DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO E IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS GEOESPACIALES PARA LA EMPRESA PUREAGE S.A

ANGEL CELIO TORRES RIASCOS

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
Av. General Rumiñahui s/n Sangolquí – Ecuador
www.espe.edu.ec

RESUMEN

Esta investigación se centra en realizar un modelo cartográfico, empleando el método inductivo, que parte de hechos particulares definidos como variables, las mismas que son sometidas a diferentes procesos de análisis con el objetivo de agruparlas en distintas categorías, llamadas factores de influencia, los cuales se obtienen a través de distintos geoprocesamientos realizados en un S.I.G. Adicionalmente, se tomó como base el estudio de mercado realizado por la empresa PUREAGE S.A, en el que se define el perfil del cliente y a las 14 parroquias urbanas como la zona de estudio, las mismas que pertenecen a la Administración Zonal La Delicia y a la Administración Zonal Norte del Distrito Metropolitano de Quito.
De las variables que se analizan se obtienen los seis factores de influencia, los cuales arrojan resultados, que ayudan a evaluar los diferentes escenarios que se presentan para generar el mapa final de este proyecto, para identificar a las áreas potenciales de oferta del producto de la empresa PUREAGE S.A.

ABSTRACT

This research is focused on a cartographic model, using the inductive method that is made up of individuals defined as variables which are subject to different processes of analysis in order to group them into different categories, called influence factors. These factors are obtained through various geoprocesses made in a GIS, taking as a basis the market study which was carried out by the company PUREAGE S.A that defines the customer profile and the 14 urban parishes as the study area as belonging to La Delicia administration zone and North administration zone of the Metropolitan District of Quito.
The variables analysed produce the six influence factors, these are obtained to yield the results, helping to evaluate the different posibilities that arise in generating the final map of this project, this identify the potential areas of PUREAGE S.A's product offering