

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el propósito de conocer las características, posicionamiento georreferencial y motivos que justifican la ubicación de las tiendas y abastos de la parroquia Chillogallo del Distrito Metropolitano de Quito, desde el punto de vista del marketing y teorías de georreferenciación urbana. La investigación permitió responder de manera adecuada las interrogantes planteadas y clasificar a las tiendas y abastos por el tipo de negocio que son, los tipos de productos que comercializan, las razones que motivaron a establecer estos negocio en el sector, el tiempo de constitución, el nivel de ingresos que tienen, las actividades de marketing que realizan y horario de funcionamiento. Entre los resultados hallados se destaca que el 71,9% de los negocios son administrados por mujeres en una edad entre 30 y 40 años que son madres y que realizan esta actividad para aportar con ingresos a la economía familiar. El análisis georreferencial se encontró un total de 372 tiendas y abastos generalmente se ubican en lugares de afluencia masiva como parques, zonas de comercio, escuelas y estaciones de buses, las zonas calientes se terminaron en cuadrantes de 300m y se estableció que las zonas 351, 352, 353 y 358 hay mayor densidad de este tipo de negocios, de 17 a 22. Las zonas de influencia se determinaron en base a las vías de acceso con que cuenta el sector. El estudio evidencia que no existe utilización de parámetros técnicos para establecer un negocio de este tipo en la parroquia.

Palabras Clave:

- **TIENDAS Y ABASTOS.**
- **GEORREFERENCIACIÓN.**
- **GEOMARKETING.**
- **ZONAS CALIENTES.**
- **ÁREAS DE INFLUENCIA.**

ABSTRACT

This study was conducted in order to know the characteristics, geospatial positioning and the reasons for the location of the grocery stores and supplies of the Chillogallo's county into of Quito Metropolitan District, from the point of view of marketing and theories of urban georeferencing. The research Project adequately responded the questions raised and classify groceries stores and supplies by the type of business you are, the types of products they sell, the reasons to establish this business on the county, the time of incorporation, the level of income they have, the marketing activities carried out by owners and hours of operation. Among those result found it highlights that 71.9% businesses are managed by women aged between 30 and 40 who are mothers and who perform this activity to contribute with income to the household economy. The geospatial analysis, total of 372 groceries stores and supplies generally are located in crowded places such as parks, shopping areas, schools and bus stations are found, the hot areas were completed in quadrants of 300 meters and established the zones 351, 352, 353 and 358 there is a greater density of this type of business, from 17 to 22. the zones of influence to the access roads available to the sector were determined based. The study shows that there is not use of technical parameters to establish a business of this type in the parish.

Keywords:

- **GROCERIES STORES AND SUPPLIES.**
- **GEOREFERENCING.**
- **GEOMARKETING.**
- **HOT AREAS.**
- **AREAS OF INFLUENCE.**