

RESUMEN

En este proyecto de investigación se realizó la recolección y análisis de los datos de los negocios de la Parroquia Urbana de Turubamba del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de determinar las zonas de concentración comercial, en las que predominaron las líneas de negocio: Tienda de Abarrotes, Bazar-Papelería, Carnicería, Farmacia, Ferretería, Frutería, Internet y Cabinas, Micro Mercado, Minimarket, Panadería, Restaurante y Supermercado; en el proceso de investigación se observó una carencia de información en las dependencias municipales y gubernamentales de control, donde no existen datos geográficos debidamente determinados actualizados y también que los negocios no se encuentran legalmente registrados, por esta razón se realizó un censo en los comercios de este sector, para definir ciertas características demográficas y comerciales de los mismos, donde se realizaron los siguientes hallazgos: el 82,1% de los negocios ubicaron en el sector sin realizar un estudio previo, el 33,3% lo hicieron por considerar que ésta era una zona comercial, la línea de negocios tienda de abarrotes ocupó el 44,8% del total de los comercios asentados en el sector, el 36,1% ha desarrollado su actividad comercial de 1 a 3 años, el 66,7% afirmó que no realizan publicidad del establecimiento, el 80% estarían dispuestos a participar en una campaña que mejore su gestión comercial. Para complementar el estudio se realizaron los mapas de georreferenciación donde se observan los sectores donde están concentrados los comercios.

Palabras Clave:

- **GEORREFERENCIACIÓN**
- **UBICACIÓN GEOGRÁFICA**
- **CENSO**
- **MAPAS**

ABSTRACT

This research is focused on collection and analysis of the business datas. This study was conducted in the Urban Parish of Turubamba of the Metropolitan District of Quito. Its purpose is to determine the areas of commercial concentration, in which the business lines predominated: groceries store, bazaar-stationery, butchers, drugstore, hardware, fruit shop, internet and cabins, micro market, minimarket, bakery, restaurant and supermarket. During the process of investigation was observed the lack of information in the municipal and governmental control units. Additionally, there are not geographic datas updated and also that the businesses are not legally registered. For this reason, a census was carried out in the commerce of this sector, to define certain demographic and commercial characteristics of the same. The study demonstrated that 82.1% of the businesses are located in the sector without a previous study, 33.3% did so because it was considered a commercial area. In addition, the grocery store business line occupied 44.8% of the businesses settled in the sector, 36.1% have developed their comercial activity from 1 to 3 years, 66.7% stated that they did not advertise the establishment, 80% would be willing to participate in a campaign that improves their business management. Furthermore, to complement the study georeferenciation maps were made that observed where the sectors are concentrated.

Keywords:

- **GEOREFERENCIATION,**
- **GEOGRAPHIC LOCATION,**
- **CENSUS,**
- **MAPS.**