

**Area de Beca:** CS - Cs. Sociales, Humanísticas y Artísticas

**Título del Trabajo:** **EL GEOMARKETING COMO PROPUESTA DE INTEGRACIÓN ENTRE EL COMERCIO Y EL TRANSPORTE PÚBLICO**

**Autores:** DA SILVA, CRISTIAN J. - CARDOZO, OSVALDO D. - ODRIÓZOLA, JORGE G.

**E-mail de Contacto:** cristianunne@gmail.com **Teléfono:** 3624783428

**Tipo de Beca:** CONICET Tipo I **Resolución Nº:** S/N **Período:** 01/04/2014 - 01/04/2016

**Proyecto Acreditado:** "Geomarketing Aplicado al Desarrollo de Centros Comerciales de las Ciudades Capitales de Chaco y Corrientes", acreditado por la Secretaría General de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE) Res N° 982/10." (PID 0055-2011 BID)

**Lugar de Trabajo:** Facultad de Humanidades

**Palabras Claves:** REGRESIÓN LINEAL MÚLTIPLE (MRLM), ANÁLISIS ESPACIAL, SIG

**Resumen:**

Una cuestión ampliamente abordada en la literatura científica lo constituye la relación existente entre los usos del suelo y el transporte público de pasajeros. Una pregunta que comúnmente emerge es: *¿Los usos del suelo son una función del Transporte Público o viceversa?* Si lo vemos en términos generales se torna muy difícil discernir la realidad, pero lo sí está claro es que ambos son importantes para la planificación territorial.

El Transporte Público es un modo de movilidad que facilita los desplazamientos diarios de la población, por lo tanto adquiere el rol de factor de desplazamiento de flujos de personas. Por otro lado, los usos del suelo constituyen una "imagen" de las actividades de reproducción que desarrollan los seres humanos y debido a su diversidad no existe un consenso de clasificación universal.

El objetivo general es indagar la relación existente entre los usos del suelo y el transporte público a nivel de paradas, en un área piloto del centro de la ciudad.

La base catastral georreferenciada en formato vectorial shapefile (ejido urbano, manzanas, parcelario, callejero) fue proporcionado por la Dirección de Catastro y Cartografía de la Municipalidad de Resistencia. A su vez, la capa digital de las paradas es cortesía del Laboratorio de Tecnologías de la Información Geográfica (LabTIG) de la Universidad Nacional del Nordeste. Los datos de usos del suelo son producto del relevamiento in situ, a lo cual se suma el aforo de pasajeros realizado en las paradas del área de estudio.

Debido a la compleja trama de relaciones tejidas entonces en el área abordada, se ha decidido analizar la relación existente entre variables comerciales y la cantidad de personas que utilizan el transporte público que a su vez presentan indicios de haber realizado compras. Esto se ha hecho por medio de un modelo de Regresión Lineal Múltiple (MLRM), para lo cual se ha especificado como variable dependiente la cantidad de pasajeros que presentan indicador de compras (bolsa en mano) y como independientes las intrínsecas de la red (número de líneas, conexión entre líneas), comerciales (densidad comercial, variedad de usos del suelo, número de comercios) y geográficas (distancia a la peatonal).

Las variables comerciales se ha obtenido a partir de la aplicación de técnicas de Análisis espacial (*Buffers* de 75m) para delimitar el área de influencia de las paradas de colectivos a lo cual se suma el postprocesamiento de dichas a partir de *Polígonos de Thiessen*, trazando de esta manera el área de competencia. Con estos polígonos se procedió a contabilizar las parcelas afectadas, la diversidad de uso (variedad) y la densidad comercial promedio. Además, se calculó la distancia a la calle *Peatonal* debido a que constituye uno de los ejes comerciales más importantes.

Los resultados arrojados por los test estadísticos muestran una alta correlación entre las variables comerciales y las de la red, con valores superiores a 0,7 (coeficiente de Pearson) y un nivel de significación del 0,05. Los  $R^2$  de los diferentes modelos obtenidos por medio de distintos métodos de selección de variables presentan valores superiores a 0,9, con lo cual se puede afirmar que la variabilidad en la cantidad de personas por paradas que utilizan el transporte público en el área de estudio está explicada en un 90% por las variables empleadas.

Estos resultados refuerzan las presunciones acerca de la relación entre los usos del suelo (particularmente el comercial) y el transporte público, con lo cual se verifica la complementación de ambas actividades en el desarrollo de la ciudad.

Becario  
(Firma)

Co-Autor  
(Firma)

Co-Autor  
(Firma)

Director de Beca  
(Firma y Aclaración)

Director de Proyecto  
(Firma y Aclaración)