

RESUMEN

Dentro de la ciudad de Quito, Ecuador, en el centro sur se encuentra uno de los barrios más emblemático, La Floresta, el cual actualmente se diferencia por su historia, comercio y cultura, este barrio carece de un estudio a fondo de las fortalezas y necesidades, que resultan claves para el turismo local y nacional, como para el geomarketing, debido a la gran diversidad de restaurantes, universidades, colegios, escuelas, miradores y varios sitios que han generado el interés de turistas. Al no contar con estudios que proponga las mejoras del sector, es difícil mejorar el comercio y turismo, para brindar las comodidades que el visitante necesita sin comprometer infraestructura del sector que perjudique a los moradores como a sus comerciantes y estimular el embellecimiento urbano. Es por eso que surge la iniciativa de generar este estudio que analiza las principales variables del sector como la seguridad, caminerías, flujos peatonales, arbolado, entre otras, para identificar las falencias tomando en cuenta la “Ordenanza 135 Plan Especial La Floresta” para buscar las mejores propuestas en temas de movilidad humana para el sector. Para la obtención de información se realizó observaciones de campo durante las horas pico en los meses de mayor concurrencia debido a la actividad de instituciones educativas y se contó también con el apoyo de comité promejoras del sector, ya que por el pedido de dicho comité específicamente, se pudo realizar este estudio. El estudio se basó en procesar la información de las variables mediante técnicas geográficas (análisis espacial), mismo que se deriva en la generación de un modelo que permite identificar el comportamiento de la movilidad humana con respecto a la infraestructura urbana con la que actualmente cuenta el sector.

PALABRAS CLAVE:

CAMINABILIDAD

GEOPROCESAMIENTO

GEOMARKETING

GEOESTRATEGIAS

MARKETING.

ABSTRACT

Within the city of Quito, Ecuador, at the south center is one of the most emblematic neighborhoods, La Floresta, which is currently distinguished by its history, commerce and culture, this neighborhood lacks a study in depth of the fortresses and necessities, which are key for local and national tourism, as well as for geomarketing, due to the great diversity of restaurants, universities, schools, viewpoints and several sites that have generated the interest of tourists. Since there are no studies that propose improvements in the sector, it is difficult to improve commerce and tourism, to provide the comforts that the visitor needs without compromising the infrastructure of the sector that harms the residents and their merchants and stimulate urban beautification. That is why the initiative arises to generate this study that analyzes the main variables of the sector as the security, ways, pedestrian flows, and trees, among others, to identify the failures taking into account the "Ordenanza 135 Plan Especial La Floresta" to search the best proposals on human mobility issues for the sector. In order to obtain information, field observations were made during peak hours in the months of highest attendance due to the activity of educational institutions and the support of the sector promises committee. The study was based on the processing of the information of the variables by geographic techniques (spatial analysis), which is derived in the generation of a model that allows to identify the behavior of the human mobility with respect to the urban infrastructure with which the sector.

KEY WORDS:

ROADABILITY

GEOMARKETING

GEO-PROCESSING

GEO-STRATEGIES

MARKETING