



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
MERCADOTECNIA**

**TEMA: ESTUDIO DE LAS ZONAS COMERCIALES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO, PARROQUIAS CHILIBULO Y SAN BARTOLO, MEDIANTE GEOREFERENCIACIÓN**

AUTORAS: CORAL GABRIELA, JUIÑA VICTORIA

DIRECTOR: ING. ALVEAR PEÑA HORFAYT ALONSO

SANGOLQUÍ

2016

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN



Árbol de problemas



Pocos
establecimientos
con documentos

Inexistencia de
mapas digitales

Creación de
negocios sin
estudios

Rentabilidad
mínima.

Escasa información geoespacial de las zonas comerciales ubicadas en las parroquias de Chilibulo y San Bartolo del Distrito Metropolitano de Quito.

Poco control de la
normativa
comercial

Falta de interés del
sector público y
privado en la
difusión de la
información.

Insuficiente
conocimiento
sobre TIC.

Aumento
acelerado de la
población

Justificación del problema



Desde el punto de vista de la política

- Cumplir y fortalecer la normativa legal empresarial.



Desde el punto de vista empresarial

- Ayudar a que las empresas tomen decisiones más acertadas.



Desde el punto de vista administrativo

- Mejorar la planeación, organización, dirección y control del uso y ocupación del suelo.



Desde el punto de vista del estudiante

- Ampliar y reforzar los conocimientos de geomarketing.



Desde el punto de vista de la Universidad

- Desarrollar nuevas investigaciones según las tendencias actuales de la Mercadotecnia.

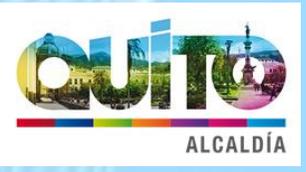


Sociedad en general.



Población del sector Sur del DMQ.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.



Nuevos emprendimientos



Estado ecuatoriano.



Beneficiarios

Zonas comerciales de las líneas de negocios estudiadas.



Universidades.



Objetivos

Objetivos General

Analizar las zonas comerciales ubicadas en las parroquias de Chilibulo y San Bartolo mediante un sistema de georeferenciación, con la finalidad de obtener información geoespacial que permita el diseño de mapas georeferenciales de estos negocios.

Objetivos específicos



Definir el Marco Teórico



Identificar los negocios

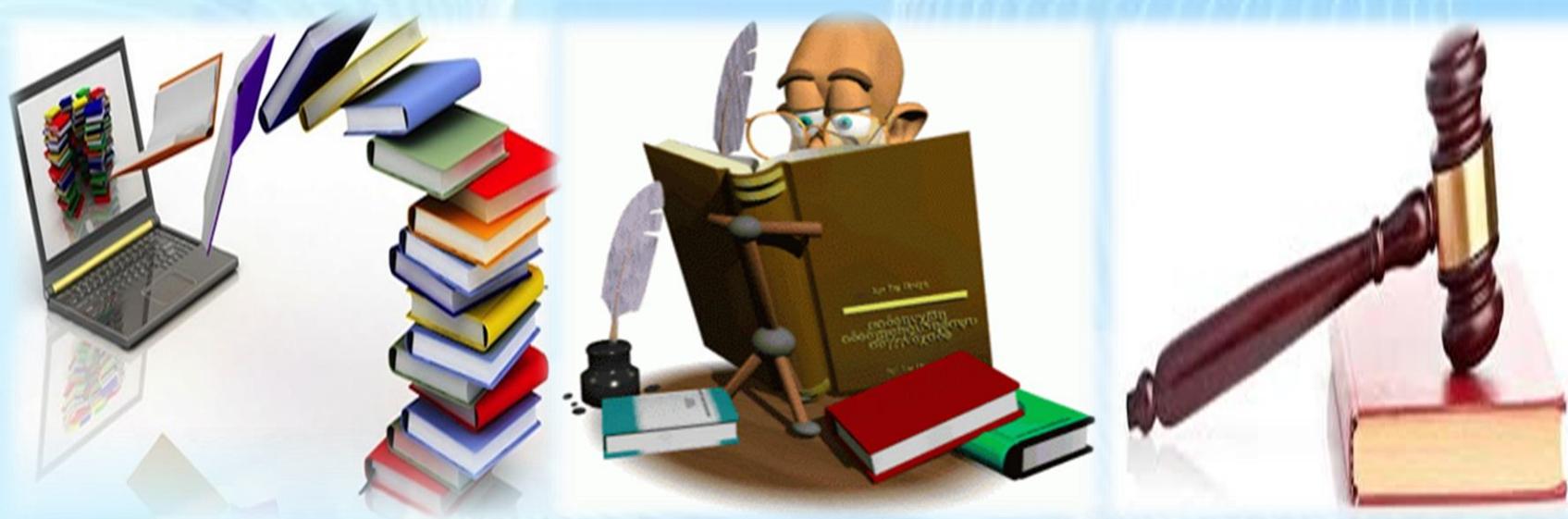


Recopilar información



Aplicar un sistema de georeferenciación

MARCO TEÓRICO



Marco teórico referencial



Plan Nacional
para el Buen
Vivir 2013-

- Objetivo 3
- Objetivo 8
- Objetivo 9



Ley de
Cartografía
Nacional

- Base para elaborar documentos cartográficos.



Plan de Uso y
Ocupación del
Suelo

- Clasificación de Uso de Suelo General
- Comercios básicos

Marco teórico conceptual



- Elementos mkt
- Variables socio demográfico



- Coordenadas geográficas
- Base de datos - Mapa.



- Localización de un punto exacto
- Coordenadas de satélites



- Software
- Hardware
- Datos geográficos
- Procesamiento
- Personas



- Crea y utiliza sistemas de información geográfica.



MARCO METODOLÓGICO



Objetivos de la Investigación de Mercados

Objetivo general

- Desarrollar una nueva fuente de información de las líneas de negocios de tiendas de abarrotes, carnicerías, micromercados, fruterías, frigoríficos, licorerías y delicatessen de las parroquias de Chilibulo y San Bartolo, mediante una investigación de mercados, que permita obtener datos relevantes que serán empleados en el diseño de mapas georeferenciados.



Objetivos específicos

Determinar las características demográficas de los propietarios

Identificar las características comerciales de los negocios

Definir las razones de ubicación de los negocios

Establecer las estrategias de mercadotecnia de los establecimientos

Metodología de la investigación

Metodología de Investigación científica

- Enfoque cuantitativo

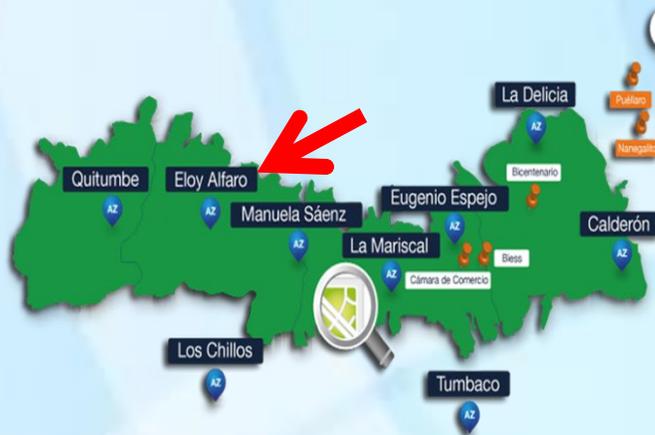
Tipo de investigación

- Estudio descriptivo

Técnica de investigación

- Encuesta

Muestreo Censal



Unidades muestrales



Elementos muestrales



Fuente primaria más importante y amplia de información estadística

MARCO EMPÍRICO

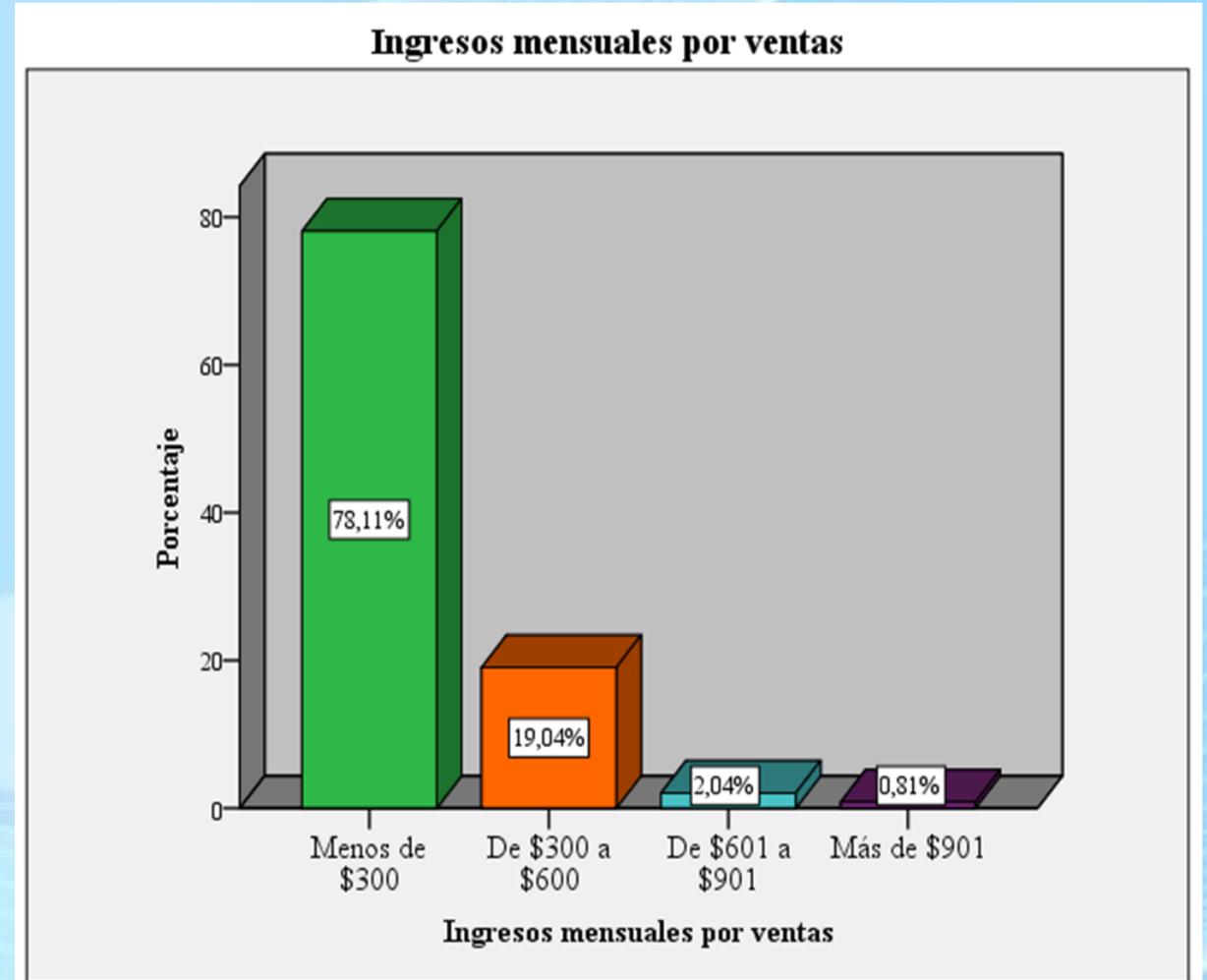




**Análisis Univariado
Parroquias de Chilibulo y
San Bartolo**

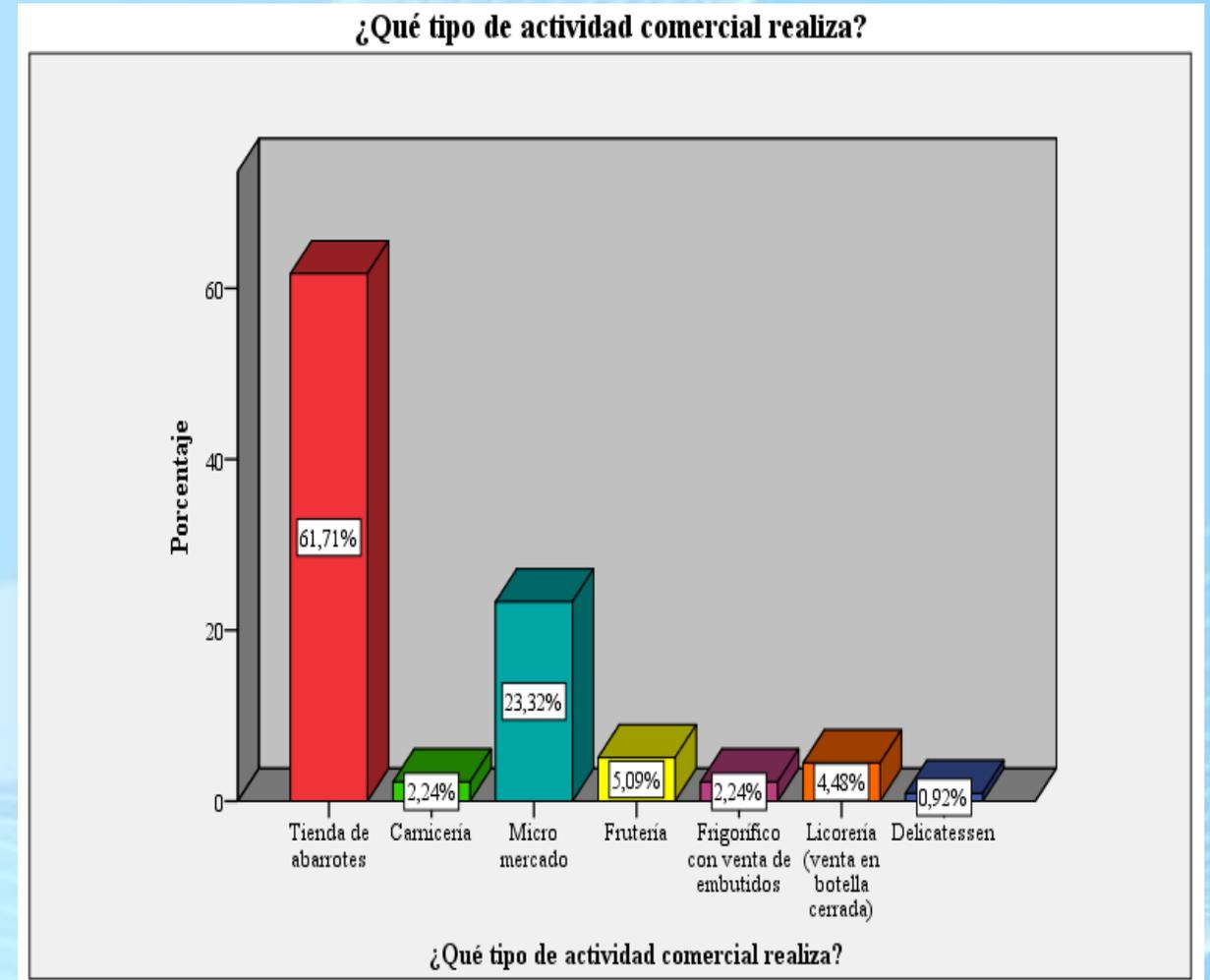
Ingresos mensuales por ventas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Menos de \$300	767	78,1	78,1	78,1
De \$300 a \$600	187	19,0	19,0	97,1
De \$601 a \$901	20	2,0	2,0	99,2
Más de \$901	8	,8	,8	100,0
Total	982	100,0	100,0	



¿Qué tipo de actividad comercial realiza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Tienda de abarrotes	606	61,7	61,7	61,7
Carnicería	22	2,2	2,2	64,0
Micromercado	229	23,3	23,3	87,3
Frutería	50	5,1	5,1	92,4
Frigorífico con venta de embutidos	22	2,2	2,2	94,6
Licorería (venta en botella cerrada)	44	4,5	4,5	99,1
Delicatessen	9	,9	,9	100,0
Total	982	100,0	100,0	

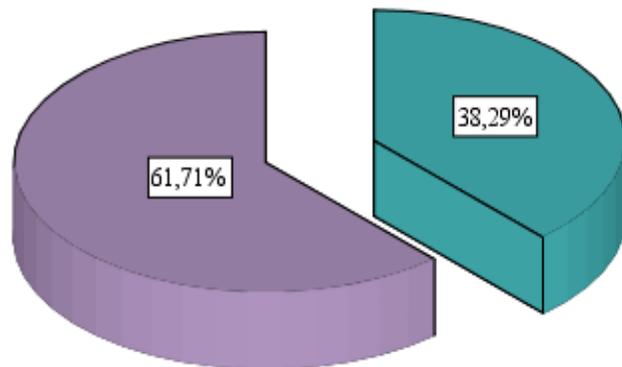


¿Cuenta con la documentación legal del negocio actualizada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	376	38,3	38,3	38,3
	No	606	61,7	61,7	100,0
Total		982	100,0	100,0	

¿Cuenta con la documentación legal del negocio actualizada?

Si
No

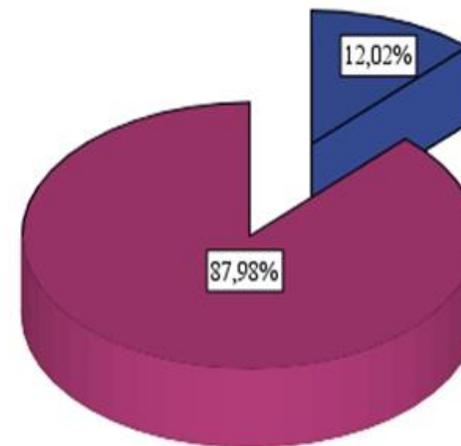


¿Cuenta con capacitación en administración de pequeños negocios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	118	12,0	12,0	12,0
	No	864	88,0	88,0	100,0
Total		982	100,0	100,0	

¿Cuenta con capacitación en administración de pequeños negocios?

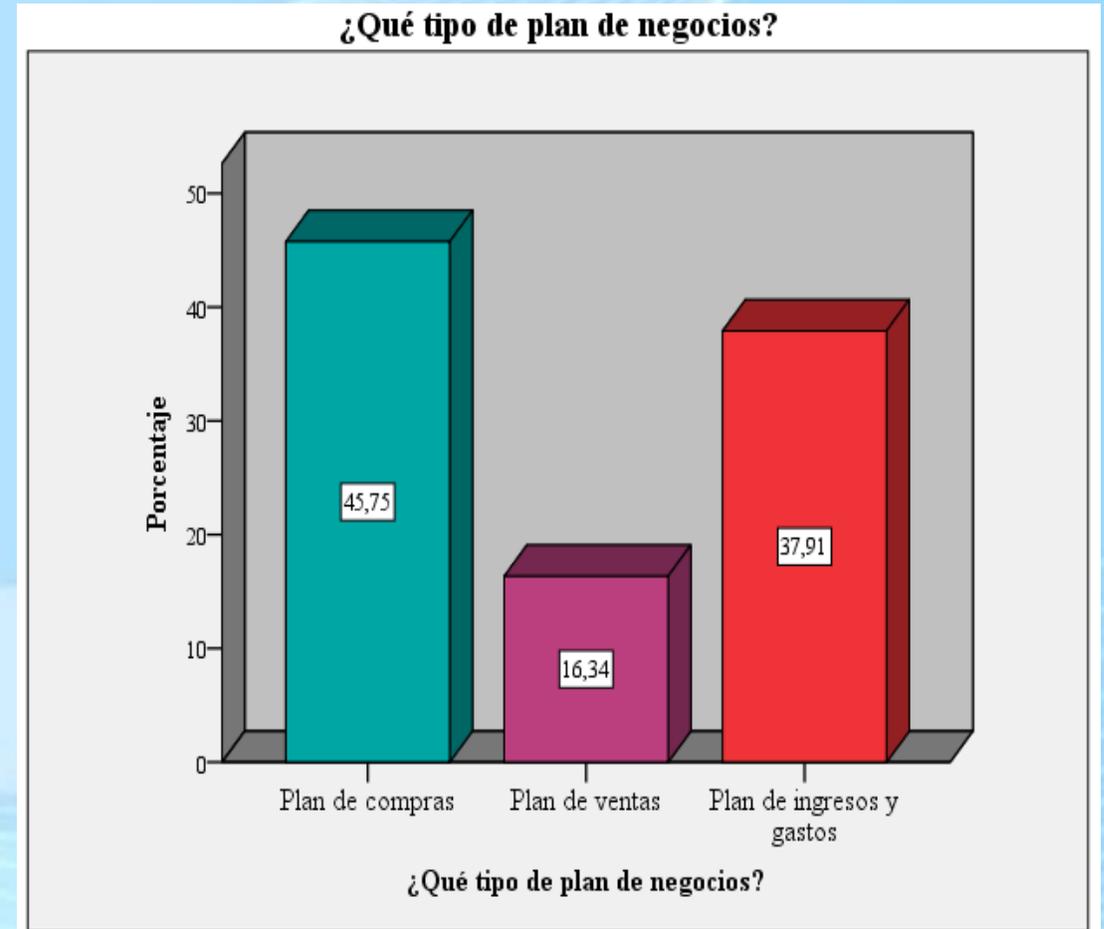
Si
No



¿Realiza algún tipo de plan de negocios?



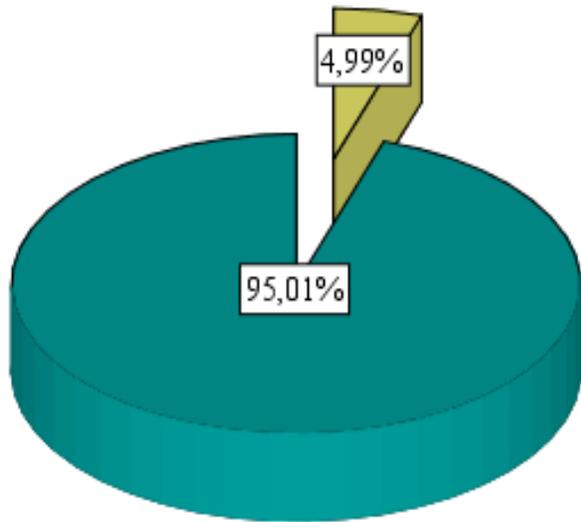
¿Qué tipo de plan de negocios?



¿Realizo un estudio previo para ubicarse en este sector?

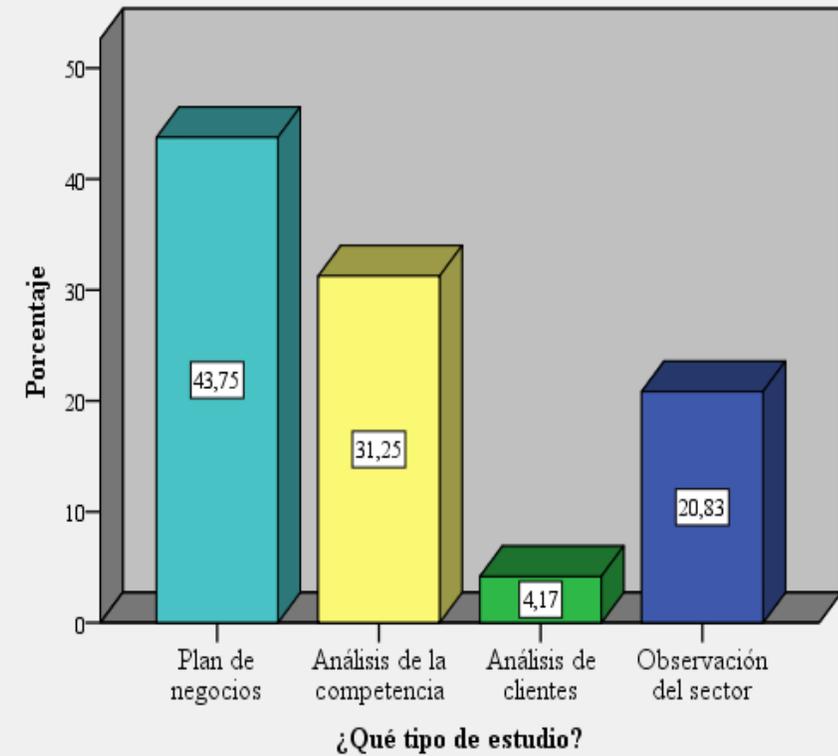
¿Realizo un estudio previo para ubicarse en este sector?

Si
No



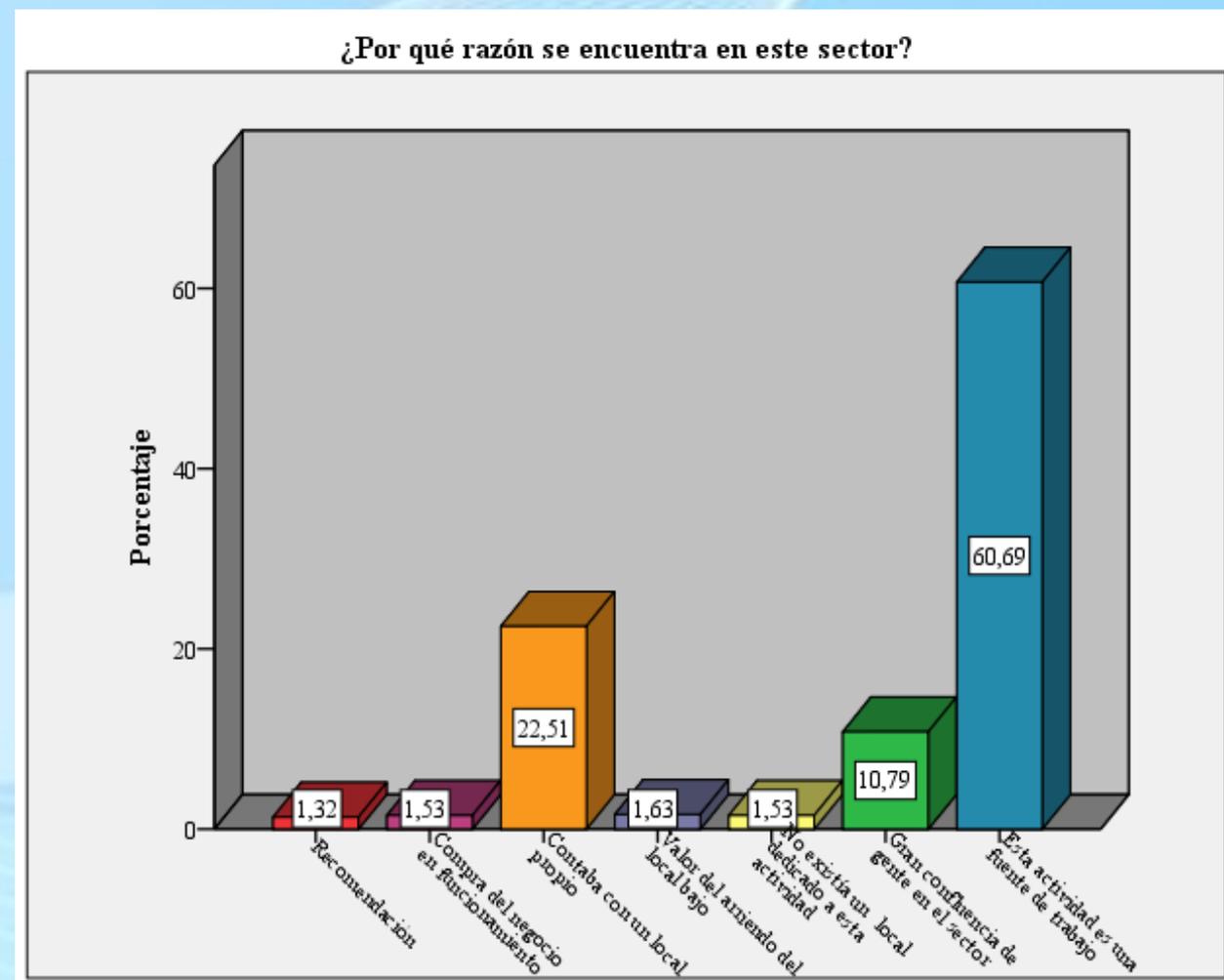
¿Qué tipo de estudio?

¿Qué tipo de estudio?

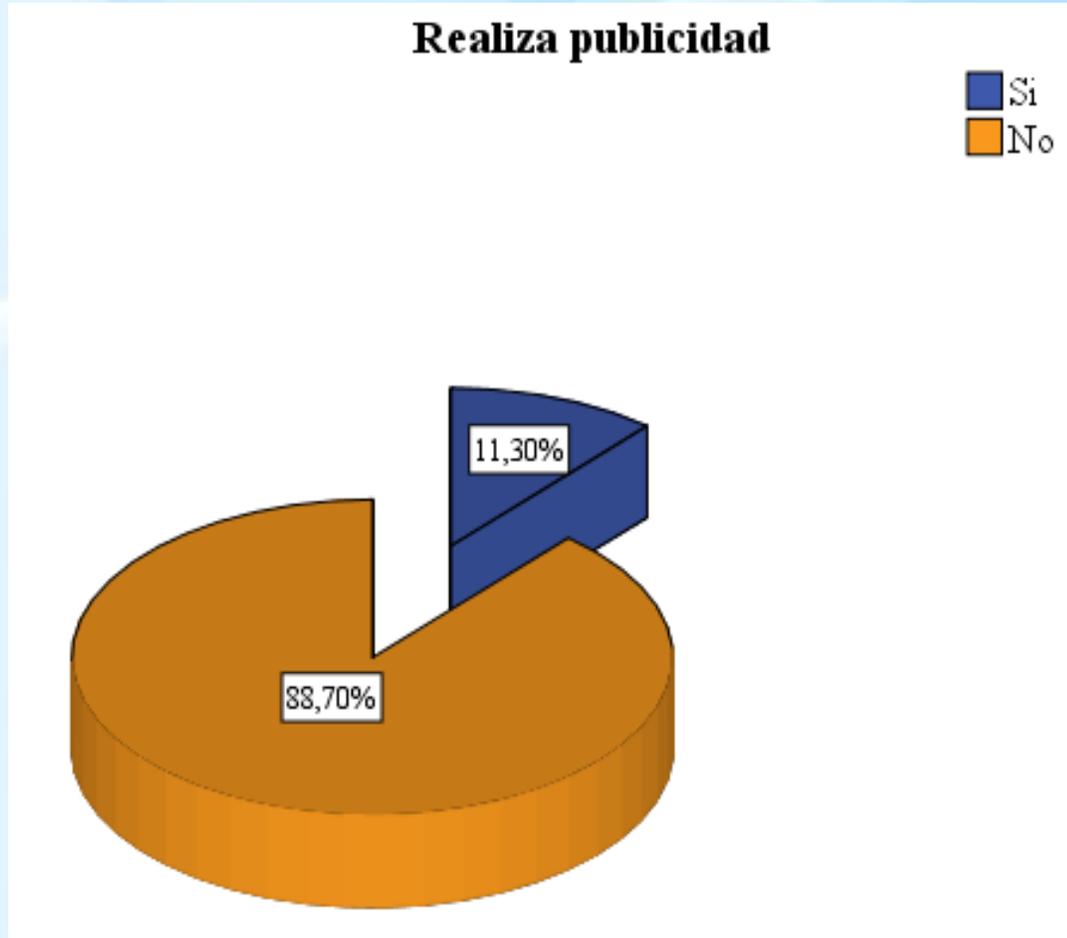


¿Por qué razón se encuentra en este sector?

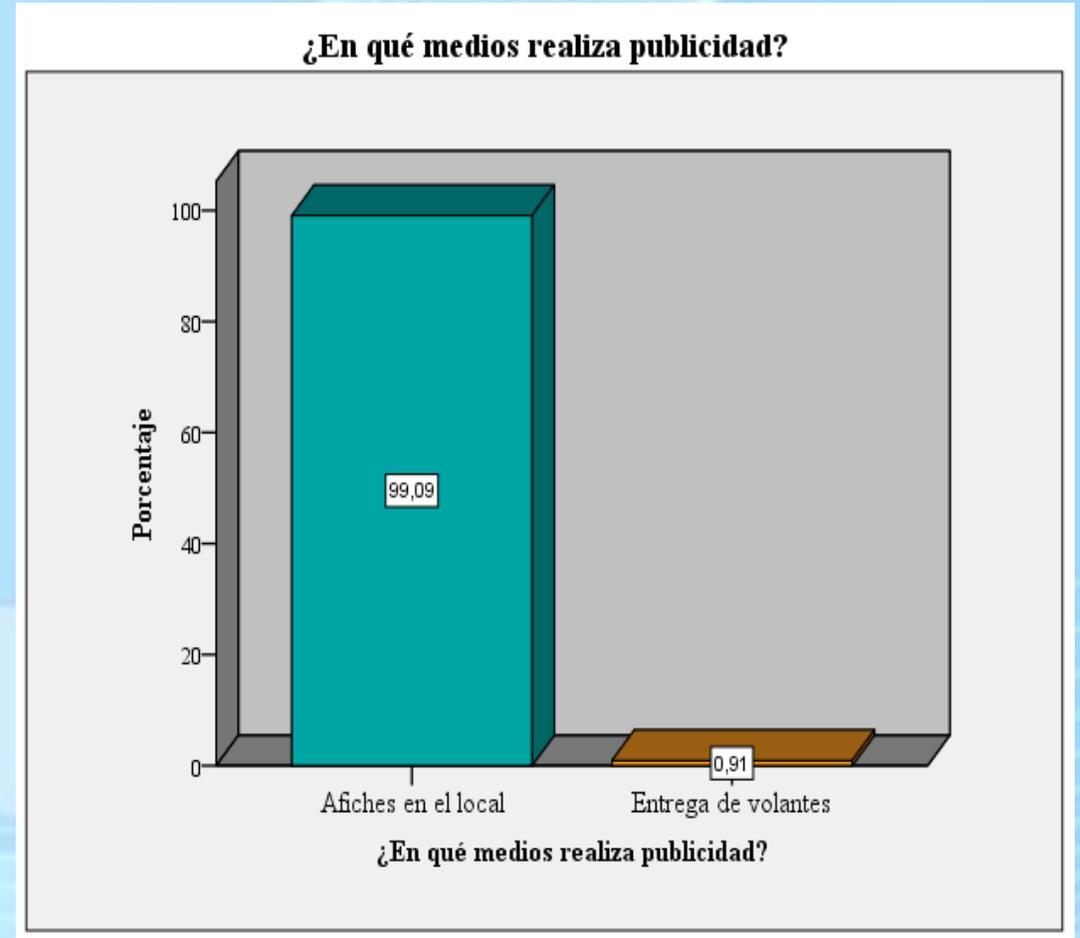
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Recomendación	13	1,3	1,3	1,3
	Compra del negocio en funcionamiento	15	1,5	1,5	2,9
	Contaba con un local propio	221	22,5	22,5	25,4
	Valor del arriendo del local bajo	16	1,6	1,6	27,0
	No existía un local dedicado a esta actividad	15	1,5	1,5	28,5
	Gran confluencia de gente en el sector	106	10,8	10,8	39,3
	Esta actividad es una fuente de trabajo	596	60,7	60,7	100,0
	Total	982	100,0	100,0	



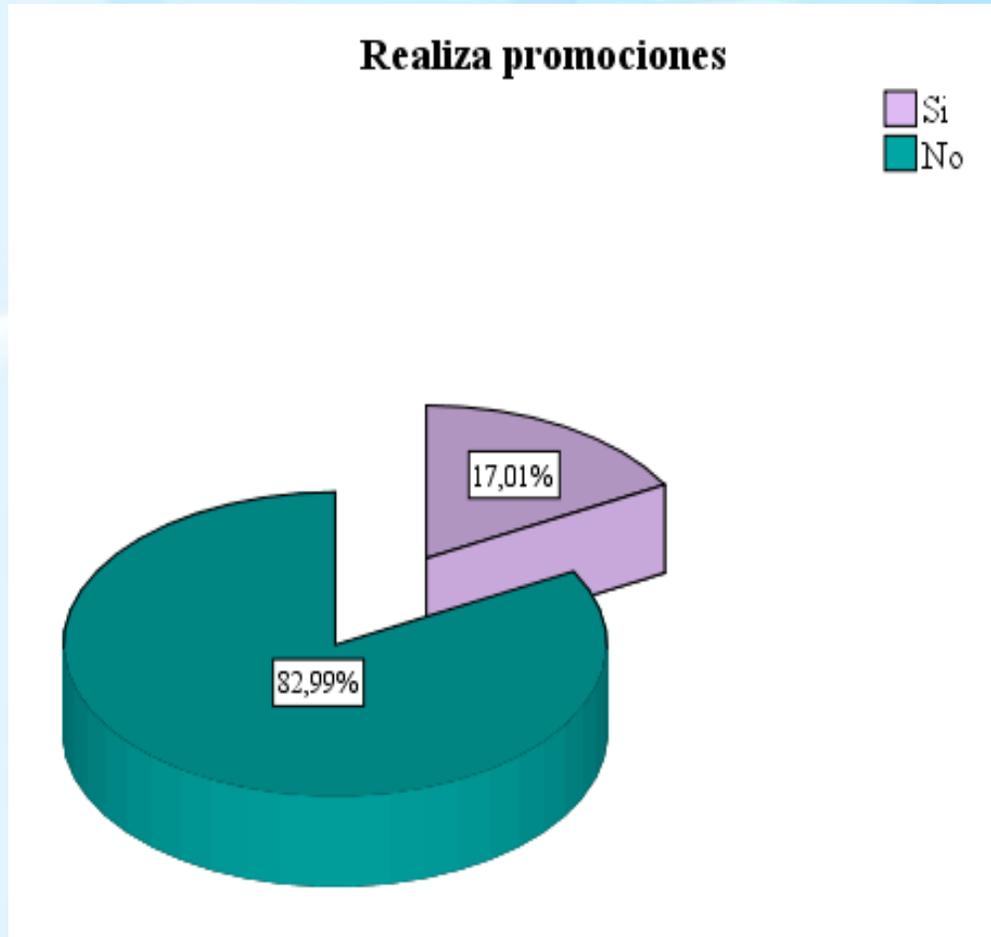
Realiza de publicidad



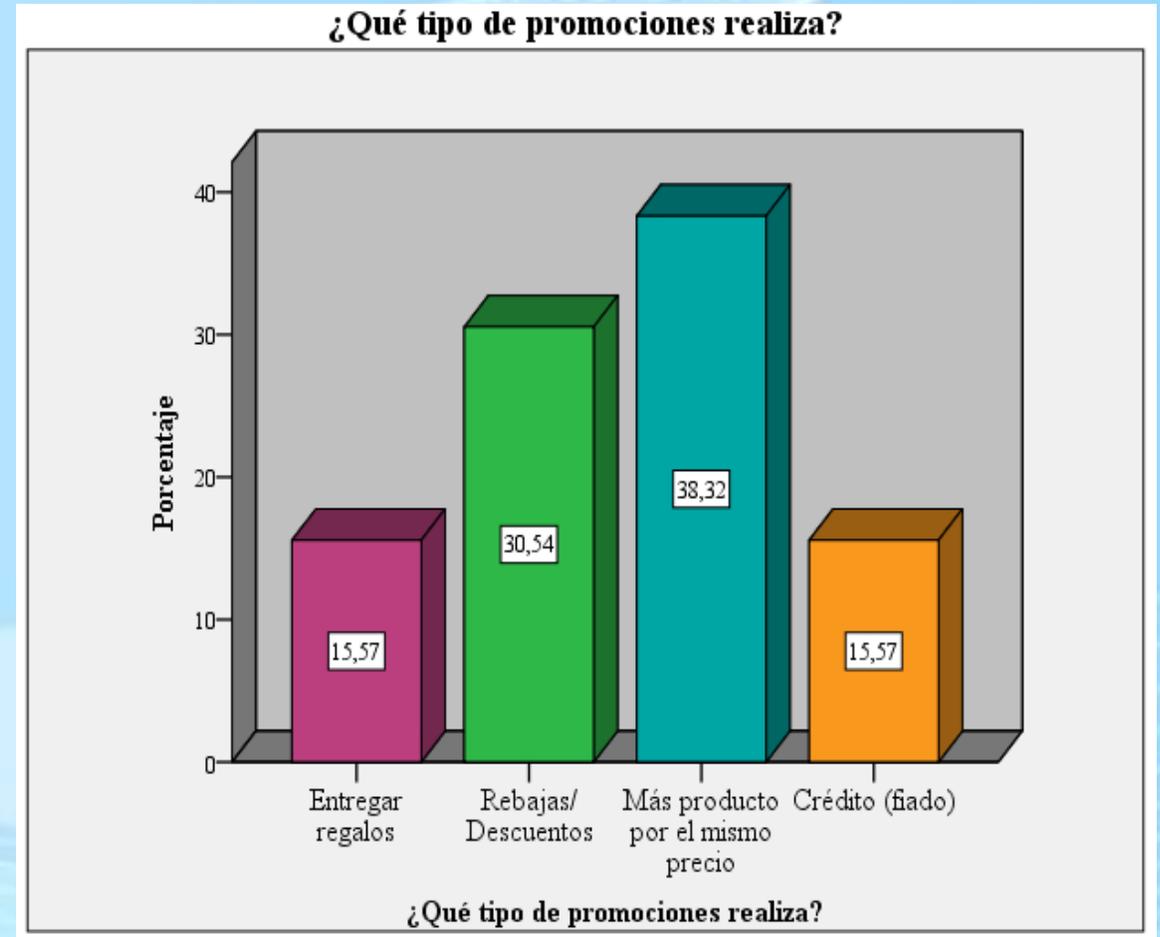
¿En qué medios realiza publicidad?



Realización de promociones



¿Qué tipo de promociones realiza?





Análisis Bivariado
Parroquias de Chilibulo y San
Bartolo

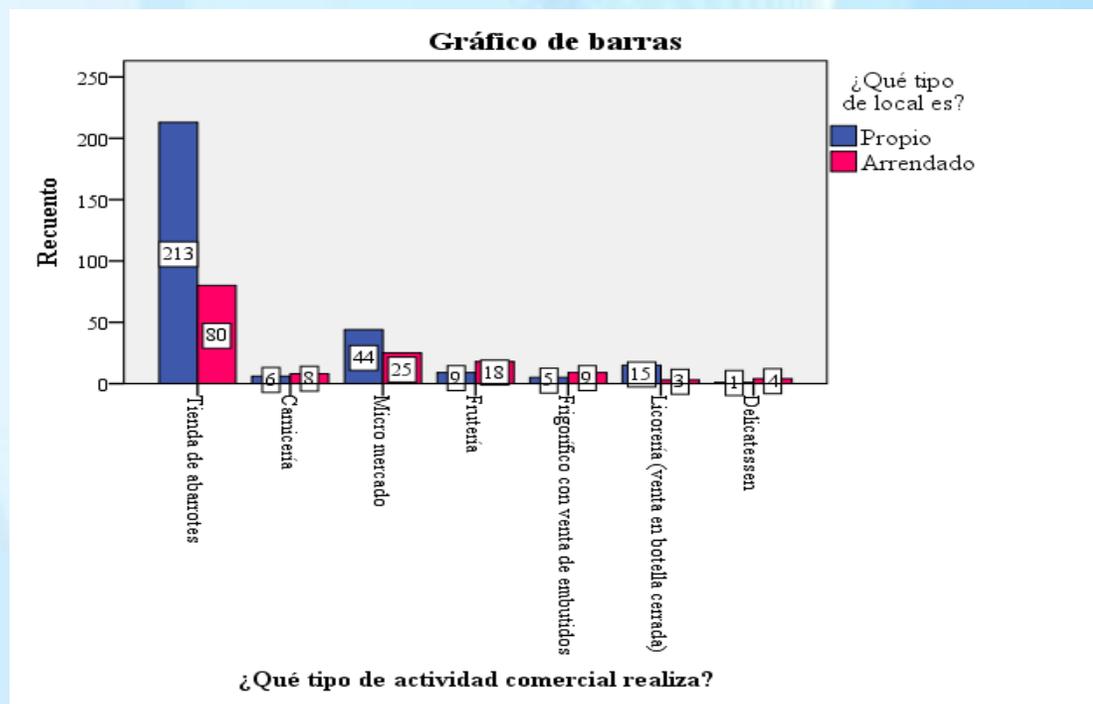
Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs ¿Qué tipo de local es?

H0: No existe relación entre las variables tipo de actividad comercial y tipo de local.

H1: Si existe relación entre las variables tipo de actividad comercial y tipo de local.

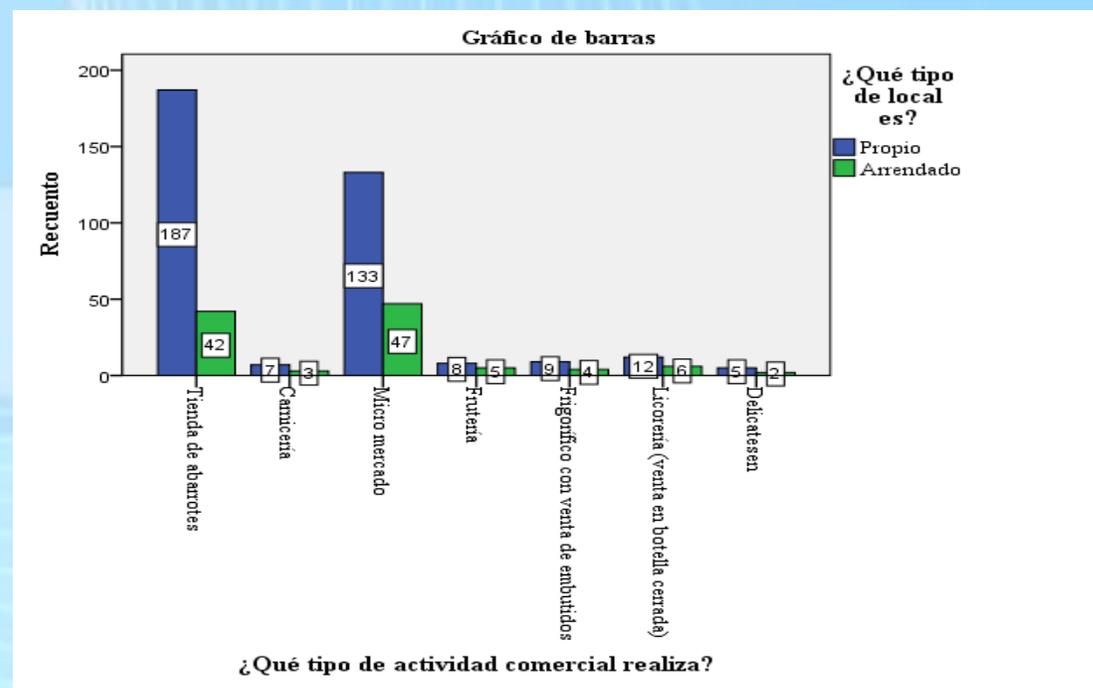
CHILIBULO

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	35,270 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	33,726	6	,000
Asociación lineal por lineal	11,295	1	,001
N de casos válidos	440		



SAN BARTOLO

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,792 ^a	6	,000
Razón de verosimilitudes	25,835	6	,000
Asociación lineal por lineal	5,468	1	,019
N de casos válidos	542		



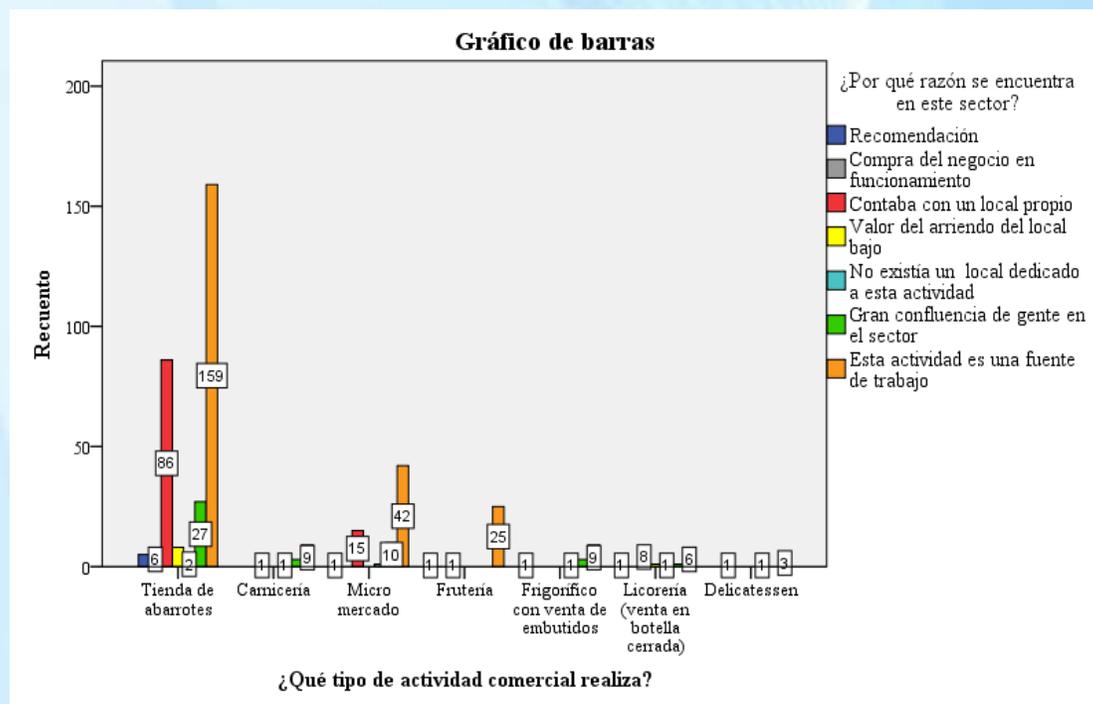
¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs ¿Por qué razón se encuentra en este sector?

H0: No existe relación entre las variables tipo de actividad comercial y razón de ubicación.

H1: Si existe relación entre las variables tipo de actividad comercial y razón de ubicación.

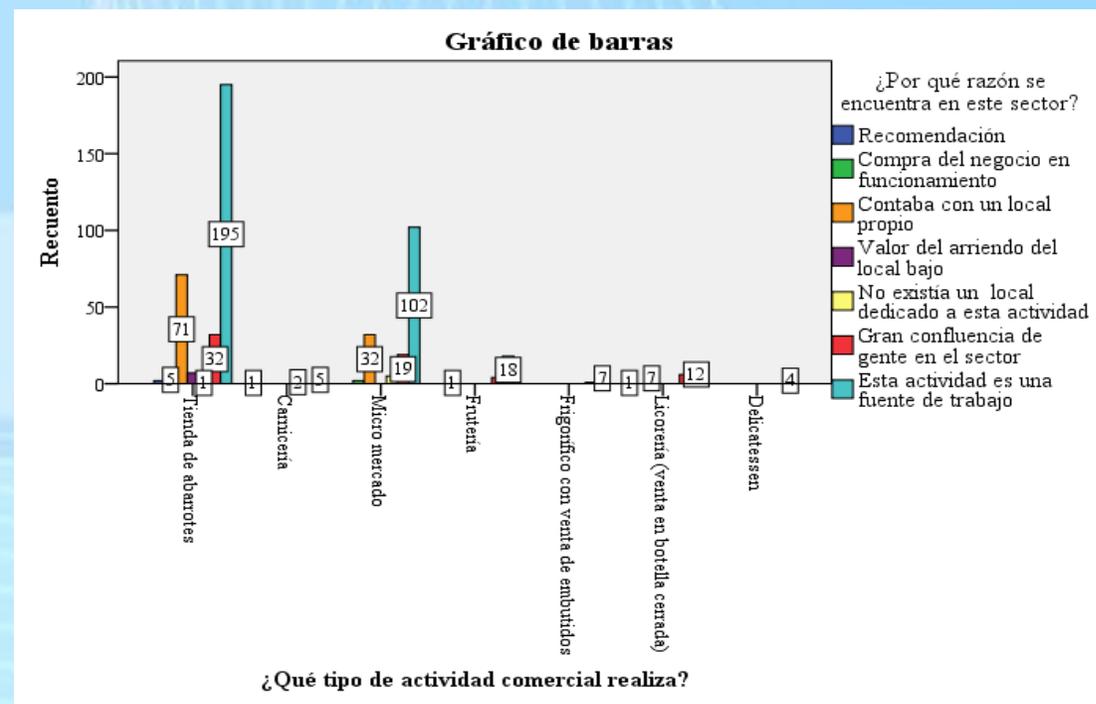
CHILIBULO

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	75,206 ^a	36	,000
Razón de verosimilitud	71,081	36	,000
Asociación lineal por lineal	1,508	1	,219
N de casos válidos	440		



SAN BARTOLO

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	83,177 ^a	36	,000
Razón de verosimilitudes	62,644	36	,004
Asociación lineal por lineal	1,603	1	,205
N de casos válidos	542		



Hipótesis



H0: No existe relación entre el tipo de actividad comercial que realizan los propietarios y la razón de ubicación de su negocio en las parroquias de Chilibulo y San Bartolo.



H1: Si existe relación entre la variable tipo de actividad comercial que realizan los propietarios y la razón de ubicación de su negocio en las parroquias de Chilibulo y San Bartolo.

H1 Aceptada
 $0,000 \leq 0,05$

APLICACIÓN DE GEOREFERENCIACIÓN



Aplicación de la georeferenciación

ZONA DE ESTUDIO

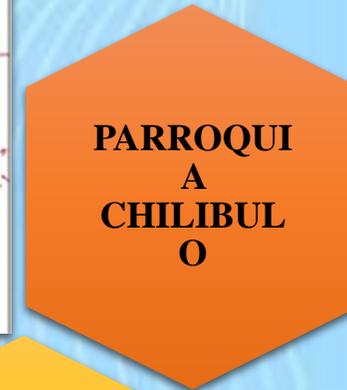


Aplicación GPS celular

Encuestas/ coordenadas



SUB ZONAS DE ESTUDIO



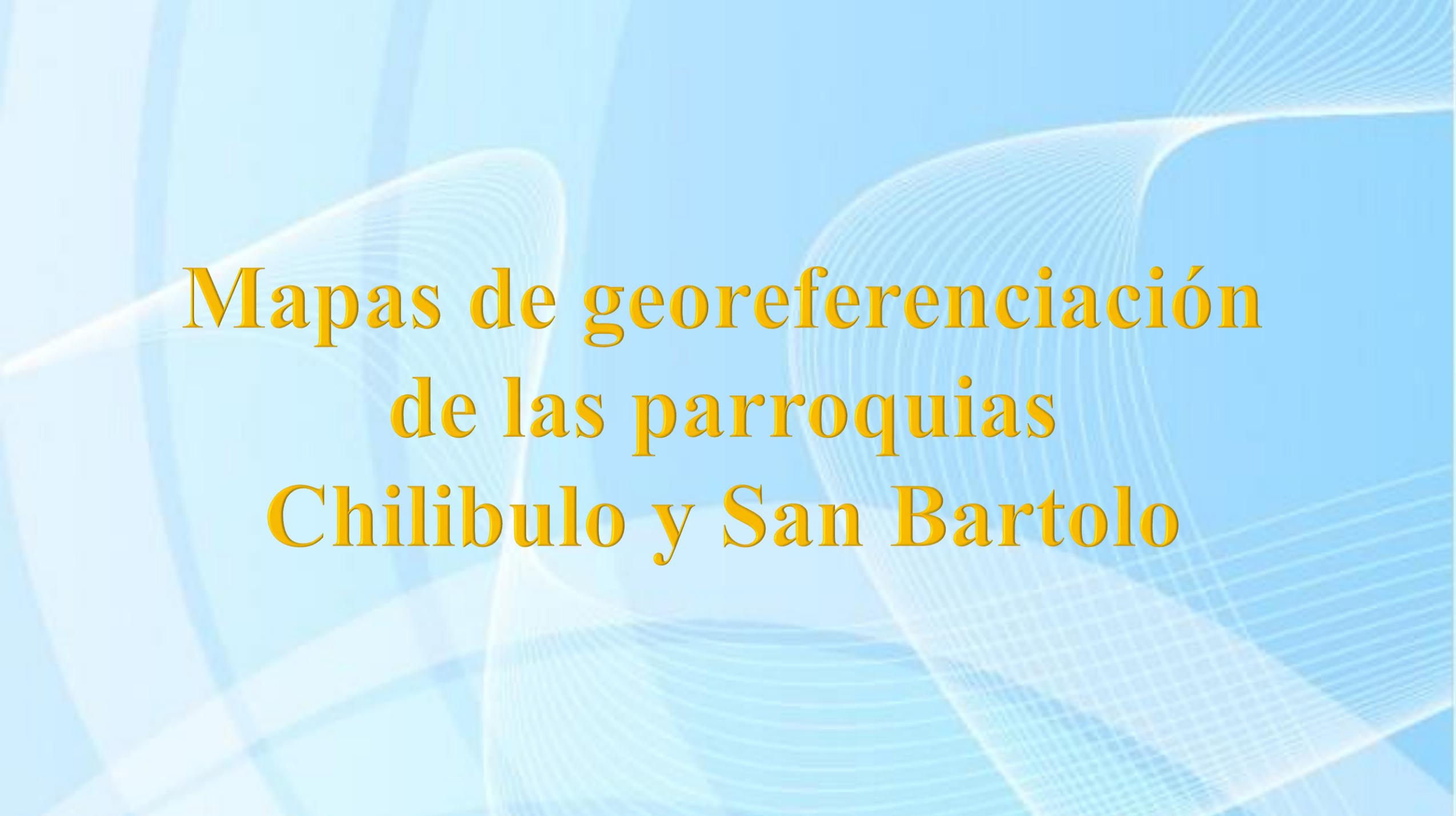
-Nº barrios: 16
Superficie Total:
855,40 Ha.
-Población Total:
48.729



-Nº Barrios: 16
-Superficie Total:
392,70 Ha.
-Población Total:
64.038



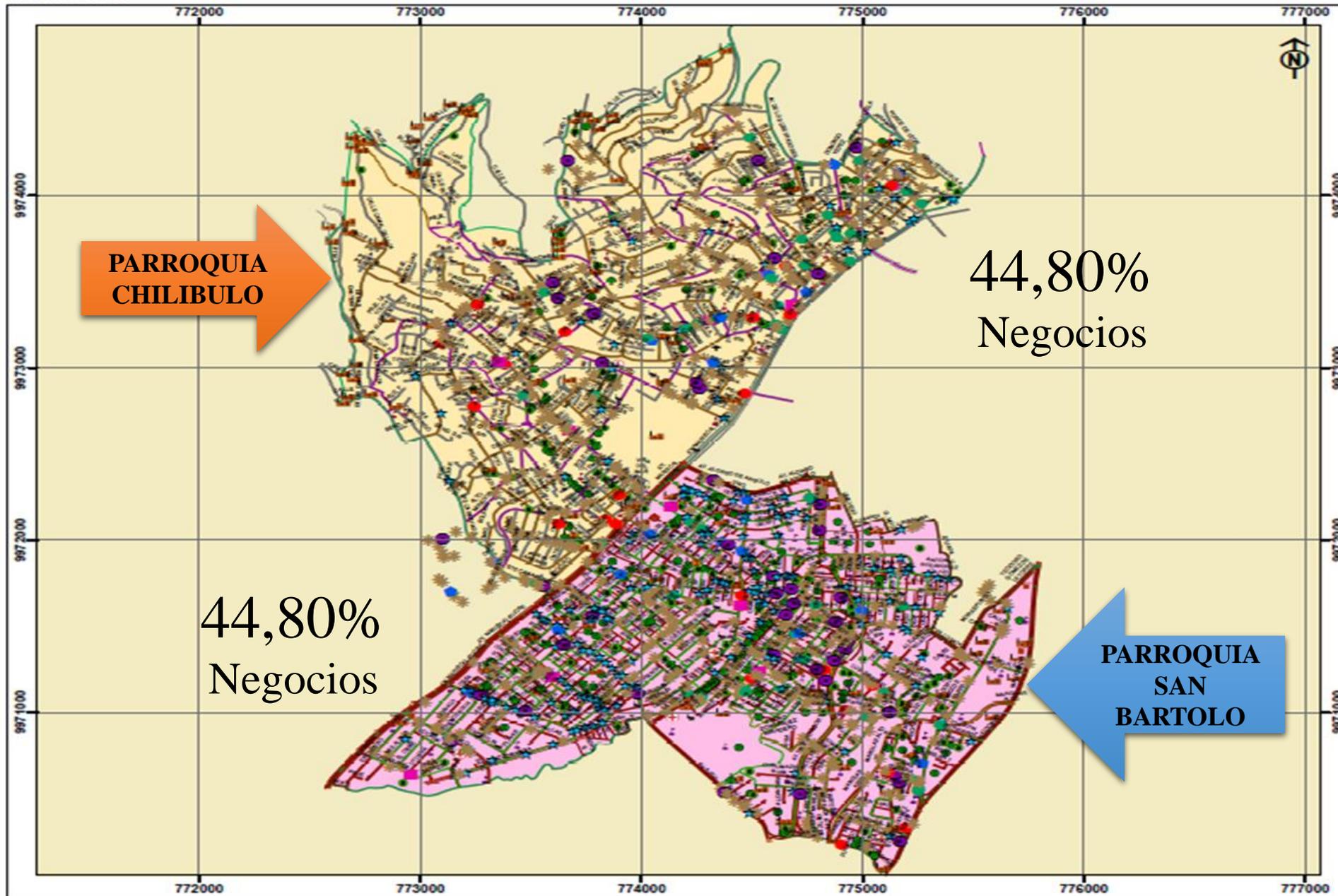
Barrios, avenidas y calles de los barrios



**Mapas de georeferenciación
de las parroquias
Chilibulo y San Bartolo**

MAPA DE LA LÍNEA DE NEGOCIOS DE LAS PARROQUIAS CHILIBULO Y SAN BARTOLO

ESCALA: 1:26.813



**PARROQUIA
CHILIBULO**

44,80%
Negocios

44,80%
Negocios

**PARROQUIA
SAN
BARTOLO**

UBICACIÓN EN ECUADOR

Localidad	LEYENDA
●	Carnicería
■	Delicatessen
●	Frigorífico con venta de embutidos
●	Frutería
●	Licorería (venta en botella cerrada)
★	Micro mercado
★	Tienda de abarrotes
■	CHILIBULO
■	SAN BARTOLO

SÍMBOLOS CONVENCIONALES	
●	CAMPO DEPORTIVO
+	CENTRO DE SALUD
▤	EDIFICIO EDUCACIONAL
▤	EDIFICIO IMPORTANTE
■	GASOLINERA
●	PARGUE O PLAZA
⌘	TEMPLO RELIGIOSO
—	LIM_CALLES2010
—	GEO_EJES2010
■	CHILIBULO
■	SAN BARTOLO

WGS84 ZONA 17 SUR
 0 5000 1000 2000 3000 4000 5000 6000 7000
 Meters

Fuente:
 Cartografía Nacional, IGM, 2014.
 División Politico Administrativo, INEC 2011.

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
 ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO
 CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA
 ESTUDIO DE LAS ZONAS COMERCIALES
 EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE GUAYAS
 PARROQUIAS CHILIBULO Y SAN BARTOLO, MEDIANTE GEOREFERENCIACIÓN

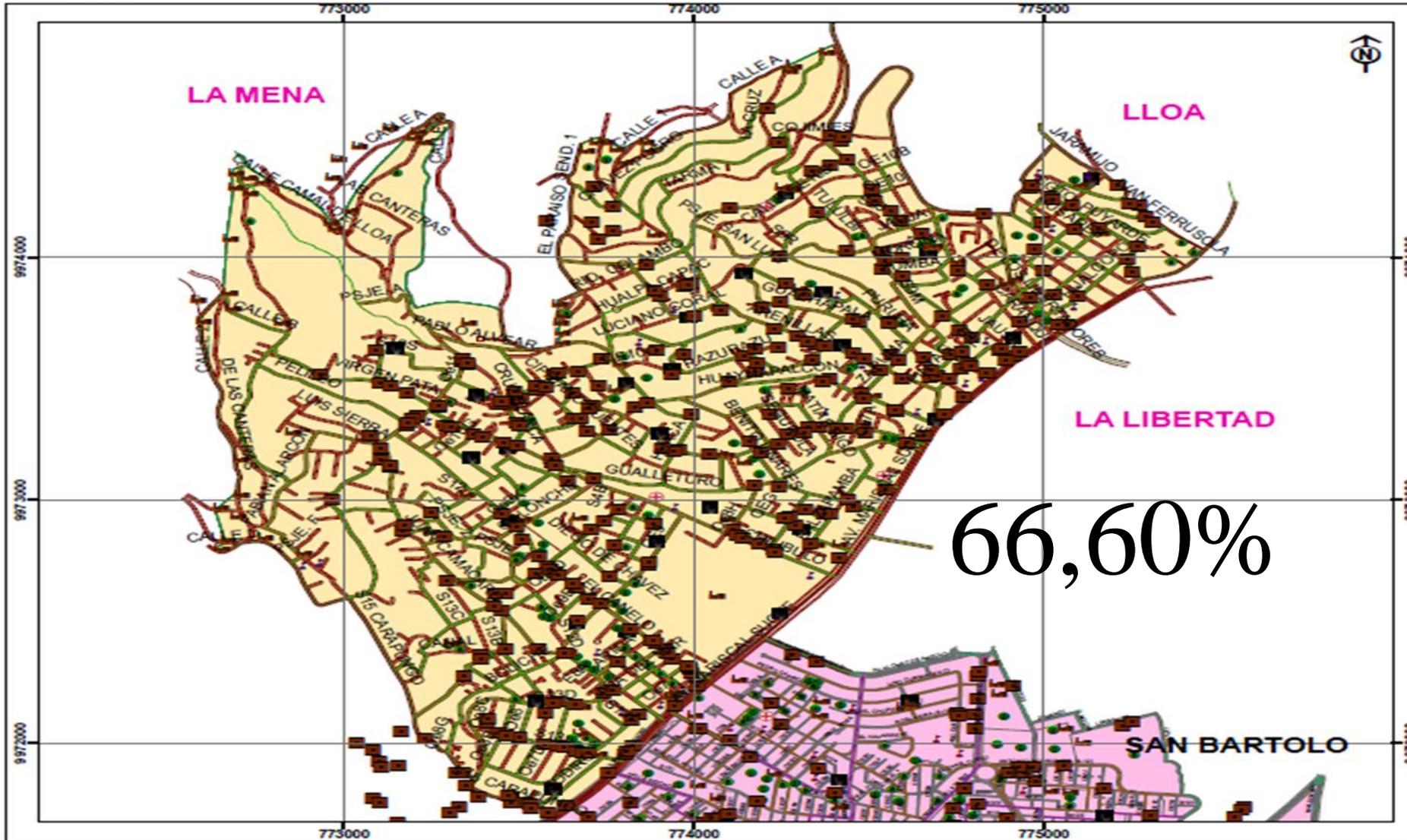
PROVINCIA: PICHINCHA	CENTRO DE ACCIÓN: SANJOAQUÍN
FECHA: MAYO-2016	DIRECTOR:

ELABORADO POR: ALEXANDRA CORRAL
 FIRMA RESPONSABLE:

Parroquia de Chilibulo

MAPA DE LA LÍNEA DE NEGOCIO "TIENDA DE ABARROTÉS" DE LA PARROQUIA CHILIBULO

ESCALA: 1:17.848



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
"EMERSON" PARA LA EXCELENCIA

UBICACIÓN EN ECUADOR

LEYENDA

- TIENDA DE ABARROTÉS
- CHILIBULO
- SAN BARTOLO

SÍMBOLOS CONVENCIONALES

- CAMPO DEPORTIVO
- ⊕ CENTRO DE SALUD
- ⌚ EDIFICIO EDUCACIONAL
- ⌚ EDIFICIO IMPORTANTE
- ⬮ GASOLINERA
- ⬮ PARQUE O PLAZA
- ⬮ TEMPLO RELIGIOSO
- ⬮ LIM. CALLES/2010
- ⬮ GEO. EJES/2010
- ⬮ CHILIBULO
- ⬮ SAN BARTOLO

WGS84 ZONA 17 SUR

0 50 100 200 300 400 500 600 700

Fuente: Cartografía Nacional, IGM, 2014.
División Político-Administrativa, INEC 2011.

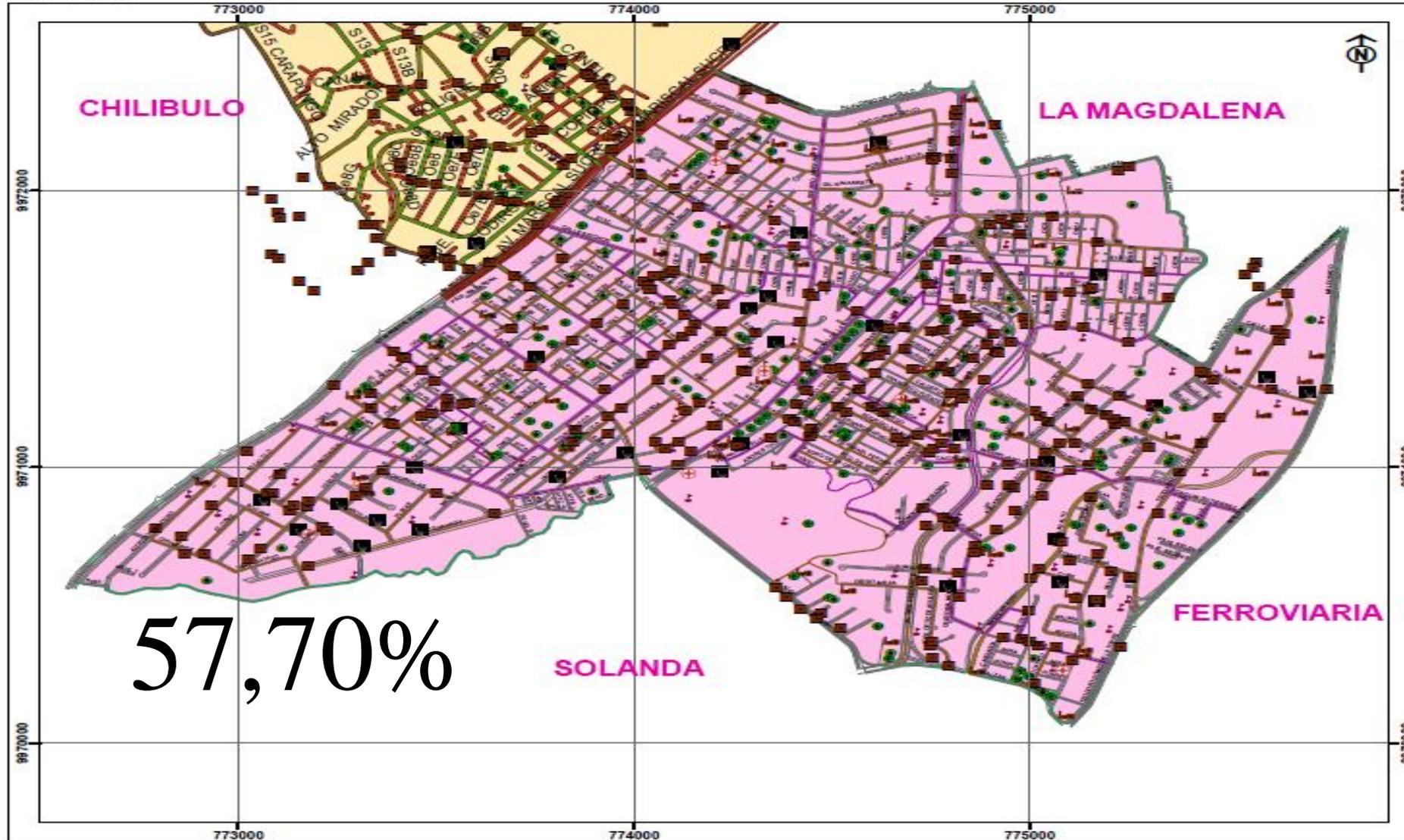
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA
ESPESIO DE LAS ZONAS COMERCIALES
EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,
PARROQUIAS CHILIBULO Y SAN BARTOLO, SEGUNTE SUBDIFERENCIACIÓN

PROVINCIA: PICHINCHA CAMPUS: SANGOLQUE
FECHA: MAYO-2016 DIRECTOR: ALONSO ALVEAR
ELABORADO POR: GABRIELA CORAL R.
VICTORIA GUÍRA G.

Parroquia San Bartolo

MAPA DE LA LÍNEA DE NEGOCIO "TIENDA DE ABARROTES" DE LA PARROQUIA SAN BARTOLO

ESCALA: 1:15.727



57,70%



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXPERIENCIA

UBICACIÓN EN ECUADOR



LEYENDA

- TIENDA DE ABARROTES
- CHILIBULO
- SAN BARTOLO

SÍMBOLOS CONVENCIONALES

● CAMPO DEPORTIVO	⛽ GASOLINERA
⛶ CENTRO DE SALUD	⊕ PARQUE O PLAZA
🏫 EDIFICIO EDUCACIONAL	⛪ TEMPLO RELIGIOSO
🏢 EDIFICIO IMPORTANTE	~ LIM_CALLE2010
	~ GEO_EJES2010
	🗺 CHILIBULO
	🗺 SAN BARTOLO

WGS84 ZONA 17 SUR



Fuente:
Cartografía Nacional, IGM, 2014.
División Político-Administrativo, INEC 2011.

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTÉCNICA
ESTUDIO DE LAS ZONAS COMERCIALES
EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,
PARROQUIAS CHILIBULO Y SAN BARTOLO, MEDIANTE GEORREPERECCIONAMIENTO

PROVINCIA: PICHINCHA	CAMPUS: SANGOLQUI
FECHA: MAYO-2016	DIRECTOR: ALONSO ALVEAR
ELABORADO POR: GABRIELA COJAL R. VICTORIA GUERRA G.	

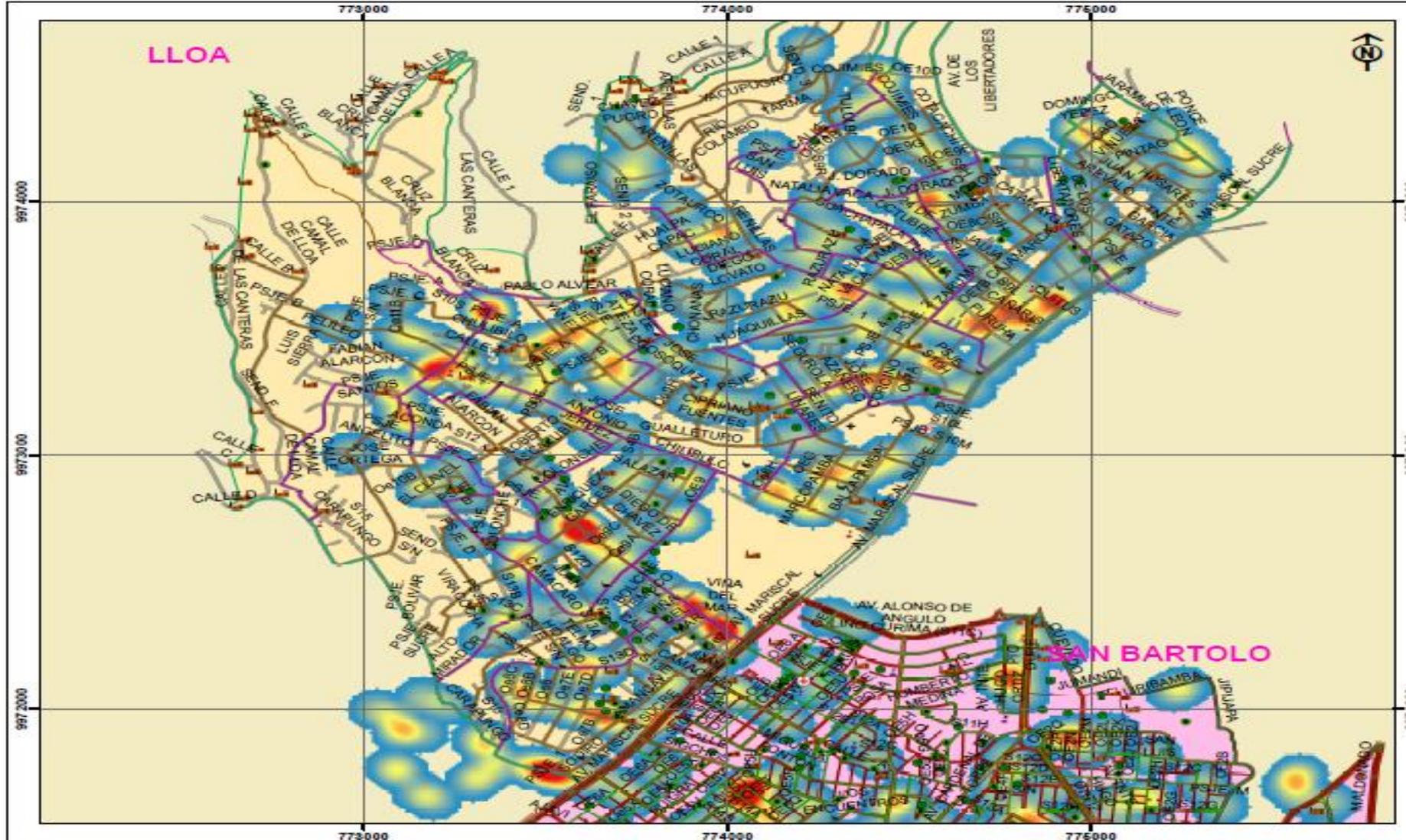
The background is a light blue gradient with several white, wavy, ribbon-like shapes that create a sense of movement and depth. The text is centered and rendered in a bold, yellow, serif font.

**Mapas de calor
de las parroquias
Chilibulo y san Bartolo**

Parroquia de Chilibulo

MAPA DE CALOR DE TIENDA DE ABARROTES, PARROQUIA CHILIBULO

ESCALA: 1:17.174

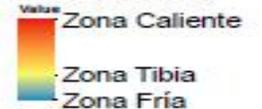


UBICACIÓN EN ECUADOR



LEYENDA

INTENSIDAD DE CALOR



SÍMBOLOS CONVENCIONALES



WGS84 ZONA 17 SUR



Fuente: Cartografía Nacional, IGM, 2014.

División Política Administrativa, INEC 2011.

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA
ESTUDIO DE LAS ZONAS COMERCIALES
EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,
PARROQUIAS CHILIBULO Y SAN BARTOLO, MEDIANTE GEORREFERENCIACIÓN

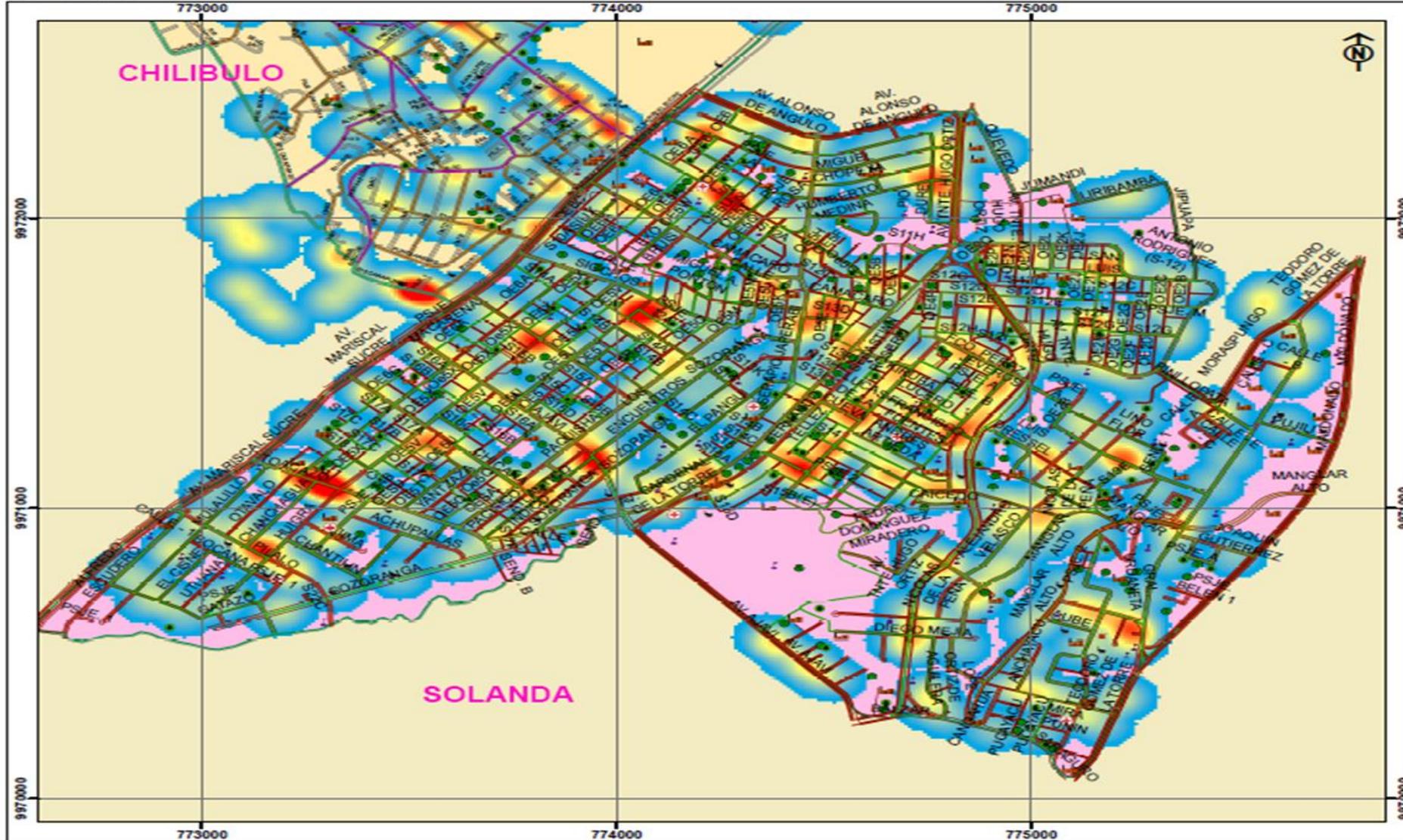
PROVINCIA: PICHINCHA CAMPUS: SANGOLQUE
FECHA: MAYO-2016 DIRECTOR: ALONSO ALVEAR

ELABORADO POR: GABRIELA CORAL R.
VICTORIA GUIÑA G.

Parroquia San Bartolo

MAPA DE CALOR DE LA PARROQUIA SAN BARTOLO

ESCALA: 1:14.992





ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
ESPECIALIDAD EN INGENIERÍA EN MERCADOTRÓNICA

UBICACIÓN EN ECUADOR



0°12'S
78°50'W

LEYENDA

Intensidad de Calor

Value

- █ Zona Caliente
- █ Zona Tibia
- █ Zona Fría

- CHILIBULO
- SAN BARTOLO

SÍMBOLOS CONVENCIONALES

 CAMPO DEPORTIVO	 GASOLINERA
 CENTRO DE SALUD	 PARQUE O PLAZA
 EDIFICIO EDUCACIONAL	 TEMPLO RELIGIOSO
 EDIFICIO IMPORTANTE	 LIM_CALLES2010
	 GEO_EJES2010
	 CHILIBULO
	 SAN BARTOLO

WGSS4 ZONA 17 SUR



0 50 100 200 300 400 500 600 700
Metros

Fuente:
Cartografía Nacional, IGM, 2014.
División Político Administrativo, INEC 2011.

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTRÓNICA
EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

PROVINCIA: PICHINCHA	CAMPUS: SANGOLQUÍ
FECHA: MAYO-2016	DIRECTOR: ALONSO ALVEAR
ELABORADO POR: GABRIELA CORAL R. VICTORIA GUÍÑA G.	

PROPUESTA DE ALIANZA ESTRATÉGICA ESPE Y ADMINISTRACIÓN ZONAL



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



QUITO
ALCALDÍA



Administración Zonal Eloy Alfaro

Objetivo de la propuesta

Establecer una alianza estratégica entre la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE y la Administración Zonal Eloy Alfaro para brindar capacitaciones que mejoren la rentabilidad de las líneas comerciales investigadas en las parroquias de Chilibulo y San Bartolo.



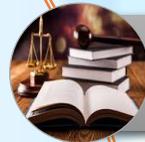
Proyecto de capacitación ESPE-educa



Objetivos específicos	Metas	Actividades	Sub actividades	Cronograma Agosto				Presupuesto	
				Semanas				Descripción	Costo
				1	2	3	4		
Incentivar a las y los alumnos del último nivel de las carreras administrativas de la ESPE a participar en esta propuesta de vinculación con la colectividad.	Práctica de los conocimientos adquiridos de 200 estudiantes en las zonas comerciales de estas parroquias.	Reunimos con las autoridades de las instituciones para conseguir su apoyo.	Reunimos con las autoridades de la Universidad.					Pasajes	\$ 40,00
							Refrigerio	\$ 60,00	
							Material de propuesta	\$ 100,00	
							Pasajes	\$ 40,00	
						Refrigerio	\$ 60,00		
						Material de propuesta	\$ 100,00		
		Firma del acuerdo de vinculación con la colectividad.						Pasajes	\$ 40,00
		Establecer la hora y el lugar de las capacitaciones.						Obsequio	\$ 100,00
		Diseño un programa moderno y real de capacitación que abarca los temas de administración de Pequeños negocios, marketing y geomarketing.	Reunimos con los y las estudiantes del último nivel de las carreras administrativas para incentivarles a que participen en esta actividad					Pasajes	\$ 60,00
			Proceso de inscripciones					Material de propuesta tríptico informativo	\$ 300,00
			Proceso de selección de perfiles de los estudiantes.					Material de inscripción	\$ 20,00
			Organización de las y los estudiantes según temas y cronogramas establecidos.					Llamadas telefónicas	\$ 60,00
			Inducción a los estudiantes seleccionados.					Pasajes	\$ 40,00
						Material de inducción	\$ 100,00		
						Refrigerio	\$ 60,00		
Preparación de material didáctico con los estudiantes para las capacitaciones					Pasajes	\$ 40,00			
						Material didáctico	\$ 300,00		
Promover a los propietarios de estos establecimientos a participar en los programas de capacitación que serán dictados en la administración zonal.	Generación de nuevos conocimientos en 600 propietarios sobre temas que mejoren el desempeño de estos negocios.	Reunimos con los propietarios para sociabilizar el proyecto y conseguir su participación.	Campaña de comunicación digital (redes sociales y pagina web respectivas)					Material publicitario digital	\$1,000
							Material publicitario impreso	\$ 300,00	
							Pasajes	\$ 60,00	
						Material de inscripción	\$ 20,00		
		Inscripciones de los participantes					Pasajes	\$ 40,00	
Total								\$ 1.941,00	

Conclusiones

 La mayoría de las líneas de negocios (78,11%) perciben ingresos mensuales por ventas menores a \$300.

 Gran parte de los establecimientos (61,71%) no cuentan con la documentación legal actualizada del negocio.

 El 87,98% de los propietarios no cuentan con capacitación en administración de pequeños negocios.

 Un gran porcentaje de dueños (84,32%) no elabora un plan de negocios.

 El 95,01% de los micro emprendedores no realizó ningún tipo de estudio previo para establecer su negocio.

 Las razones para ubicar el negocio en Chilibulo y San Bartolo son: El 60,69% consideran una fuente de trabajo la actividad comercial que realiza; y el 22,51% contaba con un local propio.

 El 88,70% de los negocios no realizan publicidad para atraer clientes.

El 82,18% de los establecimientos no efectúa promociones, que ayude a incrementar las ventas.

Recomendaciones



