

RESUMEN

La siguiente investigación se orienta en establecer cuantas líneas de negocios comprendidas entre tiendas de abarrotes, carnicerías, micromercados, fruterías, frigoríficos, licorerías y delicatessen existen; y las características de las mismas a través de Georreferenciación en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito en las Parroquias Jipijapa y Kennedy, de acuerdo a las necesidades actuales del mercado objetivo, se efectuó una investigación de mercados en la cual se utilizó la técnica de la encuestas a los propietarios de los locales comerciales. Con la información y datos obtenidos se consiguió detallar una base de datos de los establecimientos comerciales, para proceder así con la georreferenciación de los negocios de la parroquia Jipijapa y Kennedy en un mapa base, a través del programa ArcGIS que facilitó el manejo de los datos de manera rápida y sencilla. Se presentan la estrategia de innovación que ayudará a la utilización y manejo de la georreferenciación por parte del Municipio de Quito. Junto con esto se detalla cinco propuestas para lograr la eficiencia y eficacia del manejo del programa en los establecimientos de control y las diferentes líneas de negocios comerciales.

Palabras Claves:

- **GEORREFERENCIACIÓN**
- **GEOMARKETING**
- **ZONA COMERCIAL**
- **POSICIONAMIENTO**
- **VENTAJA COMPETITIVA**

ABSTRACT

The following research is oriented in the establishment of how many business lines are included among grocery stores, butchers, micromarkets, fruit shops, fridges, liquor stores and delicatessens exist; And the characteristics of these through the georeferencing in the North Sector of the Metropolitan District of Quito in the Jipijapa and Kennedy Parishes, according to the current needs of the target market, a market research was carried out in which the technique Of the survey to the owners of the commercial premises. With the information and data obtained it was possible to detail a database of commercial establishments, to proceed with the georeferencing of the business of the parish Jipijapa and Kennedy in a base map, through the ArcGIS program that facilitated the management of the Data quickly and easily. It presents the innovation strategy that helps the use and management of georeferencing by the Municipality of Quito. Along with this, five proposals are detailed to achieve the efficiency and effectiveness of program management in the control establishments and the different business lines of business.

Keywords:

- **GEOREFERENCING**
- **GEOMARKETING**
- **SHOPPING AREA**
- **POSITIONING**
- **COMPETITIVE ADVANTAGE**