateo, San Lorenzo y Santa Marianita), debido a que se buscó asegurar que la muestra incluyera una representación adecuada de los visitantes de todas las parroquias, reflejando así la diversidad geográfica del cantón Manta.

- Muestreo intencional: Se seleccionan los elementos de la muestra en base a criterios específicos que son relevante para la investigación. En este caso, se eligieron sectores comerciales específicos (Nuevo Tarqui, Calle 13, Los Esteros, Jocay y El Palmar) dentro del cantón Manta que se consideran representativos de la actividad comercial en la localidad y son frecuentados por residentes de diversas parroquias.

### 3.3.3. Tamaño de la Muestra

Se estimó una muestra de al menos 155 visitantes por cada sector comercial para asegurar una base de datos suficientemente robusta para el análisis estadístico. El tamaño final de la muestra se determinó en función de la disponibilidad y accesibilidad de los visitantes durante el período de estudio.

**Tabla 2.**

*Tamaño final de la muestra por sector clave*

<b>Sector</b>	<b>N</b>
<b>Nuevo Tarqui</b>	155
<b>Calle1 3</b>	155
<b>Los Esteros</b>	155
<b>Jocay</b>	155
<b>El Palmar</b>	110
<b>Total</b>	730

Fuente: Elaboración propia (2024)

### **3.4. Instrumentos**

#### **3.4.1. Encuestas**

Para aquello se diseñó un cuestionario estructurado para recolectar datos de los visitantes en los sectores comerciales seleccionados. El cuestionario incluye preguntas cerradas y de opción múltiple para facilitar la cuantificación de las respuestas. A continuación, se describen los componentes principales del cuestionario:

- Datos Demográficos (Edad en específico).
- Parroquia de procedencia.
- Frecuencia de Visitas.
- Motivo de la Visita.
- Evaluación de la Actividad Comercial.

Las preguntas se diseñaron para obtener información relevante sobre el flujo de personas entre diferentes parroquias y lugares de actividad comercial en el cantón de Manta. El formulario se muestra a detalle en los Anexos.

Como objeto agregador de la encuesta; ésta pretende la recolección de datos sobre los patrones de movilidad y preferencias de los residentes de las diferentes parroquias de Manta con respecto a la concurrencia en lugares de actividad comercial, lo que ayudará a realizar un análisis estadístico para entender mejor el flujo de personas y mejorar la planificación urbana y comercial en el cantón.

#### **3.5.1. Recolección y Procesamiento de los Datos**

Para la recolección de datos se contó con un equipo de veinticinco personas debidamente capacitadas que participaron de inicio a fin con el levantamiento de información en las zonas planificadas, tres de aquellos participaron directamente en el proceso de

digitalización de las encuestas para la construcción inicial de la base de datos en Excel, una vez ajustada la base de datos, se procedió a realizar el análisis de datos por medio de varios programas estadísticos. En los siguientes puntos se explica el proceso.

### **3.5.2. Preparación del Cuestionario**

1. Diseño y revisión del cuestionario para asegurar la claridad y relevancia de las preguntas.
2. Realización de una prueba piloto para ajustar y mejorar el cuestionario según sea necesario.

### **3.5.3. Aplicación del Cuestionario:**

1. Recolección de datos en días y horas especificadas en los cinco sectores comerciales seleccionados.
2. Los encuestadores se situaron en puntos estratégicos dentro de cada sector para maximizar la representatividad de la muestra.

### **3.5.4. Análisis de Datos:**

1. Codificación y entrada de datos en una base de datos.
2. Aplicación de técnicas estadísticas descriptivas y analíticas utilizando los siguientes softwares estadístico: SPSS, R, y Excel.
3. Evaluación de las proporciones de visitantes de cada parroquia y análisis de la distribución de los datos.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

En base a los objetivos planteados, los resultados de la investigación se muestran y se evalúan individualmente por cada sector clave estudiado, realizando varios análisis descriptivos sobre las variables o preguntas encuestadas a cada sector y finalmente una breve comparación entre sectores. A continuación, se detallan brevemente características de la muestra a considerar en los resultados.

Partiendo de la apreciación y observación del conglomerado de personas en los diferentes lugares o zonas comerciales de Manta, en la Tabla 3 se muestran los 5 sectores claves identificados como sectores con un alto nivel de concurrencia. Para efecto de la investigación y en concordancia a uno de los objetivos planteados se diseñó y aplicó un método de muestreo no probabilístico a los 5 sectores seleccionados.

**Tabla 3.**

Número de visitantes por sectores claves

Sector	N	%
<b>Nuevo Tarqui</b>	155	21,2%
<b>Calle 13</b>	155	21,2%
<b>Los Esteros</b>	155	21,2%
<b>Jocay</b>	155	21,2%
<b>El Palmar</b>	110	15,1%
<b>Total</b>	730	100,0%

Fuente: Elaboración propia (2024)



Como se describe en la Tabla 3, el número de visitantes de los 5 sectores claves da un total de 730 individuos, la cual se distribuyen en 155 individuos que visitaron Nuevo Tarqui, 155 individuos que visitaron Calle 13, en Los Esteros 155 y en Jocay 155, a diferencia del sector El Palmar que se contó con 110 visitantes. Partiendo con un análisis previo de la proporción y distribución de los 730 individuos, se puede determinar que la proporción es casi igualitaria (21,2%) para los primero 4 sectores a excepción del sector del El Palmar (15,1%).

**Tabla 4.**

*Número de visitantes a los sectores claves por grupos etarios*

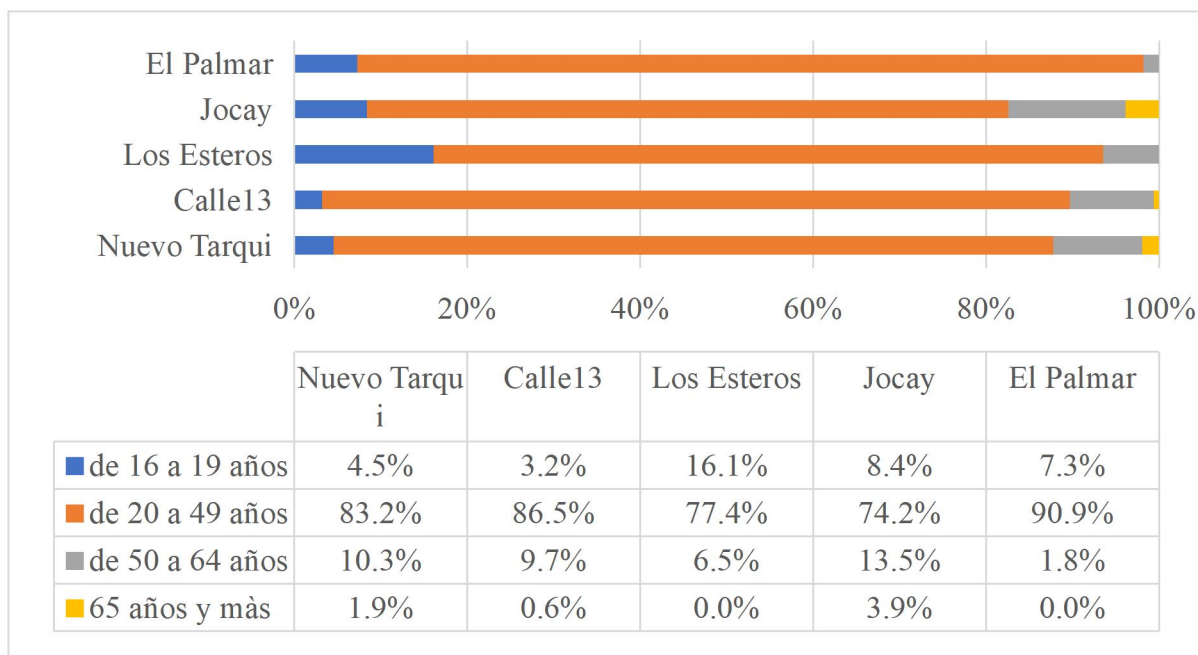
Grupo etario	Nuevo					Total
	Tarqui	Calle 13	Los Esteros	Jocay	El Palmar	
<b>de 16 a 19 años</b>	7	5	25	13	8	<b>58</b>
<b>de 20 a 49 años</b>	129	134	120	115	100	<b>598</b>
<b>de 50 a 64 años</b>	16	15	10	21	2	<b>64</b>
<b>65 años y más</b>	3	1	0	6	0	<b>10</b>
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>155</b>	<b>155</b>	<b>155</b>	<b>110</b>	<b>730</b>

Fuente: Elaboración propia (2024)

Otra característica por tomar en cuenta inicialmente son las edades de los visitantes en cada uno de los sectores, para aquello, en la Tabla 4 se puede observar por grupos etarios el número de edades en los 5 sectores claves, entre las cuales gran parte de los visitantes pertenecen al grupo etario de entre 20 a 49 años y la menor parte se concentra en el grupo etario de entre los 65 años y más.

**Figura 1.**

*Distribución de los visitantes por grupo etario*



Fuente: Elaboración propia (2024)

Así, como se aprecia en la Figura 1, se tiene una mejor perspectiva proporcional de las edades en cada sector independiente e individualmente de la muestra correspondiente a cada sector, es decir, se tiene la proporción individual según el número de visitantes de cada sector. En el sector de Los Esteros, solo considerando a sus 155 visitantes, se concentra la mayor parte de personas que tienen entre 16 a 19 años, aproximadamente el 18%, ocurre lo contrario en el sector Calle 13 que concentra la menor proporción de personas con edad entre 16 a 19 años (3,2%). Para el grupo de edades de entre 20 a 49 años, se aprecia que la mayor proporción de personas por sector se encuentra en el Palmar (90,9%), por otra parte, la menor proporción se sitúa en el sector Jocay (74,2%). Cabe recalcar que equivalentemente a cada sector, el grupo etario de 20 a 49 años significa la mayor proporción para El Palmar, Jocay, Los Esteros, Calle 13 y Nuevo Tarqui comparado a los otros grupos de edades. Es válido intuir que esta gran concentración de este grupo etario (20 a 49 años) se debe a varios factores, principalmente demográfico y socioeconómico. El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en su último censo oficial (2021) realizado a la población ecuatoriana, se determinó el número de población del país y que gran parte de la población que tiene hasta 29

años, era equivalente a casi el 51% de la población total ecuatoriana. Se llegó a pensar que el Ecuador había alcanzado su pico más alto de los últimos años de las personas que pertenecen a la Población Económicamente Activa (PEA).

#### 4.1. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias (Análisis por sector)

**Tabla 5.**

*Proporción de visitantes por parroquia y Sector / zona comercial*

Sector / Parroquias	Nuevo		Calle 13		Los Esteros		Jocay		El Palmar		Total	
	Tarqui											
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Tarqui</b>	40	25,8%	23	14,8%	14	9,0%	97	62,6%	19	17,3%	193	26,4%
<b>Los Esteros</b>	21	13,5%	43	27,7%	110	71,0%	15	9,7%	24	21,8%	213	29,2%
<b>Manta</b>	24	15,5%	26	16,8%	15	9,7%	9	5,8%	11	10,0%	85	11,6%
<b>Eloy Alfaro</b>	54	34,8%	30	19,4%	10	6,5%	28	18,1%	17	15,5%	139	19,0%
<b>San Mateo</b>	1	0,6%	11	7,1%	1	0,6%	0	0,0%	13	11,8%	26	3,6%
<b>San Lorenzo</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,9%	1	0,1%
<b>Santa Marianita</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,9%	1	0,1%
<b>Jaramijó</b>	2	1,3%	2	1,3%	1	0,6%	1	0,6%	4	3,6%	10	1,4%
<b>Montecristi</b>	13	8,4%	20	12,9%	4	2,6%	5	3,2%	12	10,9%	54	7,4%
<b>Portoviejo</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	3,6%	4	0,5%
<b>Otros Cantones</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	3,6%	4	0,5%
<b>Total</b>	155	100%	155	100%	155	100%	155	100%	110	100%	730	100%

Fuente: Elaboración propia (2024)

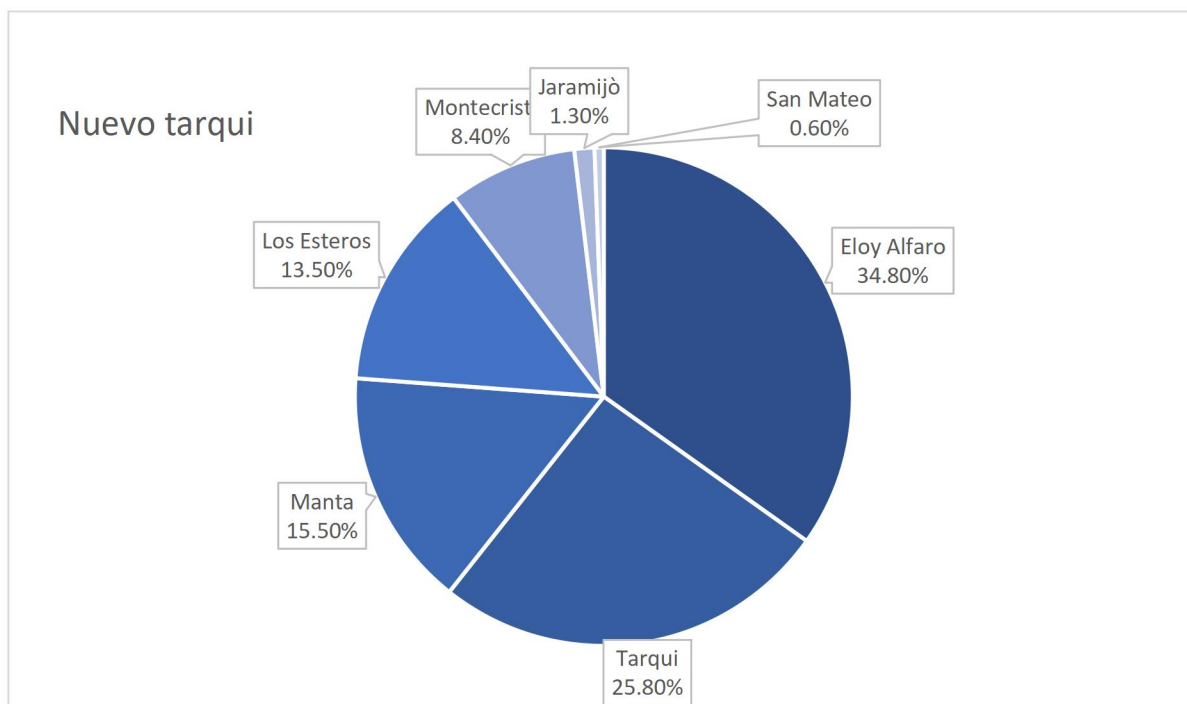
Para la respectiva evaluación de las proporciones de visitantes por parroquia hacia los 5 sectores claves, se muestran los resultados de la Tabla 5, la cual será relevante y se irá evaluando sector por sector resaltando las principales notaciones, por lo tanto, se observa lo siguiente de cada sector:

#### **4.1.1. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave Nuevo Tarqui.**

En el sector Nuevo Tarqui se identificó a 7 de las 10 parroquias y/o cantones como lugar de procedencia de las personas visitantes. La distribución de estas parroquias o lugares de procedencia de los visitantes en este sector empieza con los 54 visitantes que asistieron desde la parroquia Eloy Alfaro, siendo ésta el mayor en términos porcentuales equivalente al 34,8% de los 155 visitantes que llegaron de diferentes parroquias a Nuevo Tarqui. De la parroquia Tarqui hubo un total de 40 visitantes equivalente al 25,8%, lo cual es interesante pensar en su ubicación geográfica dado que esta parroquia junto con Manta son las más cercana al sector Nuevo Tarqui, entonces es válido determinar que hoy en día las opciones de movilidad o transporte son suficientes para satisfacer en gran parte a las personas que acuden desde la parroquia Eloy Alfaro, pues de esta parroquia provienen la mayor parte de visitantes, e incluso las personas procedentes de la parroquia Manta que limita con el sector Nuevo Tarqui está por debajo de Eloy Alfaro con un 15,5% de visitantes, es decir, 25 visitantes de la parroquia Manta. Con estos resultados, no cabe duda de que los gustos y preferencias de las personas provenientes de las diferentes parroquias si influyen en la decisión de visitar un sector que no sea justo el más cercano a ellas. No obstante, se tienen casos como el de San Mateo, San Lorenzo y Santa Marianita que entre las tres parroquias rurales solamente suman un visitante, es decir el 0,60%, que específicamente ese visitante proviene de San Mateo. La figura 2 nos muestra una perspectiva más clara del sector Nuevo Tarqui.

#### **Figura 2.**

*Distribución de visitantes en el sector Nuevo Tarqui*



Fuente: Elaboración propia (2024)

Como se observa en la Figura 2 y Tabla 5, solo 1 visitante (0,60%) llegó de San Mateo, situando a esta parroquia de procedencia con la menor proporción de visitantes en Nuevo Tarqui (aclarando que se excluyen las parroquias con 0 visitantes). Haciendo un contraste junto a las demás parroquias rurales (San Lorenzo y Santa Marianita) y los cantones vecinos de Manta (Montecristi y Jaramijó), se aprecia que éstas últimas acumulan mayor porcentaje (8,40% y 1,30% respectivamente) que las parroquias rurales de Manta.

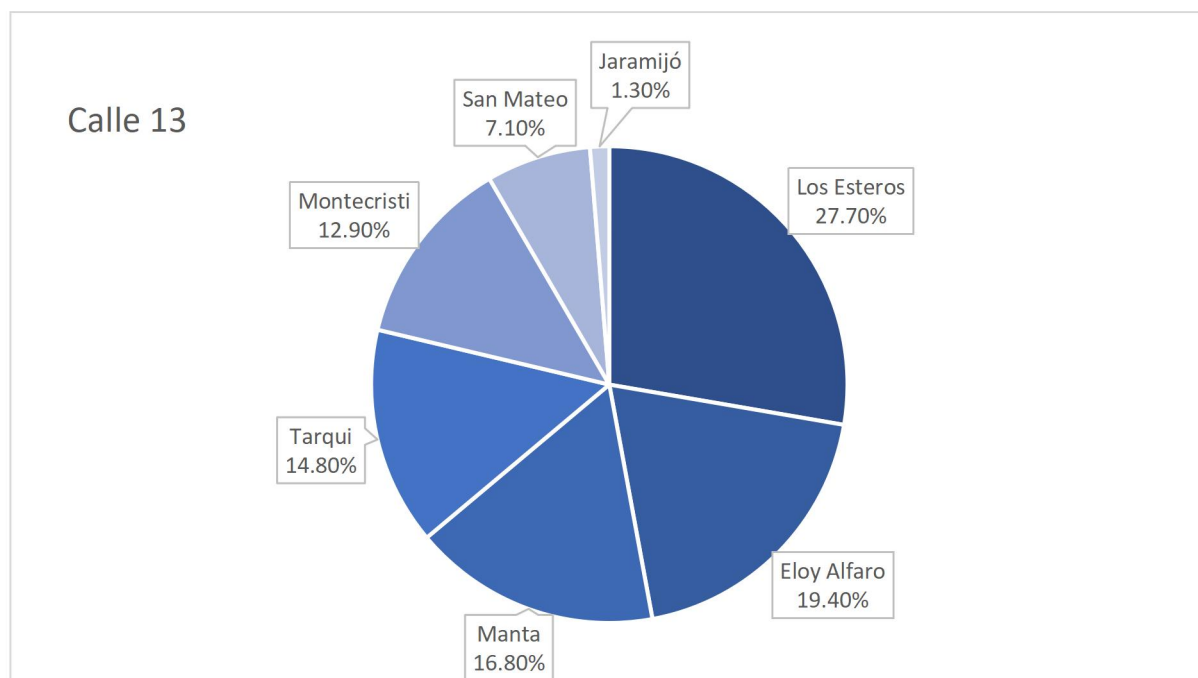
De acuerdo con el contraste que se obtuvo, las localidades urbanas tienen un mejor acceso y fluidez de movilidad de un sector a otro o de una parroquia a otra. Estos resultados nos permiten evidenciar que en las localidades rurales de Manta aún existe una brecha sobre la falta de opciones de transporte y movilidad.

#### 4.1.2. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave Calle 13.

Al sector Calle 13 asistieron visitantes desde 7 parroquias y/o cantones diferentes, descripción que se aprecia en la Tabla 5. La distribución proporcional específicamente se muestra en la Figura 3.

**Figura 3.**

*Distribución de visitantes por parroquias y otros cantones del sector Calle 13*



Fuente: Elaboración propia (2024)

Se observa que Los Esteros fue la parroquia de lugar de procedencia con mayor proporción (27,70%), seguido de Eloy Alfaro (19,40%), Manta (16,80%) y Tarqui (14,80%), esto por ahora lo que tiene que ver con las parroquias urbanas de Manta. Por otra parte, realizando el mismo contraste que se hizo con Nuevo Tarqui en el anterior inciso de su respectiva evaluación, se puede notar que hay un mayor porcentaje de visitantes provenientes de cantones vecinos que de visitantes provenientes de parroquias rurales de Manta, lo cual se distribuye en, Montecristi (12,90%), Jaramijó (1,30%) y San Mateo con 7,10% (de San Lorenzo y Santa Marianita no se contó con visitantes). No obstante, se puede evidenciar que

hay un aumento significativo de visitantes de San Mateo que asistieron a la Calle 13 (7,10%) en comparación de los que acudieron a Nuevo Tarqui (0,60%). Si bien es cierto, el sector Calle 13 está geográficamente ubicada más cerca de la parroquia San Mateo, no se podría determinar aún como un factor determinante, pues los gustos y preferencias de las personas influyen en la conducta humana al momento de decidir hacia donde ir.

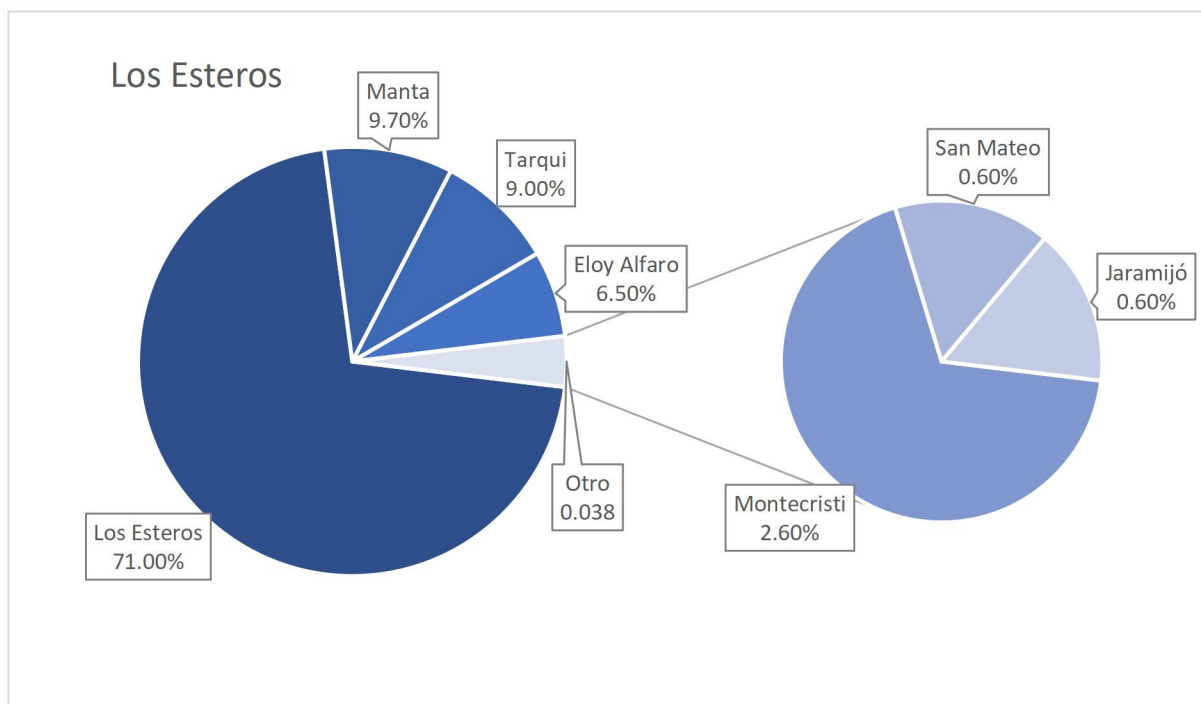
Los motivos de visitas de las personas, es una variable que está relacionada a lo dicho anteriormente, más adelante se explican los resultados de esa arista y servirá de contraste para que, de manera sucinta, se pueda aludir a ciertas determinantes que influyen en el comportamiento del conglomerado de personas, esto último no es objeto de esta investigación, sin embargo, abre a una nueva línea de investigación derivado de los contrastes y cruces que se obtienen en estos resultados.

#### **4.1.3. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave Los Esteros.**

Según los resultados obtenidos y que se reflejan en la Tabla 5 (ver tabla), se observa una notable concentración de la proporción sobre el conglomerado de personas que asisten desde la misma parroquia, es decir, del sector de Los Esteros 110 visitantes provienen de la misma parroquia. Lo cual, lógicamente se subrayaría esta cifra como un comportamiento normal por la cercanía que representa asistir al mismo sector comercial, independientemente de la actividad que la persona vaya a realizar. En términos porcentuales, esto representa el 71,0% de los visitantes totales que acudieron a Los Esteros, cifra que se observa con mejor detalle en la Figura 4.

#### **Figura 4.**

*Distribución de visitantes por parroquias y otros cantones del sector Los Esteros*



Fuente: Elaboración propia (2024)

Como se muestra en la Figura 4, hay una amplia diferencia entre la parroquia Los Esteros con los demás lugares de procedencia. Por otro lado, el resultante de las demás parroquias suma un total de 29,0%, y, su distribución indica que el 9,70% de los visitantes llegaron de la parroquia Manta, el 9,00% desde Tarqui, desde Eloy Alfaro acudieron el 6,50% y desde Montecristi, San Mateo y Jaramijó sumaron el 3,80% de visitantes.

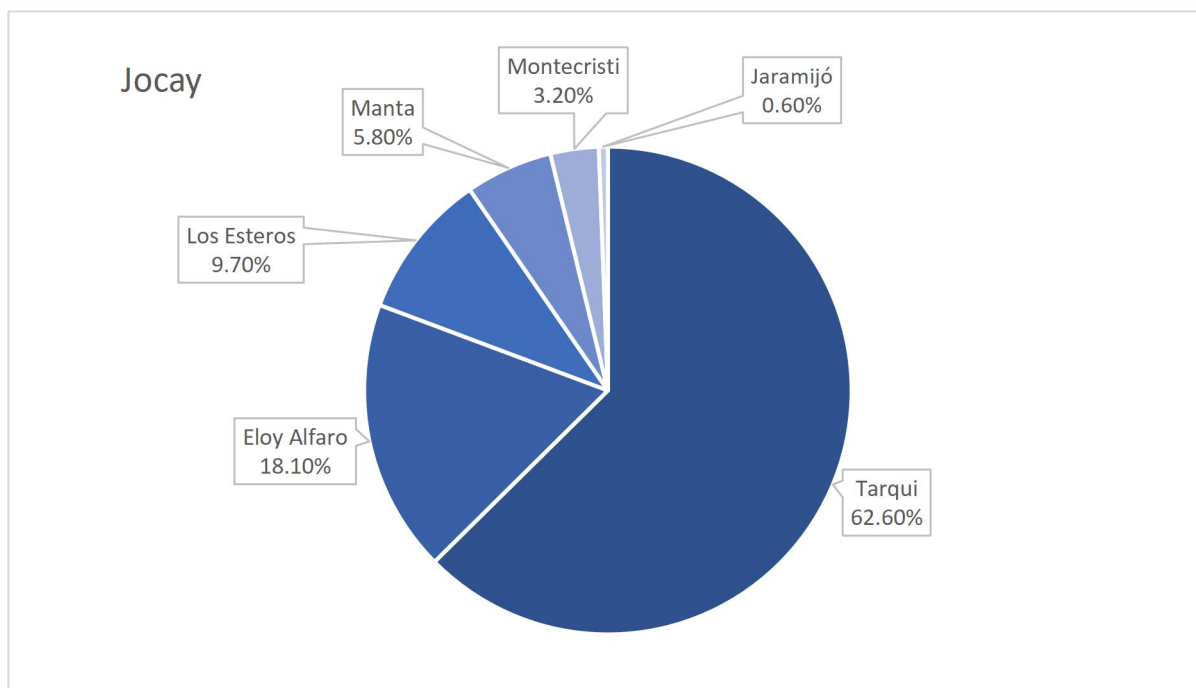
#### 4.1.4. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave Jocay.

En base a los resultados planteado previamente (Tabla 6) se refleja que al sector Jocay acudieron visitantes desde 4 parroquias de Manta y 2 cantones vecinos. Al sector llegaron 97 visitantes desde la parroquia Tarqui, 15 visitantes de Los Esteros, 9 visitantes vinieron de la parroquia Manta, 28 desde Eloy Alfaro. 1 del cantón Jaramijó y 5 del cantón Montecristi. Esta vez, no acudieron visitantes de las parroquias rurales de Manta (San Mateo, San Lorenzo y Santa Marianita).

**Figura 5.**



*Distribución de visitantes por parroquias y otros cantones del sector Jocay*



Fuente: Elaboración propia (2024)

En la Figura 5 se explica gráficamente los resultados obtenidos con relación al sector Jocay, este panorama permite evidenciar el gran conglomerado de personas que provienen de la parroquia Tarqui equivalente al 62,60% de visitantes. Contrastando este resultado con el del sector Los Esteros, se observa que hay cierta similitud entre los dos sectores ya que en ambos la mayor parte de los visitantes vienen o se encuentran en sus mismas parroquias respectivamente. El 18,10% de los visitantes son de la parroquia Eloy Alfaro, de Los Esteros llegaron el 9,70%, de la parroquia Manta 5,80%, del cantón Montecristi 3,20% y por último el cantón Jaramijó que representa solamente el 0,60% de los visitantes correspondiente al sector Jocay.

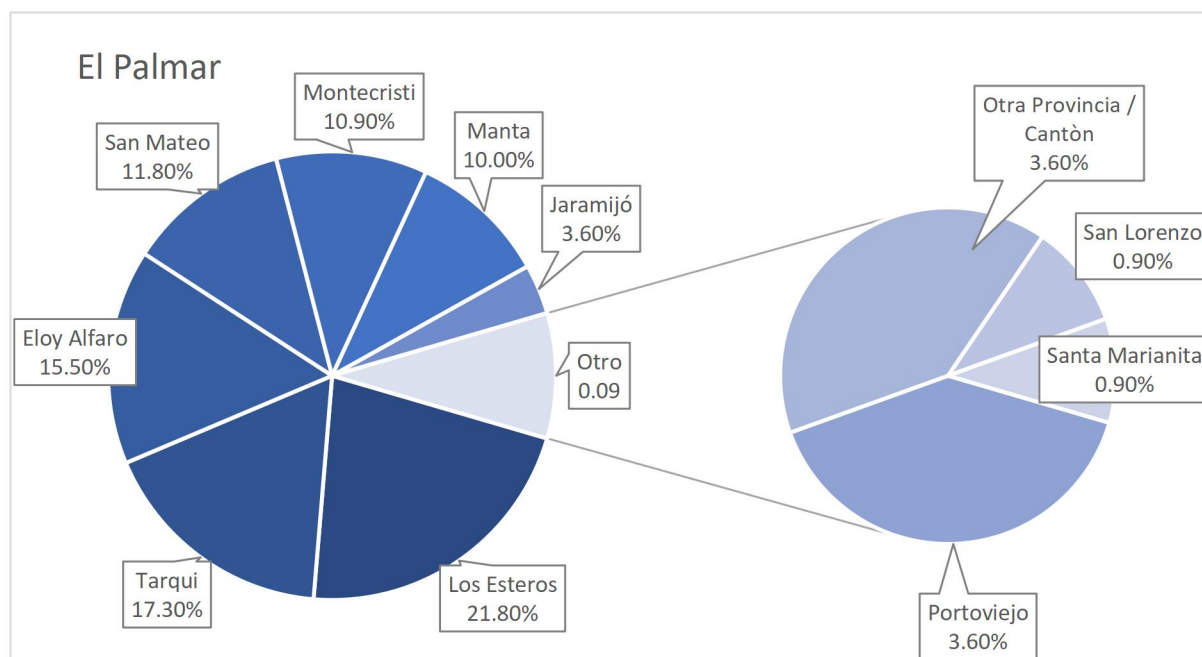
**4.1.5. Evaluación de la proporción de personas procedentes de las diferentes parroquias de Manta en el sector clave El Palmar.**

En este sector se observó una característica única, tal como describe la Tabla 5, se evidencia que fue el único sector en donde acudieron visitantes desde todas las parroquias y

cantones vecinos que se había considerado como lugares de procedencia. Se puede observar que para este sector se toman en cuenta 2 criterios más, Portoviejo y Otros Cantones, de cada uno hubo 4 visitantes lo que representa el 3,6% respectivamente.

**Figura 6.**

*Distribución de visitantes por parroquias y otros cantones del sector El Palmar*



Fuente: Elaboración propia (2024)

La Figura 6 nos muestra en términos porcentuales la distribución de los lugares de procedencia de sus visitantes. Otras de las observaciones que destacan a simple vista es que no se distan en gran medida proporcionalmente entre los visitantes que vienen de las parroquias de Manta, es decir, Los Esteros (21,80%), Tarqui (17,30%), Eloy Alfaro (15,50%), San Mateo (11,80%) y Manta (10,90%) e incluso, la parroquia San Mateo muestra su proporción más alta de donde parten visitantes hacia los 5 sectores claves.

#### 4.2. Análisis de otros indicadores

Una vez evaluada la proporción de los visitantes a cada uno de los sectores, es complementario añadir otros indicadores o también determinantes, para aquello, se irá

analizando cada sección de datos, también se evaluará sus resultados bajo el total de la suma de las 5 muestras (n=730), a partir de ahora los resultados que se muestran serán en base a lo que las personas respondieron según su apreciación y realidad, independientemente que a lo largo del análisis se involucren posibles determinantes o factores que hayan influido sobre los resultados de un sector. En primeras instancias, se tiene a la frecuencia que los visitantes acuden a cada uno de los sectores. La Tabla 6 nos indica en términos de cantidad y porcentual lo que se obtuvo.

**Tabla 6.**

*Frecuencia de visita a la zona comercial*

	Nuevo Tarqui		Calle13		Los Esteros		Jocay		El Palmar		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Diario</b>	60	38,7%	34	21,9%	92	59,4%	71	45,8%	42	38,2%	299	41,0%
<b>Semanal</b>	60	38,7%	57	36,8%	38	24,5%	57	36,8%	34	30,9%	246	33,7%
<b>Mensual</b>	12	7,7%	33	21,3%	15	9,7%	16	10,3%	18	16,4%	94	12,9%
<b>Rara vez</b>	23	14,8%	31	20,0%	10	6,5%	11	7,1%	15	13,6%	90	12,3%
<b>Casi nunca</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,9%	1	0,1%
<b>Total</b>	155	100%	155	100%	155	100%	155	100%	110	100%	730	100%

Fuente: Elaboración propia (2024)

Como se observa en la Tabla 6, hay cinco criterios de frecuencia, los resultados muestran en base a su totalidad que 299 de los 730 visitantes acuden diariamente, principalmente hacia sectores como Los Esteros y Nuevo Tarqui y sumado a los otros sectores totaliza el 41,0%, De igual manera, el 33,7% de los visitantes respondieron que acuden semanalmente, en la cual no se denota tanta diferencia. Por otra parte, 94 de los 730 visitantes (12,9%) respondieron que acuden mensualmente principalmente al sector Calle 13.

Asimismo, 90 de los 730 visitantes (12,3%) respondieron que rara vez acuden. Por último, el 0,1%, es decir, 1 de los 730 visitantes respondió que casi nunca acude específicamente a sector El Palmar. En resumen, esta sección muestra que la mayor parte de los visitantes que se encontraban en cada uno de los sectores acuden diariamente, lo cual es un resultado favorable, pues evidencia el flujo positivo de personas que se presenta día a día.

Desde la perspectiva de cada sector en donde los visitantes acudieron se puede apreciar lo siguiente:

- Los resultados para el sector Nuevo Tarqui indicaron que el 38,7% de los visitantes acuden diariamente y así mismo, otro 38,7% semanalmente lo que equivale a un total de 120 visitantes. De los 35 visitantes restantes, 12 respondieron que asistían mensualmente y 23 rara vez. Los resultados muestran que existe un significativo flujo de personas en el sector Nuevo Tarqui, considerando que los visitantes que acudieron a Nuevo Tarqui ya tienen un patrón de movilidad en lo que respecta solamente asistir al lugar.
- En la Calle 13 una cantidad de 155 visitantes respondieron que acuden en mayor porcentaje semanalmente (36,8%), seguido de 34 visitantes que acuden diariamente (21,9%), 33 visitantes lo hacen mensualmente (21,3%) y 31 visitantes asisten por rara vez (20%).
- En Los Esteros, 92 visitantes (59,4%) respondieron que asisten diariamente, lo cual, como muestra individual, esto resulta en un porcentaje muy favorable a nivel representativo sobre el flujo de personas y fidelidad de los visitantes con el sector. El 24,5% de los visitantes respondieron que acudían semanalmente al sector.
- En el sector Jocay, 71 visitantes (45,8%) respondieron que acuden diariamente al lugar, 57 visitantes (36,8%) acuden semanalmente, 16 visitantes (10,3%) lo hacen mensualmente y, por último, 11 visitantes (7,1%) asisten rara vez al lugar.

- En el sector El Palmar, 42 visitantes (38,2%) respondieron que acuden diariamente a la zona, 34 visitantes (30,9%) acuden semanalmente, 18 visitantes (16,4%) acuden mensualmente, 15 visitantes (13,6%) lo hacen rar vez y solo 1 persona (0,9%) respondió que casi nunca visita al sector.

Realizando el contraste, podemos denotar que por lo general los visitantes prefieren acudir diariamente a cualquiera de los sectores y esto indica que casi todos los días hay un considerable flujo de personas y no simplemente se concentran estas proporciones en un solo sector, por lo tanto, se determina que cada uno de los sectores claves de Manta son lugares rutinarios para la mayoría de las personas que las visitan diariamente. Sin embargo, un factor muy influyente son los motivos de las personas por visitar estos sectores claves.

**Tabla 7.**

*Motivo principal de visita a la zona comercial*

Motivo	Nuevo Tarqui		Calle13		Los Esteros		Jocay		El Palmar		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	<b>Compras</b>	92	59,4%	112	72,3%	77	49,7%	85	54,8%	25	22,7%	391
<b>Trabajo</b>	49	31,6%	29	18,7%	47	30,3%	44	28,4%	45	40,9%	214	29,3%
<b>Estudio</b>	5	3,2%	1	0,6%	10	6,5%	3	1,9%	12	10,9%	31	4,2%
<b>Ocio</b>	6	3,9%	12	7,7%	18	11,6%	17	11,0%	5	4,5%	58	7,9%
<b>Otros</b>	3	1,9%	1	0,6%	3	1,9%	6	3,9%	23	20,9%	36	4,9%
<b>Total</b>	155	100%	155	100%	155	100%	155	100%	110	100%	730	100%

**Fuente:** Elaboración propia (2024)

La Tabla 7, muestra los resultados sobre el motivo que llevó al individuo visitar al sector comercial, para facilitar la elección de las personas se categorizó cinco criterios; que pudiera ser por motivo de compras, trabajo, estudio, ocio u otros. Primero observemos los

resultados de los visitantes en general, es decir, a los 730 visitantes. Más de la mitad de los visitantes (53,6%) respondieron que acudían a los sectores claves por motivo de compras, seguido de 214 visitantes (29,3%) que fueron al sector por motivo de trabajo, 31 visitantes (4,2%) respondieron que acudían al lugar por motivo de estudio, 58 visitantes (7,9%) respondieron que acudían al lugar por motivos de ocio y 36 personas respondieron que visitaron el sector por otras razones.

Desde la perspectiva de cada sector sobre el motivo principal de visita se observó lo siguiente:

- En Nuevo Tarqui, 92 visitantes (59,4%) respondieron que acudían al sector por motivos de compras, 49 visitantes (31,6%) acuden al sector por motivos de trabajo, 5 visitantes (3,2%) respondieron que lo hacían por motivos de estudio, 6 visitantes (3,9%) y 3 visitantes (1,9%) por otros motivos.
- En la Calle 13, 112 visitantes (72,3%) respondieron que acudían al sector por motivos de compras, 29 visitantes (18,7%) por motivos de trabajo, 1 visitante (0,6%) por motivo de estudio, 12 visitantes (7,7%) por motivos de ocio y 1 visitante (0,6%) por otro motivo.
- En Los Esteros, 77 visitantes (49,7%) respondieron que acudían al sector por motivos de compras, 47 visitantes (30,3%) por motivos de trabajo, 10 visitantes (6,5%) por motivos de estudio, 18 visitantes (11,6%) por motivos de ocio y 3 visitantes (1,9%) por otros motivos.
- En Jocay, 85 visitantes (54,8%) respondieron que acudían al sector por motivos de compras, 44 visitantes (28,4%) por motivos de trabajo, 3 visitantes (1,9%) por motivos de estudio, 17 visitantes (11,0%) por motivos de ocio y 6 visitantes (3,9%) por otros motivos.

- En El Palmar, 25 visitantes (22,7%) respondieron que acudieron al sector por motivos de compra, 45 visitantes (40,9%) por motivos de trabajo, 12 visitantes (10,9%) por motivos de estudio, 5 visitantes (4,5%) por motivos de ocio y 23 visitantes (20,9%) por otros motivos.

En contraste, se puede denotar que en 4 sectores las personas visitaban al sector principalmente por motivos de compras, a excepción de El Palmar en donde el motivo principal, en mayor proporción, es por trabajo en un 40,9%. Así mismo, también se considera como un porcentaje representativo (20,9%) la cantidad de personas que respondieron que visitaban al El Palmar por otros motivos. Por lo tanto, este resultado refleja que 4 de los 5 sectores cumplen con la característica de ser un lugar principalmente comercial, además de que las personas que circulan en estos sectores, en su mayoría, acuden con la intención de realizar compras o alguna actividad relacionada. No obstante, El Palmar es un sector en donde gran parte de los visitantes, son personas que ya trabajan en el sector, en este caso, se determina que hay pocos incentivos que motiven a otros visitantes a asistir a este sector con motivos de compras o alguna actividad afín, lo cual es considerado clave por la diversidad de personas que transcurren desde diferentes parroquias (observación que se detalla anteriormente en el análisis de la Tabla 5), aunque, debiéndose al Terminal Terrestre de Manta que se encuentra en la ubicación, podemos intuir que los visitantes solo están de paso y quizás no se esté considerando el acción de compras a boletos de viajes, lo cual ya es tema para otro objetivo.

Sánchez (2021) clasifica los diversos tipos de desplazamiento en materia de movilidad urbana, entre ellas está el uso de medio de transporte, lo cual, en una de sus clasificaciones menciona que hay 2 formas, motorizada y no motorizada. La manera motorizada incluye el uso de vehículos con motor (autos, buses, motos y trenes) y la manera no motorizada incluye el desplazamiento sin motor (a pie, bicicleta u otro vehículo sin motor).

Otra clasificación es por medio de transporte privado y medio de transporte público, lo cual ayudó a categorizar los criterios de medio de transporte para efecto de los resultados que se muestran en la Tabla 8. Cabe mencionar que en la categoría de otro transporte los resultados reflejaron, en su mayoría, el uso de taxi. Sin embargo, no es significativo proporcionalmente (3,6%) según los resultados, producto de las respuestas de los visitantes. Aunque tomando en cuenta resultados proporcionalmente bajo como el uso de bicicleta y caminando, esto en materia de Economía Ambiental, sin lugar a duda, representaría una preocupación.

**Tabla 8.**

*Medio de transporte principal que los visitantes usan para llegar al sector o zona comercial*

Medio de transporte	Nuevo Tarqui		Calle 13		Los Esteros		Jocay		El Palmar		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Transporte público</b>	63	40,6%	109	70,3%	58	37,4%	58	37,4%	61	55,5%	349	47,8%
<b>Vehículo propio</b>	57	36,8%	42	27,1%	48	31,0%	44	28,4%	39	35,5%	230	31,5%
<b>Bicicleta</b>	13	8,4%	1	0,6%	17	11,0%	5	3,2%	2	1,8%	38	5,2%
<b>Caminando</b>	13	8,4%	1	0,6%	21	13,5%	46	29,7%	6	5,5%	87	11,9%
<b>Otro</b>	9	5,8%	2	1,3%	11	7,1%	2	1,3%	2	1,8%	26	3,6%
<b>Total</b>	155	100%	155	100%	155	100%	155	100%	110	100%	730	100%

Fuente: Elaboración propia (2024)

Los resultados obtenidos reflejan que, de la muestra total, 349 visitantes (47,8%) respondieron que usan el transporte público para llegar al sector, 230 visitantes (31,5%) respondieron que usan vehículo propio para llegar al sector, 38 visitantes (5,2%) por medio



de bicicleta, 87 visitantes (11,9%) caminando y 26 visitantes (3,6%) usaron otro tipo de transporte.

Desde la perspectiva de cada sector sobre el medio de transporte principal que los visitantes usan para llegar a la zona, se observó lo siguiente:

- En Nuevo Tarqui, 63 visitantes (40,6%) respondieron que principalmente usan el transporte público para llegar al sector, 57 visitantes (36,8%) respondieron que usan vehículo propio, 13 visitantes (8,4%) en bicicleta, 13 visitantes (8,4%) caminando y 9 visitantes (5,8%) usan otro medio de transporte para llegar al sector comercial.
- En la Calle 13, 109 visitantes (70,3%) respondieron que principalmente usan el transporte público para llegar al sector, 42 visitantes (27,1%) respondieron que usan vehículo propio, 1 visitante (0,6%) en bicicleta, 1 visitante (0,6%) caminando y 2 visitantes (1,3%) usan otro medio de transporte para llegar al sector comercial.
- En Los Esteros, 58 visitantes (37,4%) respondieron que principalmente usan el transporte público para llegar al sector, 48 visitantes (31,0%) respondieron que usan vehículo propio, 17 visitantes (11,0%) en bicicleta, 21 visitantes (13,5%) caminando y 11 visitantes (7,1%) usan otro medio de transporte para llegar al sector comercial.
- En Jocay, 58 visitantes (37,4%) respondieron que principalmente usan el transporte público para llegar al sector, 44 visitantes (28,4%) respondieron que usan vehículo propio, 5 visitantes (3,2%) en bicicleta, 46 visitantes (29,7%) caminando y 2 visitantes (1,3%) usan otro medio de transporte para llegar al sector comercial.
- En El Palmar, 61 visitantes (55,5%) respondieron que principalmente usan el transporte público para llegar al sector, 39 visitantes (35,5%) respondieron que usan vehículo propio, 2 visitantes (1,8%) en bicicleta, 6 visitantes (5,5%) caminando y 2 visitantes (1,8%) usan otro medio de transporte para llegar al sector comercial.

En contraste, se denota que gran parte de los visitantes en cada uno de los sectores utilizan principalmente medio de transporte motorizado, es decir, transporte público y vehículo propio. Sin embargo, el sector Jocay muestra una característica particular y es que 46 de las 155 personas que visitaron ese sector llegan al lugar principalmente caminando, lo cual es una proporción lógica puesto que gran parte de sus visitantes también proceden de la misma parroquia (Tarqui 62,60%), resultado que se observó previamente en la Figura 5 en el análisis de la proporción de personas procedentes desde diferentes parroquias.

Parte de los resultados sobre el medio transporte y su infraestructura reflejaron también el nivel de satisfacción que se obtuvo de los visitantes en los sectores claves de Manta. Hubo una positiva respuesta por parte de los visitantes, pues gran parte de ellos estuvieron o están satisfechos con el medio de transporte, independientemente del que hayan utilizado principalmente para llegar al sector comercial. Aunque también hubo una parte considerable de los visitantes que se mostraron al margen o neutral sobre esta apreciación que en detalle se muestra en la Tabla 9 y su distribución porcentual de los visitantes de cada sector respecto al nivel de satisfacción se muestra en la figura 7.

**Tabla 9.**

*Nivel de satisfacción con el medio de transporte*

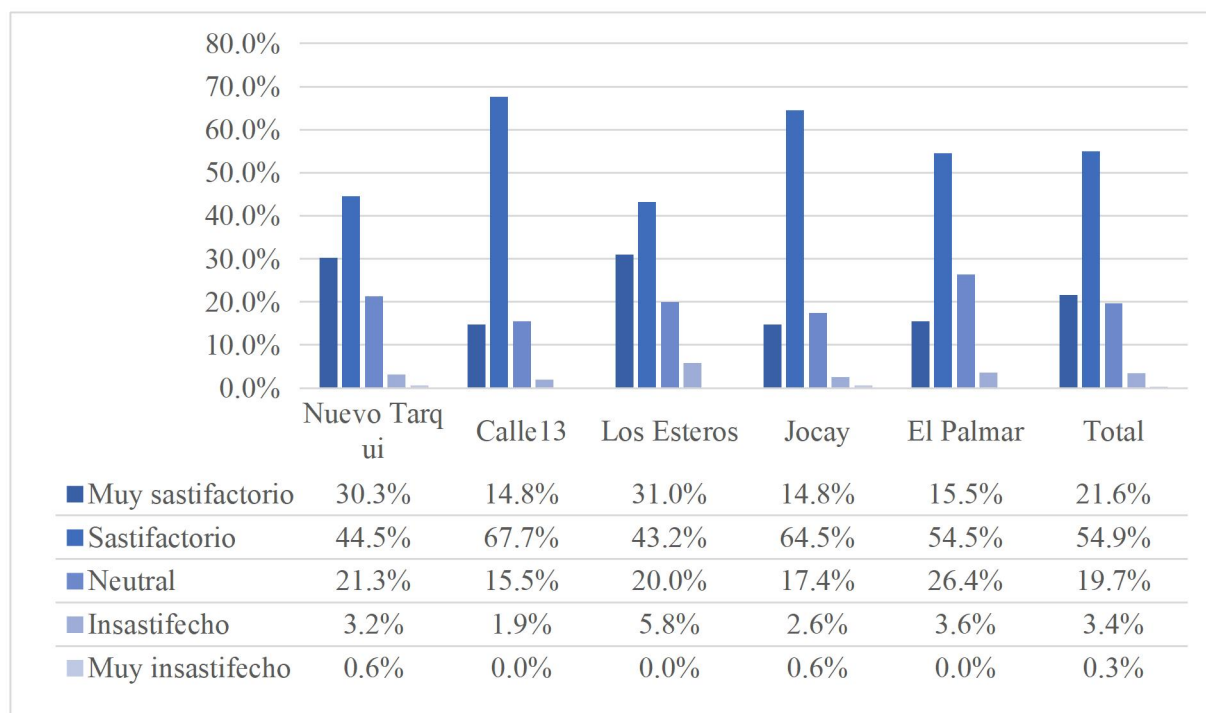
Nivel de satisfacción	Nuevo Tarqui		Calle13		Los Esteros		Jocay		El Palmar		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Muy satisfactorio</b>	47	30,3%	23	14,8%	48	31,0%	23	14,8%	17	15,5%	158	21,6%
<b>Satisfactorio</b>	69	44,5%	105	67,7%	67	43,2%	100	64,5%	60	54,5%	401	54,9%
<b>Neutral</b>	33	21,3%	24	15,5%	31	20,0%	27	17,4%	29	26,4%	144	19,7%
<b>Insatisfecho</b>	5	3,2%	3	1,9%	9	5,8%	4	2,6%	4	3,6%	25	3,4%

<b>Muy insatisfecho</b>	1	0,6%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,6%	0	0,0%	2	0,3%
<b>Total</b>	155	100%	155	100%	155	100%	155	100%	110	100%	730	100%

Fuente: Elaboración propia (2024)

**Figura 7.**

*Distribución del nivel de satisfacción con el medio de transporte*



Fuente: Elaboración propia (2024)

Como bien se mencionaba en los resultados recientemente mostrados, los visitantes en su gran mayoría se mantuvieron al margen entre neutral y satisfactorio (19,7 % y 54,9% respectivamente) y en un 21,6% los visitantes respondieron que sentían muy satisfecho. Lo que se puede denotar o mencionar como característica general de estos resultados, es que todos los sectores mantuvieron la misma tendencia a pesar de ser muestras independientes.

Anteriormente, uno de los primeros resultados que se analizó fue la proporción de las personas que visitan al sector desde diferentes parroquias, lo cual mostraba en números y proporciones la distribución del conglomerado de personas que acuden a un lugar en

específico. Ahora bien, esto permite obtener una aproximación sobre la concurrencia en sectores claves, también, lo que muestra la Tabla 10 permite observar algo parecido, sin embargo, en este apartado lo que se muestra son resultados en base a la apreciación de los visitantes.

**Tabla 10.**

*Nivel de concurrencia de las zonas comerciales*

	Nuevo		Calle13		Los		Jocay		El Palmar		Total	
	Tarqui				Esteros							
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Muy concurrido</b>	63	40,6%	37	23,9%	65	41,9%	32	20,6%	29	26,4%	226	31,0%
<b>Concurrido</b>	69	44,5%	99	63,9%	64	41,3%	102	65,8%	47	42,7%	381	52,2%
<b>Moderado</b>	19	12,3%	18	11,6%	20	12,9%	19	12,3%	29	26,4%	105	14,4%
<b>Poco concurrido</b>	4	2,6%	1	0,6%	4	2,6%	2	1,3%	5	4,5%	16	2,2%
<b>Muy poco concurrido</b>	0	0,0%	0	0,0%	2	1,3%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,3%
<b>Total</b>	155	100%	155	100%	155	100%	155	100%	110	100%	730	100%

Fuente: Elaboración propia (2024)

Continuando con la Tabla 10, los resultados obtenidos mostraron que los visitantes en general aprecian que existe un nivel concurrido en los sectores comerciales. Son 607 los visitantes que consideran que existe un nivel entre concurrido (52,2%) y muy concurrido en los sectores claves (31,0%), por otra parte, 105 visitantes (14,4%) consideran que existe un nivel moderado y 18 visitantes consideran que es poco concurrido y muy poco concurrido.

Otro resultado que se puede denotar es que, en cada uno de los sectores el nivel concurrido fue el más considerado por parte de sus visitantes. No obstante, en el sector El Palmar se observa que el nivel moderado estuvo al alcance del nivel de muy concurrido, es decir hay parte considerable de sus visitantes (26,4%) no sienten tan concurrido el sector, aunque no es la mayoría, es un resultado que se puede prestar atención.

**Tabla 11.**

*Nivel de percepción sobre la seguridad en el sector comercial*

Niveles	Nuevo Tarqui		Calle13		Los Esteros		Jocay		El Palmar		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Muy seguro</b>	21	13,5%	14	9,0%	23	14,80%	8	5,2%	4	3,6%	70	9,6%
<b>Seguro</b>	43	27,7%	107	69,0%	60	38,70%	65	41,9%	52	47,3%	327	44,8%
<b>Neutral</b>	40	25,8%	33	21,3%	22	14,20%	41	26,5%	39	35,5%	175	24,0%
<b>Inseguro</b>	36	23,2%	1	0,6%	26	16,80%	34	21,9%	13	11,8%	110	15,1%
<b>Muy inseguro</b>	15	9,7%	0	0,0%	24	15,50%	7	4,5%	2	1,8%	48	6,6%
<b>Total</b>	155	100%	155	100%	155	100,0%	155	100%	110	100%	730	100%

Fuente: Elaboración propia (2024)

La tabla 11 refleja los resultados que se obtuvieron a partir del nivel de percepción sobre la seguridad en el sector comercial, lo cual, se evalúa de la muestra general. En primer lugar, se observa que 327 de los 730 visitantes de la muestra total (44,8%) consideran que los sectores comerciales son seguros, aclarando que en todos los sectores se reflejaron los mismos resultados. En segundo lugar, gran parte de los visitantes (24,0%) se mantuvieron al margen y consideraron que el sector es neutral. Se puede notar que 110 de las 730 personas

(15,1%) consideran inseguro al sector que visitan y 48 personas (6,6%) consideraron muy inseguro al sector que visitan. Ahora, evaluando el sector en donde más seguridad hay y, por otra parte, el lugar donde más se profundiza la inseguridad, se puede constatar que el sector más seguro es la Calle 13, pues esta representa el 69,9% de sus 155 visitantes que percibieron que el sector era seguro. Por otro lado, el sector más inseguro según percibieron el 23,2% de sus visitantes es Nuevo Tarqui, aunque esto solo en términos porcentuales, pues sector como Jocay según sus visitantes (21,9%) también es considerado inseguro a diferencia de los otros sectores que tienen nivel más bajo de seguridad, aclarando, según la percepción de sus visitantes.

Una medida importante que deja resultados de interés es el gasto promedio que el individuo realiza al visitar un lugar comercial, para este caso se categorizó cuatro niveles de gasto, tal como se muestra en la Tabla 12.

**Tabla 12.**

*Gasto promedio por visita al lugar comercial*

Gasto promedio	Nuevo Tarqui		Calle13		Los Esteros		Jocay		El Palmar		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Menos de \$10</b>	39	25,2%	86	55,5%	75	48,4%	41	26,5%	39	35,5%	280	38,4%
<b>\$10 - \$30</b>	71	45,8%	43	27,7%	51	32,9%	77	49,7%	40	36,4%	282	38,6%
<b>\$30 - \$50</b>	29	18,7%	18	11,6%	20	12,9%	23	14,8%	22	20,0%	112	15,3%
<b>Más de \$50</b>	16	10,3%	8	5,2%	9	5,8%	14	9,0%	9	8,2%	56	7,7%

---

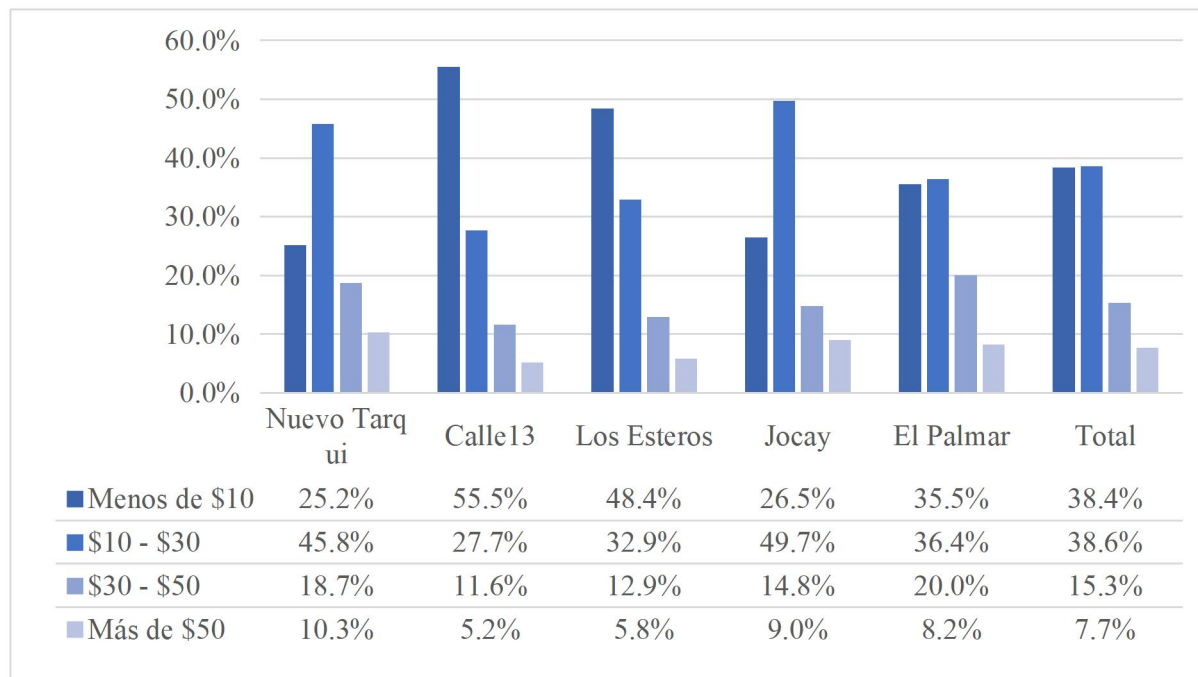
**Total**    155 100%   155 100%   155 100%   155 100%   110 100%   730 100%

---

Fuente: Elaboración propia (2024)

### Figura 8.

*Distribución del gasto promedio por visita al lugar comercial*



Fuente: Elaboración propia (2024)

En específico podemos observar lo que muestra la Figura 8, se puede apreciar en términos porcentuales el gasto promedio de los visitantes por cada sector y de manera general o totalizada. Por lo tanto, tenemos:

- En primeras instancias observamos que en el sector Nuevo Tarqui predomina en un 48,8 % que los visitantes gastan en promedio entre 10 y 30 dólares, seguido del 25,0% de los visitantes que gastan en promedio menos de 10 dólares, el 18,7% de los visitantes gastan en promedio entre 30 y 50 dólares y el 10,3% de los visitantes gastan en promedio más de 50 dólares.
- En la Calle 13 observamos que predomina en un 55,5% los visitantes que gastan en promedio menos de 10 dólares, seguido del 27,7% de los visitantes que gastan en





<b>Totalmente de acuerdo</b>	67	43,2%	56	36,1%	63	40,6%	24	15,5%	27	24,5%	237	32,5%
<b>De acuerdo</b>	72	46,5%	80	51,6%	57	36,8%	106	68,4%	60	54,5%	375	51,4%
<b>Neutral</b>	14	9,0%	18	11,6%	23	14,8%	21	13,5%	16	14,5%	92	12,6%
<b>En desacuerdo</b>	2	1,3%	1	0,6%	8	5,2%	4	2,6%	6	5,5%	21	2,9%
<b>Totalmente de acuerdo</b>	0	0,0%	0	0,0%	4	2,6%	0	0,0%	1	0,9%	5	0,7%
<b>Total</b>	155	100%	155	100%	155	100%	155	100%	110	100%	730	100%

Fuente: Elaboración propia (2024)

La tabla 13 muestra los resultados con respecto a si la variedad de productos y servicios son o no son suficientes, se tiene categorizado cinco criterios de percepción para la cual evaluaremos a continuación según cada sector:

- En Nuevo Tarqui, 67 visitantes (43,2%) respondieron que estaban totalmente de acuerdo con que, si es suficiente la variedad de productos y servicios en el sector, 72 visitantes (46,5%) respondieron que estaban de acuerdo, 14 visitantes (9,0%) se mantuvieron neutrales y 2 visitantes (1,3%) estuvieron en desacuerdo.
- En la Calle 13, 56 visitantes (36,1%) respondieron que estaban totalmente de acuerdo con que, si es suficiente la variedad de productos y servicios en el sector, 80 visitantes (51,6%) respondieron que estaban de acuerdo, 18 visitantes (11,6%) se mantuvieron neutrales y 1 visitante (0,6%) estuvo en desacuerdo.
- En Los Esteros, 63 visitantes (40,6%) respondieron que estaban totalmente de acuerdo con que, si es suficiente la variedad de productos y servicios en el sector, 57 visitantes (36,8%) respondieron que estaban de acuerdo, 23 visitantes (14,8%) se mantuvieron neutrales, 8 visitantes (5,2%) estuvieron en desacuerdo y 4 visitantes (2,6%) estuvieron totalmente en desacuerdo.

- En la Jocay, 24 visitantes (15,5%) respondieron que estaban totalmente de acuerdo con que, si es suficiente la variedad de productos y servicios en el sector, 106 visitantes (68,4%) respondieron que estaban de acuerdo, 21 visitantes (13,5%) se mantuvieron neutrales y 4 visitantes (2,6%) estuvieron en desacuerdo.
- En El Palmar, 27 visitantes (24,5%) respondieron que estaban totalmente de acuerdo con que, si es suficiente la variedad de productos y servicios en el sector, 60 visitantes (54,5%) respondieron que estaban de acuerdo, 16 visitantes (14,5%) se mantuvieron neutrales, 6 visitantes (5,5%) estuvieron en desacuerdo y 1 visitante (0,9%) estuvo totalmente en desacuerdo.

En contraste, se puede notar que hubo una respuesta favorable en todos los sectores sin excepción, debido a que 612 de las 730 muestras del total (83,9%) respondieron entre la escala de totalmente de acuerdo y de acuerdo.

Todos los resultados evaluados hasta ahora muestran una aproximación a la realidad económica de cada sector, al igual que se muestran las características de los visitantes que normalmente asisten al sector. Una manera de alinear todos los resultados anteriores con propuestas de mejoras es por parte de la apreciación de los visitantes mismos en cada uno de los sectores, como se observa en la Tabla 14.

**Tabla 14.**

*Propuestas de mejoras para la zona comercial*

Propuestas	Nuevo Tarqui		Calle13		Los Esteros		Jocay		El Palmar		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Mejoras en infraestructura</b>	20	12,9%	39	25,2%	36	23,2%	18	11,6%	17	15,5%	13	17,8%
<b>Mayor seguridad</b>	11	72,9%	75	48,4%	82	52,9%	12	79,4%	63	57,3%	45	62,5%
<b>Más opciones de transporte</b>	14	9,0%	28	18,1%	23	14,8%	5	3,2%	4	3,6%	74	10,1%

<b>Otros</b>	2	1,3%	12	7,7%	11	7,1%	4	2,6%	20	18,2%	49	6,7%
<b>Ampliar la variedad de productos</b>	6	3,9%	1	0,6%	3	1,9%	5	3,2%	6	5,5%	21	2,9%
<b>Total</b>	15	100%	15	100%	155	100%	15	100%	11	100%	73	100%
	5		5				5		0		0	

Fuente: Elaboración propia (2024)

Atendiendo los resultados en términos de proporción, se obtuvo que, en Nuevo Tarqui, el 72,9% de los visitantes prefieren que se implementen mayor seguridad. En el sector de la calle 13 el 48,8% de los visitantes también prefieren mayor seguridad, en Los Esteros el 52,9% de los visitantes igualmente, en Jocay el 79,4% de los visitantes así mismo y en El Palmar respondieron lo mismo el 57,3%. Está claro que los visitantes de cada uno de los sectores creen que el lugar o zona comercial necesita mayor seguridad, lo cual, viendo la situación de Manta y el país como tal, es normal que los ciudadanos prefieran atención en temas de seguridad.

Por último, como se aprecia en la tabla 15, se obtuvieron resultados sobre participar en futuros estudios o encuestas sobre el tema. En casi todos los sectores, las personas visitantes mostraron una respuesta positiva (82,3%) sobre participar en futuras encuestas, a excepción del sector de Los Esteros en donde poco más de la mitad (50,3%) los resultados que se obtuvieron fueron una negativa a participar en futuras encuestas.

**Tabla 15.**

*Aceptación sobre participar en futuros estudios o encuestas sobre el tema*

	Nuevo Tarqui		Calle13		Los Esteros		Jocay		El Palmar		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Si</b>	150	96,8%	124	80,0%	77	49,7%	145	93,5%	105	95,5%	601	82,3%
<b>No</b>	5	3,2%	31	20,0%	78	50,3%	10	6,5%	5	4,5%	129	17,7%

**Total** 155 100% 155 100% 155 100% 155 100% 110 100% 730 100%

Fuente: Elaboración propia (2024)

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. Conclusiones**

El uso del muestreo no probabilístico permitió obtener una visión clara y detallada de la distribución de visitantes en los sectores claves de Manta. A pesar de que este método tiene limitaciones en términos de representatividad estadística, es útil para estudios exploratorios como el presente, donde el objetivo es identificar patrones y tendencias iniciales. A la vez, se

revelan varias determinantes que influyen en los patrones de movilidad urbana y comportamiento de un conglomerado de un grupo social que comparten ciertas características, tales que se analizaron y evaluaron como indicadores.

La concentración de visitantes en determinadas parroquias implica la necesidad de políticas de desarrollo urbano que promuevan un crecimiento más equilibrado de los sectores claves de Manta. Mejorar la seguridad en todos los sectores claves y las conexiones de transporte en parroquias puede representar una distribución más equitativa de la actividad comercial y las personas que visitan los sectores desde fuera de la parroquia.

El estudio revela que la distribución de visitantes por parroquias en los principales sectores comerciales del cantón Manta es desigual, puesto que siempre habrá un sector que concentre una mayor población de visitantes que procedan de una parroquia en específico. Al sector Nuevo Tarqui llegaron visitantes de 7 parroquias y/o cantones diferentes, a este sector, llegaron más visitantes de Eloy Alfaro (34,8%). Al sector Calle 13 llegaron visitantes desde 7 parroquias y/o cantones diferentes, a este sector, llegaron más visitantes de Los Esteros (27,70%). Al sector Los Esteros también llegaron visitantes de 7 parroquias y/o cantones, a este sector, llegaron más visitantes de la parroquia Los Esteros (71,0%). Al sector Jocay llegaron visitantes de 4 parroquias de Manta y 2 cantones vecinos, a este sector, llegaron más visitantes desde la parroquia Tarqui (62,60%). Al sector El Palmar, llegaron visitantes desde 11 parroquias y/o diferentes cantones, a este sector, llegaron más visitantes desde Los Estero (21,80%).

Las Parroquias San Mateo (3,6%), San Lorenzo (0,1%) y San Mateo (0,01%), consideradas parroquias rurales de Manta presentan las proporciones más bajas como lugar de procedencia de los visitantes. La baja afluencia o presencia de personas en los sectores claves de Manta procedentes de las parroquias rurales, se debe a factores como la distancia

geográfica, falta de infraestructura de transporte o simplemente no hay mayor incentivo para acudir al sector. Los cantones vecinos Montecristi (7,4%) y Jaramijó (1,4%) nos permitió contrastar proporciones con las parroquias urbanas de Manta, lo cual se reveló que hay mayor afluencia de visitantes desde otros cantones que de las mismas parroquias rurales de Manta.

## **5.2. Recomendaciones**

Los resultados de este estudio pueden servir como base para la formulación de políticas públicas orientadas a mejorar la planificación urbana y comercial de los sectores claves de Manta. Para aquello, se recomienda mejorar la infraestructura y las conexiones de transporte en parroquias con baja representación, como las parroquias rurales de Manta (San Mateo, San Lorenzo y Santa Marianita), para incentivar que más personas, desde fuera de las parroquias, puedan acudir a estos sectores.

Para una comprensión más profunda y precisa sobre la proporción o conglomerado de personas que comparten características de movilidad, conductuales y otras que tengan que ver con actividades comerciales, es recomendable complementar este estudio con investigaciones adicionales que utilicen métodos de muestreo probabilísticos. Esto permitirá generalizar los resultados a una población más amplia y fortalecer las conclusiones obtenidas.

A partir de las apreciaciones que se obtuvieron de los visitantes de los sectores claves de Manta, es recomendable fomentar el desarrollo de los sectores, mediante inversiones en infraestructuras, promoción de actividades comerciales para diversificar productos ofrecidos y principalmente en fortalecer o implementar una mayor seguridad, cuestión que también entra en materia pública para implementación políticas públicas, puesto que los visitantes revelaron una problemática en temas inseguridad en los sectores. Todo esto, para contribuir al bienestar económico y social de los residente y visitantes de los sectores comerciales de Manta.

## REFERENCIAS

- Banister, D. (2011). Cities, mobility and climate change. *ScienceDirect*, 19(6). Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0966692311001244>
- Acosta, M., Barrera, A., Blanco, I., Cielo, C., Colau, A., Durán, G., . . . Gomá, R. (2017). *ALternativas urbanas y sujetos de transformación*. Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/13867.pdf>
- Alarcón, K., Cusme, N., Delgado, W., Delgado, M., & López, C. (2018). *Reactivación productiva post terremoto al desarrollo comercial de sector Tarqui en la ciudad de*

- Manta*. Obtenido de <https://munayi.ulead.edu.ec/wp-content/uploads/2018/08/investigandosociedadconocimiento.pdf#page=11>
- Albuquerque, F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local*. Obtenido de [https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251776298.area\\_enfoque\\_del\\_0.pdf](https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251776298.area_enfoque_del_0.pdf)
- Andrade, A., Chávez, R., Llor, N., & Briones, R. (2023). *Enterocolitis necrotizante en neonatos sometidos a nutrición enteral. Revisión de la literatura*. Eloy Alfaro de Manta. Manta: Revista Dilemas Contemporáneos. Obtenido de <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/artic/le/view/3575>
- Arévalo, G. (2014). Ecuador: economía y política de la revolución ciudadana, evaluación preliminar. *apuntes del Cenes*, 33(58). Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0120-30532014000200005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0120-30532014000200005&script=sci_arttext)
- Arias, I., & Medina, E. (2023). *Impacto del uso de las bicicletas como movilidad alternativa en la contaminación ambiental en la ciudad de Cuenca*. Universidad Politécnica Salesiana Ecuador . Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27314/1/UPS-CT011291.pdf>
- Arroyo, M., & Finkel, L. (2019). *Encuestas por Internet y nuevos procedimientos muestrales*. Obtenido de <https://docta.ucm.es/entities/publication/6d7de29b-97c7-4c73-8f23-9d2a0cfb1590>
- Barton, J. (2006). Sustentabilidad urbana como planificación estratégica. *Revista EURE*, 17(96). Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-71612006000200003](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612006000200003)



Borja, A., & Culqui, A. (2023). *Inversión pública en el crecimiento económico del Ecuador 2018 - 2021*. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/22077>

Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E. D., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/2631/263153520009/html/>

Carrillo, L., & Galindez, S. (2020). *Percepcion de las personas del area rural acerca de la homosexualidad*. Obtenido de <http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/handle/20.500.12744/3645>

Carrillo, W., Rodriguez, E., Álvarez, K., & Saavedra, L. (2024). Exportaciones, inversión y gasto público como impulsores del PIB en Ecuador: Un estudio empírico. *Revista de investigación en ciencias administrativas y sociales*, 7(18). Obtenido de <https://www.revistaneque.org/index.php/revistaneque/article/view/171>

CEPAL. (2002). *Las nuevas funciones urbanas: gestión para la ciudad sostenible*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/fd01b7fc-564c-4fb5-bd92-20ddc5d08624/content>

CEPAL. (2016). *Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/a6c5ae7d-20ac-4379-9543-9cbb1c7833bf/content>

Chica, D., & Ibarguen, F. (2014). *Sistema de actividades metodológicas basadas en la resolución de problemas para el desarrollo del pensamiento aleatorio y sistema de datos en los estudiantes de 8° y 9° del Colegio Anglocolombiano y la Institución*

- Educativa Antonio Nariño*. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.co/items/4407015e-d070-47c6-b179-ef7ef31359>
- CIVITIC. (2017). *Memorias del Congreso de Estudios de la ciudad*. Obtenido de <https://publicaciones.uazuay.edu.ec/flip/books/libro/uazuay-libro-92.pdf>
- Cruz-Muñoz, F. (2018). La movilidad urbana: dimensiones y desafíos. *Redalyc*, 44(133). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/196/19656548013/19656548013.pdf>
- Duhau, E., & Giglia, A. (2007). Nuevas centralidades y prácticas de consumo en la Ciudad de México: del microcomercio al hipermercado. *Revista eure*, 18(98). Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612007000100005&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612007000100005&script=sci_arttext)
- Fernández, M. (2012). *Matar al "Chino". Entre la revolución urbanística y el asedio urbano en el barrio del Raval de Barcelona*. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/35237>
- García, M. (2000). La importancia de mantener la fidelidad de los clientes como un activo estratégico de gran valor para la marca. *ESIC MARKET*. Obtenido de [https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/060130\\_676593\\_E.pdf](https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/060130_676593_E.pdf)
- Goyes, A., & Moya, R. (2022). APROVECHAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE POTENCIALIDADES SOSTENIBLES EN EL MODELO DE MOVILIDAD URBANA DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE AMBATO. *Revista hábitat sustentable*, 12(2). Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-07002022000200066&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-07002022000200066&script=sci_arttext)
- Guillermo, S., & Castañeda, A. (2021). Efectos de los factores macroeconómicos e individuales sobre la movilidad socioeconómica en México: análisis mediante la estimación de un Modelo Probit Ordenado Generalizado. *EconoQuantum*, 18(1).

Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-66222021000100075](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-66222021000100075)

Hernández, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21252021000300002](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002)

Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.

Herrera, R. (2011). *Estrategias de calidad de servicio al cliente y su incidencia en el volumen de vetas de la "comercializadora e importadora grupo canguro CÍA.LTDA"*. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1021/1/484%20Ing.pdf>

Hidalgo, R. (2020). *Isomorfismo organizacional en medianas empresas*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7533/1/TD139-DA-Hidalgo-Isomorfismo.pdf>

Ibarra, M., & Piña, J. (2011). *Propuesta para el mejoramiento del transporte público urbano para la ciudad de Azogues con perspectivas hacia: la seguridad vehicular, contaminación ambiental y gestión del tránsito*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1116/23/UPS-CT001996.pdf>

Izquierdo, A. (1998). El declive de los grandes números Benoit Mandelbrot y la estadística social. *Revista de metodología de ciencias sociales*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199620>

- Japon, G., Japon, M., Lara, L., & Picon, B. (2023). *Estrategias de movilidad urbana sostenible para la ciudad de Machala*. UIDE. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/6498/1/UIDE-Q-TMGT-2023-15.pdf>
- León, A., & Pérez, C. (2019). Análisis estadístico en investigaciones positivistas: medidas de tendencia central. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*(43). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7065797.pdf>
- Lizárraga, C. (2006). Movilidad urbana sostenible: un reto para las ciudades del siglo XXI. *Economía, sociedad y territorio*, 6(22). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/111/11162202.pdf>
- Montesori, M. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Obtenido de [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24899w/Trabajo%20Final/Fundamentos\\_Basicos\\_de\\_Estadistica.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24899w/Trabajo%20Final/Fundamentos_Basicos_de_Estadistica.pdf)
- Moreno, C. (2024). La "Ciudad de 15 Minutos": rediseñar la vida urbana con la proximidad de servicios. *HAL open Science*. Obtenido de <https://hal.science/hal-04648669/>
- Osorio, J., & García, J. (2017). Nuevas fuentes y retos para el estudio de la movilidad urbana. *Redalyc*, 56(3). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/171/17154972012.pdf>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-95022017000100037](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037)
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a Estudio*. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

- Porras, A. (2020). Tipos de muestreo. *Centro Público de Investigación CONACYT*. Obtenido de <https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/163/1/19-Tipos%20de%20Muestreo%20-%20%20Diplomado%20en%20An%C3%A1lisis%20de%20Informaci%C3%B3n%20Geoespacial.pdf>
- Robles, B. (2020). *Mercadotecnia, REI*. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/64773/secme-9902.pdf?sequence>
- Sabando, H., & Pérez, O. O. (2018). El desarrollo local del cantón Manta y sus conexiones con el plan nacional para el buen vivir en Ecuador. *ECA Sinergia*, 9(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588562086008/html/>
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Obtenido de [https://www.perio.unlp.edu.ar/tif/wp-content/uploads/2021/04/CarlosSabino-ElProcesoDeInvestigacion\\_0.pdf](https://www.perio.unlp.edu.ar/tif/wp-content/uploads/2021/04/CarlosSabino-ElProcesoDeInvestigacion_0.pdf)
- Sánchez, R. (2021). *Estrategia de movilidad*. Obtenido de [https://cdn.mitma.gob.es/portal-web-drupal/esmovilidad/ejes/211223\\_es.movilidad\\_accesibilidad\\_BAJA\\_vf.pdf](https://cdn.mitma.gob.es/portal-web-drupal/esmovilidad/ejes/211223_es.movilidad_accesibilidad_BAJA_vf.pdf)
- Sarco, W., & Toaquiza, D. (2022). *Aplicación de la inteligencia artificial en el desarrollo de software*. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9182>
- Serrano, V. (2009). *Migración, Remesas y Urbanización en las comunidades rurales*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87091477/68-libre.pdf?1654537214=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEscuela\\_Superior\\_De\\_Ingenieria\\_y\\_Arquite.pdf&Expires=1721966222&Signature=ca6fzHxGTIC~Hrsd3yGgrvDvHznocsmYdYRDNqEIE~ZH4vwrx0jVTtpV](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87091477/68-libre.pdf?1654537214=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEscuela_Superior_De_Ingenieria_y_Arquite.pdf&Expires=1721966222&Signature=ca6fzHxGTIC~Hrsd3yGgrvDvHznocsmYdYRDNqEIE~ZH4vwrx0jVTtpV)

- Solórzano, L., & Yépez, J. (2019). Movilidad Urbana sostenible producto del transporte público en el cantón Manta. *Revista Científica y Arbitrada del Observatorio Territorial, Artes y Arquitectura*. Obtenido de <https://publicacionescd.ulead.edu.ec/index.php/finibus/article/view/128/249>
- Soto, J. (2023). *Publicación: Análisis de las directrices de movilidad urbana sostenible aplicables al servicio público de transporte terrestre en la ciudad de Santa Marta*. Universidad Cooperativa de Colombia . Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/04749799-148c-4345-808d-6f920da8df12>
- Suárez, M., & Tapia, F. (2012). *Interaprendizaje de estadística básica*. Obtenido de <https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2341>
- Torres Sierra, C. (2022). *Análisis ABC y su relevancia en la gestión de inventarios: un estudio de revisión. Análisis sistemático de literatura*. Universidad Cooperativa de Colombia. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/62351e9d-04b9-4b11-a178-46440ed2c0b5>
- Vázquez, M. (2017). *Muestreo probabilístico y no probabilístico*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/02/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-guadalupe.pdf>
- Velásquez, C. (2015). *Espacio público y movilidad urbana sistemas integrados de transporte masivo (SITM)*. Universitat de Barcelona. Obtenido de [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/319707/01.CVVM\\_1de5.pdf](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/319707/01.CVVM_1de5.pdf)
- Victoria, A. (2012). *Vida Cotidiana. Análisis comparativo entre grupos domésticos de las tierras bajas mayas durante el período clásico*. Obtenido de <https://www.researchgate.net/profile/Arturo->

Victoria/publication/326711188\_VIDA\_COTIDIANA\_ANALISIS\_COMPARATIVO  
\_ENTRE\_GRUPOS\_DOMESTICOS\_DE\_LAS\_TIERRAS\_BAJAS\_MAYAS\_DUR  
ANTE\_EL\_PERIODO\_CLASICO/links/5b603d12458515c4b2549fe2/VIDA-  
COTIDIANA-ANALISIS-COMPARATIVO

## ANEXOS

### A. Formulario de la Encuesta



Metodología de tipo de muestro no probabilístico en el cantón Manta

Material para levantamiento de información

Técnica por utilizar: Encuesta

Las preguntas están diseñadas para obtener información relevante sobre el flujo de personas entre diferentes parroquias y lugares de actividad comercial en el cantón de Manta.

Enfoque de la encuesta:

Encuesta sobre la concurrencia en zonas de actividad comercial en Manta.

Nota: antes de aplicar la encuesta, identificar primero el lugar comercial donde se aplique.

(por ejemplo: Mall del Pacífico, Nuevo Tarqui, etc.)

1. ¿En qué parroquia reside usted?

---

2. ¿Con qué frecuencia visita esta zona comercial?

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Rara vez
- Nunca

3. ¿Cuál es el principal motivo de su visita a este lugar comercial?

- Compras
- Trabajo
- Estudio
- Ocio
- Otros (especificar) \_\_\_\_\_

4. ¿Qué medio de transporte utiliza principalmente para llegar a este lugar?

- Transporte público



- Vehículo propio
- Bicicleta
- Caminando
- Otro (especificar) \_\_\_\_\_

5. ¿Qué tan satisfecho está con las opciones de transporte disponibles para llegar a este lugar?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

6. ¿Cuál es el lugar comercial que más frecuenta fuera de su parroquia?

---

7. ¿Cuántas veces al mes visita este lugar comercial?

---

8. ¿Qué nivel de concurrencia observa en esta zona comercial?

- Muy concurrido
- Concurrido
- Moderado
- Poco concurrido
- Muy poco concurrido

9. ¿Cuál es su percepción sobre la seguridad en este lugar comercial?

- Muy seguro

- Seguro
- Neutral
- Inseguro
- Muy inseguro

10. ¿Cuánto dinero gasta en promedio en cada visita a este lugar comercial?

- Menos de \$10
- \$10 - \$30
- \$30 - \$50
- Más de \$50

Preguntas de opinión pública y recomendaciones para posibles propuestas

11. ¿Considera que la variedad de productos y servicios en este lugar comercial es suficiente?

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

12. ¿Qué mejoras propondría para este lugar comercial?

- Mejoras en infraestructura
- Mayor seguridad
- Más opciones de transporte
- Ampliar la variedad de productos y servicios
- Otro (especificar) \_\_\_\_\_

13. ¿Está dispuesto a participar en futuros estudios o encuestas sobre este tema?

- Sí
- No

14. Comentarios o sugerencias:

---



Sector / lugar comercial por encuestar: _____	4. ¿Qué medio de transporte utiliza principalmente para llegar a este lugar?  • Transporte público.....1 • Vehículo propio.....2 R: <input type="checkbox"/>  • Bicicleta.....3 • Caminando.....4 • Otro (especificar).....5 _____	8. ¿Qué nivel de concurrencia observa en esta zona comercial?  • Muy concurrido.....1 • Concurrido.....2 R: <input type="checkbox"/>  • Moderado.....3 • Poco concurrido.....4 • Muy poco concurrido.....5
Edad del encuestado: _____	5. ¿Qué tan satisfecho está con las opciones de transporte disponibles para llegar a este lugar?  • Muy satisfecho.....1 • Satisfecho.....2 R: <input type="checkbox"/>  • Neutral.....3 • Insatisfecho.....4 • Muy insatisfecho.....5	9. ¿Cuál es su percepción sobre la seguridad en este lugar comercial?  • Muy seguro.....1 • Seguro.....2 R: <input type="checkbox"/>  • Neutral.....3 • Inseguro.....4 • Muy inseguro.....5
1. ¿En qué parroquia reside usted? _____	6. ¿Cuál es el lugar comercial que más frecuenta fuera de su parroquia? _____ 7. ¿Cuántas veces al mes visita este lugar comercial? (según la respuesta a la pregunta anterior)	10. ¿Cuánto dinero gasta en promedio en cada visita a este lugar comercial?  • Menos de \$10.....1 • \$10 - \$30.....2 R: <input type="checkbox"/>  • \$30 - \$50.....3
2. ¿Con qué frecuencia visita esta zona comercial?  • Diario.....1 • Semanal.....2 R: <input type="checkbox"/>  • Mensual.....3 • Rara vez.....4 • Nunca.....5	3. ¿Cuál es el principal motivo de su visita a este lugar comercial?  • Compras.....1 • Trabajo.....2 R: <input type="checkbox"/>  • Estudio.....3	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocio.....4</li> <li>• Otros (especificar).....5 _____</li> </ul>	<p>_____</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más de \$50.....4</li> </ul>
<p>11. ¿Considera que la variedad de productos y servicios en este lugar comercial es suficiente?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente de acuerdo.....1</li> <li>• De acuerdo.....2</li> <li>• Neutral.....3</li> <li>• En desacuerdo.....4</li> <li>• Totalmente en desacuerdo.....5</li> </ul> <p style="text-align: right;">R: <input type="checkbox"/></p>	<p>12. ¿Qué mejoras propondría para este lugar comercial?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejoras en infraestructura.....1</li> <li>• Mayor seguridad.....2</li> <li>• Más opciones de transporte.....3</li> <li>• Ampliar la variedad de productos y servicios.....4</li> <li>• Otro (especificar).....5</li> </ul> <p style="text-align: right;">R: <input type="checkbox"/></p> <p>_____</p>	<p>13. ¿Está dispuesto a participar en futuros estudios o encuestas sobre este tema?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí.....1</li> <li>• No.....2</li> </ul> <p style="text-align: right;">R: <input type="checkbox"/></p>
<p>14. Comentarios o sugerencias:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		





**B. Capacitación a encuestadores y designación de supervisores**



## C. Lista de encuestadores definido por sectores

Nº	Nombres y Apellidos	
1	Anchunia Anchundia Elkin Adrián	Calle 13
2	Baque García Maria Andreína	Nuevo Tarqui
3	Cedeño Caita Freddy Agustín	Nuevo Tarqui
4	Delgado Bailón José Junior	Nuevo Tarqui
5	Figueroa Brazzini Gian Carlo	<del>Calle 13</del> Digitalizo
6	García Palma Santiago Elías	El Palmar
7	Intriago Briones Alberto Aníbal	Los Esteros
8	López Delgado Ivanna Johanna	El Joray
9	López Moreira Ruddy Johan	Los Esteros
10	Macías Naranjo Carlos David	_____
11	Medranda Castillo Mariuxi Elizabeth	El Palmar
12	Mejía Villegas Jordy Seferino	El Palmar
13	Mendoza Vera Moisés Daniel	El Joray
14	Moreira Rivera Johanna Patricia	El Palmar
15	Moreira Santos Alisson Lisseth	El Joray
16	Murillo Gómez María Karolina	Calle 13
17	Párraga Solórzano Anthony Steven	Digitalizó
18	Pico Figueroa Harby Gregorio	Los Esteros
19	Pincaj Delgado Enrique Fabián	El Joray
20	Saavedra Cabezas Emillo Daniel	Los Esteros
21	Vélez Alcivar Génesis Anthonella	Nuevo Tarqui
22	Vélez Vera Lelis Damián	Calle 13
23	Vergara Coloma Mélangy Yelena	El Joray



**D. Evidencias de levantamiento de información**



**Nuevo Tarqui**







Calle 13







Los Esteros



Jocay









**El Palmar**



