

Indice de Contenidos

Indice de Contenidos	2
Índice de Anexos	3
Índice de Cuadros	3
Índice de Gráficos	3
Índice de Tablas	4
INTRODUCCIÓN	6
Antecedentes	6
Planteamiento del problema.....	7
Justificación	8
Capítulo I: Marco Teórico	9
1.1 Importancia de los espacios públicos	10
1.2 La apropiación del espacio.....	10
1.3 Prioridades de las personas en el espacio público	11
1.4 Espacios públicos en el mundo.....	12
1.4.1 Barcelona.....	12
1.4.2 Lyon	13
1.4.3 Estrasburgo	13
1.4.4 Friburgo	13
1.5 Psicología Ambiental.....	13
1.6 Modelo de suma.....	14
1.7 Modelo de satisfacción	14
1.8 Estadística descriptiva	14
1.8.1 Distribución de frecuencias	15
1.8.2 Validez y Confiabilidad	15
Capítulo II: Objetivos y Metodología	17
2.1 Objetivos	18
2.1.1 Objetivo General	18
2.1.2 Objetivos Específicos	18
2.2 Hipótesis.....	18
2.3 Método de investigación.....	18
2.4 Procedimiento muestral	19
2.5 Método para realizar el cuestionario	20
2.6 Entrevista, variables y objetivos.....	20
2.6.1 Entrevistas	21
2.6.2 Variables	21
2.6.3 Objetivos específicos con metodología.....	22
2.6.4 Instrumento que responde a los objetivos específicos	23
2.7 Análisis.....	24
2.8 Plan de trabajo	24
Capítulo III: Análisis de Resultados	26
3.1 Distribución de la muestra poblacional	27
3.2 Distribución del censo comercial	30
3.3 Análisis de resultados de la población	32
3.3.1 Análisis antecedentes personales.....	32
3.3.2 Análisis de Satisfacción del Proyecto	34
3.3.3 Análisis del interés por ampliación del proyecto	43
3.4 Análisis de resultados de comerciantes	46
3.4.1 Antecedentes de locales comerciales.....	47
3.4.2 Análisis del proyecto	48
3.4.2.1 Locales beneficiados con el paseo peatonal	49
3.4.2.2 Consideración del paseo peatonal	50
3.5 Análisis de tablas de contingencia	53
3.5.1 Tabla de contingencia de población	53
3.5.2 Tablas de contingencia de comerciantes	58
3.5.3 Análisis de dependencia de variables	61

Capítulo IV: Conclusiones.....	65
4.1 Conclusiones del estudio	66
4.2 Hallazgos del estudio.....	67
4.3 Limitaciones del estudio.....	68
4.4 Sugerencias del estudio	68
Bibliografía.....	69
Anexos	72

Índice de Anexos

Anexo 1: Carta Gantt.....	72
Anexo 2: Presupuesto.....	73
Anexo 3: División Político-Administrativa y Censal.....	74
Anexo 4: Mapa ciudad de Talca.....	75
Anexo 5: Estratos Socioeconómicos.....	76
Anexo 6: Objetivos del cuestionario.....	77
Anexo 7: Instrumento 1 (población).....	78
Anexo 8: Instrumento 2 (comerciantes).....	82
Anexo 9: Análisis de fiabilidad.....	84
Anexo 10: Análisis de frecuencias.....	85
Anexo 11: Análisis de contingencia.....	104
Anexo 12: Análisis de contingencia likert.....	117

Índice de Cuadros

Cuadro 1.1: Esquema de apropiación del espacio.....	11
Cuadro 2.1: Factores de la calidad de vida.....	22
Cuadro 2.2: Variables de ventas en locales comerciales.....	22
Cuadro 2.3: Organización de carta gantt.....	25
Cuadro 3.1: Habitantes de Talca.....	27
Cuadro 3.2: Número de encuestas.....	28
Cuadro 3.3: Rango de ingresos socioeconómicos.....	28
Cuadro 3.4: Asignación de encuestas.....	30
Cuadro 3.5: Locales comerciales del paseo peatonal.....	31
Cuadro 3.6: Locales comerciales fuera del paseo peatonal.....	32
Cuadro 3.7: Factores de la calidad de vida.....	29
Cuadro 3.8: Variables de ventas en locales comerciales.....	29
Cuadro 3.9: Organización de carta gantt.....	32

Índice de Gráficos

Gráfico 3.1: Distribución de grupos socioeconómicos.....	29
Gráfico 3.2: Ingresos mensuales.....	33
Gráfico 3.3: Edad.....	34
Gráfico 3.4: Ocupación.....	35
Gráfico 3.5: Que le provocan los comerciantes ambulantes.....	35
Gráfico 3.6: ¿Usted conoce el paseo peatonal?.....	35
Gráfico 3.7: Concorre al paseo por.....	36
Gráfico 3.8: Amplitud del espacio.....	36
Gráfico 3.9: Ausencia de ambulantes.....	37
Gráfico 3.10: Instancia familiar.....	38
Gráfico 3.11: Interrupción vehicular.....	39
Gráfico 3.12: Atochamiento en calles aledañas.....	40
Gráfico 3.13: Estacionamientos lejanos.....	40
Gráfico 3.14: Espacio para el peatón.....	41
Gráfico 3.15: Beneficiados con el paseo peatonal.....	42
Gráfico 3.16: Conoce otros trabajos de la Municipalidad.....	42

Gráfico 3.17: Eficiencia de la Municipalidad.....	43
Gráfico 3.18: ¿Concorre a las calles de la ampliación?.....	43
Gráfico 3.19: Ambulantes.....	44
Gráfico 3.20: Tránsito vehicular.....	44
Gráfico 3.21: Estacionamientos.....	45
Gráfico 3.22: ¿Está informado de la ampliación?.....	46
Gráfico 3.23: Elección de escenario.....	46
Gráfico 3.24: ¿Qué tipo de local posee?.....	47
Gráfico 3.25: ¿Cuál es su ingreso semanal?.....	48
Gráfico 3.26: Aumento del ingreso con paseo peatonal.....	48
Gráfico 3.27: Variación de factores en la tienda.....	49
Gráfico 3.28: Local de comida.....	49
Gráfico 3.29: Local de farmacia.....	50
Gráfico 3.30: Local de servicios.....	50
Gráfico 3.31: Oportunidad de marketing.....	51
Gráfico 3.32: Ausencia de estacionamientos.....	51
Gráfico 3.33: Ausencia de ambulantes.....	52
Gráfico 3.34: Interés de ampliación.....	52
Gráfico 3.35: Edad \ Escenarios.....	55
Gráfico 3.36: Ingresos \ Escenarios.....	55
Gráfico 3.37: Ocupación \ Escenarios.....	56
Gráfico 3.38: Conoce el paseo peatonal \ Escenarios.....	56
Gráfico 3.39: Concorre a las calles de ampliación \ Escenarios.....	57
Gráfico 3.40: Calidad de trabajos municipales \ Escenarios.....	57
Gráfico 3.41: Tipo de local \ Aumento de ingresos.....	58
Gráfico 3.42: Ingreso de ventas \ Aumento de ingresos.....	59
Gráfico 3.43: Local ubicado en el paseo \ Aumento de ingresos.....	59
Gráfico 3.44: Local ubicado en el paseo \ Interés ampliación.....	60

Índice de Tablas

Tabla 3.1: Ingresos \ Razones de asistencia.....	53
Tabla 3.2: Edad \ Razones de asistencia.....	53
Tabla 3.3: Ocupación \ Razones de asistencia.....	54
Tabla 3.4: Ingresos \ Beneficiados del paseo.....	54
Tabla 3.5: Sociabilidad \ Expresiones artísticas.....	61
Tabla 3.6: Tranquilidad \ Instancia familiar.....	61
Tabla 3.7: Seguridad \ Instancia familiar.....	62
Tabla 3.8: Dignidad \ Instancia familiar.....	62
Tabla 3.9: Eficiencia \ Punto de encuentro.....	63
Tabla 3.10: Árboles \ Belleza.....	63