



**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 DEL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, ADMINISTRACIÓN  
ZONAL EUGENIO ESPEJO, PARROQUIA MARISCAL SUCRE,  
MEDIANTE GEOREFERENCIACIÓN**

**AUTORES: HERNÁNDEZ DÁVALOS, MARÍA LIZETH  
ÑACATA LOACHAMÍN, NATHALY ALEXANDRA**

**DIRECTOR: ING. PINEDA, ROSARIO**

**SANGOLQUÍ**

**2017**



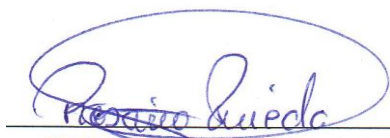
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, ***“ESTUDIO DE LAS ZONAS COMERCIALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, ADMINISTRACIÓN ZONAL EUGENIO ESPEJO, PARROQUIA MARISCAL SUCRE, MEDIANTE GEOREFERENCIACIÓN”*** realizado por la señora ***MARÍA LIZETH HERNÁNDEZ DÁVALOS*** y la señora ***ÑACATA LOACHAMÍN NATHALY ALEXANDRA***, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita ***MARÍA LIZETH HERNÁNDEZ DÁVALOS*** y la señora ***ÑACATA LOACHAMÍN NATHALY ALEXANDRA*** para que lo sustenten públicamente.

**Quito, 17 de febrero de 2017**



Ing. Rosario Pineda



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

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **HERNÁNDEZ DÁVALOS MARÍA LIZETH** con cédula de identidad N° 1722701388 y **ÑACATA LOACHAMIN NATHALY ALEXANDRA** con cédula de identidad N°1722075916, declaramos que este trabajo de titulación “**ESTUDIO DE LAS ZONAS COMERCIALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, ADMINISTRACIÓN ZONAL EUGENIO ESPEJO, PARROQUIA MARISCAL SUCRE, MEDIANTE GEOREFERENCIACIÓN**” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

**Quito, 17 de febrero de 2017**

**MARÍA LIZETH  
HERNÁNDEZ DÁVALOS  
C.C. 1722701388**

**NATHALY ALEXANDRA  
ÑACATA LOACHAMIN  
C.C. 1722075916**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotros, ***HERNÁNDEZ DÁVALOS MARÍA LIZETH Y ÑACATA LOACHAMIN NATHALY ALEXANDRA***, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE” a publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo ***“ESTUDIO DE LAS ZONAS COMERCIALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, ADMINISTRACIÓN ZONAL EUGENIO ESPEJO, PARROQUIA MARISCAL SUCRE, MEDIANTE GEOREFERENCIACIÓN”***, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

**Quito, 17 de febrero de 2017**

**MARÍA LIZETH  
HERNÁNDEZ DÁVALOS  
C.C. 1722 701388**

**NATHALY ALEXANDRA  
ÑACATA LOACHAMIN  
C.C. 1722075916**

## DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a mi viejita linda, mi mamita Lidita, que me cuidó desde que nací, estuvo en mi niñez y adolescencia dándome los mejores consejos y ahora está guiando mis pasos desde el cielo; a mis padres, Marco Hernández y María de Lourdes Dávalos, porque a pesar de todos los obstáculos que la vida me ha puesto, ellos han sido luz para continuar mi camino; a mi esposo Robinson Santos, te dedico esto mi compañero eterno por no dejar de creer en mí, por ayudarme a cumplir mis sueños, a mis niñas hermosas Rachel Daniela Ayala y Luna Isabella Santos, son mi pedacito de vida a las cuales les dedico cada uno de mis logros, en especial a mi niña Rachel mi amor te dedico mis años por esta larga etapa, tú más que nadie ha tenido que sufrir mi ausencia por buscar culminar esta etapa de mi vida para llegar a darte un futuro mejor, muñequita linda te amo.

María Lizeth Hernández Dávalos

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento más grande es a Dios, por ser mi guía, porque al abandonarme en sus manos he logrado cosas milagrosas para mi vida; a mi papito Marco Hernández, uno de los hombres más inteligentes que he conocido, un excelente profesional y ser humano, te agradezco papi algún día quiero ser como tú; a mi mami Marilú gracias por enseñarme a ser fuerte y a que todo lo que me propongo en la vida lo puedo cumplir; a mis hermanos José, Naomi y Andrés Paredes, gracias por su presión para cerrar los ciclos inconclusos de mi vida; a mi soñador, mi amor Robinson Santos, te agradezco por compartir mi felicidad y caminar conmigo de la mano sin soltarme aún en la distancia, tus palabras de aliento y tus mimos siempre lograron no dejarme vencer; agradezco a mis niñas Rachel y Luna por sacarme sonrisas con sus ocurrencias y hacerme una mamá orgullosa.

Tengo un agradecimiento especial a la Academia Militar del Valle y a todos sus funcionarios, en especial a mis jefes Sr. Francisco Corral y Crnl. Rubén León, por ser unos excelentes líderes y grandes seres humanos que han depositado su confianza en mí; a mis lindas amigas del trabajo Rity y Elisa, que con su apoyo y buenos consejos he logrado cumplir mis objetivos.

Dios ha puesto personas maravillosas en estos años de carrera, a cada una le agradezco porque cumplió un propósito en mi vida y me dejó valiosas enseñanzas.

María Lizeth Hernández Dávaloa

## **DEDICATORIA**

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a mi madre María Luisa Loachamin por ser una mujer maravillosa quien con sus orientaciones, motivación y recomendaciones me ayudaron a convertirme en la persona que soy. A su vez a mi padre Jaime Ñacata quien de manera incondicional supo guiarme desde pequeña para dar este gran paso, este triunfo es para ustedes por creer en mi capacidad, a pesar de los momentos difíciles que hemos pasado siempre me han brindado su comprensión, confianza y amor junto con mis hermanos Johnny, Michael, Wendy y Jennifer le estaremos eternamente agradecidos.

A mi hija Sophie Addison que es ahora mi fuente de inspiración, mi motivación y lucha en esta parte del camino, juntas conquistaremos los más grandes éxitos.

A quien desde ahora es mi compañero de vida Arturo Tipán y sus padres que han sido las personas que me han brindado apoyo en la hermosa etapa de ser mamá.

A mi equipo de trabajo de DIMIL mis grandes mentores, amigos y líderes Milton, Luis, Antonio y Darwin por abrirme camino en el ámbito empresarial y juntos empezar a construir el gran imperio que vamos liderando.

Les dedico también este logro a todas las personas que aportaron un granito de arena para que yo pudiera triunfar a mi grupo de jóvenes Juventud sin Límites, Vlady, Nikol, Vane, Fernando, Jomaira quienes creyeron en mi liderazgo e incondicionalmente me siguieron quiero decirles que este es el primer pasó y el inicio de muchas y mejores cosas en mi vida, espero que me apoyen siempre ya que nunca los defraudaré

Nathaly Alexandra Ñacata Loachamin

## AGRADECIMIENTO

A mi amado padre Dios por darme la vida, por cuidarme, guiarme y bendecirme en cada uno de mis pasos y poner en mi camino a personas maravillosas que han compartido a lo largo de mi vida, mis más sinceros agradecimientos a mi directora de Tesis Ingeniera Rosario Pineda que sin su constante tutoría no se hubiera podido obtener todos estos importantes resultados, ni obtener una tesis de calidad.

A mis maestros de carrera que gracias a sus amplios conocimientos y experiencia han permitido formar personas brillantes durante estos periodos académicos.

A mi compañera de Tesis por su esfuerzo, dedicación y sobre todo por su amistad en cada etapa de este arduo camino que hemos recorrido.

A mis Grandes amigos, Natalia, Mishel, Rocio, Jhois, David, Milton, Luis, Darwin los cuales me enseñaron que la amistad es la esencia de la vida, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, risas y tristezas, haciendo de esta una de las experiencias más especiales y a todas aquellas personas que estuvieron presentes en cada una de las diferentes etapas de mi vida

Gracias a las personas que han creído en mí y que han aportado en mi formación. Mi más grande agradecimiento a mis padres, que sin su ayuda y apoyo no sería la persona que he llegado a ser. Gracias por ser mi inspiración y por luchar día a día para que mis hermanos y yo podamos hacer nuestros sueños realidad.

Nathaly Alexandra Ñacata Loachamin



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

.....	ii
.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	viii
ABSTRACT.....	xx
CAPITULO I .....	1
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	1
1.1 Definición del problema de la investigación.....	1
1.2 Justificación e importancia.....	2
1.3 Objetivos .....	3
1.3.1 Objetivo general .....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4 Hipótesis.....	4
1.5 Preguntas de investigación .....	5
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>6</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
2.1. Teorías de soporte .....	6
<b>2.1.1 Teoría de la localización de Von Thünen .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2 Teoría de localización de Walter Christaller .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.3 Teoría de localización de Losch.....</b>	<b>8</b>

<b>2.1.4 Teoría de sectores radiales de Homer Hoyt</b> .....	9
<b>2.1.5 Análisis Exploratorio De Datos Espaciales</b> .....	9
<b>2.1.6 Zonas frías/calientes mediante métodos de representación de la concentración espacial</b> .....	10
<b>2.1.7 Sistema De Información Geográfico</b> .....	11
<b>2.2 Marco Conceptual</b> .....	12
2.2.1 Marketing .....	12
2.2.2 Proceso de Marketing .....	13
2.2.3 Gestión de los canales .....	13
2.2.4 Mercado potencial .....	14
2.2.5 Demanda.....	15
2.2.6 Segmentación .....	15
2.2.7 Geomarketing .....	16
2.2.8 Aplicaciones del Geomarketing .....	17
2.2.9 Georeferenciación.....	19
2.2.10 Métodos de georeferenciación.....	19
2.2.11 Georeferenciación métrica.....	20
2.2.12 Georeferenciación indirecta.....	20
2.2.13 Georeferenciación por puntos de control .....	20
2.2.14 Determinación de la demanda por zonas.....	21
2.2.15 Arc GIS y sus aplicaciones Arc GIS .....	21
<b>CAPÍTULO III</b> .....	23
<b>AREA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	23
3.1. Georeferenciación de las principales Actividades de Comercio.....	23
3.2. Zona de Investigación .....	24

3.3. Sub zona de Investigación.....	26
3.4. Área territorial de estudio .....	26
3.5 Metodología para georeferenciación.....	27
CAPITULO IV .....	71
GEOREFERENCIACIÓN DE LAS ZONAS COMERCIALES .....	71
4.1. Mapa georeferenciado de las actividades comerciales.....	71
CAPITULO V .....	86
INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	86
5.1. Diseño y metodología de la investigación de mercado .....	86
5.1.1. Objetivo general .....	86
5.1.2. Objetivos Específicos .....	86
5.2. Metodología .....	87
5.2.1. Enfoque de la investigación.....	87
5.2.2. Tipo de la investigación.....	87
5.3. Técnica de la investigación .....	88
5.4. Matriz del Planteamiento del cuestionario.....	88
5.5. Cuestionario Piloto.....	90
5.6. Registro de cambios para el cuestionario definitivo .....	91
5.7. Cuestionario Definitivo .....	95
5.8. Muestreo Estadístico .....	95
5.9. Codificación .....	96
5.10. Análisis de Resultados .....	97
5.10.1. Levantamiento de información de locales comerciales .....	97
5.10.2. Análisis de Univariado .....	97
5.10.3. Análisis Bivariados.....	164

5.10.4. Prueba de hipótesis .....	211
5.10.5 Conclusiones y Recomendaciones .....	212
Bibliografía .....	214

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1. Actividades Comerciales Mariscal Sucre .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 2 Datos Principales Quito .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 3 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? .....</b>	<b>103</b>
<b>Tabla 4 ¿Qué Tipo De Productos Comercializa? .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 5 ¿Qué Tiempo Tiene Desarrollando Su Actividad Comercial? .....</b>	<b>107</b>
<b>Tabla 6 ¿Siempre Ha Realizado Su Actividad Comercial En Este Sector? ....</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 7 Pregunta Respuesta De Opción Sector .....</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 8 ¿Realizó Un Estudio Previo Para Ubicarse En Este Sector?.....</b>	<b>112</b>
<b>Tabla 9 ¿Cuál Fue El Estudio Previo? .....</b>	<b>113</b>
<b>Tabla 10 ¿Por Qué Razón Se Encuentra En El Sector? .....</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 11 ¿Es El Único Local De La Empresa? .....</b>	<b>116</b>
<b>Tabla 12 ¿Cuántos Locales Tiene? (Incluido Este). .....</b>	<b>117</b>
<b>Tabla 13 ¿Qué Tipo De Local Es?.....</b>	<b>118</b>
<b>Tabla 14 ¿Ha Pensado Abrir Sucursales? .....</b>	<b>119</b>
<b>Tabla 15 Sector Para Abrir Sucursales .....</b>	<b>120</b>
<b>Tabla 16 ¿Su Negocio Pertenece Algún Tipo De Cadena O Asociación?.....</b>	<b>122</b>
<b>Tabla 17 ¿A Que Tipo De Cadena O Asociación Pertenece? .....</b>	<b>123</b>
<b>Tabla 18 Otro Tipo De Asociación.....</b>	<b>124</b>
<b>Tabla 19 ¿Ha Pensado Unirse A Una Cadena, Asociación Para Hacer                   Crecer Su Negocio? .....</b>	<b>125</b>
<b>Tabla 20 ¿Qué Tipo De Asociación Ha Pensado?.....</b>	<b>126</b>
<b>Tabla 21 Otro Tipo De Unión.....</b>	<b>127</b>
<b>Tabla 22 ¿Tiene Planeado Heredar El Negocio A Alguien Para Que                   Continúe? .....</b>	<b>127</b>
<b>Tabla 23 ¿Cuántos Metros Cuadrados Tiene Su Local? .....</b>	<b>129</b>
<b>Tabla 24 ¿Cuántos Empleados Trabajan En El Local?.....</b>	<b>131</b>
<b>Tabla 25 ¿Con Que Áreas Cuenta Su Negocio? .....</b>	<b>132</b>
<b>Tabla 26 ¿Su Negocio Realiza Algún Tipo De Planificación? .....</b>	<b>134</b>
<b>Tabla 27 ¿Que Tipo De Planificación? .....</b>	<b>135</b>

<b>Tabla 28 Otra Opción De Planificación.....</b>	<b>137</b>
<b>Tabla 29 ¿Realiza Publicidad? .....</b>	<b>137</b>
<b>Tabla 30 ¿Con Que Frecuencia Realiza Publicidad? .....</b>	<b>139</b>
<b>Tabla 31 ¿Utiliza La Radio Para La Publicidad?.....</b>	<b>140</b>
<b>Tabla 32 ¿En Que Medios Realiza Publicidad? Radio .....</b>	<b>142</b>
<b>Tabla 33 Otra Radio.....</b>	<b>143</b>
<b>Tabla 34 Utiliza Medios Impresos Para Su Publicidad. ....</b>	<b>143</b>
<b>Tabla 35 ¿En Que Medios Realiza Publicidad? Medios Impresos. ....</b>	<b>144</b>
<b>Tabla 36 Otros Medios Impresos. ....</b>	<b>146</b>
<b>Tabla 37 Utiliza Internet Para Su Publicidad.....</b>	<b>146</b>
<b>Tabla 38 ¿En Qué Medios Realiza Publicidad? Internet.....</b>	<b>147</b>
<b>Tabla 39 Utiliza Otros Tipos De Publicidad. ....</b>	<b>148</b>
<b>Tabla 40 ¿En Qué Medios Realiza Publicidad? Otros.....</b>	<b>150</b>
<b>Tabla 41 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Letrero.....</b>	<b>151</b>
<b>Tabla 42 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Logo. ....</b>	<b>153</b>
<b>Tabla 43 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Marca Comercial.....</b>	<b>154</b>
<b>Tabla 44 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Slogan. ....</b>	<b>155</b>
<b>Tabla 45 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Pagina Web. ....</b>	<b>156</b>
<b>Tabla 46 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Catalogo.....</b>	<b>157</b>
<b>Tabla 47 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Uniforme. ....</b>	<b>158</b>
<b>Tabla 48 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Ninguna. ....</b>	<b>159</b>
<b>Tabla 49 ¿Realiza Promociones? .....</b>	<b>160</b>
<b>Tabla 50 ¿Con Que Frecuencia Realiza Promociones? .....</b>	<b>161</b>

<b>Tabla 51</b>	<b>¿Que Tipo De Promociones Realiza?.....</b>	<b>162</b>
<b>Figura 52</b>	<b>¿Que Tipo De Promociones Realiza? .....</b>	<b>163</b>
<b>Tabla 53</b>	<b>¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs Tipo De Local....</b>	<b>164</b>
<b>Tabla 54</b>	<b>¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 4.- ¿Siempre Ha Realizado Su Actividad Comercial En Este Sector? .....</b>	<b>168</b>
<b>Tabla 55</b>	<b>¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 5.- ¿Realizó Un Estudio Previo Para Ubicarse En Este Sector? .....</b>	<b>171</b>
<b>Tabla 56</b>	<b>¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 6.- ¿Por Qué Razón Se Encuentra En El Sector?.....</b>	<b>174</b>
<b>Tabla 57</b>	<b>Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 7.- ¿Es El Único Local De La Empresa? .....</b>	<b>179</b>
<b>Tabla 58</b>	<b>¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 8.- ¿Que Tipo De Local Es?.....</b>	<b>183</b>
<b>Tabla 59</b>	<b>¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 9.- ¿Ha Pensado Abrir Sucursales? .....</b>	<b>186</b>
<b>Tabla 60</b>	<b>¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 10.- ¿Su Negocio Pertenece Algún Tipo De Cadena O Asociación? .....</b>	<b>190</b>
<b>Tabla61</b>	<b>Pregunta 3.- ¿Qué Tiempo Tiene Desarrollando Su Actividad Comercial? Vs 19. ¿Que Tipo De Planificación? .....</b>	<b>193</b>
<b>Tabla 62</b>	<b>¿Qué Tiempo Tiene Desarrollando Su Actividad Comercial? Vs 18. ¿Su Negocio Realiza Algún Tipo De Planificación? .....</b>	<b>196</b>
<b>Tabla 63</b>	<b>. Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 19. ¿Que Tipo De Planificación? .....</b>	<b>198</b>
<b>Tabla 64</b>	<b>¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 20. ¿Realiza Publicidad? .....</b>	<b>201</b>
<b>Tabla 65</b>	<b>Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 24. ¿Realiza Promociones ?. .....</b>	<b>204</b>
<b>Tabla66</b>	<b>¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 26. ¿Que Tipo De Promociones Realiza?.....</b>	<b>207</b>

## ÍNDICE DE FIGURA

<b>Figura 1 Administraciones Zonales Quito .....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 2 Barrios Mariscal Sucre (Municipio De Distrito Metropolitano De Quito) .....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 3 Género .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura 4 Edad .....</b>	<b>99</b>
<b>Figura 5 Tipo De Local .....</b>	<b>102</b>
<b>Figura 6 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? .....</b>	<b>104</b>
<b>Figura 7 ¿Qué Tipo De Productos Comercializa? .....</b>	<b>106</b>
<b>Figura 8 ¿Qué Tiempo Tiene Desarrollando Su Actividad Comercial? .....</b>	<b>108</b>
<b>Figura 9 ¿Siempre Ha Realizado Su Actividad Comercial En Este Sector? ...</b>	<b>109</b>
<b>Figura 10 Pregunta Respuesta De Opción Sector .....</b>	<b>111</b>
<b>Figura 11 ¿Realizó Un Estudio Previo Para Ubicarse En Este Sector? .....</b>	<b>112</b>
<b>Figura 12 ¿Cuál Fue El Estudio Previo? .....</b>	<b>113</b>
<b>Figura 13 ¿Por Qué Razón Se Encuentra En El Sector? .....</b>	<b>115</b>
<b>Figura 14 ¿Es El Único Local De La Empresa? .....</b>	<b>116</b>
<b>Figura 15 ¿Cuántos Locales Tiene? (Incluido Este).....</b>	<b>117</b>
<b>Figura 16 ¿Que Tipo De Local Es? .....</b>	<b>118</b>
<b>Figura 17 ¿Ha Pensado Abrir Sucursales? .....</b>	<b>119</b>
<b>Figura 18 Sector Para Abrir Sucursales .....</b>	<b>121</b>
<b>Figura 19 ¿Su Negocio Pertenece Algún Tipo De Cadena O Asociación? .....</b>	<b>122</b>
<b>Figura 20 ¿A Qué Tipo De Cadena O Asociación Pertenece?.....</b>	<b>123</b>
<b>Figura 21 ¿Ha Pensado Unirse A Una Cadena, Asociación Para Hacer Crecer Su Negocio? .....</b>	<b>125</b>
<b>Figura 22 ¿Qué Tipo De Asociación Ha Pensado? .....</b>	<b>126</b>
<b>Figura 23 ¿Tiene Planeado Heredar El Negocio A Alguien Para Que Continúe? .....</b>	<b>128</b>
<b>Figura 24 ¿Cuántos Metros Cuadrados Tiene Su Local?.....</b>	<b>130</b>
<b>Figura 25 ¿Cuántos Empleados Trabajan En El Local? .....</b>	<b>131</b>
<b>Figura 26 ¿Con Que Áreas Cuenta Su Negocio? .....</b>	<b>133</b>



<b>Figura 27 ¿Su Negocio Realiza Algún Tipo De Planificación?.....</b>	<b>134</b>
<b>Figura 28 ¿Que Tipo De Planificación?.....</b>	<b>136</b>
<b>Figura 29 ¿Realiza Publicidad? .....</b>	<b>138</b>
<b>Figura 30 ¿Con Que Frecuencia Realiza Publicidad? .....</b>	<b>139</b>
<b>Figura 31 Utiliza La Radio Para La Publicidad. ....</b>	<b>140</b>
<b>Figura 32 ¿En Que Medios Realiza Publicidad? Radio.....</b>	<b>142</b>
<b>Figura 33 Utiliza Medios Impresos Para Su Publicidad. ....</b>	<b>144</b>
<b>Figura 34 ¿En Que Medios Realiza Publicidad? Medios Impresos. ....</b>	<b>145</b>
<b>Figura 35 Utiliza Internet Para Su Publicidad. ....</b>	<b>147</b>
<b>Figura 36 ¿En Qué Medios Realiza Publicidad? Internet .....</b>	<b>148</b>
<b>Figura 37 Utiliza Otros Tipos De Publicidad. ....</b>	<b>149</b>
<b>Figura 38 ¿En Qué Medios Realiza Publicidad? Otros .....</b>	<b>150</b>
<b>Figura 39 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Letrero. ....</b>	<b>152</b>
<b>Figura 40 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Logo. ....</b>	<b>153</b>
<b>Figura 41 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Marca Comercial. ....</b>	<b>154</b>
<b>Figura 42 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Slogan. ....</b>	<b>155</b>
<b>Figura 43 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Pagina Web. ....</b>	<b>156</b>
<b>Figura 44 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Catalogo.....</b>	<b>157</b>
<b>Figura 45 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Uniforme. ....</b>	<b>158</b>
<b>Figura 46 ¿Con Que Elementos De Imagen Corporativa Cuenta La Empresa? Ninguna. ....</b>	<b>159</b>
<b>Figura 47 ¿Realiza Promociones? .....</b>	<b>160</b>
<b>Figura 48 ¿Con Que Frecuencia Realiza Promociones? .....</b>	<b>161</b>
<b>Figura 49 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs Tipo De Local. ...</b>	<b>166</b>

<b>Figura 50 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 4.- ¿Siempre Ha Realizado Su Actividad Comercial En Este Sector? .....</b>	<b>170</b>
<b>Figura 51 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 5.- ¿Realizó Un Estudio Previo Para Ubicarse En Este Sector? .....</b>	<b>173</b>
<b>Figura 52 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 6.- ¿Por Qué Razón Se Encuentra En El Sector?.....</b>	<b>178</b>
<b>Figura 53 qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 7.- ¿Es El Único Local De La Empresa? .....</b>	<b>181</b>
<b>Figura 54 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 8.- ¿Que Tipo De Local Es?.....</b>	<b>185</b>
<b>Figura 55 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 9.- ¿Ha Pensado Abrir Sucursales? .....</b>	<b>188</b>
<b>Figura 56 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 10.- ¿Su Negocio Pertenece Algún Tipo De Cadena O Asociación? .....</b>	<b>192</b>
<b>Figura 57 Pregunta 3.- ¿Qué Tiempo Tiene Desarrollando Su Actividad Comercial? Vs 19. ¿Que Tipo De Planificación? .....</b>	<b>195</b>
<b>Figura 58 ¿Qué Tiempo Tiene Desarrollando Su Actividad Comercial? Vs 18. ¿Su Negocio Realiza Algún Tipo De Planificación?.....</b>	<b>197</b>
<b>Figura 59 .Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 19. ¿Que Tipo De Planificación? .....</b>	<b>200</b>
<b>Figura 60 ¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 20. ¿Realiza Publicidad?.....</b>	<b>203</b>
<b>Figura 61 .¿Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 24. ¿Realiza Promociones ?. .....</b>	<b>206</b>
<b>Figura 62 Qué Tipo De Actividad Comercial Realiza? Vs 26. ¿Que Tipo De Promociones Realiza ?.....</b>	<b>209</b>

## **RESUMEN**

El presente trabajo de titulación cuyo objetivo principal es realizar un Estudio de las zonas comerciales del Distrito Metropolitano de Quito, Administración Zonal Eugenio Espejo, parroquia La Mariscal Sucre, mediante la elaboración de un mapa geo referenciado de los establecimientos comerciales que se encuentren ubicados en la parroquia mencionada, partiendo de la notoria escasez de información sobre la ubicación geográfica, años de permanencia, productos y servicios que se comercializan entre otros aspectos, que aporten a la toma correcta de decisiones, tanto para nuevos emprendimientos, como decisiones públicas que permitan el desarrollo del sector comercial. Mediante la realización de un censo, aplicación de una encuesta, el uso inicial del gps y posterior el Argis se levantaron las coordenadas de todos los establecimientos comerciales, se identificó las principales líneas de negocios como son: Farmacias, Panaderías, Ferretería, Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios, Agencia de Viajes, Bares-Discotecas, Bazar y Papelería, Bisutería Y Accesorios, Cafetería, Odontólogos, Ópticas, Fotocopiado E Internet, Tiendas y Abastos, Imprenta, Lavandería, Peluquería y Sala de Belleza, Lavandería, Joyería y Relojería, Venta al por menor de Calzado, Venta de accesorios, repuestos para celular y Servicio Técnico, Venta Al Por Menor De Computadoras Software Y Suministros, Heladería, Imprenta, Servicios Fotográficos; los cuales permitieron identificar las zonas de mayor influencia comercial tanto frías como calientes a través de un mapa base con información real y actualizada.

### **Palabras claves:**

- **GEOREFERENCIACIÓN**
- **ZONAS DE CONCENTRACIÓN**
- **CENSO**
- **MAPAS**
- **MARISCAL SUCRE**

## **ABSTRACT**

The present work of titulación whose main objective is to realize a study of the commercial zones of the Metropolitan District of Quito, Zonal Administration Eugenio Espejo, parish La Mariscal Sucre, by means of the elaboration of a geo referenced map of the commercial establishments that are located in the Mentioned parish, starting from the notorious shortage of information on the geographical location, years of permanence, products and services that are commercialized among other aspects, that contribute to the correct decision making, both for new enterprises and public decisions that allow the development Of the commercial sector. By means of a census, application of a survey, the initial use of the GPS and after the Argis the coordinates of all commercial establishments were lifted, the main lines of business were identified as: Pharmacies, Bakeries, Hardware, Sale of garments Clothing and Accessories, Coffee Shop, Dentists, Opticians, Photocopying and Internet, Shops and Supplies, Printing, Laundry, Hairdresser and Beauty Parlor, Laundry, Jewelers and Watches, Footwear Retail, Accessory Sales, Cell Phone Repair and Technical Service, Computer Retailing Software & Supplies, Ice Cream Parlors, Printing, Photographic Services; Which allowed identifying areas of greater commercial influence both cold and hot through a base map with real and updated information

### **Keywords:**

- **GEOCODING**
- **AREAS OF CONCENTRATION**
- **CENSUS**
- **MAPS**
- **MARISCAL SUCRE**

“ESTUDIO DE LAS ZONAS COMERCIALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, ADMINISTRACIÓN ZONAL EUGENIO ESPEJO, PARROQUIA MARISCAL SUCRE, MEDIANTE GEOREFERENCIACIÓN”

La investigación tiene el fin de recopilar la información necesaria para la creación de mapas de georeferenciación de los locales comerciales ubicados en la zona de la parroquia Mariscal Sucre, conjunto con la información respecto a las decisiones, motivos y actividades estratégicas para el desarrollo de las actividades del sector.

El estudio nos posibilita conocer el lugar exacto donde se encuentran ubicados cada uno de los establecimientos y los motivos que influyeron a los propietarios para establecer su actividad comercial en dicho sector. Al mismo tiempo se identificará donde se encuentra la zona comercial más influyente del sector y proporcionara información clave para que nuevos emprendedores tomen decisiones estratégicas.

El proyecto de investigación consta de cinco capítulos, los cuales cada uno abarca los pasos requeridos para desarrollar la investigación estratégicamente para cumplir el proceso establecido para obtener los objetivos planteados, ubicando el estado del arte de la investigación, y así recopilar la información demográfica de los propietarios, información de los locales comerciales, aplicación de sistema Arc GIS.

El primer capítulo contiene el planteamiento del problema de investigación, aterrizando la necesidad de información latente, conjunto con los objetivos, la respectiva justificación, al igual de la importancia que posee la actual investigación y por último las hipótesis a comprobarse.

En el capítulo dos señala lo correspondiente al marco teórico, el mismo que respaldará el proyecto de investigación, teorías, identificación de las zonas comerciales a ser estudiadas, aplicaciones del sistema para la georeferenciación, conceptualización de geomarketing que serán los pilares fundamentales del estudio.

El tercer capítulo contiene las áreas de investigación en las cuales se basa el proyecto, con la información recolectada de las coordenadas de cada uno de los locales comerciales. El cuarto capítulo se enmarca a la Georeferenciación, mostrando los análisis de los mapas de ubicación, de zonas calientes y frías de las zonas comerciales.

El quinto capítulo contiene la investigación de mercados, se plantearán los objetivos de la investigación, se identificara las áreas a investigar, se obtendrá los datos necesarios mediante el trabajo de campo, se realizará un análisis global para identificar las zonas frías y calientes dentro de un mapa ge referenciado. Mediante los apoyos estadísticos tanto con los análisis Univariados, como Bivariados se pretende conocer la naturaleza de la parroquia Mariscal Sucre, conjunto con la comprobación de hipótesis con los análisis Bivariados.

Finalmente se presentarán las pertinentes conclusiones que arroje la investigación y de igual manera se expondrá las recomendaciones producto del estudio.

## **CAPITULO I**

### **PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Definición del problema de la investigación**

La información es la base para la toma de decisiones, tanto para empresas grandes como medianas, para los entes públicos y privados, a partir de esta premisa se encuentra latente la necesidad de levantar información comercial de los negocios existentes en la zona de la administración Eugenio Espejo en la ciudad de Quito, ya que no se cuenta con la información que determine la actividad comercial actualizada, distribución geográfica y la toma de decisiones administrativas que tienen los pequeños comercios.

Esta investigación toma un rol muy importante para el desarrollo de una buena planificación por parte del sector comercial, brindando una imagen amplia de la concentración espacial de los locales comerciales, con información cruzada de las decisiones tomadas.

Es importante el contar con información que indique cuáles son los productos y servicios que ofrece el sector, conjunto con un resumen práctico de las decisiones que toman las personas a cargo del negocio, como la distribución de espacios, las áreas administrativas, el tipo de actividades de comunicación que estas realizan para

poder llegar a sus consumidores paraa que permitan generar estímulos que incentiven el consumo.

Con lo mencionado anteriormente se reconoce que la falta de esta información obliga a los sectores relacionados con el comercio de la zona Eugenio Espejo tomar decisiones sin tener una base que los oriente a realizar sus actividades comerciales de una forma adecuada para el éxito de sus inversiones. Para esta investigación no sólo debemos conocer cuáles son las zonas calientes y frías de los negocios, es necesario identificarlas en un mapa geográfico, para su respectiva geo localización.

## **1.2 Justificación e importancia**

Se realiza el presente proyecto con el fin de geolocalizar a los centros de comercio para medir sus zonas calientes y frías, definiendo así cuál es la oferta del sector, logrando tener información útil y de interés para diferentes stakeholders de los negocios.

Este proyecto se justifica al respaldarse en la estrategia 11 del plan nacional del buen vivir, "Desarrollo y ordenamiento territorial, descentralización y desconcentración", definiendo la utilización del espacio en la zona y mediante la geo localización se busca apoyar al sector comercial que necesita obtener la información requerida para establecer nuevas estrategias comerciales, identificar nichos de mercado, tener una visualización de los mercados existentes y cómo se encuentra atendida la oferta comercial.



Es de vital importancia generar un entorno que tenga la capacidad de mejorar la oferta comercial en los negocios, partiendo desde su buena ubicación para crear competitividad en el mercado de una zona como la parroquia Mariscal Sucre, por ser esta un lugar que acoge con su oferta tanto a nacionales como extranjeros.

Este proyecto buscará minimizar el riesgo existente en los negocios y en la inversión de nuevos emprendimientos, ya que se reduce el ambiente de incertidumbre al aventurar inversiones en mercados que no brindan certeza de factibilidad de estar no saturada su oferta comercial, los resultados de la investigación tendrán un impacto positivo de mediano a largo plazo.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Realizar estudio de las zonas comerciales del Distrito Metropolitano de Quito, Administración Zonal Eugenio Espejo, parroquia Mariscal Sucre, mediante georeferenciación con la finalidad de levantar información geoespacial que permita la creación de un mapa base georeferenciado para analizar a las distintas líneas de negocio.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Enmarcar teóricamente al presente proyecto a fin de sustentar la investigación de los locales comerciales de la Parroquia Mariscal Sucre.
- Identificar cuáles son las principales actividades comerciales de Administración Zonal Eugenio Espejo, Parroquia Mariscal Sucre
- Utilizar un sistema de Georeferenciación para ubicar en mapas a los negocios de la zona comercial de la parroquia Mariscal Sucre
- Identificar las zonas calientes y frías en el sector, con el apoyo de las herramientas de geomarketing.
- Establecer información que determine las estrategias implementadas por parte de los negocios para su oferta comercial.
- Conocer las decisiones administrativas y los motivos para ubicar los negocios en el sector por parte de sus dueños.

### **1.4 Hipótesis**

- Existe relación entre la oferta comercial de los negocios de la parroquia Mariscal Sucre y los estudios previos realizados para establecerse en el sector.
- Existe relación entre el tiempo que poseen los negocios y su decisión de realizar o no planificación para sus negocios.

- Existe relación entre el tipo de local y su vinculación con asociaciones comerciales.
- Existe relación entre el tipo de actividad comercial y la aplicación de promociones en la parroquia la Mariscal Sucre.

### **1.5 Preguntas de investigación**

¿Qué tipo de oferta comercial existe en la Administración Eugenio Espejo?

¿Existe algún estudio previo por parte de los locales comerciales para ubicarse en la parroquia Mariscal sucre?

¿Existe algún tipo de asociaciones en los negocios ubicados en la parroquia Mariscal Sucre?

¿Existen algún tipo de planificación implementada por parte de los negocios y de qué tipo son estas?

¿Cómo se establecen las zonas definidas como frías, tibias y calientes en la parroquia Mariscal Sucre?

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Teorías de soporte**

##### **2.1.1 Teoría de la localización de Von Thünen**

La introducción del factor espacio en los análisis económicos tiene su origen en la teoría propuesta por Von Thünen en el año de 1826, quien es considerado como el padre de las teorías de localización (Nerlove, 1988). Von Thünen con su obra “*Der isolierte staat in beziehung auf landwirtschaft und nationalökonomie*”, la misma que fue desarrollada en la ciudad de Hamburgo propone varios aspectos respecto a la influencia existente de las distancias entre el mercado y los productores.

Según Von Thunen (1826), existen 2 tipos de mercancías, las producidas en la ciudad y las producidas en el campo por la agricultura. El modelo propuesto basa su análisis en la influencia de la distancia del lugar de producción con el lugar de comercio y la variación de rentabilidad al punto en el cual deja de ser conveniente la producción en determinada distancia con respecto al mercado.

Con la presente teoría analizada se cuenta con un punto de partida importante para considerar que la influencia que tiene la ubicación geográfica de los negocios y como su distancia repercute en rentabilidad para las empresas.

### **2.1.2 Teoría de localización de Walter Christaller**

Walter Cristaller (1893 –1969) que tiene años de diferencia con sus predecesores en el desarrollo de teorías que traten el análisis espacial dentro del impacto en la económica, desarrolla su análisis con partiendo de otros trabajos de autores como el considerado padre de las teorías de localización Von Thunen, de Weber, Hotelling, autores que aportaron como indica Becerra (2013) como precursores de las Teorías de lugares centrales, pero es en sí Christaller quien desarrolla mejor su idea de la teoría de los lugares centrales.

La teoría de los lugares Centrales, se caracteriza ya que estudia la distribución espacial que cuentan las ciudades o los considerados lugares centrales. Esta teoría otorga un papel fundamental a la centralidad, es decir la posición y el tipo de actividades económicas concentradas dentro del sistema, y analiza su relación existente con otros lugares centrales. Como lo considera Christaller (1933), la teoría en su análisis de centralidad se describe como una teoría direccionada menos a la localización espacial y más a la función del centro que conglomerara la oferta de productos y servicios para la satisfacción de las necesidades de la sociedad.

Según Christaller (1933), los bienes y servicios considerados de lugar central, son ofrecidos de manera centralizada, y existen casos donde su oferta es centralizada pero su producción no, o su producción es centralizada y su ofrecimiento no y en consecuencia se considera en esta Teoría la oferta y producción de bienes y servicios que en cualquiera de los casos son centralizados.

Es por el motivo mencionado que autores como Carrillo (2002) identifican a Losch y Christaller como autores en las teorías espaciales que se dirigen a los análisis de actividades terciarias, refiriéndose a las actividades comerciales y de servicio. Esta teoría analiza la creación de hexágonos que explican la disposición de las personas a moverse a un lugar central para adquirir un bien o recibir un servicio.

Dando lugar de esta manera a la importancia que posee conocer la existencia de zonas frías y calientes, y como estas se encuentran distribuida para la consideración o no de moverse por parte de los clientes deseados hacia los negocios.

### **2.1.3 Teoría de localización de Losch**

Con la base que dejó su predecesor en la teoría de lugares centrales. Como lo analiza Osazuwa (2015) Losch se basa en crear un contexto excelente a los consumidores, buscando encontrar puntos máximos de bienestar, al lograr que el requerimiento de viajar o moverse para adquirir bienes o servicios se reduzca lo máximo posible, encontrados varios puntos de servicios asequibles a los consumidores para satisfacer sus necesidades.

La teoría propone la consideración de círculos que representa la cantidad a moverse por los consumidores y la oferta existente de los productos y servicios, y

se logra encontrar las secantes entre círculos, que complementa la teoría de Christaller encontrando los Hexagonos que mejora la disposición de movilización de los consumidores.

#### **2.1.4 Teoría de sectores radiales de Homer Hoyt**

Homer Hoyt al igual que sus predecesores, aporta a las teorías existentes, que no solamente considera la existencia de un centro donde se encuentran los servicios que requiere la población, sino que adicional, propone un modelo con la consideración discriminante del ingreso para situar a los estratos sociales en distintos sectores, definiendo zonas a partir de tal criterio. Como lo expone Batres (2010), existen 3 factores fundamentales de la teoría, siendo estos, el distrito comercial central, las vías de Comunicación y finalmente el nivel de renta donde establece Hoyt (1961) “la tendencia de las áreas de renta elevada es de desplazarse hacia la periferia, pero sin abandonar el sector en el que primitivamente se localizaba”

#### **2.1.5 Análisis Exploratorio De Datos Espaciales**

Como lo indica Cashco (2010), los análisis exploratorios de datos espaciales son una rama de los análisis exploratorios de datos al cual también se lo conoce como data mining. Esta es una herramienta que sea ha diseñado para tener la capacidad de identificar las relaciones existentes entre variables en el tratamiento de datos espaciales o geográficos. Por la utilidad que esta herramienta brinda su utilización resulta muy útil en los estudios de Geomarketing.

Al Análisis Exploratorio de datos espaciales se lo puede definir como la agrupación de herramientas que describen y visualizan las distribuciones espaciales, de igual manera estas ubican localizaciones que logrando ser estas atípicas, descubren estructuras de asociación espacial, agrupamientos, o puntos calientes y sugieren otras formas de heterogeneidad espacial (Anselin, 1999)

#### **2.1.6 Zonas frías/calientes mediante métodos de representación de la concentración espacial**

En el análisis exploratorio de datos espaciales se sucita una particularidad como lo considera Cashco (2010), que se genera el fenómeno de concentración espacial, y esto significa concentración especial de valores extremos de una variable que se relacionan sea a una o más áreas territoriales juntas en el espacio sujeto a análisis. El resultado de la concentración anteriormente señalada es la considerada como la noción de las zonas frías o zonas calientes, y dependiendo del nivel de agrupamiento de las variables se generan las zonas y su naturaleza.

Dentro de la utilización es estas herramientas se genera utilidad para los análisis de los estudios de mercado geográfico, ya que aporta significativa información que permite sus resultados generar decisiones a partir de encontrar la concentración espacial con valores relacionados a zonas comerciales y el nivel de atención que estas requieran.



### **2.1.7 Sistema De Información Geográfico**

Formado por un conjunto de elementos los denominados sistemas de información geográfica, son sistemas que constituyen información informática apoyada en el hardware y software, que procesan datos geográficos y alfanuméricos. Estos sistemas poseen varias funciones tales como lo indica Kosiak de Gesualdo(2005), funciones como la captura de los datos, el almacenamiento de los datos, el análisis de los datos y su presentación que se realiza especialmente Geo referenciados con coordenadas en la superficie terrestre de carácter cartográfico con el objetivo de resolver problemas complejos de planificación y de gestión.

Los sistemas de información geográfica permite a quien requiera la información, realizar consultas interactivas, el análisis de la información espacial, conjunto con la posibilidad de la edición de los datos, lo mapas presentes, con la visualización de los resultados requeridos.

Según Olaya (2011) los Sistemas de información geográfica efectúan las actividades necesarias para aplicar un manejo de información geográfica riguroso y acorde a los conceptos de la geodesia. Hoy mediante esta herramienta tan útil se ha logrado que la información geográfica sea no solo más accesible y de fácil manejo, sino que ha extendido su alcance, abarcando grandes extensiones, llegando al punto incluso la totalidad del planeta.

## **2.2 Marco Conceptual**

### **2.2.1 Marketing**

Varios autores han definido al marketing de muchas maneras pero, el considerado padre de la mercadotecnia, en su decimocuarta edición de su libro de marketing, Kotler (2012) afirma que “el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando valor con otros.” La mercadotecnia se considera que es algo que va mas allá del mero hecho de concretar ventas, es el crear relaciones a largo plazo que sean rentable, en resumen es crear un intercambio de valor a largo plazo (Kotler, 2012).

Las estrategias que conforman el mix de marketing están estructuradas por las clásicas 4p, las cuales alineadas pueden alcanzar los objetivos planteados por la organización alcanzado altos niveles de satisfacción en los clientes. Como lo considera McCarthy y Perrault (1996), se debe manejar adecuadamente los 3 criterios claves en el marketing que inicia con alcanzar la satisfacción de nuestro cliente, que la empresa de manera global trabaje para alcanzar los objetivos, considerando el beneficio como objetivo, así logrando crear relaciones de largo plazo.

### **2.2.2 Proceso de Marketing**

El marketing como tal es una ciencia, que se encuentra estructurada y al pasar de los años se va desarrollando con mayor trabajo por el mundo académico y el mundo empresarial, por ello existe un proceso como el que propone Kotler(2012), para alcanzar los objetivos tanto de los consumidores como de las empresas, este proceso se encuentra estructurado por 4 partes, que inicia con entender las necesidades y los deseos de los clientes, continuando con el diseño de las estrategias de marketing impulsadas por los clientes, por consiguiente la elaboración de un plan de marketing integrado que proporcione un valor superior para el cliente para finalmente establecer relaciones que deben ser a largo plazo logrando el deleite del cliente.

### **2.2.3 Gestión de los canales**

La gestión estratégica de cada una de las áreas del marketing mix, proveen la posibilidad de crear satisfacción en el cliente, por ello estas deben ser consideradas cuidadosamente, con ello se tiene que la gestión de canales como lo indica Roger (2007).

Existe tres areas importante en las cuales tiene influencia la estrategia de distribución

1. Valor al cliente, puede ser culpa de los canales el que el cliente perciba un aumento o reducción en el valor recibido.

2. El valor que se pueda obtener por venta está directamente relacionada con la estrategia de canales

3. Renta, para los ingresos, las estrategias de canales son influyentes en gran medida en los márgenes de utilidad.

La gestión de canales brinda a los consumidores la posibilidad de adquirir a su alcance los productos y servicios que satisfacen sus necesidades y a las empresas lograr cumplir sus objetivos, por ello es fundamental un análisis minucioso del impacto que tiene la accesibilidad de las empresas al mercado.

#### **2.2.4 Mercado potencial**

Un elemento crítico a ser considerado en los negocios es el mercado potencial, ya que el análisis del mismo se realiza de manera técnica, permite a empresas y emprendedores decidir optar o no por crear negocios, ya que mediante este análisis las empresas conocen si existe clientes con necesidades latentes que se pueden atender.

Como Roger (2007) lo considera, el análisis del mercado potencial, es determinar el número de clientes que integran el potencial máximo del mercado, y así establecer lo atractivo y rentable que son los mercados existentes con la necesidad a satisfacer por la empresa.

### **2.2.5 Demanda**

Como lo manifiesta Casado (2006), la demanda es la manifestación económica de un deseo del consumidor en intentar adquirir productos o servicios para satisfacer una necesidad contando con los recursos necesarios para realizar un intercambio de valores. La demanda como tal está influida por varios factores, como el mencionado recurso económico, los estímulos generados por la mercadotecnia, las necesidades intrínsecas de los consumidores, los deseos desarrollados por el entorno en los consumidores, entre otros.

### **2.2.6 Segmentación**

Es el proceso de fragmentar el mercado en grupos que reúnen características similares y que requieren tratamientos distintos por grupos con necesidades diferentes, estos permiten conocer la naturaleza del mercado, y las estrategias que se deben direccionarse para cada uno de los segmentos interesantes para la empresa. Como lo menciona Kotler (2012), el mercado está integrando por diferente tipo de

consumidores, con necesidades, con deseos, con localizaciones, actitudes de compra y un comportamiento de compra distinta.

### **2.2.7 Geomarketing**

Es la herramienta que brinda soporte a las empresas para analizar las situaciones de negocio referente a la localización del cliente y los factores que influyen en el manejo del espacio para concretar o no los intercambios de valores logrando los objetivos de la mercadotecnia. Chasco define al geomarketing como, “el análisis geográfico de la realidad económico-social a través de instrumentos cartográficos y herramientas de la estadística espacial que, aplicado al mundo de la distribución comercial, permite responder a la pregunta ¿quién compra dónde?”. (Chasco, 2003, p.6)

Esta herramienta permite no solo conocer la posibilidad de identificar la naturaleza de los clientes sino también la posición de la competencia y su influencia en la utilización espacial.

Como menciona Herrera (2014), la utilidad y herramientas del geomarketing poseen fuerza en la actualidad, por el cambio de mentalidad de los procesos de globalización, y que recubre de importancia la información geográfica de los clientes y la industria y las estrategias y optimización derivada de los mismos.

- Los elementos que conforman los sistemas de marketing son:

- Información estadística y cartográfica,
- Tratamiento de la información y
- Estudios de mercado.

Cashco (2014) afirma que los estudios de mercado geográfico tratan la utilización del análisis exploratorio de datos espaciales y su procesamiento, análisis y presentación.

El geomarketing para el día de hoy se convierte en una herramienta de extrema utilidad, y aun más en un mundo globalizado como el actual que exige mayor competitividad entre las empresas como bien se considera que:

Aunque el estudio de esta disciplina se ha realizado en los últimos 20 años el Geomarketing ayuda a estudiar el ambiente donde la empresa quiere llegar, estudiar su mercado de clientes y su ambiente competitivo de una zona donde puede haber saturación de empresas similares, esto ayudara a las empresas a generar estrategias y evitara errores que conlleven pérdida de tiempo y dinero. (Vásquez, 2010)

### **2.2.8 Aplicaciones del Geomarketing**

La ubicación exacta en mapas digitales de la localización de los clientes, puntos de venta, lugar que ocupa la competencia con su capacidad de atender mercado potencial, son aspectos que se analiza mediante el geomarketing. Esta es una ciencia que nace por la necesidad de información en aspectos de marketing y de geografía.

Su finalidad es optimizar mediante la información, en cuanto a distancia, ubicación, localizaciones, las inversiones empresariales.

Mediante el geomarketing, se logra un conocimiento exacto del mercado, esto permite ubicar estratégicamente los negocios, liberando de la incertidumbre las decisiones empresariales, apoyando a obtener mejores resultados.

Ascencio (2011) considera que gran parte de las empresas realizan estudios de mercado para valorar a la competencia y su posicionamiento en el mercado. Con la identificación espacial en los mapas digitales, no solo se tienen gráficos estáticos, sino una visualización completa de la posición de la industria y del mercado.

Como sugiere Herrera (2014) son variadas las aplicaciones que se da a esta herramienta, de las cuales enlistamos algunas a continuación:

- Origen de clientes
- Venta Activa
- Medición de flujos de personas y vehículos
- Localización óptima
- Evaluación de un punto y potencial de venta.



### **2.2.9 Georeferenciación**

Como lo consideran Chávez y Vísquez (2006), la georeferenciación consiste en los pasos de asignar coordenadas de un sistema de referencia cartográfica a algún elemento espacial o referencial en el mapa, este es el proceso que permite visualizar los datos en un sistema de información geográfico, permitiendo realizar las respectivas y necesarias consultas y sobre poner dicha información por capas para realizar análisis complejos.

En otros estudios realizados se encontró que instituciones como la Senplades, considera que la geo referenciación es el posicionamiento de un objeto espacial que puede estar representado mediante puntos o líneas. Considerando el criterio de Cruz (2009) se puede tener que la georeferenciación viene siendo el posicionamiento de objeto espacial que puede estar representado mediante punto o también puede ser con líneas, estas pueden ser utilizadas en proyectos que representen sean escuelas, lugares, entre otros, mientras que las líneas pueden representar carreteras o lugares de comunicación entre los lugares existentes.

### **2.2.10 Métodos de georeferenciación**

Existen algunos métodos de georeferenciación utilizados para la ubicación de las zonas comerciales que determinarán las zonas de mayor densidad, los métodos se describen a continuación

### **2.2.11 Georeferenciación métrica**

La también denominada georeferenciación continua es la representación de ubicaciones mediante coordenadas geográficas del sistema de proyecciones de las mismas, como lo menciona Yao (2009) “Los sistema de coordenadas geográficas es un sistema de coordenadas 3-D para la Tierra. Representa todos los puntos de la superficie de la tierra, con un par de longitud y latitud”.

### **2.2.12 Georeferenciación indirecta**

Esta es una agrupación de todos los métodos utilizados en la georeferenciación basados en coordenadas, esos son los métodos que realizan la referencia espacial indirecta que estos se basan en una relación con una ubicación geográfica definida por una característica o por varias. Son varias las características, que estas pueden ser, la contención, puede ser los basados en mediciones locales, la característica de la vaga relación donde la relación cualitativa se adhiere a un edificio.

### **2.2.13 Georeferenciación por puntos de control**

Autores García-Cuesta, Molina, García-Gómez, & Arroyo definen al análisis como “El que a partir de un conjunto de puntos bien identificados en la imagen y de los que se conocen sus coordenadas se calculan las funciones de transformación (lineales, cuadráticas) que mejor se ajustan a estos puntos”.

#### **2.2.14 Determinación de la demanda por zonas**

Dentro de los análisis de utilización del espacio, con referencia de marketing, con los datos obtenidos se convierte en una solución que incluye factores que tienen relación con la localización, las distancias, rutas, y zonas de influencia, conjunto con el planteamiento y el establecer geográficamente el asentamiento de las zonas comerciales y las zonas que desarrollan el mercado , logrando visualizar mediante mapas sean físicos o digitales geográficamente a los clientes, con la valoración del potencial del mercado con la ubicación de los puntos de venta y zonas de influencias valorando las rutas existentes.

#### **2.2.15 Arc GIS y sus aplicaciones Arc GIS**

El sistema de Arc Gis es una integración de software de Sistemas de Información Geográfica mediante la utilización de un motor de que compila la información geográfica alfanumérica (Bases de Datos) y gráfica (Mapas). La utilización de este sistema es realmente muy versátil ya que se puede tener su utilización desde el análisis de rutas comerciales, hasta el análisis de la propagación de enfermedades y la ejecución de modelos. Su arquitectura está elaborada de tal manera que sus herramientas entregan sistemas inteligentes de información geográfica. El Arce GIS permite ser un sistema que brinda su accesibilidad, a tantos usuarios que lo usen desde teléfonos inteligentes, hasta sistemas complejos de utilización de análisis. Se puede fácilmente utilizar los sistemas para realizar

planificaciones y análisis con la administración de activos, con la comprensión del funcionamiento de operaciones, este sistema permite:

- Resolver problemas
- Tomar mejores decisiones
- Planificar adecuadamente
- Utilizar los recursos más eficientemente
- Anticipar y administrar los cambios
- Administrar y ejecutar las operaciones de forma más eficaz
- Promocionar la colaboración entre equipos, disciplinas e instituciones
- Aumentar la comprensión y los conocimientos
- Comunicar de forma más efectiva

El sistema tiene una estructura escalable, es decir permite la visualización de los mapas de manera manejable para las necesidades del usuario. El componente ArcGIS, dispone de tres categorías: ArcView, ArcEditor y ArcInfo, las cuales tienen el mismo entorno de trabajo variando únicamente el nivel de funcionalidad.

## CAPÍTULO III

### AREA DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Georeferenciación de las principales Actividades de Comercio

La aplicación del Geo-marketing en las principales actividades de comercio detalladas a continuación del DMQ, Administración Zonal Eugenio Espejo, parroquia La Mariscal; nos permitirá localizar de manera geográfica a cada uno de los establecimientos dedicados a las siguientes Actividades Comerciales:

**Tabla 1.**  
**Actividades Comerciales Mariscal Sucre**

Orden	Actividad comercial
1	Agencia de viajes
2	Bar-discoteca
3	Bazar-papelería
4	Cafetería
5	Farmacia
6	Fotocopiado e Internet
7	Imprenta
8	Panadería
9	Peluquerías y salones de belleza
10	Tienda y abastos
11	Venta al por menor de calzado
12	Venta al por menor de computadoras software y suministros
13	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio técnico
14	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios

### 3.2. Zona de Investigación

En relación a términos geográficos la palabra zona es cualquier parte de un terreno o superficie encuadrada entre ciertos límites los cuales están determinados por razones económicas, administrativas, políticas, entre otras. ( Dirección Metropolitana de Planificación Territorial).

Para nuestro caso de estudio se ha determinado que se llevara a cabo en la Parroquia la Mariscal Sucre perteneciente a la Administración Zonal Eugenio Espejo del DMQ en base a su tamaño, población, y las diferentes actividades comerciales que se encuentran inmersas.

El cantón Quito es una de las ciudades más irresistibles de América Latina. Anidada en un largo y estrecho valle andino, con las laderas del volcán Pichincha flanqueando todo su costado occidental, la ciudad es privilegiada por su espectacular entorno natural. ( Dirección Metropolitana de Planificación Territorial).

Considerado atractivo turístico por la gama de museos, festivales y vida nocturna en sus diferentes plazas y centros de diversión.

**Tabla 2**  
**Datos Principales Quito**

<b>Nombre completo</b>	San Francisco de Quito
Población:	2 239 191, según el último censo de 2010
<hr/>	
Elevación de la ciudad ( <i>Plaza de La Independencia</i> o <i>Plaza Grande</i> )	2 850 metros (cerca de 9 350 pies)
<hr/>	
Distancia hasta la línea ecuatorial:	25 km (15 millas)

**Fuente especificada no válida.**

### Límites:

La Ciudad capital Quito se encuentra limitada al:

- Norte: Provincia de Imbabura.
- Sur: cantones Rumiñahui y Mejía.
- Este: cantones Pedro Moncayo, Cayambe y Provincia del Napo.
- Oeste: cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y Provincia de Santo Domingo de los Tsáchila.

### Población:

2'239.191 habitantes (fuente INEC censo de población y vivienda 2010)

### Subdivisión

Actualmente Quito está dividido en **Zonas Metropolitanas** conocidas como **Administraciones Zonales** cuyo objetivo es descentralizar los organismos institucionales, mejorando el sistema de gestión participativa.

Actualmente existen ocho Zonas Metropolitanas, las se fraccionan en parroquias, 32 urbanas (ciudad), 33 rurales y suburbanas. ( Dirección Metropolitana de Planificación Territorial)

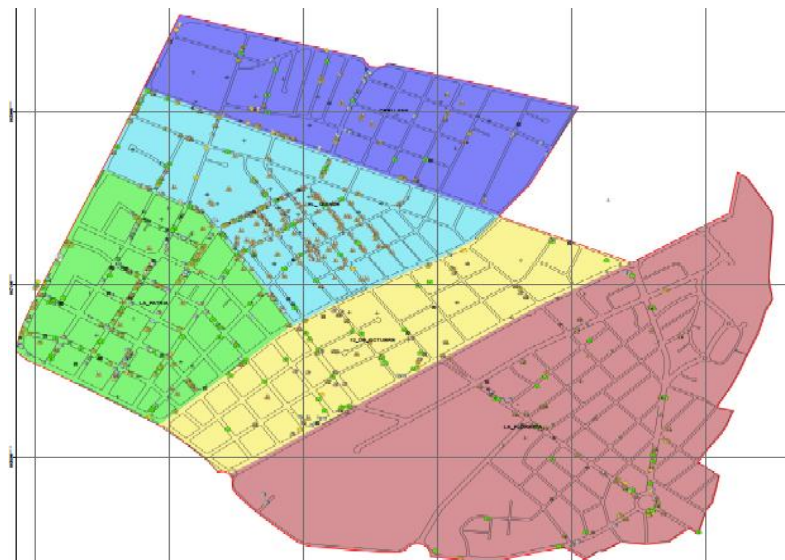


**Figura 1 Administraciones Zonales Quito**

### 3.3. Sub zona de Investigación

Dado de las sub zonas provienen de las subdivisiones de las Zonas como tal y estos representan los barrios, para nuestro caso de estudio políticamente la parroquia Mariscal Sucre se divide en cinco barrios

1. **Orellana**
2. **El Quinde**
3. **Patria**
4. **12 de Octubre**
5. **La Floresta**



**Figura 2 Barrios Mariscal Sucre (Municipio de Distrito Metropolitano de Quito)**

### 3.4. Área territorial de estudio

En este estudio se realizara la toma de datos (coordenadas de latitud y longitud) una y la encuesta a todos los establecimientos de los barrios: Orellana, 12 de Octubre, Patria y El Quinde pertenecientes a la parroquia La Mariscal Sucre



En términos viales, todos los establecimientos que se encuentren por las avenidas Francisco de Orellana al norte, la avenida 10 de Agosto por el oeste, la avenida 12 de Octubre hacia el este y la avenida Patria por el sur. Sus principales vías de tránsito interno en sentido norte-sur son las avenidas Amazonas y 6 de Diciembre y la calle 9 de Octubre; mientras que en sentido este-oeste son la avenida Cristóbal Colón y las calles Ignacio de Veintimilla, Luis Cordero, Jerónimo Carrión y Jorge Washington. ( Dirección Metropolitana de Planificación Territorial).

### 3.5 Metodología para georeferenciación

Para iniciar la georreferenciación se hace el reconocimiento de los lugares representativos de cada parroquia o los lugares más acudidos por propios y extranjeros. Identificando los locales comerciales que se han de investigar para tener claro cuáles son sus expectativas.

### 3.6. Criterios para la selección de establecimientos dedicados a la comercialización

#### 3.6.1. Definición establecimientos comerciales

Espacio físico donde se ofertan bienes económicos (productos o servicios) para su venta al público. También se conoce como local comercial, punto de venta, tienda o comercio. . (DEFINICION ABC, 2007)

A continuación se puntualizará el listado de locales comerciales según su actividad comercial y número de establecimientos encontrados en el área de estudio

**Tabla 3.**  
**Actividades Comerciales**

Orden	Actividad comercial	Numero
1	Agencia de viajes	122
2	Bar-discoteca	172
3	Bazar-papelería	36
4	Cafetería	68
5	Farmacia	19
6	Fotocopiado e Internet	121
7	Imprenta	35

CONTINÚA 

8	Panadería	14
9	Peluquerías y salones de belleza	71
10	Tienda y abastos	119
11	Venta al por menor de calzado	17
12	Venta al por menor de computadoras software y suministros	27
13	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio técnico	26
14	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	99
15	Óptica	17
16	Otros	40
Total		1000

**(Autoras, 2017)**

Para la clasificación de estos establecimientos comerciales a ser estudiados se ha categorizado por el número de locales que se encuentran en una zona específica y así determinar cuáles son las actividades comerciales que más se aglomeran.

Estos locales se encuentran en las principales avenidas y calles secundarias de la parroquia Mariscal Sucre en donde hay circulación peatonal y vehicular ya que esta zona es considerada de atractivo turístico.

### ***3.7. Levantamiento de Coordenadas***

Las coordenadas de latitud y longitud de ubicación geográfica de los establecimientos fueron tomadas con el Sistema de Posicionamiento Global, más conocido por sus siglas en inglés, GPS el cual nos permitirá determinar el lugar más aproximado (casi exacto) de algún objeto o persona con una precisión de hasta 300 centímetros.

Con la búsqueda recolectada se procedió a ingresar los datos en el ArcGIS; sistema que permite recopilar, establecer, disponer, estudiar, deferir e intercambiar información territorial, ubicando en el mapa base a cada local comercial.

ORDEN	COORDENADA X	COORDENADA Y	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	ACTIVIDAD COMERCIAL	DIRECCION
1	-0.198542	-78.4880286	M&m travel group	Agencia de viajes	Yáñez Pinzón N26-243 Y Orellana
2	-0.1983144	-78.4878707	Corpviajes	Agencia de viajes	Yáñez Pinzón N26-243 Y Av. Orellana
3	-0.2053603	-78.49627	Amazanga expeditions	Agencia de viajes	Yáñez Pinzón N26-131 La Niña
4	-0.2022721	-78.4927247	Galapagos real voyage	Agencia de viajes	Wilson E4-230 Y Amazonas
5	-0.205451	78.4962397	Ecuador travelemotions s a	Agencia de viajes	Vicente Ramón Roca E6-06 Y Juan León Mera
6	-0.2045633	-78.4951406	Agencia de viajes pandaland tours	Agencia de viajes	Vicente Ramón Roca E4-49 Y Av. Río Amazonas
7	-0.2015782	-78.4836502	Banana adventure travel	Agencia de viajes	Vicente Ramón Roca E4-40 Av. Amazonas
8	-0.20189	-78.4953367	Samay adventures	Agencia de viajes	Vicente Ramón Roca E3-41 Y 9 De Octubre
9	-0.2017192	-78.485827	Surtrek	Agencia de viajes	San Ignacio E10-114 Y Caamaño
10	-0.2036248	-78.4873187	Buenavista social club	Agencia de viajes	Salazar E10-37 Tamayo
11	-0.19721800	-78.489177	Lamatours	Agencia de viajes	Reina Victoria N24-375 Y Cordero
12	-0.2020776	-78.4918547	Condortrekk expedition	Agencia de viajes	Reina Victoria N24-295 Juan Rodríguez
13	-0.2027253	-78.4950619	Winners travel club	Agencia de viajes	Ramírez Dávalos E4-26 Y 9 De Octubre
14	-0.2029178	-78.4947192	Ecuadorian alpine institute	Agencia de viajes	Ramírez Dávalos 136 Av. Río Amazonas
15	-0.2029178	-78.4947192	Pacific blue travel	Agencia de viajes	Ramírez Dávalos 136 Amazonas.
16	-0.2036327	-78.4924934	Viajes tip top travel	Agencia de viajes	Mariscal Foch E7-91 Y Av. Diego De Almagro
17	-0.2017338	-78.4918615	Rolf wittmer turismo galapagos	Agencia de viajes	Mariscal Foch E7-81 Y Av. Diego De Almagro
18	-0.205095	-78.4918697	Gtc galapinc	Agencia de viajes	Mariscal Foch E6-12 Y Reina Victoria
19	-0.20175	-78.4940234	Ecuadorview express	Agencia de viajes	Mariscal Foch 746 Av. Río Amazonas
20	-0.2020236	-78.4922639	Ecoleviajes ecuador	Agencia de viajes	Lizardo García E6-15 Y Juan León Mera
21	-0.2040057	-78.4926277	Columbustravel	Agencia de viajes	Leonidas Plaza N 24-73 Y Mariscal Foch, Edif. Sorelsa, Piso 6
22	-0.199594	-78.490234	Aventura flyingdutchman	Agencia de viajes	La Pinta N 731 Y Reina Victoria
23	-0.1990046	-78.4870434	Agensitur suc	Agencia de viajes	La Niña E8-52 Y Av. Diego De Almagro
24	-0.1979843	-78.4895047	Energy travel	Agencia de viajes	La Niña E4-432 Y Juan León Mera
25	-0.1989643	-78.4892122	Latintour	Agencia de viajes	La Nina N26-20 Y Av. Diego De Almagro
26	-0.2073336	-78.4842802	Cruzmares tour operator	Agencia de viajes	La Coruña N 34-348 Francisco Salazar
27	-0.202378	-78.4914257	Cayman tours	Agencia de viajes	Juan Rodríguez E7-29 Y Reina Victoria

28	-0.1983907	-78.4913206	Borrero & borrero travel	Agencia de viajes	Juan León Mera N26-35 Santa María
29	-0.2012779	-78.4925991	Zenith travel	Agencia de viajes	Juan León Mera N24-264 Y Luis Cordero
30	-0.2015253	-78.4915618	Guliver expeditions	Agencia de viajes	Juan León Mera N24-156 Y José Calama
31	-0.2042709	-78.4960323	Ecuador green travel	Agencia de viajes	Juan León Mera N21-169 Vicente Ramón Roca
32	-0.2058873	-78.4972595	Yactouring	Agencia de viajes	Juan León Mera N11-122 Y Robles. Edf. Vasconez Piso2
33	-0.202378	-78.4914257	Ecomontes tour suc.	Agencia de viajes	Juan León Mera E43-18 Y Foch
34	-0.1992825	-78.4915425	Lead adventures	Agencia de viajes	Juan León Mera 1574 Y La Pinta. Edif Opladen Ofc 2a Piso 2
35	-0.1977766	-78.493764	Ecuador freedom corporation	Agencia de viajes	Juan De Velasco N26-132 Y Av. Francisco De Orellana
36	-0.200387	-78.4991487	Ecuador verde pais	Agencia de viajes	Joséluis Tamayo N24-96 Y Mariscal Foch
37	-0.2063067	-78.4958704	Alhertravel internacional	Agencia de viajes	Jorge Washington N20-80 Y Amazonas
38	-0.2078093	-78.4966905	Bellavista clud forest	Agencia de viajes	Jorge Washington E7-25 Y Av. 6 De Diciembre
39	-0.2051675	-78.4904836	Galapagos natural life	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E8-64 Y Av. 6 De Diciembre
40	-0.202706	-78.4946927	Operadora turística shinegalapagos	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E4-366 Y Av. Rio Amazonas
41	-0.198542	-78.4945947	World bike agencia de aventura	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E4-358 Av. Rio Amazonas
42	-0.2023287	-78.4941996	Dracaena	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E4-353 Y Juan León Mera
43	-0.2019324	-78.4945384	Araexpeditions operator	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E4-338 Y Av. Amazonas
44	-0.2016961	-78.4947392	Comairland tour logistic	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E4-286 Y Amazonas Edificio Saldaña, Piso 5)
45	-0.2004571	-78.4955334	Sierra nevada expediciones y turismo	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E4-150 Y Luis Cordero
46	-0.203157	-78.493553	Grandes viajes d.f.p.	Agencia de viajes	Ignacio De Veintimilla E4-151 Y Av. Rio Amazonas.
47	-0.1991465	-78.4934076	Cruceros lobo de mar	Agencia de viajes	Gangotena N26-34 Y Santa María
48	-0.1976138	-78.4946679	Combratur	Agencia de viajes	Francisco Pizarro N26-14 Santa María
49	-0.198381	-78.492991	4destinations travel&life	Agencia de viajes	Enrique Gangotena N26-78 Y Santa María
50	-0.2071675	-78.4961345	Nuevo mundo	Agencia de viajes	Dieciocho De Septiembre N20-142 Juan León Mera
51	-0.2048549	-78.4875943	Condor tours	Agencia de viajes	Cordero E10-55 Y 12 De Octubre
52	-0.2083265	-78.4905192	Ave fénix	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N26-179 La Nina

53	-0.2013499	-78.4915011	Eos	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N24-66 Y Joaquinpinto
54	-0.201451	-78.4942942	Delgado travel	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N24-141 Y Mariscal Foch
55	-0.2019223	-78	Operadora de turismo andean travel	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N24-03 Y Presidente Wilson
56	-0.2021104	-78.4932689	Absolute joy expeditions	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N23-71 Presidente Wilson
57	-0.2022885	-78.4935994	Scuba galapagos	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N23-71 Ignacio De Veintimilla
58	-0.2057489	-78.4959053	Ecuadorian tours	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N23-71 Ignacio De Veintimilla
59	-0.2019984	-78.4930792	Jungaltur	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N23-41 Y Veintimilla
60	-0.2023465	-78.4936964	Tierra de fuego	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N23-23 E Ignacio De Veintimilla
61	-0.2019984	-78.4930792	Travel club viaggimundo	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N23-101 Presidente Wilson
62	-0.2060311	-78.4983632	Ecuadorian tours	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N21-33 Jorge Washington
63	-0.2045496	-78.497444	Climbing tour	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N21-221 Y Vicente Ramón Roca
64	-0.203127	-78.4933206	Galapagos travel proinvertur	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N21-147 Y Vicente Ramón Roca
65	-0.2018599	-78.4923754	Agencia de viajes y turismo ninfatur	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas E4-286 Y Joaquinpinto
66	-0.2024374	-78.4938577	Sevitur	Agencia de viajes	Av. Rio Amazonas E4-151 Y Presidente Wilson
67	-0.2053322	-78.4861328	General service association gsa	Agencia de viajes	Av. Doce De Octubre N24-562 Luis Cordero
68	-0.1997598	-78.4933019	Cacao land	Agencia de viajes	Av. Cristobal Colon N25-23 Y Av. Amazonas
69	-0.201585	-78.491972	Iberosol	Agencia de viajes	Av. Cristobal Colon E8-57 Y Av. Diego De Almagro
70	-0.2029326	-78.4845532	Global land tour	Agencia de viajes	Av. Cristobal Colon E10-34 José Luis Tamayo
71	-0.209551	-78.482334	Agencia de viajes	Agencia de viajes	Av. Coruña N24-81
72	-0.1978299	-78.4922478	Decameron ecuador	Agencia de viajes	Av. Amazonas N26-168 Y La Niña
73	-0.200387	-78.4925826	Midland travel	Agencia de viajes	Av. Amazonas N24-196 Y Luis Cordero
74	-0.2069442	-78.4988176	Carisma ecuador	Agencia de viajes	Av. Amazonas N20-08 Y Av. 18 De Septiembre
75	-0.202226	-78.4955147	Samona expeditions	Agencia de viajes	Av. Amazonas 877 Y Wilson. Edf Comercio Amazonas Piso 3
76	-0.2066053	-78.4964047	Metropolitan touring c.a.	Agencia de viajes	Av. Amazonas 239 Y Washington
77	-0.1991125	-78.4940121	Abba travel	Agencia de viajes	Av. 9 De Octubre S/N Y Av. Colón

CONTINÚA



78	-0.2000099	-78.4876391	Viajes y destinos tv travel	Agencia de viajes	Av. 6 De Diciembre Sn Y La Niña
79	-0.2066147	-78.4974573	Galapagos inti	Agencia de viajes	Av. 18 De Septiembre E4-12 Y Av. 9 De Octubre
80	-0.203525	-78.4858927	Viajes y viajes estudios en el exterior	Agencia de viajes	Av. 12 De Octubre N24-739 Y Colon
81	-0.1668521	-78.5254866	Decameron ecuador	Agencia de viajes	Av. 12 De Octubre N24-562 Y Luis Cordero
82	-0.2048549	-78.4875943	Destinos travel	Agencia de viajes	Av. 12 De Octubre N24-562 Y Luis Cordero
83	-0.2055454	-78.4848254	Gardner y lalama	Agencia de viajes	Av. 12 De Octubre N24-427 Y Luis Cordero
84	0.2031387	78.4966233	Betcour viajes y turismo s.a.	Agencia de viajes	Av Amazonas 24-49 Dávalos
85	-0.2028138	-78.4942308	Fusionblum mayorista de turismo cia. Ltda.	Agencia de viajes	Amazonas N22-118 Y Veintimilla
86	-0.2028138	-78.4942308	International touristic services agency itsatours	Agencia de viajes	Amazonas N22-118 Veintimilla
87	-0.202215	-78.495029	Galacruises expeditions	Agencia de viajes	9 De Octubre N22-118 Veintimilla
88	-0.2078195	-78.4953375	Migrationtravel	Agencia de viajes	18 De Septiembre N21-67 Y Av. 6 De Diciembre
89	-0.2019722	-78.4930334	Adventures trips	Agencia de viajes	18 De Septiembre N20-08 Amazonas. Edf. Suarez 2 Piso Ofc 201-203
90	-0.2065136	-78.496351	Aglaiatour	Agencia de viajes	18 De Septiembre E4-16 Y Av. Amazonas
91	-0.2065455	-78.4974145	Pegaso travel	Agencia de viajes	18 De Septiembre E4-12 Y 9 De Octubre
92	-0.2038868	-78.4835828	Red alfa travel international ltda. Mayorista de turismo	Agencia de viajes	12 De Octubre N24 739 Y Colon
93	-0.2047929	-78.4924637	travelttime	agencia de viajes	Ignacio De Veintimilla E7-49 Y Av. 6 De Diciembre
94	-0.2008333	-78.4912139	galasam internacional	agencia de viajes	Luis Cordero N24-214 Y Av. Rio Amazonas
95	-0.2005681	-78.4910989	intersol	agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N24-255 Av. Cristobal Colon
96	-0.2004678	-78.4910566	minas travel agency	agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N26-179 La Nina
97	-0.2018599	-78.4923754	dio tours	agencia de viajes	Av. Rio Amazonas N24-75 Y Joaquín Pinto
98	-0.201585	-78.491972	dream and travel	agencia de viajes	Mariscal Foch 1206 Y Av. Amazonas
99	-0.2021252	-78.4928072	Alex`s vip	Bar-discoteca	Wilson E4-229 Av. Amazonas
100	-0.2031331	-78.4958487	Sports dance club bola 8	Bar-discoteca	Veintimilla E4-190 Y Av. Amazonas
101	-0.2048215	-78.4965351	Bar bavaria	Bar-discoteca	Veintimilla E4-155 Y Av. Amazonas
102	-0.1985699	-78.4874762	Max by cadilacs	Bar-discoteca	Reina Victorian26 298

Y La Niña					
103	-0.203565	-78.4918215	Cofee bar platonicus	Bar-discoteca	Reina Victoria Y Presidente Wilson
104	-0.2030139	-78.4930873	Coffee tree	Bar-discoteca	Reina Victoria N26-166 La Pinta
105	-0.201585	-78.8491972	Salsa studio	Bar-discoteca	Reina Victoria N26-161 Y La Niña
106	-0.1988865	-78.487848	Como debe de ser	Bar-discoteca	Reina Victoria N26-161 La Nina
107	-0.1990582	-78.4879147	D vinci rocks	Bar-discoteca	Reina Victoria N26-144 Y La Niña
108	-0.1990581	-78.4901855	Santo remedio	Bar-discoteca	Reina Victoria N26-139 Niña
109	-0.2030023	-78.4935126	Quito pub beer	Bar-discoteca	Reina Victoria N24-67 Y Joaquín pinto
110	-0.202436	-78.4899228	Royal king	Bar-discoteca	Reina Victoria N24-256 Lizardo García
111	-0.2022275	-78.4902781	Epicentro clasic	Bar-discoteca	Reina Victoria N24-217 Y Lizardo García
112	-0.2029028	-78.4930668	Coffee bar	Bar-discoteca	Reina Victoria N24-150 Y Foch
113	-0.2028766	-78.4915958	Las alitas d'l cadillac	Bar-discoteca	Reina Victoria N24-150 Y Foch
114	-0.202135	-78.4904864	Excess uio club	Bar-discoteca	Reina Victoria N24-150 José Calama
115	-0.2023688	-78.4901921	Ambrosia bar 2	Bar-discoteca	Reina Victoria N24 212 Y Lizardo García
116	-0.2030139	-78,4996534,	Daniel's	Bar-discoteca	Reina Victoria N20-30 Dieciocho De Septiembre
117	-0.2075403	-78.4952412	Casa de la cerveza	Bar-discoteca	Reina Victoria E8-43 Pinto
118	-0.2040057	-78.4926277	Chupitos	Bar-discoteca	Reina Victoria 927 Y Presidente Wilson
119	-0.2028736	-78.4913444	Coffee bar	Bar-discoteca	Reina Victoria 26166 Y La Niña
120	-0.2075403	-78.4952412	Karaoke diver full	Bar-discoteca	Reina Victoria 228 Dieciocho De Septiembre
121	-0.2024777	-78.4907203	Coconut	Bar-discoteca	Reina Victoria Y José Calamaa
122	-0.202184	-78.4927906	Zodiacal	Bar-discoteca	Presidente Wilson Y Av. Amazonas
123	-0.2028766	-78.4915958	K-ta-plum bar, coffee & music	Bar-discoteca	Pinto Oe4-936 Y Juan León Mera
124	-0.203805	-78.490376	Beer fest	Bar-discoteca	Pinto E7-82 Y Av. Diego De Almagro
125	-0.2037978	-78.493326	El maple	Bar-discoteca	Pinto E7-68 Y Diego De Almagro
126	-0.2035324	-78.4908552	Ytenve,live	Bar-discoteca	Pinto E7-61 Y Diego De Almagro
127	-0.2024167	-78.494186	Twist	Bar-discoteca	Pinto E7-52 Y Reina Victoria
128	-0.2034036	-78.491161	Estación la	Bar-discoteca	Pinto E7-38 Y Reina Victoria
129	-0.203458	-78.4934987	Dirty sanchez	Bar-discoteca	Pinto E7-38 Y Reina Victoria
130	-0.2026466	-78.4911846	Penthouse plaza foch	Bar-discoteca	Pinto E6-19 Y Reina

Victoria					
131	-0.2029312	-78.4935037	Akelarre	Bar-discoteca	Pinto E 6-43 Y Reina Victoria
132	-0.2029111	-78.526263	The haüs	Bar-discoteca	Pinto 312 B Y Reina Victoria
133	-0.2036538	-78.4906122	Tobacco	Bar-discoteca	Mariscal Fosh Y Av Diego De Almagro
134	-0.2041005	-78.4900197	Barometro	Bar-discoteca	Mariscal Fosh Y 6 De Diciembre
135	-0.2030598	-78.4895217	Zoom bar	Bar-discoteca	Lizardo García E7-78 Y Diego De Almagro
136	-0.2028385	-78.4897883	Cats	Bar-discoteca	Lizardo García E7-56 Y Diego De Almagro
137	-0.2031609	-78.4910378	India bar	Bar-discoteca	Lizardo García E7-49 Y Diego De Almagro
138	-0.2030477	-78.489695	Cafe democratico	Bar-discoteca	Lizardo García E7-41 Diego De Almagro
139	-0.2026659	-78.4919645	Rocky	Bar-discoteca	Lizardo García E7-36 Y Reina Victoria
140	-0.2025898	-78.4898149	Zona stereo	Bar-discoteca	Lizardo García E7-08 Reina Victoria
141	-0.2021251	-78.4905749	Cafetin mayo 68	Bar-discoteca	Lizardo García E5-15 Juan León Mera
142	-0.2027265	-78.4897909	Bapú eagle	Bar-discoteca	Lizardo García E3-71 Y Almagro
143	-0.1985521	-78.4906911	Uio rock city	Bar-discoteca	Lizardo García 620 Reina Victoria
144	-0.2024552	-78.4907425	Arcanus	Bar-discoteca	Lizardo García 613 Reina Victoria
145	-0.2023494	-78.4929678	Adam's style rib	Bar-discoteca	La Niña 412 Reina Victoria
146	-0.201293	-78.4905967	Vocepub	Bar-discoteca	Juan León Mera N24-274 Y Luis Cordero
147	-0.200288	-78.4926557	The little india quito	Bar-discoteca	Juan León Mera N24-19 Y Pinto
148	-0.2025121	-78.49441	Whoppers bar karaoke	Bar-discoteca	Juan León Mera N24-19 Y Joaquín Pinto
149	-0.2008441	-78.4926303	The cheesse cake caffe	Bar-discoteca	Juan León Mera E4-434 Y Colon
150	-0.2013616	-78.4927411	Makumba	Bar-discoteca	Juan León Mera E4-425 Y Luis Cordero
151	-0.2018931	-78.4910342	No bar	Bar-discoteca	José Calama E5-09
152	-0.2031859	-78.4915166	Beer wings	Bar-discoteca	Joaquín Pinto N24a Y Reina Victoria
153	-0.203349	-78.4915356	Dad's garage	Bar-discoteca	Joaquín Pinto E7-23
154	-0.2078064	-78.4926796	Seseribo salsoteca	Bar-discoteca	Ignacio De Veintimilla 325 Av. Doce De Octubre
155	-0.2071001	-78.4972051	Discoteca panas	Bar-discoteca	General Uliano Páez Y Jorge Washington
156	-0.2030967	-78.4901546	Chelsea de la	Bar-discoteca	Foch S/N Y Reina Victoria
157	-0.2035324	-78.4908552	Compañía brew pup la	Bar-discoteca	Foch E7-60 Y Reina Victoria
158	-0.2030838	-78.4908831	Bb & co	Bar-discoteca	Foch E7-37 Y Reina Victoria
159	-0.2027909	-78.4934939	Q restaurant	Bar-discoteca	Foch E6-12 Y Reina



Victoria					
160	-0.206594	-78.5030975	Azuca latin bistro	Bar-discoteca	Foch E6-11 Y Reina Victoria
161	-0.2025218	-78.4912971	Rodríguez tacos & margaritas	Bar-discoteca	Foch E5-43 Y Reina Victoria
162	-0.2025218	-78.4912971	Rodríguez tacos y margaritas	Bar-discoteca	Foch E5-43 Y Reina Victoria
163	-0.2025727	-78.493383	Bounty	Bar-discoteca	Foch E5-39 Y Reina Victoria
164	-0.2017549	-78.4941623	Divino clubbing quito el	Bar-discoteca	Foch E4-296 Y Juan León Mera
165	-0.2018107	-78.4918208	Mian bar	Bar-discoteca	Foch E4-283 Y Amazonas
166	-0.2017338	-78.4918615	Pravda	Bar-discoteca	Foch E4-278 Y Av. Amazonas
167	-0.2031609	-78.4910378	Sol-inn	Bar-discoteca	Foch E4-275 Y Av. Amazonas
168	-0.2028736	-78.4913444	Ventana arriba	Bar-discoteca	Foch E4-272 Y Av. Río Amazonas
169	-0.2026067	-78.4912423	Salsa club	Bar-discoteca	Foch E4-256 Y Amazonas
170	-0.2016682	-78.4942138,	Taboo's	Bar-discoteca	Foch 753 Y Av. Amazonas
171	-0.2040191	-78.4922236	Andromeda	Bar-discoteca	Foch 746 Y Diego De Almagro
172	-0.2025218	-78.4912971	Maxxima club uio	Bar-discoteca	Foch E5-35 Y Reina Victoria
173	-0.2040795	-78.4908806	Radar	Bar-discoteca	Diego De Almagro N24-78 Y Foch
174	-0.2037443	-78.4906949	Homes karaoke studio	Bar-discoteca	Diego De Almagro N24-69 Y Joaquín pinto
175	-0.2033094	-78.4924088	Finn mc cool's	Bar-discoteca	Diego De Almagro N24-64 Y Joaquín pinto
176	-0.2033094	-78.4924088	Bungalow 6	Bar-discoteca	Diego De Almagro N24-15 Y Calama
177	-0.2021252	-78.4928072	Patatu's bar	Bar-discoteca	Colon E4-292 Y Av. Amazonas
178	-0.2002265	-78.493554	Palace pool	Bar-discoteca	Colon E4-292 Y Av. Amazonas
179	-0.206506	-78.484069	A la brava-bar	Bar-discoteca	Calle Luis Cordero E12-88
180	-0.206987	-78.485191	Lammhaus-bar	Bar-discoteca	Calla Francisco Galavis Y Andalucía 231
181	-0.2025995	-78.4927344	Madra's bar shawarma	Bar-discoteca	Calama N3-36 Reina Victoria
182	-0.2031618	-78.4900886	The tunnel de la calama	Bar-discoteca	Calama E7-61 Y Diego De Almagro
183	-0.203121	-78.490133	Area 69	Bar-discoteca	Calama E7-61 Y Diego De Almagro
184	-0.2032443	-78.4930447	Buga discoteca	Bar-discoteca	Calama E7-61 Y Av Diego De Almagro
185	-0.2029081	-78.4902857	Selfie club dico	Bar-discoteca	Calama E7-35 Y Reina Victoria
186	-0.202196	-78.4908109	Mandra bars	Bar-discoteca	Calama E6-08 Y Reina Victoria
187	-0.2022728	-78.4907548	Tequila sunrise club	Bar-discoteca	Calama E6-05 Y Reina Victoria

188	-0.2028736	-78.4913444	Mulligan`s irish american pub & grill	Bar-discoteca	Calama E5-44 Y Juan León Mera
189	-0.202196	-78.4908109	Mhooz entertainment	Bar-discoteca	Calama E5-37 Y Juan León Mera
190	-0.2020465	-78.4909217	Mongo´s	Bar-discoteca	Calama E5-10 Y Juan León Mera
191	-0.2020879	-78.4931222	Fragola fussion	Bar-discoteca	Calama E5-10 Y Juan León Mera
192	-0.2020368	-78.4932274	Siam sushi thai	Bar-discoteca	Calama E5-10 Y Juan León Mera
193	-0.2019738	-78.490975	Moulin pub	Bar-discoteca	Calama E5-10 Y Juan León Mera
194	-0.2018931	-78.4910342	Zocalo resto bar	Bar-discoteca	Calama E5-10 Y Juan León Mera
195	-0.2021167	-78.4908701	Yes club	Bar-discoteca	Calama E5 23 Y Juan León Mera
196	-0.204845	-78.4949449	Quito re bar	Bar-discoteca	Calama E4-394 Y Juan León Mera
197	-0.2015339	-78.4913797	Yuma edy	Bar-discoteca	Calama E4-360 Y Av .Amazonas
198	-0.2015339	-78.4913797	El mimo quito bar	Bar-discoteca	Calama E4-352 Y Av. Amazonas
199	-0.2014793	-78.4914759	Leño bar	Bar-discoteca	Calama E435 Y Av. Amazonas
200	-0.2084643	-78.4915902	Xandu	Bar-discoteca	Calama E 7-73 Y Diego De Almagro
201	-0.2019823	-78.4916988	Mexicali	Bar-discoteca	Calama 179 Y Diego De Almagro
202	-0.206594	-78.4877765	Pobre diablo cafe el	Bar-discoteca	Av. Isabel La Catolica E12-06 Y Fco. Galavis
203	-0.1983144	-78.4878707	Taita rock	Bar-discoteca	Av. Francisco De Orellana E9-38 Y Pinzón
204	-0.207826	-78.482029	Santa cerveza	Bar-discoteca	Av. Coruña E24-346
205	-0.2012605	-78.4937126	The corner pub	Bar-discoteca	Amazonas N24-152 Y Calama
206	-0.2031868	-78.4903985	La plumilla	Bar-discoteca	
207	-0.2037443	-78.4906949	Hueca bar	Bar-discoteca	
208	-0.201525	-78.4913002	Santurron	Bar-discoteca	
209	-0.2081094	-78.4904066	tm evolution	bar-discoteca	Gabriel Ignacio De Veintimilla E 325 Y Av. 12 De Octubre
210	-0.2075613	-78.4946088	why not lounge	bar-discoteca	Jorge Washington E7-36 Y Av. 6 De Diciembre
211	-0.2045988	-78.4925947	tercer milenio	bar-discoteca	Baquedano E7-55 Reina Victoria
212	-0.2041151	-78.4901602	vegas internacional las	bar-discoteca	Diego De Almagro E7-86 Y Foch
213	-0.2032506	-78.489343	ritmo salvaje	bar-discoteca	Diego De Almagro E7-73 Y Lizardo García
214	-0.2030918	-78.491397	una via	bar-discoteca	Reina Victoria E-664 Y Joaquín Pinto
215	-0.2030707	-78.489469	traffic bar discoteca	bar-discoteca	Diego De Almagro 427 Y Lizardo García
216	-0.202689	-78.490446	zade metal	bar-discoteca	Calama Oe7-49 Y Reina

Victoria					
217	-0.2026659	-78.48976	psycho arte & rock	bar-discoteca	Reina Victoria E7-03 Lizardo García
218	-0.2026659	-78.48976	great india	bar-discoteca	Calama E4-380 Y Av. Amazonas
219	-0.2026659	-78.48976	great india 2	bar-discoteca	Lizardo García E7-08 Y Reina Victoria
220	-0.2025898	-78.4898149	duff tijuana	bar-discoteca	Lizardo García E5-16 Y Juan León Mera
221	-0.2025795	-78.4923156	velvet	bar-discoteca	Juan León Mera 24-19 Entre Pinto Y Wilson
222	-0.2022123	-78.4922562	rock and beef	bar-discoteca	Pinto E7-47 Y Reina Victoria
223	-0.2021167	-78.4908701	venvé	bar-discoteca	Calama E4-381 Y Juan León Mera
224	-0.2017545	-78.4916887	zepelin	bar-discoteca	Amazonas N24-127 Y Foch
225	-0.2017222	-78.491155	villa cayetano	bar-discoteca	Calama E4-54 Av. Rio Amazonas
226	-0.2014424	-78.4913563	syl	bar-discoteca	Amazonas N24-142 Y José Calama
227	-0.2014424	-78.4913563	xerous	bar-discoteca	Amazonas E4-348 Y Calama
228	0.2014014	-78.4902512	vendetta	bar-discoteca	Luis Cordero E4-425 Y Juan León Mera
229	-0.201251	78.4917543	in shots de la calama	bar-discoteca	Amazonas N24-158 José Calama
230	-0.2012076	-78.4916772	biffis	bar-discoteca	Amazonas N24-142 Y José Calama
231	-0.2003914	-78.4906146	seven days quito	bar-discoteca	Amazonas N24-236 Y Colon
232	-0.1998112	-78.4896694	rincon arabe jabibi	bar-discoteca	Juan León Mera N25-35 Y Santa María
233	-0.211082	-78.482204	La madrid bazar	Barzar - papeleria	Calle Madrid E16-49
234	-0.210765	-78.482415	Su amigo	Barzar - papeleria	Calle Madrid E16-25
235	-0.211458	-78.482353	Bazar	Barzar - papeleria	Calle Madrid E16-18
236	-0.210517	-78.483081	Bazar comercial floresta	Barzar - papeleria	Calle Madrid E14-101
237	-0.207737	-78.491199	Mil cosas	Barzar - papeleria	Calle Jeronimo Carrión N22-14
238	-0.203208	-78.487394	S/n	Barzar - papeleria	Av.6 De Diciembre N24- 430
239	-0.206346	-78.496425	Almacenes hong kong	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Río Amazonas
240	-0.209613	-78.48233	S/n	Barzar - papeleria	Av. Coruña N24-83
241	-0.210097	-78.482417	S/n	Barzar - papeleria	Av. Coruña N24-77
242	-0.20885	-78.491806	Akromega	Barzar - papeleria	Av. 12 De Octubre Y Vicente Ramón Roca N21-169
243	-0.204185	-78.498825	Bazar	Barzar - papeleria	Av. 10 De Agosto N21- 72
244	-0.2051447	-78.4943059	Castillo	Barzar - papeleria	Vicente Ramón Roca N21 C 142 Y Juan León Mera

245	-0.2061221	-78.4935621	Mily copy	Barzar - papeleria	Vicente Ramón Roca E7 43 Y Reina Victoria
246	-0.198756	-78.4930897	Super paco	Barzar - papeleria	Santa María Y Av. 9 De Octubre
247	-0.203805	-78.4903768	Papeleria chavez	Barzar - papeleria	Mariscal Fosh E8 14 Y Diego De Almagro
248	-0.2064518	-78.4952657	Papeleria chavez	Barzar - papeleria	Juan León Mera N21 142 Y Jorge Washington
249	-0.2009655	-78.4930185	S/n	Barzar - papeleria	Joaquín Pinto E4 215
250	-0.2038896	-78.494484	Útiles escolares	Barzar - papeleria	Jerónimo Carrion Y Amazonas
251	-0.2084361	-78.4958387	Pilmel	Barzar - papeleria	Av. Patria Y Reina Victoria
252	-0.2019524	-78.494448	Beyro	Barzar - papeleria	Av. Ignacio De Ventimilla E4 28 Y 9 De Octubre
253	-0.201867	-78.4946051	S/n	Barzar - papeleria	Av. Ignacio De Ventimilla E4 19 Y 9 De Octubre
254	-0.2056649	-78.4950336	S/n	Barzar - papeleria	Av. General Robles Y Juan León Mera
255	-0.2000013	-78.4942966	Papel ca	Barzar - papeleria	Av. 9 De Octubre Y Luis Cordero N34 119
256	-0.200921	-78.4945729	Romero	Barzar - papeleria	Av. 9 De Octubre N 24 02
257	-0.2042839	-78.4986268	Lo que pida	Barzar - papeleria	Av. 10 De Agosto N21- 72 Y Jorge Washington
258	-0.2034945	-78.4946251	Fasntasias valentina	Barzar - papeleria	Av. Amazonas N22-24, Entre Gil Ramírez Dávalos Y Jerónimo Carrión,
259	-0.1969226	-78.491082	Ola libros sa	Barzar - papeleria	Av. Francisco De Orellana Y R De Triana
260	-0.1992029	-78.4931909	Super paco	Barzar - papeleria	Av. Cristóbal Colón E4 81 Y Mariscal Fosh
261	-0.1994939	-78.4925178	Comercial morales mora	Barzar - papeleria	Av. Cristóbal Colón E4 147 Y Mariscal Fosh
262	-0.2023842	-78.4937653	Los libros l y l	Barzar - papeleria	Av. Amazonas N23-19
263	-0.1970133	-78.4933885	S/n	Barzar - papeleria	Av. 9 De Octubre N25 186 Y Francisco De Orellana
264	-0.1968291	-78.493331	Atlas	Barzar - papeleria	Av. 9 De Octubre N25 146 Y Francisco De Orellana
265	-0.1966413	-78.4952731	Bazar y papeleria	Barzar - papeleria	Av. 10 De Agosto N25 42 Y Francisco De Orellana
266	-0.1962862	-78.4951192	S/n	Barzar - papeleria	Av. 10 De Agosto Y Francisco De Orellana
267	-0.2015096	-78.4922118	Comercial paola	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N24-57
268	-0.2030015	-78.4945903	Fashion woman	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Gil Ramírez Dávalos N 22 B
269	-0.1985455	-78.495092	Lina	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Colón E2-30 Y 10 De Agosto (Diagonal Al Kfc)

270	-0.2050183	-78.4989664	S/n	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 10 De Agosto Junto A Botica Pasteur
271	-0.2049308	-78.4989265	Casa de los deportes	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av 10 Agosto N20 87
272	-0.205739	-78.481421	Avellana café	Cafetería	Calle Rubio De Arevalo
273	-0.206081	-78.482241	Café "fjordcofeen"	Cafetería	Av. Latoruena Y Valladolid E12-148
274	-0.20704	-78.491589	Café anaconda	Cafetería	Calle Jeronimo Carrión E9-41
275	-0.206775	-78.489572	Café donadonis	Cafetería	Calle Wilson E10-30
276	-0.206694	-78.485846	Café río intag	Cafetería	Av. Isabel Católica Torre Galicia
277	-0.206416	-78.490802	Café teo y tea	Cafetería	Gral. Ignacio De Veintemilla
278	-0.207005	-78.491926	Café-cake y coffee	Cafetería	Calle Jeronimo Carrión E9-20
279	-0.205934	-78.49812	Cafetería	Cafetería	Calle 18 De Septiembre Y Gral. Ulpiano Paez
280	-0.206697	-78.485811	Cafetería bahía	Cafetería	Av. Isabel Católica Torre Galicia
281	-0.208698	-78.485048	Cake stop	Cafetería	Calle Valladolid N24-165
282	-0.204579	-78.484214	Coffee & co.	Cafetería	Av. 12 De Octubre N24-660 Y Francisco Salazar
283	-0.208674	-78.493004	Dis-fruta	Cafetería	Calle José Tamayo N20-25
284	-0.208988	-78.492	Dulssini	Cafetería	Av. 12 De Octubre N21-143
285	-0.207421	-78.490841	La cafete café	Cafetería	Gral. Ignacio De Veintemilla E10-10
286	-0.20641	-78.48346	La malagueña	Cafetería	Calle Toledo N24-334
287	-0.202889	-78.485032	Mi buen pan	Cafetería	Av. Colón Y José Tamayo N9-266
288	-0.203922	-78.487666	Moiee	Cafetería	Calle Vaquerizo Moreno E9-58
289	-0.206416	-78.490802	Montaditos	Cafetería	Gral. Ignacio De Veintemilla
290	-0.204548	-78.485891	Orange y lemon	Cafetería	Calle Luis Cordero E10
291	-0.205978	-78.488801	Pannostro	Cafetería	Calle Mariscal Foch E10-08 Y José Tamayo
292	-0.207826	-78.482029	Santa cerveza	Cafetería	Av. Coruña E24-346
293	-0.205099	-78.49089	Sham café	Cafetería	Av. 6 De Diciembre Y Wilson N23-106
294	-0.212441	-78.484484	Terraza cafetera	Cafetería	Av. Ladrón De Guevara E13-304
295	-0.206632	-78.4885839	Youka	Cafetería	Av.12 De Octubre Y Marical Foch N24b
296	-0.2031565	-78.4953565	Kalari café	Cafetería	Wilson E4-266, Juan León Mera
297	-0.2031565	-78.4953565	Juan valdez	Cafetería	Mariscal Fosh Y Reina Victoria
298	-0.202989	-78.4916164	Café trovero	Cafetería	Juan León Mera Y Joaquinpinto

299	-0.2032327	-78.4913475	Café arbacio	Cafetería	Presidente Wison Y Reina Victoria
300	-0.2034829	-78.4914803	Garua café arte	Cafetería	Joaquín Pinto T Reina Victoria
301	-0.1989084	-78.4962462	Servientrega	Centro logístico	Av 10 De Agosto 2310 Y Cordero
302	-0.2011848	-78.4960671	Family destist	Centro odontológico	Av. Ignacio De Veintimilla E2 41edificio D Y M
303	-0.2071331	-78.4967333	Edent	Centro odontológico	Av. Amazonas N19-53 Y Av. Patria
304	-0.1987969	-78.4929175	Vantive	Farmacia	Santa María Y Av. 9 De Octubre Ed. Solamar
305	-0.2012235	-78.4959761	Farmacia el cisne	Farmacia	Av. Ignacio De Veintimilla E2 41edificio D Y M
306	-0.2010509	-78.4955652	Form pharma	Farmacia	Av. General Ulpiano Páez N23 31 E Ignacio De Veintimilla
307	-0.2065141	-78.4963878	Farmacia metropolitana	Farmacia	Av. Amazonas N20-44 Y 18 De Septiembre
308	-0.2072355	-78.4967898	Farmacia fybeca	Farmacia	Av. Amazonas N19-51 Y Av. Patria
309	-0.1991461	-78.4963511	Farmacia colon	Farmacia	Av. 10 De Agosto 2292 Y Cordero Esq.
310	-0.2032621	-78.4944897	Sana sana	Farmacia	Av. Amazonas N22-48 Y Ramrez Dvalos
311	-0.200002	-78.4912623	Farma y servicios	Farmacia	Av. Cristobal Colon Y Amazonas Ed. España
312	-0.1994939	-78.4925178	Farmacia foch	Farmacia	Av. Cristobal Colon Edif. Salazar Gomez
313	-0.1997095	-78.4919579	Pharmacys	Farmacia	Av. Cristobal Colon E4 211
314	-0.2070624	-78.496432	Farmacias gabriela	Farmacia	Av. Amazonas Y 18 De Septiembre Frente Al Hilton Colon
315	-0.2015096	-78.4922118	Pharmalife	Farmacia	Av. Amazonas 1134 Y Foch
316	-0.2016406	-78.4924459	Farmacia 2-22	Farmacia	Av. Amazonas 1049 Y Pinto
317	-0.2038938	-78.4959303	Farmacia aranjuez	Farmacia	Av. 9 De Octubre 517 Y Roca
318	-0.2016849	-78.4949814	Farmacia cruz azul	Farmacia	Av. 9 De Octubre 1247 E Ignacio De Veintimilla
319	-0.1961221	-78.4950049	Botica norte	Farmacia	Av. 10de Agosto Y Francisco De Orellana Esquina
320	-0.2049308	-78.4989265	Botica pasteur	Farmacia	Av 10 Agosto L13 Jorge Washintong
321	-0.2038896	-78.494484	J y k	Ferretería	Jeronimo Carrion Y Amazonas
322	-0.2027991	-78.493799	Su ferreteria	Ferretería	Ignacio De Veintimilla E4 162 Y Rio Amazonas
323	-0.2058112	-78.4966738	Ferreteria don villa	Ferretería	9 De Octubre Nro 300 Jorge Washington
324	-0.1993779	-78.4954333	S/n	Heladería	Av. Luis Cordero
325	-0.1983882	-78.4960216	Heladeria pingüino	Heladería	Av. 10 De Agosto Y Colón Esquina

326	-0.1987515	-78.4961785	Helados	Heladeria	Av. 10 De Agosto N24-130 Y Av. Colón Edificio Muresco
327	-0.2037419	-78.4965552	L y m	Imprenta	Vicente Ramón Roca S/N Y Ulpiano Paez
328	-0.2037937	-78.4964691	Graficas dcache	Imprenta	Vicente Ramón Roca E3 39 Y Ulpiano Paez
329	-0.2055425	-78.4939992	Gigantos grafias	Imprenta	Vicente Ramón Roca E6 22 Y Reina Victoria
330	-0.1987764	-78.4930017	Grafiar	Imprenta	Santa María E4 21 Y Av. 9 De Octubre
331	-0.2068415	-78.4946884	S/n	Imprenta	Reina Victoria Y Jorge Washigton
332	-0.2046343	-78.4986281	Imprenta viena	Imprenta	Jorge Washigton N21 142 Y Av.10 De Agosto
333	-0.2047378	-78.4984541	Graficas ulloa	Imprenta	Jorge Washigton E1 31 Y P De Valdivia
334	-0.2022912	-78.4958402	Luna	Imprenta	Gil Ramirez Dávalos Y General Ulpiano Paez
335	-0.2022452	-78.4959245	Imprenta manzano	Imprenta	Gil Ramirez Dávalos Y General Ulpiano Paez
336	-0.2022452	-78.4959251	Graficas samy	Imprenta	Gil Ramirez Dávalos Y General Ulpiano Paez
337	-0.2024685	-78.4955243	Graficas rm	Imprenta	Gil Ramirez Dávalos E3 54 Y 9 De Octubre
338	-0.1985707	-78.4910084	Redse	Imprenta	Enrique Gangotena Y Santa María
339	-0.207555	-78.486754	Imprenta	Imprenta	Calle Madrid E12-47
340	-0.2026807	-78.4962758	Imprenta sideral	Imprenta	Av. General Ulpiano Páez Y Jeronimo Carrion
341	-0.2027597	-78.4963246	Ecuasellos	Imprenta	Av. General Ulpiano Páez Y Jeronimo Carrion
342	-0.2019839	-78.4959892	Graficas	Imprenta	Av. General Ulpiano Páez Y Gil R Dávalos
343	-0.2034505	-78.4966737	Novaprint	Imprenta	Av. General Ulpiano Páez N27-224
344	-0.2009455	-78.4955141	Kls print	Imprenta	Av. General Ulpiano Páez N23 33 E Ignacio De Veintimilla
345	-0.2022039	-78.4959992	Graficas deymi	Imprenta	Av. General Ulpiano Páez N22- 228
346	-0.2022671	-78.4961158	Gpublicidad	Imprenta	Av. General Ulpiano Páez E3 142
347	-0.2012401	-78.4956578	Global creativos	Imprenta	Av. General Ulpiano Páez E Ignacio De Veintimilla
348	-0.2040799	-78.4959783	Graficas rm	Imprenta	Av.9 De Octubre N21 C Y Vicente Ramón Roca
349	-0.2040799	-78.4959783	Rubiprint	Imprenta	Av.9 De Octubre E4 142 Y Vicente Ramón Roca
350	-0.2036278	-78.4957704	Graficas belen	Imprenta	Av.9 De Octubre Y Vicente Ramón Roca
351	-0.2037137	-78.4958225	Colores	Imprenta	Av.9 De Octubre Y Vicente Ramón Roca
352	-0.202868	-78.4953552	El copion	Imprenta	Av.9 De Octubre N22 57 Y Gil Ramirez Dávalos
353	-0.2020567	-78.4949462	Graficas david	Imprenta	Av.9 De Octubre N22 148 Y Gil Ramirez

Dávalos					
354	-0.2000226	-78.4962831	Imprenta vision	Imprenta	Av.10 De Agosto Y Alonso De Mercadillo Edificio Pazmiño Primera Planta
355	-0.21206	-78.48395	Imprenta graphicolor	Imprenta	Av. Ladrón De Guevara E13-365
356	-0.1975135	-78.4900126	Graficas amazonas	Imprenta	Av. Amazonas N26 205 Y A. Francisco De Orellana
357	-0.1968291	-78.493331	Barzola	Imprenta	Av. 9 De Octubre N25 134 Y Francisco De Orellana
358	-0.2061	-78.4979693	Plasticopy	Imprenta	Av 18 De Septiembre Y General Ulpiano Paez
359	-0.2043125	-78.4955778	Naranjo	Joyeria y relojeria	Vicente Ramón Roca E4 45 Y Amazonas
360	-0.2014598	-78.4927204	Joyeria	Joyeria y relojeria	Joaquín Pinto E4 275
361	-0.2035467	-78.4957215	Su relojeria	Joyeria y relojeria	Av.9 De Octubre N21 257
362	-0.2046108	-78.4963169	S/n	Joyeria y relojeria	Av.9 De Octubre N21 125 Y General Robles
363	-0.2046015	-78.498738	Siloh pins	Joyeria y relojeria	Av.10 De Agosto E1 03 Y Jorge Washington
364	-0.2034125	-78.4945773	Aquí esta charlys	Joyeria y relojeria	Av. Amazonas N22-33, Entre Gil Ramírez Dávalos Y Jerónimo Carrión,
365	-0.1987515	-78.4961785	Pilas	Joyeria y relojeria	Av. 10 De Agosto N24- 130 Y Av. Colón Edificio Muresco
366	-0.2039716	-78.4948952	Time center tc	Joyeria y relojeria	Amazonas Oe21-265 Entre Carrión Y Roca
367	-0.2043243	-78.4912376	Almagros alundry	Lavanderia	Presidente Wilson N24 142 Y Seis De Diciembre
368	-0.2017143	-78.4904338	Lavanderia r9	Lavanderia	Lizardo García Y Juan León Mera
369	-0.2020246	-78.4922561	Ecuadorian claens	Lavanderia	Joaquín Pinto E4 377 Y Juan León Mera
370	-0.1997059	-78.4947173	Lavalimpio	Lavanderia	Av. Luis Cordero E3 42
371	-0.2057118	-78.4968402	Univision	Optica	Jorge Washigton N21- 142 Y Av.9 De Octubre
372	-0.2038323	-78.4948186	Fundacion visual	Optica	Av. Amazonas Y Jerónimo Carrion
373	-0.2018768	-78.4928619	El palacio del lente	Optica	Av. Amazonas N24-06 Y Wilson
374	-0.1992831	-78.4940639	Optica montero	Optica	Av.9 De Octubre Y Luis Cordero Edificio 9 De Octubre
375	-0.2001288	-78.4967927	Compu optica	Optica	Av.10 De Agosto N23 68
376	-0.2021466	-78.4933439	Super opticas amazonas	Optica	Av. Amazonas 884 & Wilson
377	-0.1984873	-78.4960644	Galan optica	Optica	Av. 10 De Agosto N24- 160 Y Colón
378	-0.1997095	-78.4919579	Optica jimenez	Optica	Av. Cristobal Colon E4 213



379	-0.1996001	-78.4922291	Optica brille	Optica	Av. Cristobal Colon E4 175
380	-0.1982695	-78.4957271	Optica arrobo	Optica	Av. Colon E-28 Y 10 De Agosto
381	0.2026573	-78.4939046	Optica ideal	Optica	Av. Amazonas N23-64 E Ignacio De Veintimilla
382	-0.1972182	-78.4934506	Luz vision	Optica	Av. 9 De Octubre N26 145 Y Javier Ascasubi
383	-0.2038027	-78.4958772	Optica chacon	Optica	Av. 9 De Octubre N,21- 223
384	-0.2052989	-78.4990769	Optica campaña	Optica	Av. 10 De Agosto N20 48 Y 18 De Septiembre
385	-0.2006139	-78.4911116	Optica bienestar visual	Optica	Av Amazonas Y Luis Cordero
386	-0.2020851	-78.4928624	Palacio del lente	Optica	Av Amazonas N24-06 Y Wilson
387	-0.1989084	-78.4962462	Fundacion visual	Optica	Av 10 De Agosto N24- 102 Y Luis Cordero
388	-0.200961	-78.4886751	Panaderia la union	Panaderia	Reina Victoria Y Colon
389	-0.2009777	-78.4887005	La union	Panaderia	Av. Cristobal Colon E6 40
390	-0.1972182	-78.4934506	Panificadora ambato	Panaderia	Av. 9 De Octubre N26 143 Y Javier Ascasubi
391	-0.1995923	-78.4950018	Panaderia y pasteleria casa kolping	Panaderia	Av. General Ulpiano Páez Y Luis Cordero Esq.(Casa Kolping)
392	-0.2065141	-78.4963878	Spanes	Panaderia	Amazonas N20-51 Y Jorge Washinton
393	-0.2038605	-78.4963578	Centro estetico soffy	Peluquerías y salones de belleza	Vicente Ramón Roca E3 41 Y 9 De Octubre
394	-0.1986561	-78.4927721	Kosmeticos	Peluquerías y salones de belleza	Santa María N26 14 Y Pizarro
395	-0.1990582	-78.4879147	Celebridades	Peluquerías y salones de belleza	Reina Victoria N26-147 Y La Niña
396	-0.204577	-78.4928532	Barber shop	Peluquerías y salones de belleza	Reina Victoria N22 70 E Ignacio De Veintimilla
397	-0.201749	-78.4891489	Magica mujer	Peluquerías y salones de belleza	Reina Victoria E7 142 Y Luis Cordero
398	-0.2021491	-78.4961951	Elisa	Peluquerías y salones de belleza	Ramirez Dávalos N22b 142
399	-0.202512	-78.4925475	My people	Peluquerías y salones de belleza	Presidente Wilson Y Juan León Mera Junto Al Hotel Pikkett
400	-0.2023524	-78.4926644	Dodied	Peluquerías y salones de belleza	Presidente Wilson E4 230 Y Rio Amazonas
401	-0.2073027	-78.4948014	Nuri	Peluquerías y salones de belleza	Jorge Washigton Y Reina Victoria

402	-0.2074659	-78.4946826	Hair studio	Peluquerías y salones de belleza	Jorge Washigton E7 02 Y 6 De Diciembre
403	-0.2013749	-78.4927815	Velasquez muñoz	Peluquerías y salones de belleza	Joaquín Pinto E4 262
404	-0.2045988	-78.4925947	Peluqueri martha c figueroa	Peluquerías y salones de belleza	Ignacio Veintimilla N21 35 Y Reina Victoria
405	-0.2047012	-78.4925264	Simply blessed	Peluquerías y salones de belleza	Ignacio De Veintimilla E7 29 Y Reina Victoria
406	-0.2045988	-78.4925947	Peluqueria unisex novias & novias	Peluquerías y salones de belleza	Ignacio De Veintimilla E7 06 Y Reina Victoria
407	-0.207017	-78.490853	Tijeras magicas	Peluquerías y salones de belleza	Gral. Ignacio De Veintemilla Y José Tamayo E9-90
408	-0.206378	-78.490889	Peluquería jorge rusinsky	Peluquerías y salones de belleza	Gral. Ignacio De Veintemilla Y José Tamayo E10-10
409	-0.205661	-78.491823	Waxine peluquería	Peluquerías y salones de belleza	Gral. Ignacio De Veintemilla E8-115
410	-0.206415	-78.491347	Destellos peluquería	Peluquerías y salones de belleza	Gral. Ignacio De Veintemilla
411	-0.2028196	-78.4949103	Marys	Peluquerías y salones de belleza	Gil Ramirez Dávalos E4 31 Y 9 De Octubre
412	-0.205224	-78.49076	Estetica sala de belleza 1077	Peluquerías y salones de belleza	Calle Wilson E8-171
413	-0.205418	-78.490545	chic@s	Peluquerías y salones de belleza	Calle Wilson E8-140
414	-0.206556	-78.489623	K"beyos peluquería	Peluquerías y salones de belleza	Calle Wilson E10-30
415	-0.208594	-78.4917	Amanda unisex	Peluquerías y salones de belleza	Calle Vicente Ramón Roca E10-75
416	-0.205895	-78.481601	D'samy	Peluquerías y salones de belleza	Calle Valladolid N24-650
417	-0.20608	-78.48789	D'malen	Peluquerías y salones de belleza	Calle Mariscal Foch E10-10
418	-0.208805	-78.48191	Peluquería lucy's	Peluquerías y salones de belleza	Calle Mallorca N24-406
419	-0.208773	-78.48523	Peluquería janeth	Peluquerías y salones de belleza	Calle Madrid Y Valladolid N24-165
420	-0.211499	-78.482448	Peluquería	Peluquerías y salones de belleza	Calle Madrid E16-04

421	-0.209651	-78.484368	Pelos ñaki	Peluquerías y salones de belleza	Calle Madrid E13-124
422	-0.20466	-78.485745	Theo´s	Peluquerías y salones de belleza	Calle Luis Cordero E10-01
423	-0.205364	-78.484304	Peluquería talisman	Peluquerías y salones de belleza	Calle Luis Cordero
424	-0.204318	-78.48602	Peluquería	Peluquerías y salones de belleza	Calle José Tamayo Y Luis Cordero N24-485
425	-0.20733	-78.49105	Peluquería	Peluquerías y salones de belleza	Calle José Tamayo N22-57
426	-0.208673	-78.493003	Monik	Peluquerías y salones de belleza	Calle José Tamayo N20-45
427	-0.1996802	-78.4947845	Bon sort	Peluquerías y salones de belleza	Av.Luis Cordero Y General Ulpiano Paez
428	-0.2019524	-78.494448	Estilos y espejos	Peluquerías y salones de belleza	Av.Ignacio De Ventimilla E4 29 Y 9 De Octubre
429	-0.2006922	-78.4953932	Salon de belleza liliana	Peluquerías y salones de belleza	Av. General Ulpiano Páez N23 73 Y Alonso De Mercadillo
430	-0.2009455	-78.4955141	Ayerim	Peluquerías y salones de belleza	Av. General Ulpiano Páez N23 33 E Ignacio De Veintimilla
431	-0.2037509	-78.496848	Peluqueria unisex	Peluquerías y salones de belleza	Av. General Ulpiano Páez 452 Y Ramón Roca
432	-0.201554	-78.4922914	Cepillo loco	Peluquerías y salones de belleza	Av.Amazonas N24-51
433	-0.2018238	-78.4927705	Angel's	Peluquerías y salones de belleza	Av.Amazonas N24-23 Y Wilson
434	-0.2018238	-78.4927707	Las dominicanas	Peluquerías y salones de belleza	Av.Amazonas N24-21 Y Wilson
435	-0.2017891	-78.4927086	Tijera fashion	Peluquerías y salones de belleza	Av.Amazonas N24-20 Y Wilson
436	-0.2019869	-78.4929212	Tijera loka	Peluquerías y salones de belleza	Av.Amazonas N24142 Y Wilson
437	-0.2071331	-78.4967333	Stefany	Peluquerías y salones de belleza	Av.Amazonas N19-53 Y Av. Patria
438	-0.2046895	-78.4963575	Taty 's	Peluquerías y salones de belleza	Av.9 De Octubre Y General Robles
439	-0.205119	-78.4966048	High glass	Peluquerías y salones de belleza	Av.9 De Octubre N21-50 Y General Robles

440	-0.206798	-78.493372	Cris	Peluquerías y salones de belleza	Av.6 De Diciembre N21-140
441	-0.211626	-78.483071	Peluquería gabriela perez	Peluquerías y salones de belleza	Av. Ladrón De Guevara E13-474
442	-0.21248	-78.484772	Hair styles	Peluquerías y salones de belleza	Av. Ladrón De Guevara E13-279
443	-0.20572	-78.482369	Peluquería "la guadalupe"	Peluquerías y salones de belleza	Av. La Coruña E12-148
444	-0.206694	-78.485828	Cutme	Peluquerías y salones de belleza	Av. Isabel Católica Torre Galicia
445	-0.1997593	-78.4873644	Pily	Peluquerías y salones de belleza	Av. Diego De Almagro N26 100 Y La Pinta
446	-0.209995	-78.482382	Enboga	Peluquerías y salones de belleza	Av. Coruña N24-87
447	-0.209419	-78.482292	Studio peluquería	Peluquerías y salones de belleza	Av. Coruña N24-105
448	-0.1988069	-78.4944854	Punta cana fashion	Peluquerías y salones de belleza	Av. Colon E3 14y 9 De Octubre Edif, Plaza Colon
449	-0.1996873	-78.490817	Platinum	Peluquerías y salones de belleza	Av. Amazonas N25 52 Y Santa María
450	-0.2026573	-78.4939046	Cristobal salon de belleza	Peluquerías y salones de belleza	Av. Amazonas N23-64 E Ignacio De Veintimilla
451	-0.2021929	-78.4934275	Glam	Peluquerías y salones de belleza	Av. Amazonas N23-44
452	-0.208199	-78.490713	Peluquería evelyn	Peluquerías y salones de belleza	Av. 12 De Octubre N22-25
453	-0.2012533	-78.4917543	Tijera loka	Peluquerías y salones de belleza	Amazonas Y Calama
454	-0.2058652	-78.4965835	Big color	Peluquerías y salones de belleza	9 De Octubre Nro 300 Jorge Washington
455	-0.2055422	-78.4971201	Valery	Peluquerías y salones de belleza	9 De Octubre Nro 300 Jorge Washington
456	-0.204408	-78.495411	Docu roca	Fotocopiado e internet	Vicente Ramón Roca Y Amazonas
457	0.2036914	-78.4966402	Asiel	Fotocopiado e internet	Vicente Ramón Roca S/N Y Ulpiano Paez
458	-0.2061221	-78.4935621	S/n	Fotocopiado e internet	Vicente Ramón Roca E7 41 Y Reina Victoria
459	-0.2051447	-78.4943059	Net place cyber	Fotocopiado e internet	Vicente Ramón Roca E6 14 Y Juan León Mera
460	-0.2042309	-78.4957258	S/n	Fotocopiado e internet	Vicente Ramón Roca E4

				internet	32 Y Amazonas
461	-0.2056716	-78.4939022	Max visas	Fotocopiado e internet	Vicente Ramón Roca Y Reina Victoria
462	-0.199485	-78.4904548	High definition	Fotocopiado e internet	Santa María E4 204 Y Amazonas
463	-0.2049034	-78.4931391	Flores	Fotocopiado e internet	Reina Victoria Y Jeronimo Carrion
464	-0.2015555	-78.4889393	Menter net	Fotocopiado e internet	Reina Victoria Y Av Cristobal Colon
465	-0.2030732	-78.4914863	Batucada	Fotocopiado e internet	Reina Victoria N24 A 142 Y Joaquín Pinto
466	-0.2080826	-78.4956738	Consul class	Fotocopiado e internet	Reina Victoria N19 30 Y Patria
467	-0.2016972	-78.4890728	Teconet	Fotocopiado e internet	Reina Victoria E7 142 Y Luis Cordero
468	-0.2038471	-78.4922566	Net	Fotocopiado e internet	Reina Victoria 836 Y General Baqueano Hostal La Reina
469	-0.2020611	-78.4962976	M y n	Fotocopiado e internet	Ramírez Dávalos E2 38
470	-0.2031309	-78.4920868	Brayan center	Fotocopiado e internet	Presidente Wilson E4 D30 Y Diego De Almagro
471	-0.2027877	-78.492333	Pc mania	Fotocopiado e internet	Presidente Wilson E2 D 30 Y Juan León Mera
472	-0.2024238	-78.4926116	San luis net	Fotocopiado e internet	Presidente Wilson E4 253 Juan León Mera
473	-0.2018107	-78.4918208	Planet	Fotocopiado e internet	Marsical Fosh Y Rio Amazonas
474	-0.2007062	-78.4926017	S/n	Fotocopiado e internet	Marsical Fosh E4 121 Y Luis Cordero
475	-0.2034846	-78.4906069	Net flanders	Fotocopiado e internet	Mariscal Fosh Y Diego De Almagro Esquina
476	-0.1989747	-78.4887166	Afc	Fotocopiado e internet	La Rabida N25 64 Y La Pinta
477	-0.199836	-78.4853252	Cyber gemelos	Fotocopiado e internet	La Niña N26d 142
478	-0.2025282	-78.4922351	<a href="#">l@net</a>	Fotocopiado e internet	Juan León Mera N24 12 Y Wilson
479	-0.2023132	-78.4919129	Bonklers net	Fotocopiado e internet	Juan León Mera E5 142 Y Joaquín Pinto
480	-0.2053007	-78.4946023	Rejo	Fotocopiado e internet	Juan León Mera N 21 168 Y Jorge Washington
481	-0.2040937	-78.4938985	Habanos	Fotocopiado e internet	Juan León Mera N 21 168 Y Jeronimo Carrion
482	-0.2016343	-78.4907565	Via	Fotocopiado e internet	Juan León Mera E5 142 Y Lizardo García
483	-0.203415	-78.4934979	Mateo	Fotocopiado e internet	Juan León Mera E4 228 E Ignacio De Veintimilla
484	-0.2031851	-78.49325	S/n	Fotocopiado e internet	Juan León Mera E Ignacio De Veintimilla
485	-0.2020465	-78.4909217	Cabinas	Fotocopiado e internet	José Calama Y Juan León Mera
486	-0.204681	-78.4985527	Digital plus	Fotocopiado e internet	Jorge Washigton Y Av.10 De Agosto
487	-0.2063071	-78.4958705	Taurus	Fotocopiado e internet	Jorge Washigton Y Av Amazonas

488	-0.2053494	-78.497433	Digital servi	Fotocopiado e internet	Jorge Washington 859 Y 9 De Octubre
489	-0.2053494	-78.497433	Docucentro	Fotocopiado e internet	Jorge Washington 859 Y 9 De Octubre
490	0.2019493	-78.4923085	Guacamayo	Fotocopiado e internet	Joaquín Pinto E4 453 Y Juan León Mera
491	-0.20218	-78.4921481	Unda internet	Fotocopiado e internet	Joaquín Pinto E4 340 Y Juan León Mera
492	-0.201559	-78.4926491	Movistar	Fotocopiado e internet	Joaquín Pinto E4 283
493	-0.2047012	-78.4925264	S/n	Fotocopiado e internet	Ignacio Ventimilla Y Reina Victoria
494	-0.203157	-78.493553	Centur copia digital	Fotocopiado e internet	Ignacio De Veintimilla E4 214 Edificio Rio De La Plata
495	-0.202726	-78.4938529	Icellnet	Fotocopiado e internet	Ignacio De Veintimilla E4 165 Y Rio Amazonas
496	-0.2027646	-78.495006	S/n	Fotocopiado e internet	Gil Ramirez Dávalos E4 31 Y 9 De Octubre
497	-0.206773	-78.489504	Copias	Fotocopiado e internet	Calle Wilson E10-41
498	-0.206564	-78.489599	Cabinas internet	Fotocopiado e internet	Calle Wilson E10-09
499	-0.208467	-78.491795	Kopitarget	Fotocopiado e internet	Calle Vicente Ramón Roca N152
500	-0.210737	-78.482353	Entre amigos	Fotocopiado e internet	Calle Madrid E16-29
501	-0.207923	-78.48638	Copias	Fotocopiado e internet	Calle Madrid E12-87
502	-0.207666	-78.486658	Copias	Fotocopiado e internet	Calle Madrid E12-53
503	-0.202962	-78.485071	El papelón	Fotocopiado e internet	Calle José Tamayo N24-658
504	-0.204903	-78.498422	Master sellos	Fotocopiado e internet	Calle Jorge Washington E1-45
505	-0.208256	-78.491147	Copias	Fotocopiado e internet	Calle Jeronimo Carrión E10-94
506	-0.207442	-78.498393	Copias	Fotocopiado e internet	Calle Gral. Ulpiano Páez N19-45
507	-0.21114	-78.4927	Graficas ariel	Fotocopiado e internet	Calle España N20-40
508	-0.210888	-78.492782	Cabinas y copias señoito	Fotocopiado e internet	Calle España N20
509	-0.207919	-78.486173	Copias/imprentas	Fotocopiado e internet	Calle Andalucia N24-78
510	-0.206952	-78.496756	Alamo	Fotocopiado e internet	Calle 18 De Septiembre N19-83
511	-0.206083	-78.498356	Copias	Fotocopiado e internet	Calle 18 De Septiembre E2-84
512	-0.2064825	-78.4990988	El guambra	Fotocopiado e internet	Av.Patria Y General Ulpiano Paez
513	-0.1996802	-78.4947846	Cyber zone	Fotocopiado e internet	Av.Luis Cordero Y General Ulpiano Paez
514	-0.2012553	-78.4959016	S/n	Fotocopiado e internet	Av.Ignacio De Veintimilla E2 42
515	-0.2028391	-78.4963606	Quimis climacok	Fotocopiado e internet	Av. General Ulpiano Páez Y Jeronimo Cariron
516	-0.202577	-78.4962399	S/n	Fotocopiado e internet	Av. General Ulpiano Páez Y Gil R Dávalos

517	-0.204155	-78.4970875	Serviprinter	Fotocopiado e internet	Av. General Ulpiano Páez Y General Robles
518	-0.206737	-78.4986868	Internet y cabinas	Fotocopiado e internet	Av. General Ulpiano Páez N19-01
519	-0.2024208	-78.4961815	Grafimax	Fotocopiado e internet	Av. General Ulpiano Páez E3 142
520	-0.2046082	-78.4968442	Copias	Fotocopiado e internet	Av. General Robles Y Ulpiano Paez
521	-0.2049135	-78.4963255	S/n	Fotocopiado e internet	Av. General Robles Y 9 De Octubre
522	-0.2036435	-78.4949094	Copiadora	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas Y Jeronimo Carrion
523	-0.2017501	-78.4926388	S/n	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas N24-31 Y Wilson
524	-0.2046108	-78.4963169	S/n	Fotocopiado e internet	Av.9 De Octubre N23 125 Y General Robles
525	-0.2067703	-78.4975554	Internet express	Fotocopiado e internet	Av.9 De Octubre N19 58 Y Patria
526	-0.2024844	-78.4951813	Sistemas informaticos	Fotocopiado e internet	Av.9 De Octubre N 22 208
527	-0.2056378	-78.4969561	System grafic	Fotocopiado e internet	Av.9 De Octubre E3 02 Y Jorge Washigton
528	-0.199596	-78.494157	S/n	Fotocopiado e internet	Av.9 De Octubre Y Luis Cordero Hotel 9 De Octubre
529	-0.202709	-78.4952586	Miscelaneas	Fotocopiado e internet	Av.9 De Octubre N22 73 Y Gil Ramírez Dávalos
530	-0.203367	-78.487787	Centro electronico yang@ net	Fotocopiado e internet	Av.6 De Diciembre N24-384
531	-0.206833	-78.493386	Copias x-press	Fotocopiado e internet	Av.6 De Diciembre N21-132
532	-0.2066039	-78.4971532	S/n	Fotocopiado e internet	Av.18 D Septiembre N20 142 Y 9 De Octubre
533	-0.207158	-78.489163	Internet-copias	Fotocopiado e internet	Av.12 Deoctubre Y Wilson N24-13
534	-0.206939	-78.488765	Gigantografias	Fotocopiado e internet	Av.12 De Octubre N24-55
535	-0.207161	-78.489026	Copias-internet	Fotocopiado e internet	Av.12 De Octubre N24-19
536	-0.1991461	-78.4963511	Futuro net	Fotocopiado e internet	Av.10 De Agosto 2292 Junto A Farmacia Colon
537	-0.1996181	-78.4860982	S/n	Fotocopiado e internet	Av. Yáñez Pinzón Y La Niña
538	-0.206348	-78.496423	Star net centro	Fotocopiado e internet	Av. Río Amazonas
539	-0.197199	-78.4925538	P y p	Fotocopiado e internet	Av. Marieta De Veintimilla E 48 142 Y Francisco Pizarro
540	-0.211851	-78.483361	Internet-copias	Fotocopiado e internet	Av. Ladrón De Guevara E13-440 Y Barcelona
541	-0.21237	-78.48435	Copias	Fotocopiado e internet	Av. Ladrón De Guevara E13-312
542	-0.212516	-78.484898	Huella marcando ideas	Fotocopiado e internet	Av. Ladrón De Guevara E13-267
543	-0.198205	-78.4958756	Togo	Fotocopiado e internet	Av. Colon N25-141
544	-0.1982265	-78.4958261	Bamboo	Fotocopiado e internet	Av. Colon E1-12

545	-0.202982	-78.484555	Copias	Fotocopiado e internet	Av. Colón E10-44
546	-0.2039716	-78.4948952	S/n	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas N21-203
547	-0.1994395	-78.4905675	Adrl distribuciones	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas Y Santa María
548	-0.2070701	-78.4966985	Movistar	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas Y 18 De Septiembre
549	-0.1985022	-78.4903892	Accell	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas N26 83
550	-0.1987309	-78.4904895	Tejilana	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas N26 71
551	-0.1977086	-78.4900164	Punto express	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas N26 201 Y La Niña
552	-0.2019257	-78.492947	S/n	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas N24-01
553	-0.2027272	-78.4941745	S/n	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas 724 Y Veintimilla
554	-0.2027272	-78.4941745	S/n	Fotocopiado e internet	Av. Amazonas Y Veintimilla
555	-0.1969307	-78.4933627	Ferday	Fotocopiado e internet	Av. 9 De Octubre N25 186 Y Francisco De Orellana
556	-0.2001805	-78.4851831	Multinet	Fotocopiado e internet	Av. 6 De Diciembre Y La Niña
557	-0.203922	-78.483075	Copias	Fotocopiado e internet	Av. 12 De Octubre N24-831
558	-0.208494	-78.491149	Full copias	Fotocopiado e internet	Av. 12 De Octubre N21-247
559	-0.208723	-78.491483	Copias	Fotocopiado e internet	Av. 12 De Octubre Edificio Gallal N21-209
560	-0.208483	-78.491296	Copy full	Fotocopiado e internet	Av. 12 De Octubre Edificio 12 De Octubre 10-35
561	-0.20866	-78.491394	Copias	Fotocopiado e internet	Av. 12 De Octubre Edificio 12 De Octubre 10-35
562	-0.2052989	-78.4990769	Flash call	Fotocopiado e internet	Av. 10 De Agosto N20 52 Y 18 De Septiembre
563	-0.2054783	-78.4991389	Telecabinas lan	Fotocopiado e internet	Av. 10 De Agosto N20 22
564	-0.1974145	-78.4956048	Claro	Fotocopiado e internet	Av. 10 De Agosto N25 80
565	-0.2005204	-78.4910762	Disneys	Fotocopiado e internet	Av Amazonas Y Luis Cordero
566	-0.2006586	-78.4911353	Global net	Fotocopiado e internet	Av Amazonas N24 253 Entre Luis Cordero Y Colon
567	-0.2050477	-78.4922912	Compu idea	Fotocopiado e internet	Av 6 De Diciembre E8 06 E Ignacio De Veintimilla
568	-0.2055527	-78.4920983	Netplace cyber	Fotocopiado e internet	Av 6 De Diciembre E Ignacio De Veintimilla
569	-0.2065	-78.487966	Copias	Fotocopiado e internet	Av 12 De Octubre N24-153
570	-0.20642	-78.496335	Star net	Fotocopiado e internet	Amazonas Y Jorge Washinton
571	-0.2058652	-78.4965835	Docutec	Fotocopiado e internet	9 De Octubre Nro 300 Jorge Washington



572	-0.206329	-78.498324	Copias	Fotocopiado e internet	Calle Gral. Ulpiano Páez N19-51
573	-0.2061914	-78.4935084	Maxifoto	Servicio fotografico	Vicente Ramón Roca E7 55 Y Reina Victoria
574	-0.2066082	-78.4964405	Fujifilm	Servicio fotografico	Av. Amazonas N20-24 Y 18 De Septiembre
575	-0.2014624	-78.4921278	Estudio fotografico la ronda	Servicio fotografico	Av. Amazonas N24-95
576	-0.2020578	-78.4931815	Photo club	Servicio fotografico	Av. Amazonas Y Presidente Wilson
577	-0.1982415	-78.4902673	Puto express	Servicio fotografico	Av. Amazonas Y La Pinta
578	-0.2021466	-78.4933439	Konica	Servicio fotografico	Av. Amazonas N23-47
579	-0.2061837	-78.4993205	Martin y asociados	Servicio fotografico	Av. 10 De Agosto Eje Longitudinal
580	-0.2007459	-78.4911721	Foto estudio sylvia	Servicio fotografico	Av Amazonas Y Luis Cordero
581	-0.2061914	-78.4935084	Free market delicantesen	Tienda y abastos	Vicente Ramón Roca Y Reina Victoria
582	-0.2056099	-78.4939481	Viveres y licores	Tienda y abastos	Vicente Ramón Roca Y Reina Victoria
583	-0.205362	-78.4941374	La universal	Tienda y abastos	Vicente Ramón Roca E6 06 Y Reina Victoria
584	-0.1988541	-78.492673	Mega vlentina	Tienda y abastos	Santa María Y Av. 9 De Octubre Ed. Solamar
585	-0.2003352	-78.4884328	Derek deli	Tienda y abastos	Reina Victoriay San María Esquina
586	-0.205924	-78.4939605	S/n	Tienda y abastos	Reina Victoria Y Vicente Ramón Roca
587	-0.2033343	-78.4917945	City market	Tienda y abastos	Reina Victoria Y Presidente Wilson Esquina
588	-0.2037858	-78.4922089	Fre market delicantesen	Tienda y abastos	Reina Victoria Y Presidente Wilson
589	-0.2049034	-78.4931391	S/n	Tienda y abastos	Reina Victoria Y Jeronimo Carrion
590	-0.2081487	-78.4957316	Yuyis	Tienda y abastos	Reina Victoria N19 24 Y Patria
591	-0.2082026	-78.4957806	Mini market daysy	Tienda y abastos	Reina Victoria N19 08 Y Patria
592	-0.2041449	-78.4913694	Sanjo	Tienda y abastos	Presidente Wilson Y Diego De Almagro
593	-0.197549	-78.4924592	Viveres san marcos	Tienda y abastos	Pizarro Y Santa María
594	-0.1983194	-78.4926768	S/n	Tienda y abastos	Pizarro Y Santa María
595	-0.2046811	-78.4981424	Delicantesen keylita	Tienda y abastos	Pdte Valdivia
596	-0.2033306	-78.4907147	El abasto	Tienda y abastos	Mariscal Fosh Y Reina Victoria
597	-0.2003399	-78.4892657	Minimarket martita	Tienda y abastos	La Rabida Y Santa María
598	-0.2024767	-78.492159	Arturito	Tienda y abastos	Juan León Mera N24 42 Y Wilson
599	-0.2023543	-78.49198	Minimarket amazonas	Tienda y abastos	Juan León Mera E5 142 Y Joaquín pinto
600	-0.2069233	-78.4955757	S/n	Tienda y abastos	Juan León Mera Y 18 De Septiembre
601	-0.201777	-78.4911139	Calama	Tienda y abastos	Juan León Mera N24 C Y Josécaluma

602	-0.2038673	-78.4937657	Figazza	Tienda y abastos	Juan León Mera N 22 37 Y Jeronimo Carrion
603	-0.2015889	-78.4906816	Sabores	Tienda y abastos	Juan León Mera E5 142 Y Lizardo García
604	-0.2033027	-78.4934647	Minimarket cooky's	Tienda y abastos	Juan León Mera E5 142 Ignacio De Veintimilla
605	-0.2059004	-78.4949476	Snakets	Tienda y abastos	Juan León Mera E5 141 Y Jorge Washington
606	-0.2031851	-78.49325	S/n	Tienda y abastos	Juan León Mera E Ignacio De Veintimilla
607	-0.2029714	-78.4902331	S/n	Tienda y abastos	José Calama Y Reina Victoria
608	-0.2063771	-78.4957344	Confiteria express	Tienda y abastos	Jorge Washigton Y Av Amazonas
609	-0.2047877	-78.4983729	Delicantesen melanie	Tienda y abastos	Jorge Washigton E1 45 Y P De Valdivia
610	-0.2014598	-78.4927205	S/n	Tienda y abastos	Joaquín Pinto E4 276
611	-0.2009864	-78.4930609	Confiteria la delicia	Tienda y abastos	Joaquín Pinto E4 215
612	-0.202726	-78.4938529	Minimarket la fragata	Tienda y abastos	Ignacio De Veintimilla E4 165 Y Rio Amazonas
613	-0.2033541	-78.4930313	Lakerss	Tienda y abastos	Baquedano N23 A Y Juan León Mera
614	-0.2001018	-78.4937375	Delicantesen la kascada	Tienda y abastos	Av.Luis Cordero E3 44
615	-0.2018315	-78.4946835	S/n	Tienda y abastos	Av.Ignacio De Ventimilla Y 9 De Octubre Esquina
616	-0.201867	-78.4946051	Abbarotes el vecino	Tienda y abastos	Av.Ignacio De Ventimilla E4 18 Y 9 De Octubre
617	-0.2004822	-78.4952964	Mis marías	Tienda y abastos	Av. General Ulpiano Páez Y Alonso De Mercadillo Esquina
618	-0.2010509	-78.4955652	Despensa elieth	Tienda y abastos	Av. General Ulpiano Páez E Ignacio De Veintimilla
619	-0.1984308	-78.4953559	Full dvd estalin	Tienda y abastos	Av.Colon
620	-0.2016406	-78.4924459	Microcokyes	Tienda y abastos	Av.Amazonas N24-E2
621	-0.2025072	-78.4951552	S/n	Tienda y abastos	Av.9 De Octubre N22 206 Y Gil Ramírez Dávalos
622	-0.205199	-78.49665	Comisariato laboral	Tienda y abastos	Av.9 De Octubre N21-46 Y General Robles
623	-0.2050409	-78.4965607	S/n	Tienda y abastos	Av.9 De Octubre N21 57 Y Jorge Washigton
624	-0.2061068	-78.4971787	Ninelita	Tienda y abastos	Av.9 De Octubre N20-33 Y 18 De Septiembre
625	-0.2025639	-78.4952233	S/n	Tienda y abastos	Av.9 De Octubre N 22 206
626	-0.2017931	-78.4947634	Mi market	Tienda y abastos	Av.9 De Octubre N23 142 Y General Ignacio De Veintimilla
627	-0.2050048	-78.49193	S/n	Tienda y abastos	Av.6 De Diciembre Y General Baquedeano
628	-0.2062785	-78.4976735	S/n	Tienda y abastos	Av.18 D Septiembre Y 9 De Octubre
629	-0.199946	-78.4966958	Mini market mi	Tienda y abastos	Av.10 De Agosto N23

				tiendita	65
630	-0.2041165	-78.4985562	Super natural	Tienda y abastos	Av.10 De Agosto N21-82
631	-0.2043735	-78.4986645	Minimarket lp	Tienda y abastos	Av.10 De Agosto N21-76 Y Jorge Washington
632	-0.2034945	-78.4946251	Minimarket d leos	Tienda y abastos	Av. Amazonas N22-28, Entre Gil Ramírez Dávalos Y Jerónimo Carrión,
633	-0.1972791	-78.4910753	Viveres blaca	Tienda y abastos	Av. R De Triana N26 193
634	-0.2005487	-78.4953803	Delicantesen mis marías	Tienda y abastos	Av. General Ulpiano Páez Y Alonso De Mercadillo Esq,
635	-0.198205	-78.4958756	Togo	Tienda y abastos	Av. Colon N25-141
636	-0.1985022	-78.4903892	Minimarket amandita	Tienda y abastos	Av. Amazonas N26 85
637	-0.2021929	-78.4934275	Mini markey	Tienda y abastos	Av. Amazonas N23-44 Junto Al Hotel Reina Isabel
638	-0.1970133	-78.4933885	Viveres ascazubi	Tienda y abastos	Av. 9 De Octubre E4 142 Y Javier Ascasubi
639	-0.1985782	-78.4961036	Oki doki	Tienda y abastos	Av. 10 De Agosto N24-146 Y Av. Colón,
640	-0.1988259	-78.4962105	La universal	Tienda y abastos	Av. 10 De Agosto N24-114 Y Av. Colón Edificio Muresco
641	-0.2006139	-78.491116	Multiproducto	Tienda y abastos	Av Amazonas Y Luis Cordero
642	-0.2059508	-78.4983537	Distribuidora del huevo	Tienda y abastos	Av 18 De Septiembre Y General Ulpiano Paez
643	-0.206	-78.491533	Mary fruit's	Tienda y abastos	Gral. Ignacio De Veintemilla E8-153
644	-0.205796	-78.491645	Mini market "mafer"	Tienda y abastos	Gral. Ignacio De Veintemilla E8-143
645	-0.20581	-78.490146	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Calle Wilson E9-11
646	-0.206716	-78.489522	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Calle Wilson E10-33
647	-0.206564	-78.489599	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Calle Wilson E10-23
648	-0.207324	-78.492748	Q'tal deli market	Tienda y abastos	Calle Vicente Ramón Roca Y Gral. Leonidas Plaza Gutierrez
649	-0.209741	-78.485032	Viveres carolina	Tienda y abastos	Calle Valladolid N24
650	-0.212051	-78.484139	Viveres veronica	Tienda y abastos	Calle Valladolid E14-146
651	-0.205707	-78.48901	Market jerry's	Tienda y abastos	Calle Mariscal Foch E9-76
652	-0.2064215	-78.488579	Market micro klever	Tienda y abastos	Calle Mariscal Foch E10-46
653	-0.211195	-78.482219	Mercado preferido	Tienda y abastos	Calle Madrid E16-61
654	-0.210725	-78.482888	Abarrotes jurado	Tienda y abastos	Calle Madrid E16
655	-0.210709	-78.482892	Micro mercado más por menos	Tienda y abastos	Calle Madrid E16
656	-0.207842	-78.486569	Mr. John	Tienda y abastos	Calle Madrid E12-71
657	-0.204302	-78.488635	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Calle Lizardo García E8-

155

658	-0.20574	-78.490399	Tienda de mi barrio	Tienda y abastos	Calle Leonidas Plaza Y Wilson N23-110
659	-0.206321	-78.491309	Market granel	Tienda y abastos	Calle Leonidas Plaza E9 Y Gral. Ignacio De Veintemilla N23
660	-0.202909	-78.485039	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Calle José Tamayo N24-664
661	-0.207164	-78.490927	Market lo que sea pess!	Tienda y abastos	Calle José Tamayo N22-57
662	-0.208824	-78.493737	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Calle Jorge Washington E9-47
663	-0.206045	-78.497119	Minimarket minelita	Tienda y abastos	Calle Jorge Washington N20-40
664	-0.2048	-78.49841	Delaicatesen melani	Tienda y abastos	Calle Jorge Washington E1-35
665	-0.204836	-78.498522	Rico café	Tienda y abastos	Calle Jorge Washington E1-27
666	-0.206624	-78.49218	Market	Tienda y abastos	Calle Jeronimo Carrión E8-146
667	-0.208222	-78.491138	Mini market "leonel"	Tienda y abastos	Calle Jeronimo Carrión E10-76
668	-0.207884	-78.491305	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Calle Jeronimo Carrión E10-24
669	-0.206605	-78.498472	Coffee shop	Tienda y abastos	Calle Gral. Ulpiano Páez N19-25
670	-0.204196	-78.488323	Viveres ronaldo	Tienda y abastos	Calle Gral. Leonidas N24-272
671	-0.207198	-78.485238	Viveres "la floresta"	Tienda y abastos	Calle Francisco Galavis E12-121
672	-0.207482	-78.485453	Viveres andalucia	Tienda y abastos	Calle Andalucia N24-96
673	-0.206027	-78.484033	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Calle Andalucia N24-324
674	-0.206546	-78.49719	Cositas ricas	Tienda y abastos	Calle 18 De Septiembre
675	-0.206703	-78.493304	Mini despensa "mary"	Tienda y abastos	Av.6 De Diciembre N21-144
676	-0.206939	-78.488765	Sanduches "carmita"	Tienda y abastos	Av.12 De Octubre N24-55
677	-0.212491	-78.484862	Viveres alexandra	Tienda y abastos	Av. Ladrón De Guevara E13-267
678	-0.212635	-78.488184	Plaza brazilia	Tienda y abastos	Av. Ladrón De Guevara E12-241
679	-0.205034	-78.482327	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Av. La Coruña E12-36
680	-0.204993	-78.48235	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Av. La Coruña E12-35
681	-0.20982	-78.482335	Don "e"	Tienda y abastos	Av. Coruña N24-85
682	-0.209627	-78.48235	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Av. Coruña N24-81
683	-0.2105	-78.482405	Micro castellana 2	Tienda y abastos	Av. Coruña N24-20
684	-0.207825	-78.482021	Las delicias de vicente	Tienda y abastos	Av. Coruña
685	-0.203517	-78.483585	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Av. Colón E11-74
686	-0.206642	-78.493245	La esquina del bolón	Tienda y abastos	Av. 6 De Diciembre N21-152
687	-0.207133	-78.493659	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Av. 6 De Diciembre N21-106

CONTINÚA



688	-0.2039925	-78.482897	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Av. 12 De Octubre N24-831
689	-0.208106	-78.490509	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Av. 12 De Octubre N22-57
690	-0.203983	-78.496905	Tienda de abasto	Tienda y abastos	Av. 10 De Agosto N21-142
691	-0.204288	-78.498856	Minimarket lyp	Tienda y abastos	Av. 10 De Agosto N21-04
692	-0.208127	-78.490688	Okidoki	Tienda y abastos	Av 12 De Octubre N22-57
693	-0.204998	-78.488209	Vitta brasil	Venta al por menor de calzado	Calle Lizardo García E9-101
694	-0.2015974	-78.4923685	Roy sport	Venta al por menor de calzado	Av. Amazonas N24-47
695	-0.2017501	-78.492639	El arte del cuero	Venta al por menor de calzado	Av. Amazonas N24-26 Y Wilson
696	-0.2018238	-78.4927707	El palacio de la bota española	Venta al por menor de calzado	Av. Amazonas N24-16 Y Wilson
697	-0.2012988	-78.4918357	Aramis el cuero	Venta al por menor de calzado	Av. Amazonas N24-142
698	-0.2046895	-78.4963575	Botas falcon	Venta al por menor de calzado	Av.9 De Octubre Y General Robles
699	-0.2021471	-78.4949788	Calzado gildo	Venta al por menor de calzado	Av.9 De Octubre N22 143 Y Gil Ramírez Dávalos
700	-0.206715	-78.494986	Venta al por menor zapatos	Venta al por menor de calzado	Av. Patria Y Gral. Upiano Paez
701	-0.1965765	-78.4924276	Magnolia	Venta al por menor de calzado	Av. Francisco De Orellana E4- 28 Y Marieta De Veintimilla
702	-0.2009137	-78.4891004	Global shoes	Venta al por menor de calzado	Av. Cristobal Colon E6 43
703	-0.2023419	-78.4936904	El cuero	Venta al por menor de calzado	Av. Amazonas N23-30
704	-0.2023419	-78.49369	Patricio	Venta al por menor de calzado	Av. Amazonas N23-26
705	-0.2059549	-78.4992867	Liquidacion de calzado	Venta al por menor de calzado	Av. 10 De Agosto Y 18 De Septiembre
706	-0.2012988	-78.4918357	Casa del cuero	Venta al por menor de calzado	Amazonas N24-141 Y Foch
707	-0.201554	-78.4922914	Calzado abeja	Venta al por menor de calzado	

CONTINÚA 

708	-0.2037937	-78.4964691	L y k	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Vicente Ramón Roca E3 29 Y Ulpiano Paez
709	-0.2003917	-78.4883015	Servicompu	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Santa María Y Reina Victoria
710	-0.2048993	-78.4981884	Pc y pc solutions	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Jorge Washigton Y P De Valdivia
711	-0.2048758	-78.4982275	Metrocom	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Jorge Washigton N21 142 Y P De Valdivia
712	-0.2065085	-78.4954899	Tablet pc	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Jorge Washigton N21 142 Y Juan León Mera
713	-0.2025708	-78.4953497	Movistar	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Gil Ramirez Dávalos E3 78 Y 9 De Octubre
714	-0.1987369	-78.4946511	Tegno mega	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Colón E2-56 Entre 10 De Agosto Y 9 De Octubre
715	-0.205803	-78.488912	Impresoras	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Calle Mariscal Foch E9-94
716	-0.206478	-78.488457	Imprenta ecografica	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Calle Mariscal Foch E10-46
717	-0.207362	-78.486785	Compu soft	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Calle Isabel Católica, Edificio Isabel Plaza
718	-0.2047306	-78.4921116	Cromatik press	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Baquedano E7-67 Y 6 De Diciembre,
719	-0.2037509	-78.496844	Punto pc	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av. General Ulpiano Páez 452 Y Ramón Roca Esquina
720	-0.2037509	-78.496846	Computers	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av. General Ulpiano Páez 452 Y Ramón Roca

721	-0.2045612	-78.4969254	Ordenatech	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av. General Robles Y Ulpiano Paez
722	-0.2037137	-78.4958225	Los perfumes y algo mas	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av.9 De Octubre Y Vicente Ramón Roca
723	-0.2035467	-78.4957215	Vedwin system	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av.9 De Octubre Y Edf Jawe
724	-0.202868	-78.4953552	Compu excelencia	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av.9 De Octubre N22 57 Y Gil Ramírez Dávalos
725	-0.2049264	-78.4919823	Bios center	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av.6 De Diciembre Y General Baquedeano
726	-0.2075338	-78.4943418	Especialistas en laptods	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av.6 De Diciembre N21 16
727	-0.2066039	-78.4971532	Gama electronic	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av.18 D Septiembre N20 142 Y 9 De Octubre
728	-0.1992354	-78.4859361	Av computers	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av. Yáñez Pinzón N26 179 Y La Niña
729	-0.206782	-78.497807	Universo celular	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av. Río Amazonas 142
730	-0.202983	-78.484581	Repuestos de computador	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av. Colón E10-44
731	-0.205298	-78.491169	Fcs computer	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av. 6 De Diciembre N23-66
732	-0.208628	-78.491328	Repuestos de computador	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av. 12 De Octubre Edificio 12 De Octubre 10-35
733	-0.1966413	-78.4952731	Zone digital	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av. 10 De Agsoto N26 50 Y Francisco De Orellana

734	-0.2059001	-78.4986313	Sony panasonic	Venta al por menor de computadoras software y suministros	Av 18 De Septiembre E2 55
735	-0.2044558	-78.4953276	Dr celular	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Vicente Ramón Roca N21 C 142 Y Amazonas
736	-0.2025799	-78.4923149	Black be	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Juan León Mera Y Wilson
737	-0.2063418	-78.4958062	Repuestos	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Jorge Washigton Y Av Amazonas
738	-0.201559	-78.4926491	Movistar	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Joaquín Pinto N24a 142 Y Río Mazonas
739	-0.2053108	-78.4930816	Celular fin	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Jeronimo Carrion Y Reina Victoria
740	-0.2028196	-78.4949103	Servicio tecnico x	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Gil Ramirez Dávalos E4 35 Y 9 De Octubre
741	-0.1987719	-78.4945683	Mk shop	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.Cristobl Colon E3-16 Y 9 De Octubre
742	-0.2044953	-78.4953486	Dr celular	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.Amazonas N211 C0-44 Y Vicente Ramón Roca
743	-0.2066945	-78.4964889	Dr celular	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.Amazonas N20-20 Y 18 De Septiembre
744	-0.2015096	-78.4922118	Smartphone center	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.Amazonas N24-53
745	-0.2017501	-78.4926392	Movistar	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.Amazonas N24-41 Y Wilson
746	-0.2029508	-78.4954004	Macrotegnology	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.9 De Octubre Y Gil R Dávalos



747	-0.2036278	-78.4957704	Will cell	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.9 De Octubre Y Edf Jawe
748	-0.2066193	-78.4933828	Macrotec	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.6 De Diciembre Y Vicente Ramón Roca
749	-0.2041165	-78.4985562	Casa korea	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.10 De Agosto N21-80 Y Jorge Washington
750	-0.2033459	-78.4982311	S/n	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av.10 De Agosto N21 172
751	-0.2062312	-78.4992801	Claro	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av. N19 Patria
752	-0.1989249	-78.4941167	Impact cel	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av. Cristobal Colon N25 142 Y Av. 9 De Octubre
753	-0.2039716	-78.4948952	Éxito celular	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av. Amazonas Frente Al Banco Del Bank
754	-0.2068436	-78.4965725	Universo del celular	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av. Amazonas Y 18 De Septiembre (Esquina) Diagonal Hilton Co
755	-0.197622	-78.489937	Cell bits	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av. Amazonas N26 201 Y La Niña Esquina
756	-0.1978784	-78.490092	One solutions	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av. Amazonas N26 201 Y La Niña Esquina
757	-0.1995988	-78.490791	Makrocell	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av. Amazonas N25 50 Y Santa María
758	-0.205119	-78.4922424	Celular fin	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Av 6 De Diciembre E8 20 E Ignacio De Veintimilla
759	-0.2040698	-78.4894907	Cricell	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	6 De Diciembre Y José Calama

760	-0.2054252	-78.4957577	Centro de atencion al usuario claro	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	
761	-0.2034398	-78.4982707	Moto facil	Venta de articulos electrodomesticos y electronicos para el hogar	Av.10 De Agosto Edificio Santa Rosa
762	-0.1984873	-78.4960644	Fortaleza	Venta de articulos electrodomesticos y electronicos para el hogar	Av. 10 De Agosto N24-162 Y Colón
763	-0.2039008	-78.4948562	Mundo led	Venta de articulos electrodomesticos y electronicos para el hogar	Av. Amazonas N21-271 Frente Al Banco Del Bank
764	-0.20642	-78.496335	Almacen chimborazo	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	
765	-0.2043603	-78.4954954	Skiros	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Vicente Ramón Roca Y Amazonas
766	-0.2039667	-78.4961733	Dkche	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Vicente Ramón Roca Y 9 De Octubre
767	-0.2042738	-78.4956498	Roca	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Vicente Ramón Roca E4 40 Y Amazonas
768	-0.2021491	-78.4961951	Jk	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Ramirez Dávalos N22b 142
769	-0.2026304	-78.4923955	Cholo machine	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Juan León Mera Y Wilson
770	-0.2032491	-78.4933399	Andes 6000	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Juan León Mera N23-54 Y Wilson
771	-0.2068473	-78.495532	Zurita impotadores	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Juan León Mera N20-59 Y Jorge Washington
772	-0.2065578	-78.4953278	El aborigen	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Juan León Mera E5-81 Y Jorge Washington
773	-0.2025799	-78.4923149	Nyla	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Juan León Mera E5 142 Y Wilson
774	-0.2070909	-78.4956695	S/n	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Juan León Mera Y 18 De Septiembre
775	-0.2029341	-78.492864	Alpaca moda	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Juan León Mera N 23 69 Y Wilson
776	-0.2073812	-78.4947438	Aly artesanias	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Jorge Washigton E7 35 Reina Victoria

777	-0.206801	-78.495177	Studio smoking	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Jorge Washigton E7 35 Reina Victoria
778	-0.2047012	-78.4925264	Boutique lyda maría	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Ignacio De Veintimilla E7 29 Y Reina Victoria
779	-0.206082	-78.489933	Zaky	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Calle Wilson E9-55
780	-0.203768	-78.487735	Men´s store	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Calle Vaquerizo Moreno E9-55
781	-0.211499	-78.482449	Tienda de ropa	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Calle Madrid E16-06
782	-0.210394	-78.483272	Ta. Desingns	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Calle Madrid E14-89 Y Mallorca
783	-0.209177	-78.481974	Confecciones diego	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Calle Luis Vizcaya E14-105
784	-0.204405	-78.485902	Dormel	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Calle Luis Cordero E10
785	-0.205842	-78.499052	Lunalit	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Calle 18 De Septiembre
786	-0.201145	-78.4956107	Chichicos	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. General Ulpiano Páez N23 13
787	-0.2022671	-78.4961158	Jk boutique	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. General Ulpiano Páez N22 75
788	-0.2056649	-78.4950336	Ariana	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. General Robles Y Juan León Mera
789	-0.1990234	-78.4939838	Magbor	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.Cristobal Colon Y 9 De Octubre
790	-0.2056892	-78.495872	Mundo fashion	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.Amazonas Y Jorge Washington
791	-0.2030525	-78.494366	Almacen gran macau	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.Amazonas Y Gil Ramírez Dávalos N 22 B Frente A Fashion Woman
792	-0.2018238	-78.4927707	Fashion bencer	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.Amazonas N24-08 Y Wilson
793	-0.203659	-78.4947175	Kelly with love	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.Amazonas N22 Y Jeronimo Carrion
794	-0.205199	-78.49665	Gianfranco boutique	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.9 De Octubre N21-46 Y General Robles
795	-0.2054545	-78.4967964	Anime no camisama	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.9 De Octubre N21-20 Y Jorge Washigton

796	-0.2037137	-78.4958225	El vaquero	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.9 De Octubre N21 241
797	-0.2063575	-78.4973384	Para ti papa	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.9 De Octubre N20-142 Y 18 De Septiembre
798	-0.204307	-78.4961676	chic@s	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.9 De Octubre N2 157 Edificio Santa Teresita
799	-0.2043846	-78.49621	Gaby novendades	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.9 De Octubre N2 157 Edificio Santa Teresita
800	-0.2082735	-78.4951407	S/n	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.6 De Diciembre Y 18 De Septiembre
801	-0.2070841	-78.4963311	S/n	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.18 D Septiembre Y 9 De Octubre
802	-0.2067556	-78.4968841	S/n	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.18 D Septiembre E4 42
803	-0.206882	-78.488654	Angel's-dream	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.12 De Octubre N24-71
804	-0.206703	-78.488636	Filafil	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.12 De Octubre N24b
805	-0.2035468	-78.4983159	Núñez sanches	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.10 De Agosto N21-150 Y San Gregorio
806	-0.20293	-78.4980377	Almacenes el globo	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.10 De Agosto N21 228
807	-0.2030053	-78.4980727	Rachel	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.10 De Agosto Edificio Intriago
808	-0.1991461	-78.4963912	New style	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av.10 De Agosto 2294 Y Cordero
809	-0.2034125	-78.4945773	Almacen tokio	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N22-43, Entre Gil Ramírez Dávalos Y Jerónimo Carrión,
810	-0.2035758	-78.494672	B' estilo	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N22-19, Entre Gil Ramírez Dávalos Y Jerónimo Carrión,
811	-0.2035758	-78.494672	Pro textil	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N22-19, Entre Gil Ramírez Dávalos Y Jerónimo Carrión,
812	-0.2031402	-78.4944182	Brisas shopping	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N22 50 Y Ramrez Dvalos
813	-0.2031825	-78.4944432	Palacio del cinturon	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N22 48 Y Ramrez Dvalos

814	-0.1978118	-78.491226	La marquesa	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. R De Triana N26 127
815	-0.1978987	-78.4912503	Tu uniforme	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. R De Triana N26 111
816	-0.211531	-78.483223	tienda de ropa	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Ladrón De Guevara E13-477
817	-0.212856	-78.487508	Lanas argentinas lho	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Ladrón De Guevara E13-323
818	-0.1995151	-78.4872548	Sexy locuras	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Diego De Almagro N26 124 Y La Pinta
819	-0.1996349	-78.492142	Almacenes hong kong	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Cristobal Colon Ed. Torres De La Colon
820	-0.2009536	-78.489005	Oulet	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Cristobal Colon E6 47
821	-0.2009133	-78.4891004	Romanel mega store	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Cristobal Colon E6 45
822	-0.1995429	-78.4923775	Valary	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Cristobal Colon E4 151
823	-0.1993354	-78.4928829	Baraton b' stilo	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Cristobal Colon E4 127 Y Mariscal Fosh
824	-0.1992942	-78.4929661	Enma	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Cristobal Colon E4 115 Y Mariscal Fosh
825	-0.2067651	-78.4965285	Hong kong	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas Y 18 De Septiembre
826	-0.2018768	-78.4928619	Creations	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N24-07
827	-0.2022852	-78.4935949	La vestidora	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N23-36
828	-0.2023842	-78.4937653	Lord and ladies	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N23-06
829	-0.2024309	-78.4938483	Ferrati	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N23-04
830	-0.2034125	-78.4945773	Fasion shop	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N22-50; Entre Carrión Y Veintimillas
831	-0.2033367	-78.4945331	La rebaja	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas N22-48; Entre Carrión Y Veintimillas
832	-0.1997761	-78.4908426	G y e	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas Y Santa María

833	-0.2040384	-78.4949657	Mayor piel	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas
834	-0.2041941	-78.4950536	Cocoa co	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. Amazonas
835	-0.1972182	-78.4934506	Trajes el buen vestir	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 9 De Octubre N26 147 Y Javier Ascasubi
836	-0.205431	-78.491672	Hilana	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 6 De Diciembre Y Gral. Ignacio De Veintemilla N23-10
837	-0.203693	-78.488363	Sol boutique	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 6 De Diciembre
838	-0.2058379	-78.4992562	Lanafit	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 10 De Agosto Y 18 De Septiembre
839	-0.198669	-78.4961428	B' estilo	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 10 De Agosto N24-138 Y Av. Colón,
840	-0.1988259	-78.4962105	Botontagua	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 10 De Agosto N24-114 Y Av. Colón Edificio Muresco 2p
841	-0.204382	-78.498892	Rosy boutique	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 10 De Agosto N21-46
842	-0.202794	-78.498363	Almacenes globo	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 10 De Agosto N21-228
843	-0.2056737	-78.4992045	Saldos	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 10 De Agosto N20 140 Y 18 De Septiembre
844	-0.206125	-78.49877	El príncipe	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av. 10 De Agosto Calle 18 De Septiembre
845	-0.2007459	-78.4911721	Moda fashion	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av Amazonas Y Luis Cordero
846	-0.2008317	-78.4912109	Perfect space	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av Amazonas Y Luis Cordero
847	-0.2004191	-78.4910341	Ciudad de la moda	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av Amazonas Y Cristobal Colon
848	-0.2048468	-78.4988878	Almacenes linny	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av 10 Agosto N20 92
849	-0.2048468	-78.4988878	Atavio city	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Av 10 Agosto N20 90
850	-0.2058652	-78.4965835	La boutique	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	9 De Octubre Nro 300 Jorge Washington
851	-0.1984873	-78.4960644	Amigui	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	10 De Agosto N24-166 Y Cordero Frente A Kywi

852	-0.2056786	-78.4959051	Moda y estilo	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	
853	-0.2010803	-78.4929934	Bird garden	Veterinaria	Joaquín Pinto E4 225
854	-0.2113892	-78.4824795	S/n	Peluquerías y salones de belleza	Madrid N24b Y Austrias
855	-0.2113797	-78.4824364	Pastelera flores	Panaderia	Madrid E16 Y Austrias
856	-0.2113797	-78.4824364,	El trebol	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Madrid E16 Y Austrias
857	-0.2113402	-78.4823568	Distribuidor de pollos y huevos al por menor	Tienda y abastos	Madrid E16 Y Austrias
858	-0.2111842	-78.4822378	La espiga	Panaderia	Madrid E16 Y Austrias
859	-0.2110946	-78.4822499	Madrid	Barzar - papeleria	Madrid E16 Y Austrias
860	-0.2110946	-78.4822499	Los amigos	Ferreteria	Madrid E16 Y Coruña
861	-0.2110116	-78.4822814	Aquamatic	Lavanderia	Madrid E16-05 Y Coruña
862	-0.2110116	-78.4822814	La fonda del parque	Cafetería	Madrid 440
863	-0.2109058	-78.4828022	Centeno	Panaderia	Madrid N24b 142
864	-0.2114355	-78.4820591	Sala de belleza cryss	Peluquerías y salones de belleza	Madrid, Casal Avila, Redondel La Floresta
865	-0.2120489	-78.4811081	Viveres luisito	Tienda y abastos	Gerona E17 134
866	-0.2107311	-78.4830054	Sana sana	Farmacia	Madrid 634 Y Coruña
867	-0.2107311	-78.4830054	Mas por menos	Tienda y abastos	<b>Madrid</b> 634 Y Coruña
868	-0.2106669	-78.4830834	Viveres la campiña	Tienda y abastos	
869	-0.2106669	-78.4830834	Distribuidora floresta	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	CII Madrid 648 Y Mayorga
870	-0.2107862	-78.4829369	Cruz azul	Farmacia	<b>Madrid</b> E14-144
871	-0.2106669	-78.4830834	Madrid	Peluquerías y salones de belleza	<b>Madrid</b> E14-122 Y Av. Ladron De Guevara
872	-0.210534	78.4832446	Panificadora ambato	Panaderia	<b>Madrid</b> E14-101
873	-0.2105957	-78.4831703	Comercial floresta	Barzar - papeleria	Madrid E14-101
874	-0.2104559	-78.4833378	Tejidos alemania desing	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	<b>Madrid</b> E14-89 (Mallorca)
875	0.2104559	78.4833378,	Satelec	Ferreteria	<b>Madrid</b> E14-84
876	-0.2102219	-78.4836211	Romero	Ferreteria	<b>Madrid</b> E14-55
877	-0.2101688	-78.4836865	F. Junior	Ferreteria	Madrid E14 21 Mayorca Edf La Castellana Color Cafe Piso P
878	-0.2102219	-78.4836211	Gypsun y los mejores pisos	Ferreteria	Madrid E14 64y Y Mallorca

879	-0.210056	78.4838249	Bioimagen	Peluquerías y salones de belleza	Toledo N23-126 Y Madrid
880	-0.2095894	-78.4843952	Paodis	Barzar - papeleria	Madrid E13-117
881	-0.2091001	-78.4849861	Calzado armendaris	Venta al por menor de calzado	Av. Madrid Y Valladolid
882	-0.2087259	-78.4854529	Supermercado	Tienda y abastos	Valladolid N24 - 197 Y Madrid
883	-0.2087921	-78.4853701	Janeth	Peluquerías y salones de belleza	Valladolid N24 - 197 Y Madrid
884	-0.2086541	-78.4855419	Cyber plus	Fotocopiado e internet	Madrid Y Toledo
885	-0.2086541	-78.4855419	Aqua viva	Peluquerías y salones de belleza	Madrid Y Toledo
886	-0.207943	78.486417,	Buhojo	Fotocopiado e internet	Madrid E12 37
887	-0.2078903	-78.4864818	Grupo familia	Tienda y abastos	Madrid E12 21
888	-0.2077354	-78.48668	Producciones graficas	Imprenta	Madrid 1256 Andalucia
889	-0.2074795	-78.4869855	Pan colombia	Panaderia	Isabela Catolica Y Madrid
890	-0.2093463	-78.4863844	Quinde	Cafetería	Toledo Y Madrid
891	-0.2086917	-78.4858424	Gigantografias	Imprenta	Toledo N23 184
892	-0.2087714	-78.4859063	S/n	Fotocopiado e internet	Fdc Cn Msc Edf Gil Toledo 853 Y Madrid
893	-0.2087714	-78.4859063	Ferreteria y vidreria	Ferreteria	Fdc Cn Msc Edf Gil Toledo 857 Y Madrid
894	-0.2080985	-78.485316	Meiji	Peluquerías y salones de belleza	Toledo N24-58 Y Madrid - Edificio Samaría
895	-0.2057244	-78.4843833	Digital photo expres	Servicio fotografico	<b>Isabel La Catolica Y Cordero Esq</b>
896	-0.2057244	-78.4843833	Spectrum	Optica	<b>Isabel La Catolica Y Cordero Esq</b>
897	-0.2055809	-78.4841251	Hansel y gretel	Cafetería	<b>Isabel La Catolica Y Cordero</b>
898	-0.2044704	-78.4820102,	Nina smith decor	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Isabela Catolica N24 123
899	-0.2084665	-78.4838875	Mena	Ferreteria	Pontevedra Y Guipuzcoa
900	-0.2116049	-78.4867751	Namy market	Tienda y abastos	Lugo E13 183
901	-0.2110203	-78.4850527	S/n	Imprenta	Lugo Y Valladolid
902	-0.2091101	-78.4832437	La cleta	Cafetería	Lugo Ed. Mandeleine
903	-0.2077948	-78.4821431	Nesquik	Panaderia	La Coruña Y Lugo
904	-0.2083566	-78.4821253	Ferreteria alban jr	Ferreteria	La Coruña E14a Y Mallorca
905	-0.2049771	-78.4824115	El horno	Panaderia	La Coruña Y Toledo



906	-0.2121385	-78.4847077	Vip	Peluquerías y salones de belleza	Lerida Y Ladron De Guevara
907	-0.1978338	-78.49007,	Escapetour	Agencia de viajes	Av. Amazonas. N 26-179 Y Av. Orellana Edif. Torre Alba P.B.
908	-0.198965	-78.4901323	La tunda	Bar-discoteca	Reina Victoria N26-143 Y La Niña
909	-0.1991359	-78.4867408	Ecoventura suc	Agencia de viajes	La Niña E8-52 Y Av. Diego De Almagro
910	-0.2011682	-78.4885689	E.v.o. Repts. Cia. Ltda.	Agencia de viajes	Reina Victoria N35-33 Y Cristobal Colón
911	-0.2012189	-78.4951832	Indian	Bar-discoteca	Juan León Mera E24-125 Y Foch
912	-0.201283	-78.4884746	Enlacemundo	Agencia de viajes	Av. Cristobal Colon Y Reina Victoria
913	-0.2014919	-78.4868575	Endless expeditions	Agencia de viajes	Yáñez Pinzón N25-70 Y Av. Colon
914	-0.201636	-78.4868575	Attic bar the	Bar-discoteca	Juan León Mera 1238 Y Lizardo García
915	-0.2017143	-78.4904338	Kaoko bar de los panas	Bar-discoteca	Lizardo García E5-24 Y Juan León Mera
916	-0.2017143	-78.4904338	Mayo	Bar-discoteca	Lizardo García Ne5-15 Y Juan León Mera
917	-0.2017241	-78.490909	Om calama discoteca	Bar-discoteca	Juan León Mera N24-189 Lizardo García
918	-0.2019649	-78.4913228	African "el safary"	Bar-discoteca	Juan León Mera N-24131 Y Calama
919	-0.2019649	-78.4913228	One more	Bar-discoteca	Calama E5-10 Y Juan León Mera
920	-0.2021476	-78.4901253	Blu cat	Bar-discoteca	Lizardo García E6-21 Y Reina Victoria
921	0.202184	-78.4927906	Dulce sensacion	Bar-discoteca	Presidente Wilson E4-248 Y Amazonas
922	-0.2022262	-78.4917713	New york place	Bar-discoteca	Juan León Mera N24-83 Y Foch
923	-0.2022765	-78.4918519	Ars amandi	Bar-discoteca	Juan León Mera N24-70 Y Joaquín Pinto
924	-0.2022765	-78.4918519	Estudio 7	Bar-discoteca	Juan León Mera N24-70 Y Joaquín Pinto
925	-0.2023482	-78.4907019	Karukera	Bar-discoteca	Calama E6-19 Y Reina Victoria
926	-0.2023531	-78.4921861	Lennon	Bar-discoteca	Lizardo García E7-03 Y Reina Victoria
927	-0.2023531	-78.4921861	Lennon 2	Bar-discoteca	Lizardo García E7-31 Y Reina Victoria
928	-0.202512	-78.4925475	Greek zeus	Bar-discoteca	Juan León Mera N23-103 Y Wilson
929	-0.2026413	-78.4918142	Int.de v.y t. Creter tour	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E5-29 Y Juan León Mera
930	-0.2026523	-78.4906689	Luis tipan travel	Agencia de viajes	Reina Victoria N24-150 Y Calama
931	-0.203157	-78.493553	Vocogo travel	Agencia de viajes	Ignacio De Veintimilla E4-218 Juan León Mera
932	0.2032925	78.4913327	El español	Bar-discoteca	Reina Victoria 268 Y Joaquín Pinto
933	-0.2033541	-78.4930313	Ecoandes travel	Agencia de viajes	Juan León Mera N23-36 Y Baquedano

934	-0.2033811	-78.4933981	Lucky charm pub & beer	Bar-discoteca	Pinto E7-39 Y Reina Victoria
935	-0.2035417	-78.4932966	Ecosportour	Agencia de viajes	Veintimilla E5-13 Y Juan León Mera
936	-0.2036194	-78.4873133	Viajes via natura vinatura	Agencia de viajes	Francisco Salazar E10-37 Y Tamayo
937	-0.2038018	-78.493103	Cherusker	Bar-discoteca	Pinto E7-85 Diego De Almagro
938	-0.2045633	-78.4951406	Viturna viajes y turismo nuevo amanecer	Agencia de viajes	Roca E4-49 Y Av. Rio Amazonas
939	-0.2047112	-78.4849048	Viajes tucan reisen tureisen	Agencia de viajes	Av.12 De Octubre N24-562 Luis Cordero
940	-0.2051733	-78.4955877	Ecologicaturis	Agencia de viajes	Av. Amazonas N21-108 Y Robles
941	-0.2051941	-78.4897415	Ecuador galápagos travels	Agencia de viajes	Veintimilla E10-78 Y Av. 12 De Octubre
942	-0.2055369	-78.4966395	Julio´s karaoke	Bar-discoteca	Juan León Mera N21-178 Vicente Ramón Roca
943	-0.2055369	-78.4966395	Julio´s karaoke no 2	Bar-discoteca	Amazonas N24-219 Luis Cordero
944	-0.2064607	-78.490287	Cerveza abysmo	Bar-discoteca	Av. 12 De Octubre 1533 Y Mariscal Foch
945	-0.2028759	-78.4932279	Okylounge	Bar-discoteca	Pinto 279 Y Reina Victoria
946	-0.2100334	-78.4841151	Vida verde	Agencia de viajes	Jorge Washington E4-59 Av. Rio Amazonas
947	-0.1992192	-78.4898823	Pickalás	Bar-discoteca	Reina Victoria N26-139 Y La Niña
948	-0.2036851	-78.4832141	Euroasia viajes s a	Agencia de viajes	Av. 12 De Octubre N24-739 Y Av. Colon
949	-0.2028759	-78.4932279	Okylounge	Bar-discoteca	Pinto 279 Y Reina Victoria
950	-0.2100334	-78.4841151	Vida verde	Agencia de viajes	Jorge Washington E4-59 Av. Rio Amazonas
951	-0.19921923	-78.489882	Pickalás	Bar-discoteca	Reina Victoria N26-139 Y La Niña
952	-0.2036851	-78.4832141	Euroasia viajes s a	Agencia de viajes	Av. 12 De Octubre N24-739 Y Av. Colon
953	-0.2015485	-78.4922878	Huequito de maribel el	Bar-discoteca	Foch E 4-215 Y Av. Amazonas
954	-0.2016445	-78.4912098	Aragonn	Bar-discoteca	Calama E4-381 Y Juan León Mera
955	-0.2018599	-78.4923754	High summits	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E4-358 Juan León Mera
956	-0.2019823	-78.4916988	Humaba	Bar-discoteca	Foch E5-24 Y Juan León Mera
957	-0.202005	-78.4902314	Islamontana travel	Agencia de viajes	Josétamayo N24-283 Y Lizardo García
958	-0.202005	-78.4902314	Travelpointviajes	Agencia de viajes	Josétamayo N24-283 Y Lizardo García
959	-0.2021023	-78.4922018	Sandaes turismo	Agencia de viajes	Joaquín Pinto E4-286 Av. Rio Amazonas
960	-0.2021023	-78.4922018	Galapagos options galopt	Agencia de viajes	Joaquín Pinto N24-75 Av. Rio Amazonas
961	-0.2021167	-78.4908701	Blue lounge quito 2	Bar-discoteca	Calama E5-44 Y Juan León Mera

962	-0.2021167	-78.4908701	Blue lounge quito	Bar-discoteca	Calama E5-44 Y Juan León Mera
963	-0.2023482	-78.4907019	Centro de salud la cantina	Bar-discoteca	Calama E6-19 Y Reina Victoria
964	-0.2029582	-78.4908722	Agora pool music	Bar-discoteca	Foch E5-43 Y Reina Victoria
965	-0.2029925	-78.490875	Azuca beach	Bar-discoteca	Foch E6-11 Y Reina Victoria
966	-0.2031882	-78.491563	Brauplatz	Bar-discoteca	Foch E7-38 Y Reina Victoria
967	-0.2034022	-78.491878	Food loose	Bar-discoteca	Foch E7-60 Y Diego De Almagro
968	-0.2034846	-78.4906069	Flags	Bar-discoteca	Diego De Almagro E7-86 Y Foch
969	-0.2019722	-78	La caverna del cuero	Venta al por menor de calzado	Av. Amazonas Y Veintimilla
970	-0.1976924	-78.49071	Empanadas bolivianas cochabamba	Cafetería	Gangotena N26-182 Y Av. Francisco De Orellana
971	-0.1978338	-78.49007	Frutely el sabor lo pones tú	Cafetería	Amazonas N26-179 Francisco De Orellana
972	-0.1988887	-78.4942064	Cyber ice	Fotocopiado e internet	Av. Colon E3-39 Y 9 De Octubre
973	-0.1989442	-78.4938264	Sanduches y fritadas de la 9 de octubre	Cafetería	Av. 9 De Octubre N2512 Y Santa María
974	-0.1995472	-78.4860676	Youka	Cafetería	Yanez Pinzon N26-175 La Niña
975	-0.2012377	-78.4958353	Kiosko del pan el	Panadería	Ulpiano Paez 840 Y Veintimilla
976	-0.2014057	-78.4955058	Naturissimo	Cafetería	Veintimilla E4-203 Y Juan Leon Mera
977	-0.201585	-78.491972	D'empanadas dominicanas	Cafetería	Av Amazonas E4-215 Mariscal Foch
978	-0.201867	-78.4946051	Youka	Cafetería	9 De Octubre N22-168 Y Veintimilla
979	-0.2019558	-78.4921368	Fonfone café	Cafetería	Av. Rio Amazonas E24-96
980	-0.2020851	-78.4928624	En papagüevos	Cafetería	Wilson E4-229 Y Av. Amazonas
981	-0.2021461	-78.4933455	Barac barac	Bar-discoteca	Wilson E4-229 Y Av. Amazonas
982	-0.2022721	-78.4927247	Las delicias de la fruta	Cafetería	Av. Amazonas 864 Y Wilson
983	-0.2022885	-78.4935994	Piquitos	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Veintimilla N23-31 Av. Amazonas
984	-0.2025062	-78.4919165	Robandy	Restaurante	Joaquin Pinto E5-16 Y Juan León Mera
985	-0.202726	78.4938529	el principe de persia	Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio tecnico	Amazonas 738 Y Veintimilla
986	-0.2028659	-78.485071	El quintalazo de la colon	Cafetería	Av. Colon E10-10 Y Jose Tamayo
987	-0.2028698	-78.4925974	Kallari chocolates & cafe	Cafetería	Presidente Wilson E4-266 Y Juan Leon Mera

988	-0.2029707	-78.4915707	Trole burger	Cafetería	Joaquin Pinto E6-43 Y Reina Victoria
989	-0.2029707	-78.4915707	Copinozza	Pizzería	Joaquin Pinto E7-22 Y Reina Victoria
990	-0.2031956	-78.4914024	Hot dogs de la gonzales suárez los (mariscal foch)	Cafetería	Mariscal Foch E5-39 Y Reina Victoria
991	-0.2032925	-78.4913327	Republica del cacao	Cafetería	Reina Victoria 268 Joaquin Pinto
992	-0.2036466	-78.4967212	El pibe de maurita	Restaurante	Vicente Ramon Roca E3-39 Y Ulpiano Paez
993	-0.2038149	-78.4876851	Mooié	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Alfredo Baquerizo Moreno E9-58 Y Av. 6 De Diciembre
994	-0.2041967	-78.4961041	Nido de abeja	Panadería	Vicente Ramón Roca 473 Y Av. 9 De Octubre
995	-0.2043048	-78.4961673	Aromas	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	Vicente Ramón Roca Y Av. 9 De Octubre
996	-0.2045988	-78.4925947	Chocolate shop	Cafetería	Veintimilla E6-35 Y Reina Victoria
997	-0.2047704	-78.4988522	La exquisita	Restaurante	Av. Qo De Agosto Y 19 De Septiembre
998	0.20478	-78.4949338	Chocolate shop	Cafetería	Juan Leon Mera N21- 241 Y Ramon Roca
999	-0.2048842	-78.4924018	Fruta viva 2	Restaurante	Baquedano E7-37 Y Reina Victoria
1000	-0.2051366	-78.4906978	Sham café & delicias arabes	Cafetería	6 De Diciembre 23-106 Y Wilson
1001	-0.2051733	-78.4955877	Subwaki	Cafetería	Vicente Ramon Roca E4-122 Y Rio Amazonas
1002	-0.206395	-78.4912251	Cafelibro	Cafetería	General Leonidas Plaza Gutierrez N23-56 Y Veintimilla
1003	-0.2065028	-78.4984663	Vivis delicatessen net	Tienda y abastos	Ulpiano Paez N1925 Y Av. Patria
1004	-0.2065832	-78.4989453	Centro de bienestar cuerpo y mente	Gimnasio	Ulpiano Paez N19-25 Y Patria
1005	-0.2073946	-78.4906081	Choco & late saborea la diferencia	Cafetería	Veintimilla E9-78 Y Jose Tamayo
1006	-0.2082269	-78.4920421	Casa guillo no 2	Restaurante	Vicente Ramon Roca E9-60 Y Jose Tamayo
1007	-0.2082989	-78.491991	Los exquisitos motes de la roca	Restaurante	Vicente Ramon Roca E5-86 Y Reina Victoria

## CAPITULO IV

### GEOREFERENCIACIÓN DE LAS ZONAS COMERCIALES

#### 4.1 Mapa georeferenciado de las actividades comerciales

##### 4.1.1 Analisis de mapa de locales de Agencias de viajes

VER: [Anexos\2. MAPA UBICACION DE AGENCIAS DE VIAJE.pdf](#)

La aplicación de geo referencial en este estudio condujo al hallazgo de varios aspectos importantes sobre los que se basan propietarios de los negocios para tener su propia empresa o negocio, determinando las cualidades de los mismos.

De los hallazgos del estudio mediante geo referenciación se pudo levantar 122 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Agencia de Viajes” que corresponde el 12,13% de toda la población de locales comerciales analizados, los cuales se encuentran distribuidos en las diferentes zonas de la Parroquia la Mariscal, observando que tienen mayor concentración en la Zona conocida como la Plaza Fosh perteneciente al Barrio el Quinde con un participación de 72 locales que corresponde al 59% de la población de agencias de viaje distribuidas en la parroquia.

Con una menor concentración se puede evidenciar que la zona fría de esta actividad comercial se encuentra en el sector de la Floresta y la 12 de Octubre con una participación de 6 y 11 locales comerciales que corresponde al 4,92 % y 10,2% respectivamente de la población de agencias de viaje.

#### **4.1.2 Analisis de mapa de locales de Agencias de viajes**

VER: [Anexos\1. MAPA UBICACION DE BARES-DISCOTECAS.pdf](#)

De los hallazgos del estudio mediante geo referenciación se pudo levantar 172 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Bar- Discotecas” que corresponde el 17.10% de toda la población de locales comerciales analizados, los cuales se encuentran distribuidos en las diferentes zonas de la Parroquia la Mariscal, observando que tienen mayor concentración en la Zona conocida como la Plaza Fosh perteneciente al Barrio el Quinde con un participación de 130 locales que corresponde al 76%, seguido de una participación de 13 locales que corresponden 0.076% en el sector de la Orellana de la población de Bares- Discotecas distribuidas en la parroquia.

Con una menor concentración se puede evidenciar que la zona fría de esta actividad comercial se encuentra en el sector de la Floresta y la 12 de octubre con una participación de 6 y 7 locales comerciales que corresponde al 0.034% y 0.04% respectivamente de la población de Bares Discotecas.

#### **4.1.3 Analisis de mapa de locales de Bazar-Papelería**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN BAZAR-PAPELERIA](#)

De los hallazgos del estudio mediante geo referenciación se pudo levantar 36 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Bazar-Papelería” que corresponde el 3.58% de toda la población de locales comerciales analizados, los cuales se encuentran distribuidos en las diferentes zonas de la Parroquia la Mariscal, observando que tienen mayor concentración en la zona conocida como la Floresta con un participación de 9 locales que corresponde al 24%, seguido de una participación de 8 locales que corresponden 22% en el sector de la Orellana de la población de Bazar-Papelería distribuidas en la parroquia.

Con una menor concentración se puede evidenciar que la zona fría de esta actividad comercial se encuentra en el sector del Quinde y la 12 de octubre con una participación de 7 y 3 locales comerciales que corresponde al 19% y 0.081% respectivamente de la población de Bazar- Papelería

La Patria tiene 10 locales correspondientes que corresponden el 27% de esta actividad comercial; pero se encuentran dispersos unos de otros por lo que no se identifica la zona caliente de ese sector.

#### **4.1.4 Analisis de mapa de locales de Cafetería**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN CAFETERIA](#)

De los hallazgos del estudio mediante geo referenciación se pudo levantar 68 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Cafetería” que corresponde al 6.76 % de toda la población de locales comerciales analizados, los cuales se encuentran distribuidos en las diferentes zonas de la Parroquia la Mariscal, observando que tienen mayor concentración en el sector de la 12 de Octubre y la zona conocida como la Mariscal Fosh con un participación de 22 y 16 locales que corresponde al 32% y 23% respectivamente seguido de una participación de 10 locales que corresponden 14% en el sector de la Patria de la población de Cafeterías distribuidas en la parroquia.

Con una menor concentración se puede evidenciar que la zona fría de esta actividad comercial se encuentra en el sector de la Floresta y Orellana con una participación de 14 y 6 locales comerciales que corresponde al 21% y 0.08% respectivamente de la población de Cafeterías

La Floresta a pesar que posee un 21% de concentración de locales pertenecientes a Cafeterías no entra en una zona caliente debido a que sus datos están dispersos.



#### **4.1.5 Analisis de mapa de locales de Farmacias**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN FARMACIAS](#)

De los hallazgos del estudio mediante geo referenciación se pudo levantar 19 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Farmacia” que corresponde el 1.89 % de toda la población de locales comerciales analizados, los cuales se encuentran distribuidos en las diferentes zonas de la Parroquia la Mariscal, observando que tienen mayor concentración en el sector de la Orellana, la zona conocida como la Mariscal Fosh y el sector de la Patria con un participación de 6,6, 5 locales que corresponde al 32% y 26% de la población de Farmacias distribuidas en la parroquia.

Se evidencia una zona totalmente fría en el sector de la 12 de Octubre ya que no encontramos presencia de ninguna Farmacia.

La Floresta con un número de 2 locales correspondientes al 10% de locales pertenecientes a Farmacias es una Zona con Baja Concentración.

#### **4.1.6 Analisis de mapa de locales de Imprenta**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN IMPRENTA](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 35 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Imprenta” que corresponde el 3.48 % de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad de las Imprentas aquellas que tienen mayor aglomeración en la Patria con una participación de 23 locales que corresponden al 66% de la población analizada.

El sector de la Floresta, Orellana y El Quinde con una Participación de 5,4,3 que corresponden al 14% 11%, y 8% del total de las imprentas de la Parroquia la Mariscal, son zonas de baja concentración y por lo tanto frías.

La zona con menor concentración y más fría fue la 12 de Octubre que no presenta actividad comercial de este tipo

#### **4.1.7 Analisis de mapa de locales de Fotocopiado e Internet**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN FOTOCOPIADO](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 121 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Fotocopiado e Internet” que corresponde el 12.03 % de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad o calientes de los Centros de Fotocopiado e Internet aquellas que tienen mayor aglomeración como es el caso del Sector de la Patria, El Quinde en la zona conocida como la Mariscal Fosh, la avenida 12 de Octubre y la Floresta en el sector de las universidades.

El sector de la Patria con una participación de 45 locales que corresponden al 37%, el Quinde con 31 locales que corresponden al 25%, la floresta con 15 que corresponde al 12% y la 12 de octubre con 16 que corresponde al 13% respectivamente son las zonas que mayor densidad de población comercial de Fotocopiado e Internet .

La zona con menor concentración fue la Orellana con un participación de 12 locales que corresponden al 0,09%.

#### **4.1.8 Analisis de mapa de locales de Óptica**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN LOCALES ÓPTICA](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 14 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Fotocopiado e Internet” que corresponde el 1.39 % de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad o calientes de los Centros de Fotocopiado e Internet aquellas que tienen mayor aglomeración como es el caso del Sector de la Patria, El Quinde en la zona conocida como la Mariscal Fosh, la avenida 12 de Octubre y la Floresta en el sector de las universidades.

El sector de la Patria con una participación de 45 locales que corresponden al 37%, el Quinde con 31 locales que corresponden al 25%, la floresta con 15 que corresponde al 12% y la 12 de octubre con 16 que corresponde al 13% respectivamente son las zonas que mayor densidad de población comercial de Fotocopiado e Internet .

La zona con menor concentración fue la Orellana con un participación de 12 locales que corresponden al 0,09%.

#### **4.1.9 Analisis de mapa de locales de Panadería**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN PANADERIA](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 14 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Panaderías” que corresponde el 1.39 % de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad de las Tiendas y Abastos aquellas que tienen mayor aglomeración como en el sector de la Floresta, con una zona caliente el parque Genaro Larrea, con una participación de 7 locales que corresponden al 50% del total de panaderías en la Parroquia.

El sector de la Patria con una participación de 3 locales que corresponden al 21%, la Orellana con 2 locales que corresponden al 14%, el Quinde con 1 local que corresponden al 7% son zonas que poseen aglomeración pero son consideradas zonas cálidas.

El sector de la 12 de octubre no posee información referente a esta actividad comercial por lo que se considera una zona fría.

#### **4.1.10 Analisis de mapa de locales de Peluquería y Salas de Belleza**

VER:[Anexos\6. MAPA UBICACION DE PELUQUERIAS Y SALAS DE BELLEZA.pdf](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 71 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Tiendas y Abastos” que corresponde el 7.06 % de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad de las peluquerías y Salas de Belleza a aquellas que tienen mayor aglomeración como en la Avenida Ignacio de Veintimilla, La mariscal Fosh, La floresta en el sector del Parque Genaro Larrea.

El sector del Quinde con una participación de 25 locales que corresponden al 35%, La Patria y la 12 de Octubre con 12 que corresponde al 17%, La Floresta con 18 locales que corresponden al 25%, son las zonas que mayor densidad de población comercial de Peluquerías y Salas de Belleza.

La zona con menor concentración fue la Orellana con una participación de 4 locales que corresponden al 0.05% de la población analizada

#### **4.1.11 Analisis de mapa de locales de Tienda y Abastos**

VER:[Anexos\5. MAPA UBICACION DE TIENDAS Y ABASTOS.pdf](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 119 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Tiendas y Abastos” que corresponde el 11.83 % de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad de las Tiendas y Abastos aquellas que tienen mayor aglomeración como en la Avenida 10 de Agosto en la Patria, La floresta Sector el Girón, y en la 10 de Agosto y Colón ,

El sector de la Patria con una participación de 31 locales que corresponden al 26%, el Quinde con 30 locales que corresponden al 25%, la floresta y la 12 de octubre con 25 que corresponde al 21% respectivamente son las zonas que mayor densidad de población comercial de Tiendas y Abastos tienen .

La zona con menor concentración fue la Orellana con una participación de 8 locales que corresponden al 0.06% de la población analizada.

#### **4.1.12 Analisis de mapa de locales de Venta de calzado al por menor**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN VENTA DE CALZADO](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 17 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Venta de calzado al por menor” que corresponde el 1.69 % de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad de Venta al por menor de Calzado a aquellas que tienen mayor aglomeración como en el sector del Quinde que según la gráfica tiene una alta zona caliente en la avenida Amazonas.

El Quinde con una presencia de 8 locales que corresponden al 47% es calificada como una zona caliente, seguida de la Patria con 4 locales correspondientes al 23%, Orellana con 2 locales que representan el 12% que son zonas cálidas.

Las zonas con menor concentración la 12 de Octubre y la Floresta con presencia de un local respectivamente representan el 5% y según la gráfica son zonas frías.



#### **4.1.13 Analisis de mapa de locales de Venta de accesorios y repuestos de computadora**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN VENTA DE REPUESTOS COMPUTADOR](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 27 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Tiendas y Abastos” que corresponde el 2.68% de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad de Venta de accesorios y repuestos para computadoras aquellas que tienen mayor aglomeración como en el sector de la Patria, con una presencia 12 locales que representan el 44% seguido de una zona calida en el sector de la 12 de octubre y el Quinde y con una participacion de 5 y 3 locales que repreentan el 11% y 18% respectivamente.

Las zonas frias estan representadas por aquellas que tienen menor concentracion para nuestro caso el sector de la Floresta con 1 local que representa el 3% y el sector de la Orellana en el cual encontramos 4 locales que representan el 14% pero totalmente dispersos lo que hace denotar en si una zona fria.

#### **4.1.14 Analisis de mapa de locales de Venta de accesorios, repuestos para celulares y servicio técnico**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN VENTA REPUESTO CELULARES](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 26 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Venta de accesorios, repuestos para celulares y Servicio Técnico” que corresponde el 2.58 % de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad de Venta de accesorios, repuestos para celulares y Servicio Técnico a aquellas que tienen mayor aglomeración como en el sector de la Patria en la avenida Amazonas y 9 de octubre, igualmente en el sector conocido como la Mariscal Fosh.

El sector de la Patria con una participación de 15 locales que corresponden al 58%, el Quinde con 8 locales que corresponden al 30%, son las zonas que mayor densidad de población comercial , seguidas del sector de la Orellana con una presencia de 3 locales que correponde el 12% de la poblacion analizada.

El sector de la Floresta y la 12 de octubre no tiene informaicon de locales pertenecientes a esta activiad commercial por lo que se considera una zona altamente fria.

#### **4.1.15 Analisis de mapa de locales de Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios**

VER: [Anexos MAPA DE UBICACIÓN PRENDAS DE VESTIR](#)

De los hallazgos del estudio se pudo levantar 99 locales comerciales pertenecientes a esta Actividad Comercial “Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios” que corresponde el 9.84% de toda la población de locales comerciales analizados

La geo referenciación permitió identificar diferentes zonas de alta densidad de las Tiendas y Abastos aquellas que tienen mayor aglomeración como en la Avenida Amazonas y la Avenida Colón.

El sector de la Patria con una participación de 43 locales que corresponden al 43%, el Quinde con 22 locales que corresponden al 22%, la 12 de octubre con 7 que corresponde al 7% respectivamente son las zonas que mayor densidad de población comercial que se dedica a esta actividad.

La zona con menor concentración fueron la Floresta y la Orellana con una participación de 5 y 4 locales que corresponden el 5% y 41% respectivametne de la población analizada.

## **CAPITULO V**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **5.1. Diseño y metodología de la investigación de mercado**

Se describe la metodología utilizada para la investigación de mercado, la estructura, los objetivos tanto generales como específicos, el enfoque metodológico, el tipo de investigación, el diseño de los instrumentos de levantamiento para el trabajo de campo, tanto cuestionarios pilotos, hasta los cuestionarios definitivos.

##### **5.1.1. Objetivo general**

Identificar a los negocios existentes en la Administración zonal Eugenio Espejo parroquia Mariscal Sucre, conociendo tanto su ubicación como las decisiones administrativas.

##### **5.1.2. Objetivos Específicos**

- Definir las decisiones administrativas de los negocios existentes en la parroquia Mariscal Sucre que han tomado para ubicarse en la zona
- Determinar los motivos para ubicar los locales comerciales en la parroquia Mariscal Sucre.
- Levantar la información Georeferencial de los negocios de la parroquia Mariscal Sucre.
- Definir si los propietarios de los locales llevan a cabo algún tipo de planificación.
- Comprobar las hipótesis planteadas en el proyecto respecto a la investigación de mercado espacial, y administrativo.

## **5.2. Metodología**

### **5.2.1. Enfoque de la investigación**

La investigación contará con un enfoque de carácter cuantitativo y cualitativo, contando con un enfoque de carácter mixto, ya que se realizará una investigación de datos secundarios para conocer información que defina y amplíe el problema de investigación de mercados para definir todos los objetivos de información para obtener la información necesaria. Esto nos permitirá formular las hipótesis necesarias de investigación, que definirá de manera amplia el problema de investigación (Paredes, 2010, p12).

El enfoque por consiguiente en la investigación será de carácter cuantitativo, ya que se busca obtener datos descriptivos de la población para poder definir el fenómeno de estudio para poder contrastar las hipótesis y así comprobarlas o rechazarlas, como menciona respecto a la investigación cualitativa Sampieri, Fernández & Baptista (2008) "la cual trae consigo la afirmación o negación de las hipótesis establecida en dicho estudio" (pag. 5).

La investigación de mercados contará con el proceso basado en el método de tipo inductivo, ya que se pretende obtener un resultado de la investigación para extrapolar los resultados de la muestra tomada a la población objetivo.

### **5.2.2. Tipo de la investigación**

El tipo de investigación será de carácter exploratorio para la obtención de información cualitativa para conocer a fondo el problema de investigación. Se pasará después a utilizar un tipo de investigación descriptivo, para buscar los descriptores poblacionales que definan la realidad de las variables de investigación analizando la información necesaria, Sampieri, Fernández & Baptista (2008) menciona que este tipo de investigación "describe tendencias de un grupo o población (pag.100).

Esta investigación busca satisfacer con consistencia estadística los objetivos planteados de la información requerida para definir las necesidades de la población objetivo conjunto con la situación al ser una investigación de carácter transversal.

### 5.3. Técnica de la investigación


La presente técnica utilizará los instrumentos de recolección de información que permitirá levantar los datos objeto de estudio de la muestra seleccionada. Varios autores tiene la definición que el método de recolección de datos de información debe ser direccionado a las variables de resultado de los objetivos propuestos en la investigación (Sampieri, Fernández & Baptista, 2008). Para esto se utilizará el método de la encuesta asistida mediante un cuestionario físico. Esta encuesta buscara obtener los datos generales de la muestra seleccionada, con la respuesta las preguntas orientadas a las necesidades de información, logrando así por este medio realizar la investigación.

### 5.4. Matriz del Planteamiento del cuestionario

MATRIZ DEL PLANTEAMIENTO DEL CUESTIONARIO				
OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLE		ESCALA	PREGUNTA
	GENERICA	ESPECIFICA		
DETERMINAR LAS CARACTERISTICAS DE LOS PROPIETARIOS DE LOS LOCALES DEL SECTOR	CARACTERISTICAS	GENERO	NOMINAL	GENERO
		EDAD	NOMINAL	EDAD
		SECTOR	NOMINAL	ZONA COMERCIAL



## 5.5. Cuestionario Piloto

 ENCUESTA	
<b>INSTRUCCIONES:</b>	
1.- Responda con sinceridad a las siguientes preguntas que se plantean a continuación	
2.- Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva	
3.- Señale con una "x" en el lugar que corresponda	
<b>FECHA:</b> _____	
DATOS DEMOGRÁFICOS	
<b>Género:</b>	Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>
<b>Edad:</b> _____	
<b>Administración zonal</b>	Quitumbe <input type="checkbox"/> Eloy Alfaro <input type="checkbox"/>
<b>Tipo de local</b>	Propio <input type="checkbox"/> Arrendado <input type="checkbox"/>
PREGUNTAS	
<b>1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?</b>	
Farmacia	<input type="checkbox"/>
Panadería	<input type="checkbox"/>
Bazar - papelería	<input type="checkbox"/>
Venta al por menor de artefactos electrodomesticos	<input type="checkbox"/>
Venta de repuestos y accesorios para automovil	<input type="checkbox"/>
Venta al por menor de muebles	<input type="checkbox"/>
Confitería	<input type="checkbox"/>
Juguetería	<input type="checkbox"/>
Productos textiles	<input type="checkbox"/>
Venta de celulares	<input type="checkbox"/>
venta al por menor de calzado	<input type="checkbox"/>
<b>2. ¿Qué tipo de productos o servicios comercializa ?</b>	
_____	
<b>3. ¿Que tiempo tiene desarrollando su actividad comercial en este sector ?</b>	
_____	
<b>4. ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector? (Si la respuesta es si indique en que sector realizaba su actividad comercial)</b>	
Si	<input type="checkbox"/> Sector _____
No	<input type="checkbox"/>
<b>5. ¿Por qué razón se encuentra en el sector ?</b>	
Recomendación	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Decisión propia	<input type="checkbox"/>
Tuvo la oportunidad de compra de local	<input type="checkbox"/>
Tenia local propio	<input type="checkbox"/>
No existia un local dedicado a la misma actividad	<input type="checkbox"/> sector _____
Aprovechar mercado potencial	<input type="checkbox"/>
<b>6. ¿Es el unico local de la empresa? (Si es que la respuesta es si por favor conteste la pregunta 8, caso contrario continúe con la pregunta 7)</b>	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
<b>7. ¿Qué tipo de local es?</b>	
Principal (unico)	<input type="checkbox"/>
Principal (Matriz)	<input type="checkbox"/> ¿Cuántos locales tiene? (Incluido este) _____
Sucursal	<input type="checkbox"/>
<b>8. ¿Ha pensado abrir sucursales? Si la respuesta es si , por favor indique el sector</b>	
Si	<input type="checkbox"/> Sector _____
No	<input type="checkbox"/>
<b>9. ¿ Ha pensado unirse a una cadena , asociación para hacer crecer su negocio ?</b>	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Si la respuesta es si por favor pase a la siguiente pregunta , caso contrario continúe con la pregunta 11	
<b>10. ¿Que tipo de asociación ha pensado ?</b>	
Franquicia	<input type="checkbox"/>
Asociación familiar	<input type="checkbox"/>
Cadena nacional	<input type="checkbox"/>
Cadena multinacional	<input type="checkbox"/>
Asociación de comerciantes	<input type="checkbox"/> Otro ¿Cual? _____
<b>11. ¿ Tiene planeado heredar el negocio a alguien para que continúe ?</b>	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
<b>12. Cuantos metros cuadrados tiene su local</b>	
_____	
<b>13. Cuantos empleados trabajan en el local</b>	
_____	



## **5.6. Registro de cambios para el cuestionario definitivo**

### **1. Se agregó Encabezado:**

Estudio de las zonas comerciales del Distrito Metropolitano de Quito, mediante Georeferenciación en la parroquia La Mariscal, dentro de la administración zonal Eugenio Espejo.

### **2. Se cambió en Datos Demográficos:**

- Registro de Zona de la Administración Eugenio Espejo

### **3. Se cambió las opciones de respuesta en la pregunta número 1**

¿Qué tipo de actividad comercial realiza?

- Farmacia
- Panadería
- Bazar - papelería
- Venta de accesorios y repuestos de computadora
- Cafeterías
- Bares-discotecas
- Centro de copiado
- Venta de Ropa
- Venta de accesorios y repuestos de celulares
- Venta al por menor de calzado
- Imprenta
- Peluquerías
- Agencia de Viaje

**4. Se modificó la pregunta número 5 dejando a continuación su reemplazo para cumplir el objetivo de información**

¿Realizo un estudio previo para ubicarse en este sector? (Si la respuesta es SI indique que tipo de estudio realizo, sino pase a la siguiente pregunta)

**5. Se añadió la pregunta número 10 y para complementar la recepción de información se agregó a su vez la pregunta número 11**

¿Su negocio pertenece a algún tipo de cadena o asociación? - En caso de NO, continúe a la pregunta 12. (N10)

¿A qué tipo de cadena o asociación pertenece? (N11)

- Franquicia
- Asociación familiar
- Cadena nacional
- Cadena multinacional
- Asociación de comerciantes

**6. Se adicionó las opciones de respuesta para la pregunta número 21**

¿Con que frecuencia realiza publicidad?

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

- Permanente

**7. Se cambió el orden de la pregunta número 21 y 22 para ser la pregunta 18 y 19 respectivamente.**

¿Su negocio realiza algún tipo de planificación? N18

¿Que tipo de planificación? N19

**8. El orden de la pregunta número 16 se modifica con sus opciones enviándola a la pregunta N21, así la pregunta número 16 se convierte en:**

¿Cuántos empleados trabajan en el local? N16

**9. El orden de la pregunta número 17 se modifica con sus opciones enviándola a la pregunta N22, así la pregunta número 17 se convierte en:**

¿Con que áreas cuenta su negocio? N17

¿En que medios realiza publicidad? N22

- Radio
- Internet
- TV
- Medios

**10. Se añadió la pregunta número N 23 con sus respectivas opciones de respuestas**

23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa?

- Letrero
- Logo
- Marca Comercial
- Eslogan
- Página Web

- Catálogo
- Uniformes
- Ninguno

**11. La pregunta número 19, pasa a ser la pregunta número 25 y con esto se agregan opciones de respuesta que se indica a continuación.**

Opciones de respuesta pregunta 25:

Trimestral

Semestral

Por temporada

**12. La pregunta número 20 pasa a ser la pregunta N26, y se cambia la opción de respuesta, de pregunta a abierta a pregunta de opción múltiple que se indica a continuación.**

Opciones de respuesta pregunta 20:

- Entregar regalos
- Rebajas/ Descuentos
- Aumento de producto por el mismo precio

## **5.7. Cuestionario Definitivo**

### **5.8. Muestreo Estadístico**

En la investigación a realizarse, se considero el no aplicar ninguno de los métodos de muestreo conocidos, ya que esta se establecerá como censo. El censo de una población estadística consiste, básicamente, en obtener el número total de individuos mediante las más diversas técnicas de recuento. “El censo es una de las operaciones estadísticas que no trabaja sobre una muestra, sino sobre la población total”. (Malhotra, 2004). El censo será aplicado a todo el universo objeto de estudio mediante la encuesta asistida como instrumento de recolección de datos.

Al no contar con información actualizada y real del número de establecimientos comerciales objeto de estudio, el levantamiento de la información se realizará mediante un barrido de todas las zonas dentro de la Parroquia la Mariscal Sucre de la Administración Zonal Eugenio Espejo para llegar a obtener el número real de locales comerciales que se encuentran funcionando actualmente. Los datos que en un inicio se necesitarán serán tomados del Censo Nacional Económico 2010.

### ESTABLECIMIENTOS DMQ

Sector económico	Total	Participación %
<b>Industrias Manufactureras</b>	23,743	8.65
<b>Comercio</b>	90,469	32.97
<b>Construcción</b>	12,120	4.42
<b>Servicios</b>	139,331	50.77

**Fuente.** (Censo Nacional Economico 2010)

#### 5.9. Codificación

[Anexos\MATRIZ-DE-CODIFICACION-ENCUESTA.xlsx](#)

## **5.10. Análisis de Resultados**

### **5.10.1 Levantamiento de información de locales comerciales**

En la Zona de la administración Eugenio Espejo, en la parroquia Mariscal Sucre, se encuentra un alto número de locales que se dedican a la actividad comercial, en este sector se encuentra negocios que se detallan a continuación

- Agencia de viajes
- Bar-discoteca
- Bazar-papelería
- Cafetería
- Farmacia
- Fotocopiado e Internet
- Imprenta
- Panadería
- Peluquerías y salones de belleza
- Tienda y abastos
- Venta al por menor de calzado
- Venta al por menor de computadoras software y suministros
- Venta de accesorios, repuestos para celular y servicio técnico
- Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios
- Óptica

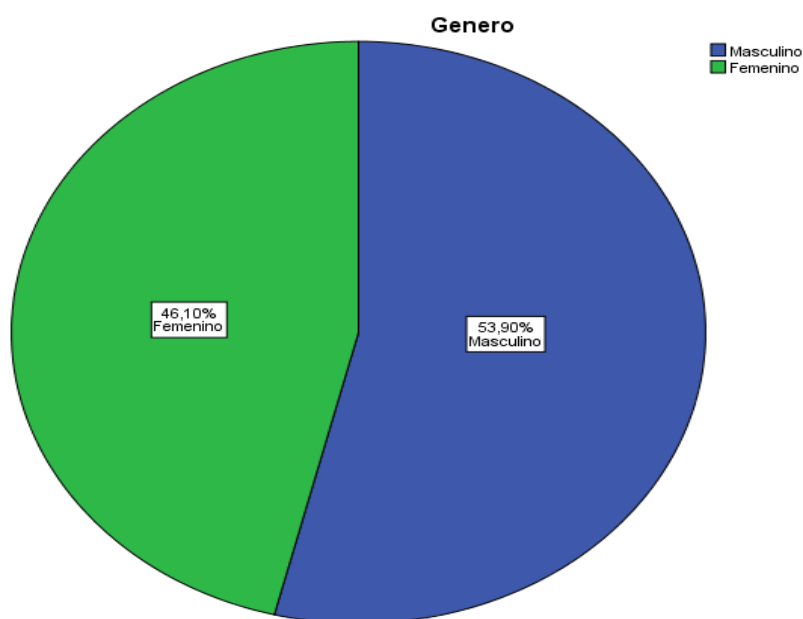
Estos locales del sector presentan una alta oferta en la zona, y de los cuales en la investigación realizada se detallan a continuación.

### **5.10.2 Análisis de Univariado**

### 5.10.2.1. Pregunta de Género

**Tabla 4**  
**Género**

		Genero			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	539	53,9	53,9	53,9
	Femenino	461	46,1	46,1	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



#### **Análisis Ejecutivo**

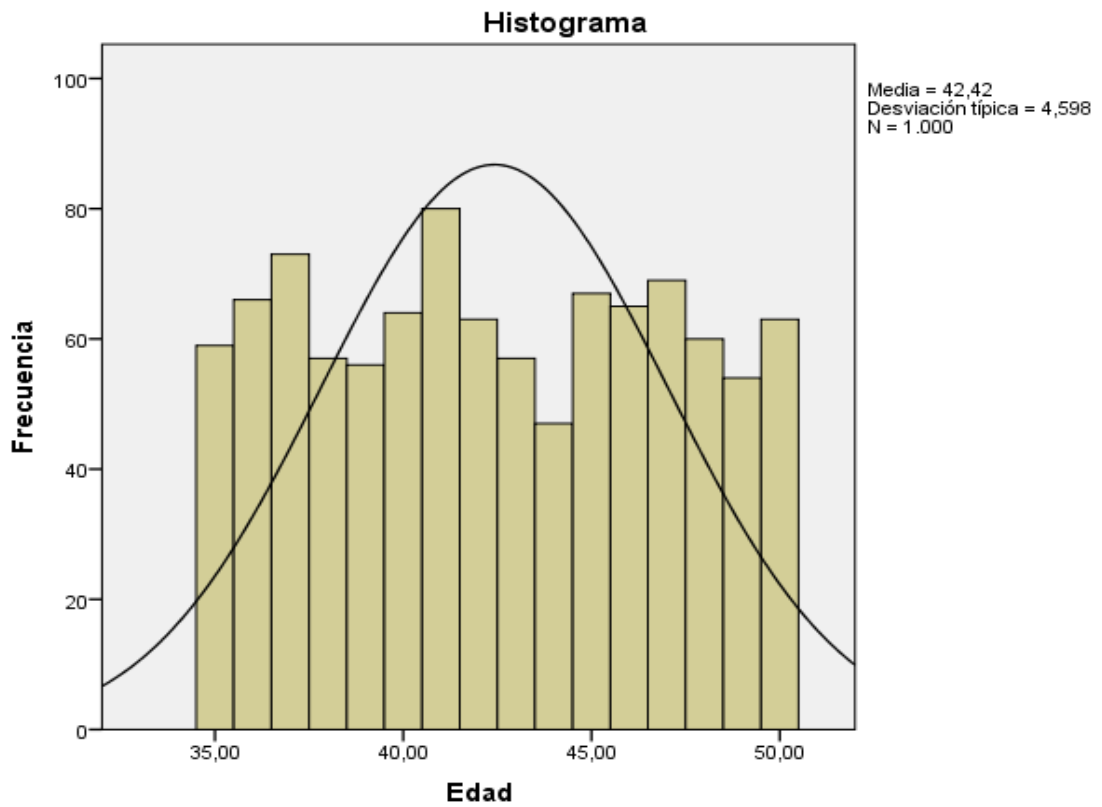
Como resultado de la investigación que la mayoría de los encuestados pertenece al género masculino con una concentración del 53,9%, mientras que los encuestados correspondientes al género femenino complementa la estadística con un 46,10%.



### 5.10.2.2. Pregunta de Edad

**Tabla 5**  
**Edad**

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	35,00	59	5,9	5,9	5,9
	36,00	66	6,6	6,6	12,5
	37,00	73	7,3	7,3	19,8
	38,00	57	5,7	5,7	25,5
	39,00	56	5,6	5,6	31,1
	40,00	64	6,4	6,4	37,5
	41,00	80	8,0	8,0	45,5
	42,00	63	6,3	6,3	51,8
	43,00	57	5,7	5,7	57,5
	44,00	47	4,7	4,7	62,2
	45,00	67	6,7	6,7	68,9
	46,00	65	6,5	6,5	75,4
	47,00	69	6,9	6,9	82,3
	48,00	60	6,0	6,0	88,3
	49,00	54	5,4	5,4	93,7
	50,00	63	6,3	6,3	100,0
Total		1000	100,0	100,0	

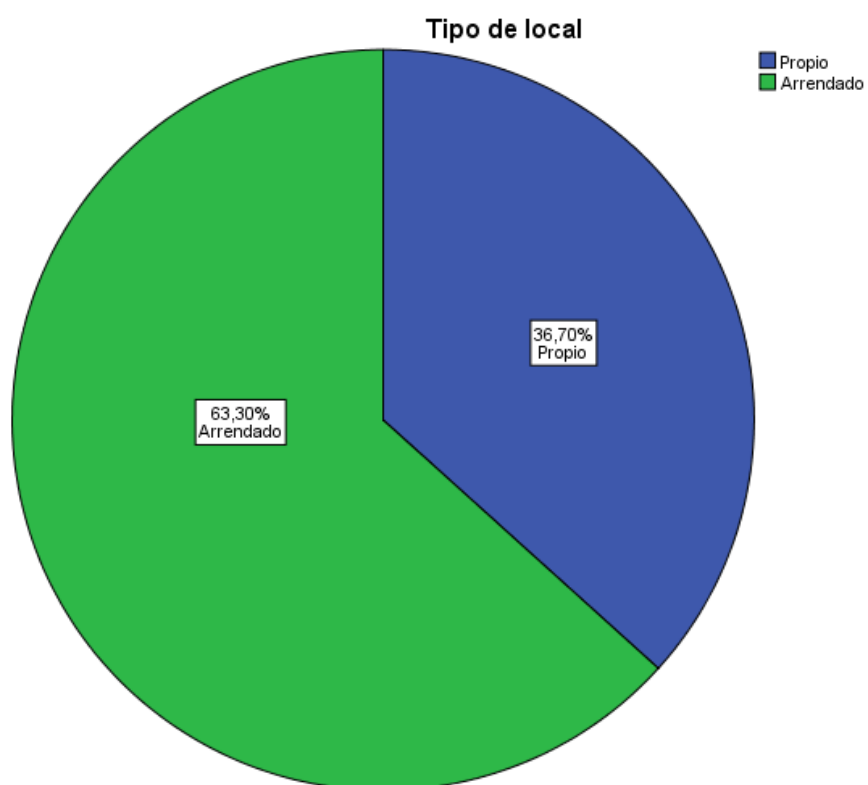


### **Análisis Ejecutivo**

Después del análisis de los datos recopilados se obtuvo que la edad promedio de los encuestados se encuentran en 42,42 años con una desviación típica de 4,59 años.

### 5.10.2.3. Pregunta Tipo de local.

		Tipo de local			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Propio	367	36,7	36,7	36,7
	Arrendado	633	63,3	63,3	100,0
Total		1000	100,0	100,0	



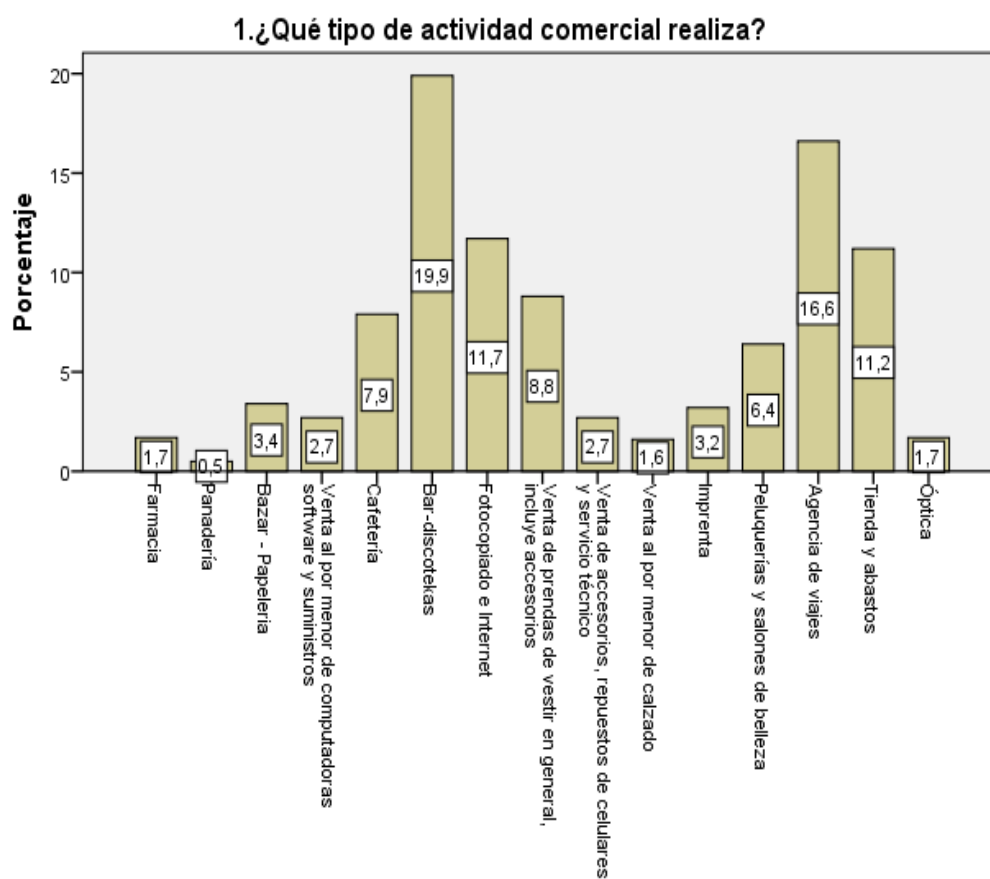
**Figura 4 Tipo de local****Análisis Ejecutivo**

Respecto a la interrogante que rescata la información sobre el tipo de local que poseen los dueños o representantes de los negocios, los locales son arrendados en un 63,3% y son de propiedad del establecimiento en un 36,7%

### 5.10.2.4 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?

**Tabla 3**  
¿Qué tipo de actividad comercial realiza?

		1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Farmacia	17	1,7	1,7	1,7
s	Panadería	5	,5	,5	2,2
	Bazar - Papelería	34	3,4	3,4	5,6
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	27	2,7	2,7	8,3
	Cafetería	79	7,9	7,9	16,2
	Bar-discotecas	199	19,9	19,9	36,1
	Fotocopiado e Internet	117	11,7	11,7	47,8
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	88	8,8	8,8	56,6
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	27	2,7	2,7	59,3
	Venta al por menor de calzado	16	1,6	1,6	60,9
	Imprenta	32	3,2	3,2	64,1
	Peluquerías y salones de belleza	64	6,4	6,4	70,5
	Agencia de viajes	166	16,6	16,6	87,1
	Tienda y abastos	112	11,2	11,2	98,3
	Óptica	17	1,7	1,7	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 5 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?**

### **Análisis Ejecutivo**

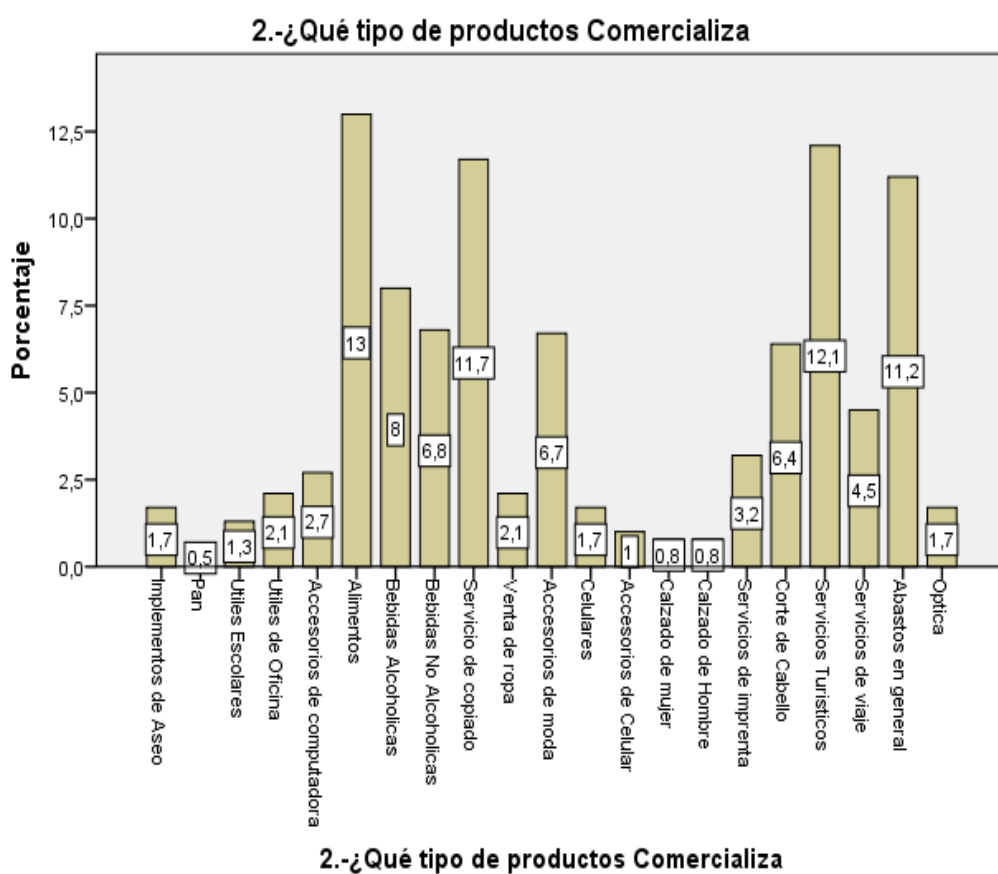
En el sector de la parroquia Mariscal Sucre se encontró, que existe una concentración de negocios dedicados a la oferta de servicio de entretenimiento donde los encuestados, el 19,9 % corresponden a bares y discotecas, seguido de las agencias de viajes con un 16,6%.

### 5.10.2.5. Pregunta 2.- ¿Qué tipo de productos Comercializa?

**Tabla 4**  
¿Qué tipo de productos Comercializa?

		2.-¿Qué tipo de productos Comercializa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Implementos de Aseo	17	1,7	1,7	1,7
	Pan	5	,5	,5	2,2
	Utiles Escolares	13	1,3	1,3	3,5
	Utiles de Oficina	21	2,1	2,1	5,6
	Accesorios de computadora	27	2,7	2,7	8,3
	Alimentos	130	13,0	13,0	21,3
	Bebidas Alcoholicas	80	8,0	8,0	29,3
	Bebidas No Alcohdicas	68	6,8	6,8	36,1
	Servicio de copiado	117	11,7	11,7	47,8
	Venta de ropa	21	2,1	2,1	49,9
	Accesorios de moda	67	6,7	6,7	56,6
	Celulares	17	1,7	1,7	58,3
	Accesorios de Celular	10	1,0	1,0	59,3
	Calzado de mujer	8	,8	,8	60,1
	Calzado de Hombre	8	,8	,8	60,9
	Servicios de imprenta	32	3,2	3,2	64,1
	Corte de Cabello	64	6,4	6,4	70,5
	Servicios Turisticos	121	12,1	12,1	82,6
	Servicios de viaje	45	4,5	4,5	87,1
	Abastos en general	112	11,2	11,2	98,3
	Optica	17	1,7	1,7	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

□



**Figura 6 ¿Qué tipo de productos Comercializa?**

### **Análisis Ejecutivo**

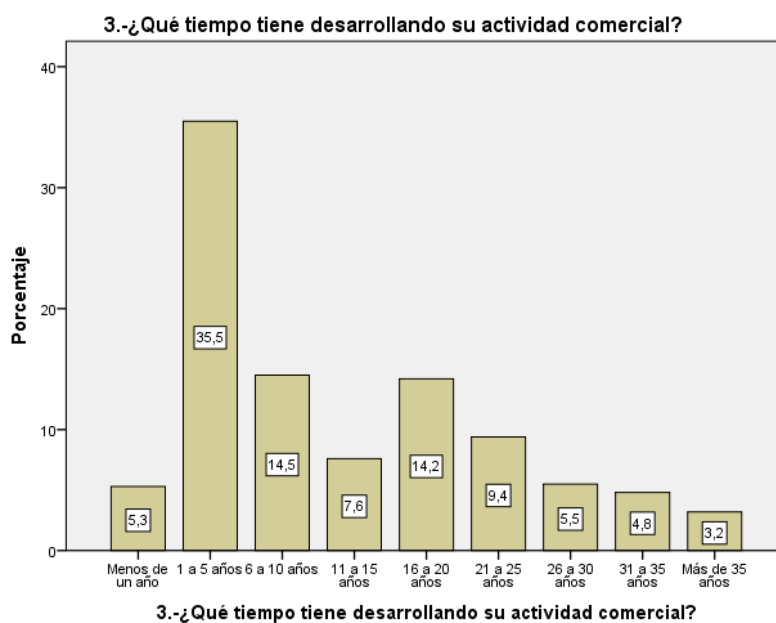
Se encontró en la investigación realizada que la oferta más grande existente en la zona corresponde a la oferta de alimentos, con un porcentaje de 13%, seguida por los servicios turísticos con un 12,1%, de los negocios que se ubican en la parroquia Mariscal Sucre.



**5.10.2.6. Pregunta 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?**

**Tabla 5**  
**¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?**

<b>3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Menos de un año	53	5,3	5,3	5,3
	1 a 5 años	355	35,5	35,5	40,8
	6 a 10 años	145	14,5	14,5	55,3
	11 a 15 años	76	7,6	7,6	62,9
	16 a 20 años	142	14,2	14,2	77,1
	21 a 25 años	94	9,4	9,4	86,5
	26 a 30 años	55	5,5	5,5	92,0
	31 a 35 años	48	4,8	4,8	96,8
	Más de 35 años	32	3,2	3,2	100,0
	<b>Total</b>	<b>1000</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Figura 7 ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?**

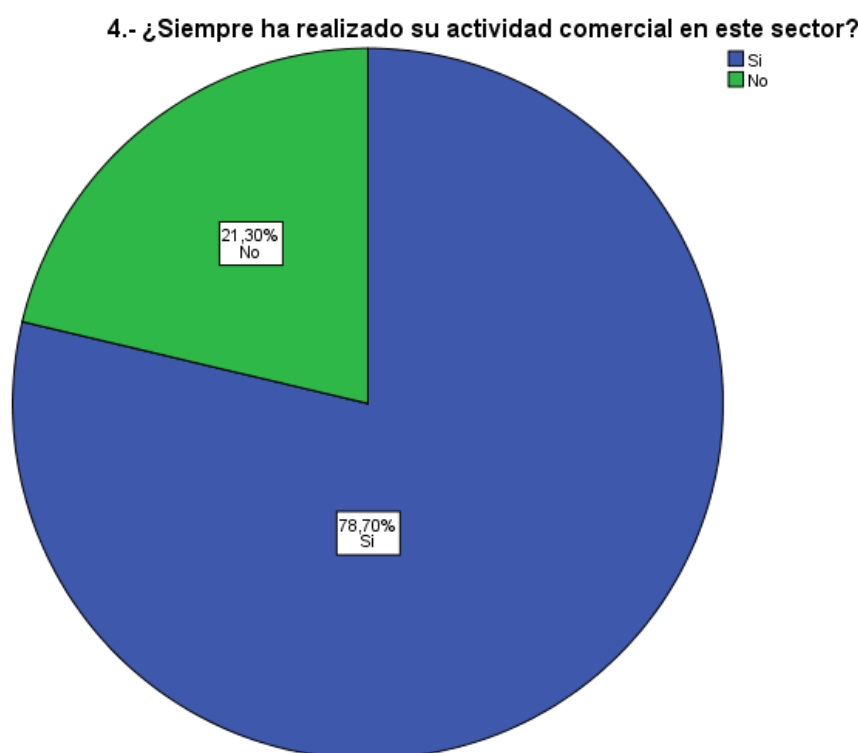
### **Análisis Ejecutivo**

De la investigación realizada se encontró que los locales comerciales poseen de 1 a 5 años de tiempo de tener el negocio en un 35,5% siendo la mayoría de los encuestados, mientras que pocos negocios han logrado sobre pasar los 35 años brindando su oferta con tan solo un 3,2%

**5.10.2.7. Pregunta 4.- ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?**

**Tabla 6**  
**¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?**

4.- ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	787	78,7	78,7	78,7
	No	213	21,3	21,3	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 8 ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?**

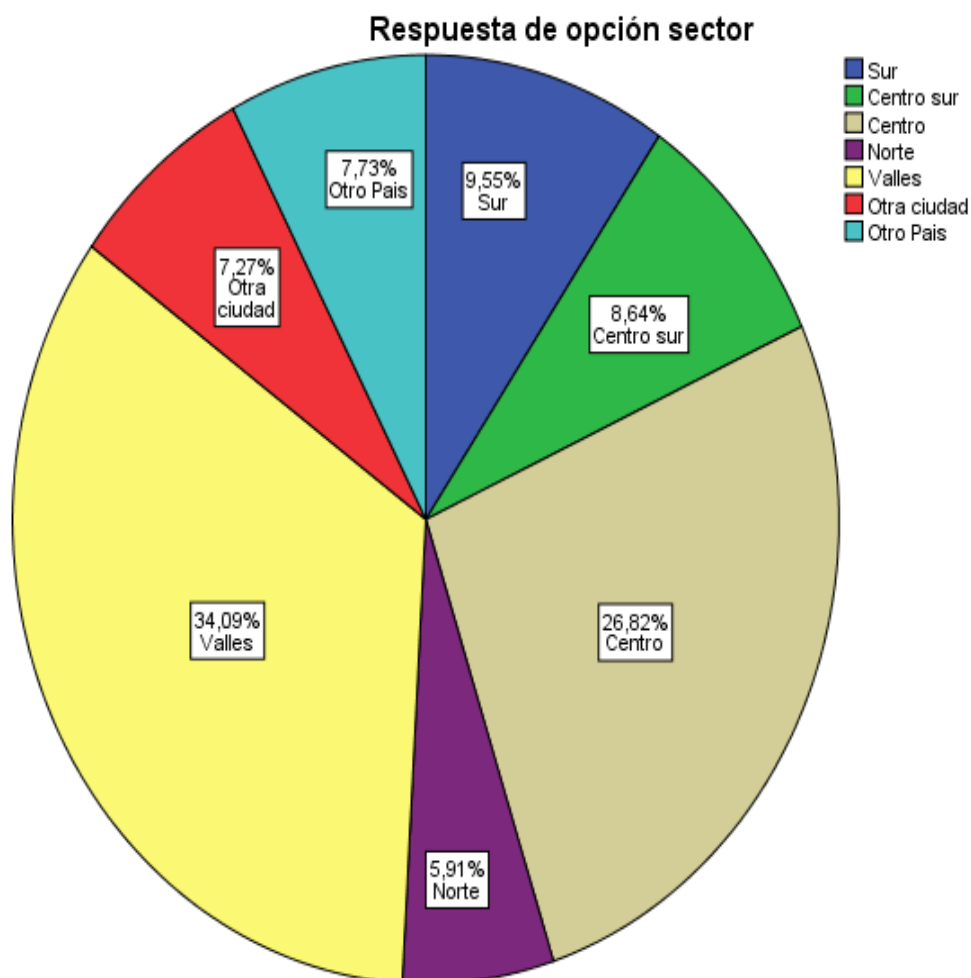
**Análisis Ejecutivo**

Se obtuvo como resultado de la pregunta sobre si la persona siempre ha realizado su actividad comercial en este sector, que el 78,7% siempre a realizada en el sector su actividad, mientras que la diferencia que es un 21,3% no lo ha hecho.

### 5.10.2.8. Pregunta Respuesta de opción sector.

**Tabla 7**  
**Pregunta Respuesta de opción sector**

		<b>Respuesta de opción sector</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sur	21	2,1	9,5	9,5
	Centro sur	19	1,9	8,6	18,2
	Centro	59	5,9	26,8	45,0
	Norte	13	1,3	5,9	50,9
	Valles	75	7,5	34,1	85,0
	Otra ciudad	16	1,6	7,3	92,3
	Otro País	17	1,7	7,7	100,0
	Total	220	22,0	100,0	
Perdidos	Sistema	780	78,0		
Total		1000	100,0		



**Figura 9 Pregunta Respuesta de opción sector**

### **Análisis Ejecutivo**

Referente al sector donde ha realizado antes la actividad comercial, los encuestados que indicaron en la pregunta anterior que no han realizado siempre su actividad comercial en el sector, han tenido sus negocios en el sector del valle con un 34,09% de encuestados que representa la mayoría.

**5.10.2.9. Pregunta 5.- ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?**

**Tabla 8**

**¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?**

		<b>5.- ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	106	10,6	10,6	10,6
	No	894	89,4	89,4	100,0
Total		1000	100,0	100,0	



**Figura 10 ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?**

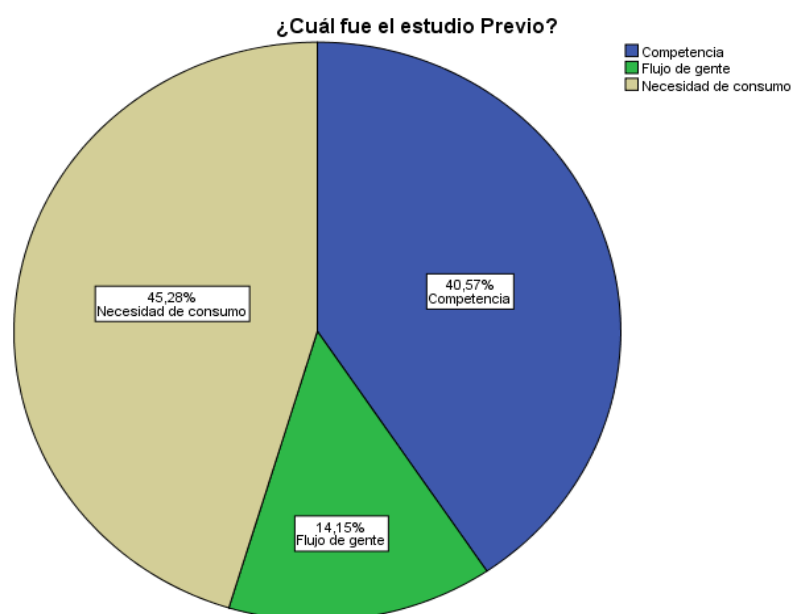
**Análisis Ejecutivo**

Respecto a la interrogante si las personas han realizado con anticipación de ubicarse en el sector un estudio previo, se encontró que el 10,6% si lo ha hecho, mientras que el 89,4%, no ha realizado ningún estudio para decidir si ubicarse o no en el sector.

### 5.10.2.10. Pregunta ¿Cuál fue el estudio Previo?

**Tabla 9**  
**¿Cuál fue el estudio Previo?**

		¿Cuál fue el estudio Previo?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Competencia	43	4,3	40,6	40,6
	Flujo de gente	15	1,5	14,2	54,7
	Necesidad de consumo	48	4,8	45,3	100,0
	Total	106	10,6	100,0	
Perdidos	Sistema	894	89,4		
Total		1000	100,0		



**Figura 11 ¿Cuál fue el estudio Previo?**

### Análisis Ejecutivo

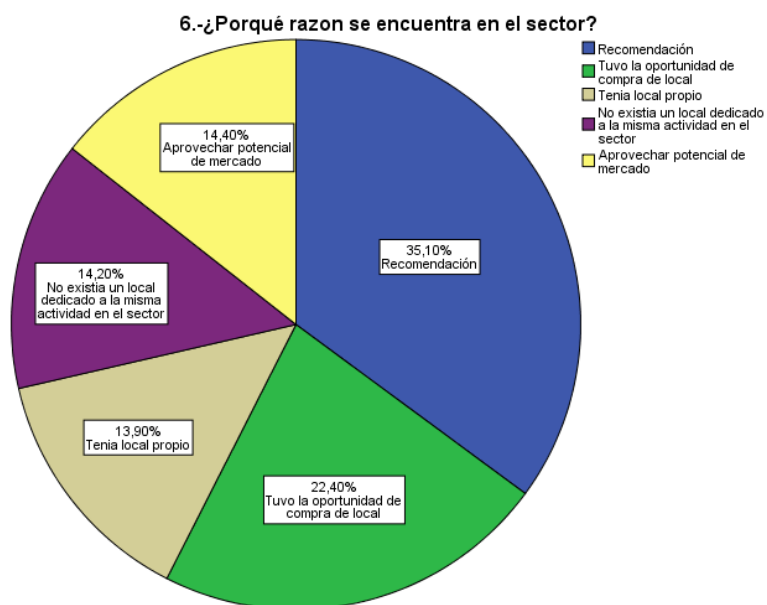
Respecto a la pregunta si los dueños de los negocios han realizado algún estudio previo, y cuál es el tipo de estudio previo, se encontró que aquellos que lo han elaborado concentran su estudio de necesidad de consumo con un 45,28%, y lo sigue el estudio de análisis de competencia.

### 5.10.2.11 Pregunta 6.- ¿Por qué razón se encuentra en el sector?

**Tabla 10**  
¿Por qué razón se encuentra en el sector?

		6.- ¿Por qué razón se encuentra en el sector?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Recomendación	351	35,1	35,1	35,1
	Tuvo la oportunidad de compra de local	224	22,4	22,4	57,5
	Tenía local propio	139	13,9	13,9	71,4
	No existía un local dedicado a la misma actividad en el sector	142	14,2	14,2	85,6
	Aprovechar potencial de mercado	144	14,4	14,4	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	





**Figura 12 ¿Por qué razón se encuentra en el sector?**

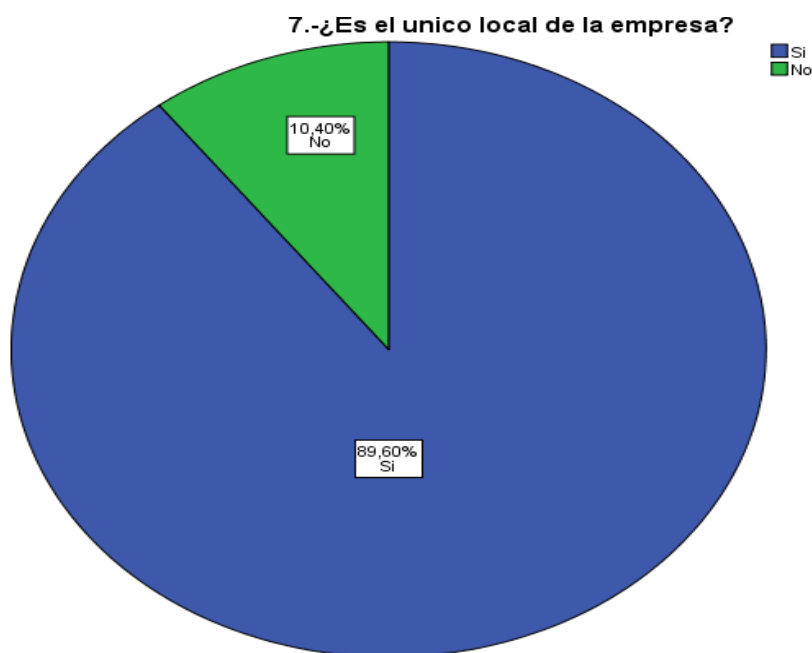
### **Análisis Ejecutivo**

En la investigación realizada se obtuvo como resultado que en la parroquia Mariscal Sucre, la mayoría tomó la decisión de ubicar su negocio por el motivo de recomendación con un porcentaje del 35,1%.

### 5.10.2.12 Pregunta 7.- ¿Es el único local de la empresa?

**Tabla 11**  
¿Es el único local de la empresa?

7.- ¿Es el único local de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	896	89,6	89,6	89,6
	No	104	10,4	10,4	100,0
Total		1000	100,0	100,0	



**Figura 13 ¿Es el único local de la empresa?**

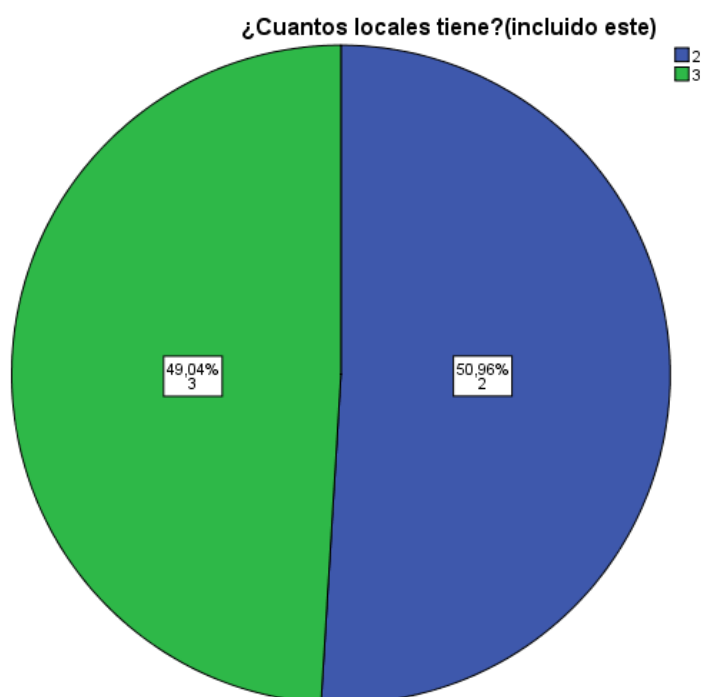
#### **Análisis Ejecutivo**

Respecto a la interrogante sobre conocer si el local es el único que poseen los encuestados se encontró que el 89,6% cuenta solo con un local mientras que el 10,4% indicó que no, que posee más locales comerciales.

### 5.10.2.13 Pregunta ¿Cuántos locales tiene? (incluido este).

**Tabla 12**  
**¿Cuántos locales tiene? (incluido este).**

¿Cuántos locales tiene?(incluido este)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	53	5,3	51,0	51,0
	3	51	5,1	49,0	100,0
	Total	104	10,4	100,0	
Perdidos	Sistema	896	89,6		
Total		1000	100,0		



**Figura 14 ¿Cuántos locales tiene? (incluido este).**

#### **Análisis Ejecutivo**

De aquellos encuestados que respondieron indicando que poseen más de un establecimiento, se encontró que la mayoría con cerca del 51% posee 2 locales, mientras que el 49% cuenta con 3 locales.

### 5.10.2.14 Pregunta 8.- ¿Que tipo de local es?

**Tabla 13**  
¿Qué tipo de local es?

		8.- ¿Que tipo de local es?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Principal	947	94,7	94,7	94,7
	Sucursal	53	5,3	5,3	100,0
Total		1000	100,0	100,0	



**Figura 15 ¿Que tipo de local es?**

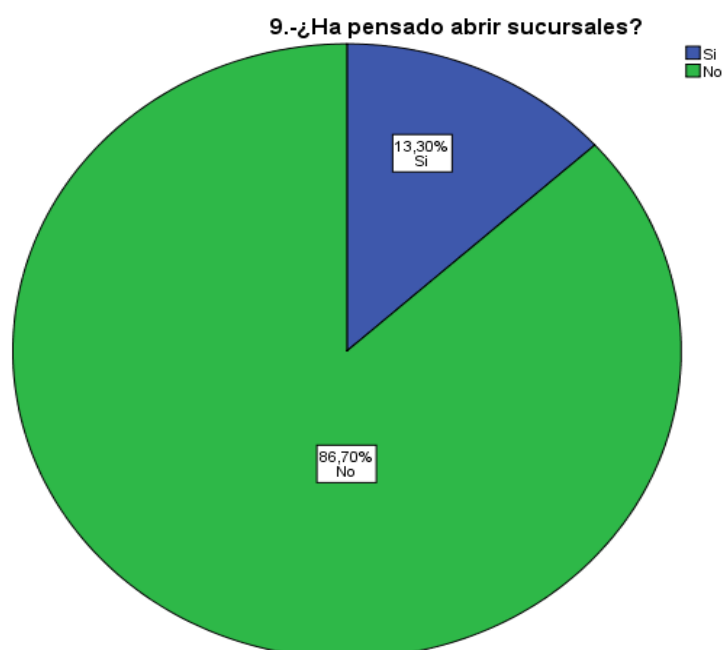
### Análisis Ejecutivo

De los locales encuestados se encontró, que el 5,3% son sucursal de la asociación a la que pertenece, mientras que como local principal el 94,7%, contesto que el local encuestado es principal.

### 5.10.2.15 Pregunta 9.- ¿Ha pensado abrir sucursales?

**Tabla 14**  
**¿Ha pensado abrir sucursales?**

9.- ¿Ha pensado abrir sucursales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	133	13,3	13,3	13,3
	No	867	86,7	86,7	100,0
Total		1000	100,0	100,0	



**Figura 16 ¿Ha pensado abrir sucursales?**

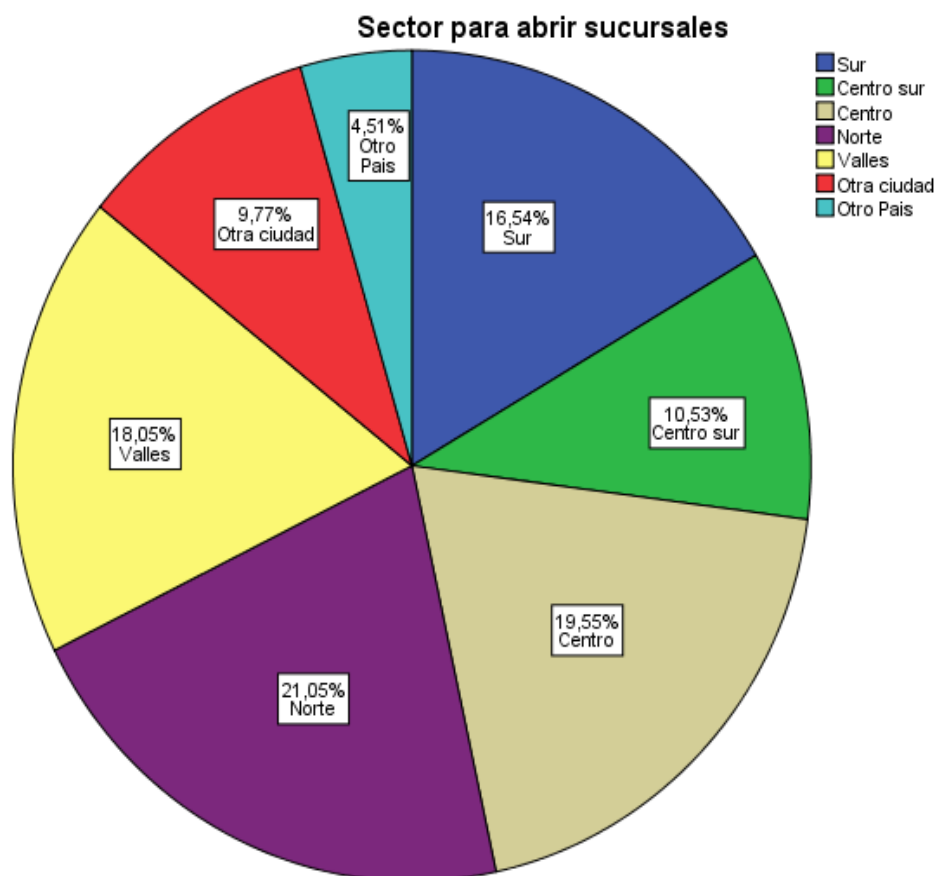
#### **Análisis Ejecutivo**

De los locales encuestados en la parroquia Mariscal Sucre, de la administración zonal Eugenio Espejo se encontró que la mayoría no ha pensado abrir sucursales con un porcentaje del 86,7%, mientras que la diferencia ha pensado expandir su negocio, con un porcentaje total de 13,3%

### 5.10.2.16 Pregunta Sector para abrir sucursales.

**Tabla 15**  
**Sector para abrir sucursales**

		Sector para abrir sucursales			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sur	22	2,2	16,5	16,5
	Centro sur	14	1,4	10,5	27,1
	Centro	26	2,6	19,5	46,6
	Norte	28	2,8	21,1	67,7
	Valles	24	2,4	18,0	85,7
	Otra ciudad	13	1,3	9,8	95,5
	Otro País	6	,6	4,5	100,0
	Total	133	13,3	100,0	
Perdidos	Sistema	867	86,7		
Total		1000	100,0		



**Figura 17 Sector para abrir sucursales**

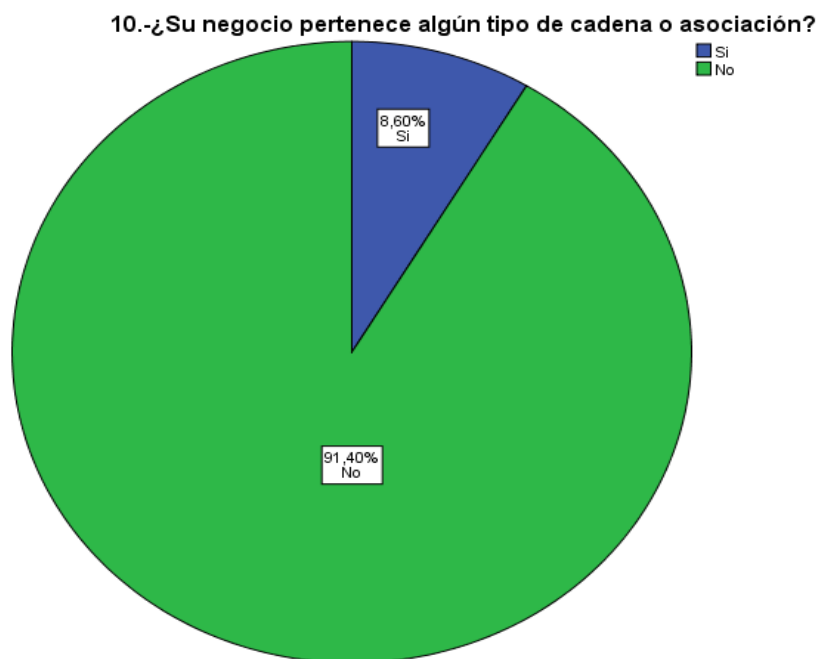
### **Análisis Ejecutivo**

Frente a la pregunta sobre conocer cuál sería el sector elegido para abrir una sucursal, las personas que indicaron que desean abrir una sucursal en su mayoría con un 21,05% prefiere el sector norte para expandir su negocio.

### 5.10.2.17 Pregunta 10.- ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?

**Tabla 16**  
**¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?**

10.- ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	86	8,6	8,6	8,6
	No	914	91,4	91,4	100,0
Total		1000	100,0	100,0	



**Figura 18 ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?**

#### **Análisis Ejecutivo**

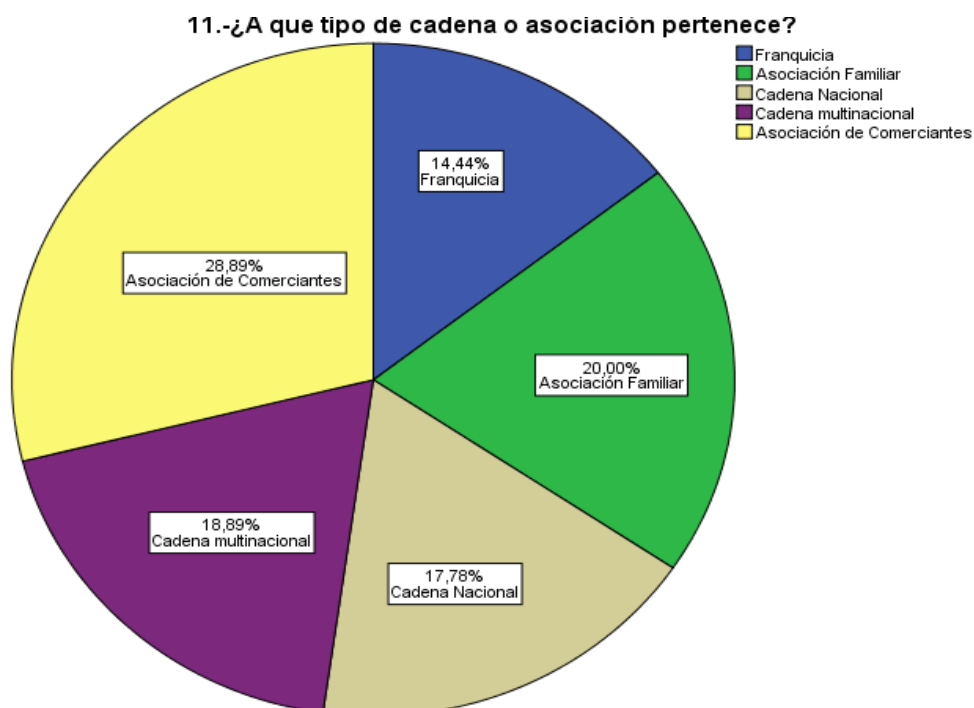
De los encuestados se obtuvo como resultado que la mayoría no pertenece a ningún tipo de organización o asociación, con un 91,4%, mientras que apenas el 8,6% pertenecen algún tipo de asociación.



### 5.10.2.18 Pregunta 11.- ¿A que tipo de cadena o asociación pertenece?

**Tabla 17**  
**¿A que tipo de cadena o asociación pertenece?**

11.- ¿A que tipo de cadena o asociación pertenece?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Franquicia	13	1,3	14,4	14,4
	Asociación Familiar	18	1,8	20,0	34,4
	Cadena Nacional	16	1,6	17,8	52,2
	Cadena multinacional	17	1,7	18,9	71,1
	Asociación de Comerciantes	26	2,6	28,9	100,0
	Total	90	9,0	100,0	
Perdidos	Sistema	910	91,0		
Total		1000	100,0		



**Figura 19 ¿A qué tipo de cadena o asociación pertenece?**

Aquellas personas que indicaron que pertenecen alguna asociación, se encontró que la mayoría pertenece a asociaciones de comerciantes con una concentración de 28,89% de los encuestados.

#### 5.10.2.19 Pregunta Otro tipo de asociación.

**Tabla 18**  
**Otro tipo de asociación**

<b>Otro tipo de asociación</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	<b>1000</b>	<b>100,0</b>

#### **Análisis Ejecutivo**

De los encuestados, ninguno dio otra opción a las propuestas respecto a otros tipos de asociación.

**5.10.2.20 Pregunta 12.- ¿Ha pensado Unirse a una cadena, asociación para hacer crecer su negocio?**

**Tabla 19**  
**¿Ha pensado Unirse a una cadena, asociación para hacer crecer su negocio?**

<b>12.- ¿Ha pensado Unirse a una cadena, asociación para hacer crecer su negocio?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	100	10,0	10,0	10,0
	No	900	90,0	90,0	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 20 ¿Ha pensado Unirse a una cadena, asociación para hacer crecer su negocio?**

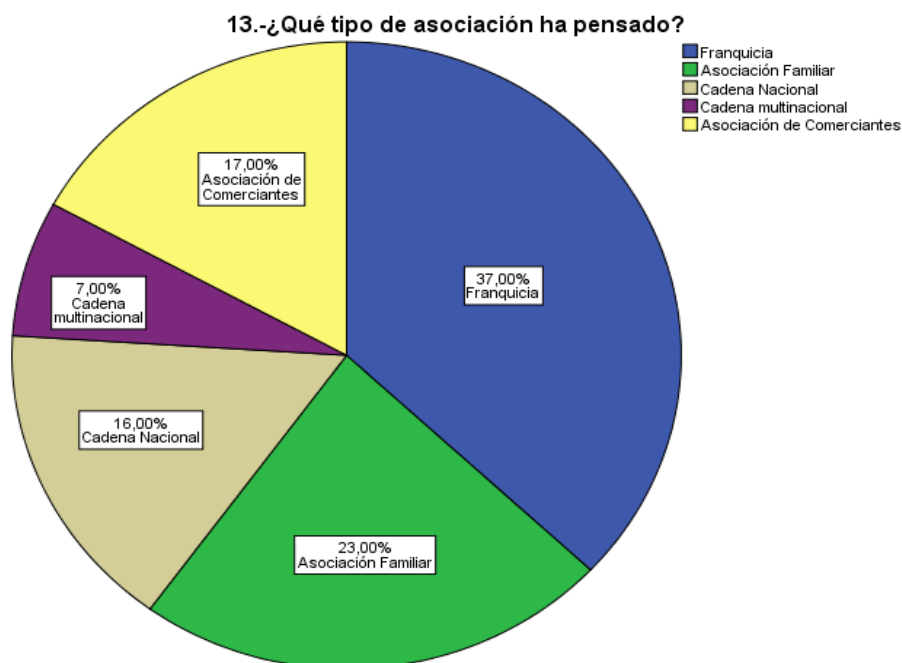
**Análisis Ejecutivo**

De los encuestados se encontró que el 10 por ciento tiene la intención de pertenecer algún tipo de asociación, mientras que la diferencia en la parroquia Mariscal Sucre no desea pertenecer a ninguna asociación

### 5.10.2.21 Pregunta 13.- ¿Qué tipo de asociación ha pensado?

**Tabla 20**  
**¿Qué tipo de asociación ha pensado?**

		13.- ¿Qué tipo de asociación ha pensado?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Franquicia	37	3,7	37,0	37,0
	Asociación Familiar	23	2,3	23,0	60,0
	Cadena Nacional	16	1,6	16,0	76,0
	Cadena multinacional	7	,7	7,0	83,0
	Asociación de Comerciantes	17	1,7	17,0	100,0
	Total	100	10,0	100,0	
Perdidos	Sistema	900	90,0		
Total		1000	100,0		



**Figura 21 ¿Qué tipo de asociación ha pensado?**

### **Análisis Ejecutivo**

En resultado de la investigación, en la interrogante para conocer el tipo de asociación que desean pertenecer los encuestados, se encontró que la mayoría con un porcentaje del 37% desean pertenecer a una franquicia.

#### **5.10.2.22 Pregunta Otro tipo de Unión.**

**Tabla 21**  
**Otro tipo de Unión**

<b>Otro tipo de Unión</b>		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Perdidos	Sistema	1000	100,0

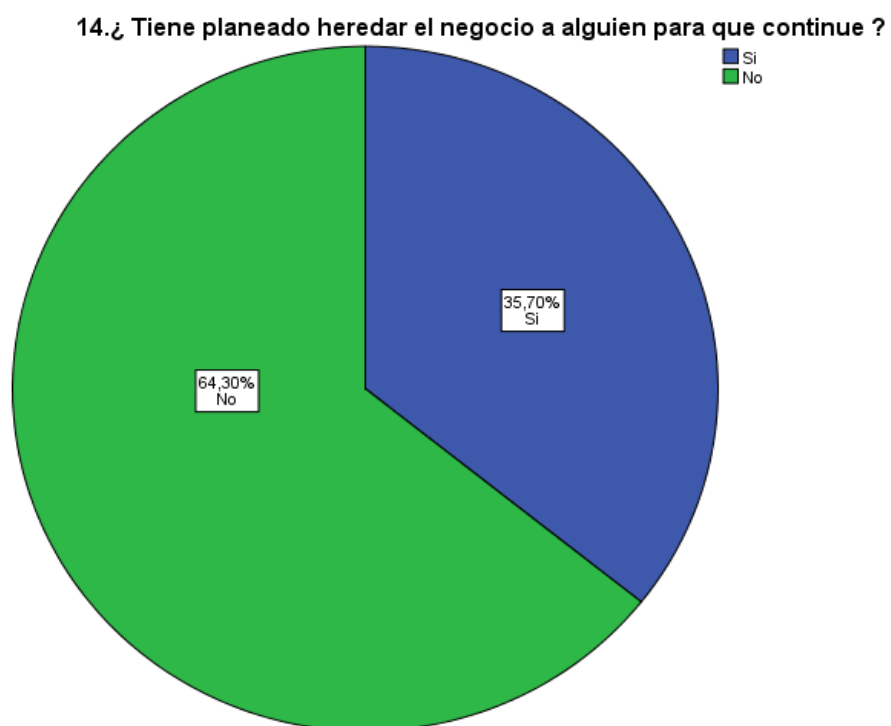
### **Análisis Ejecutivo**

No existe en los registros respecto a la interrogante de otro tipo de asociación que deseen unirse los encuestados opción alguna.

#### **5.10.2.23 Pregunta 14. ¿Tiene planeado heredar el negocio a alguien para que continúe?**

**Tabla 22**  
**¿Tiene planeado heredar el negocio a alguien para que continúe?**

<b>14. ¿Tiene planeado heredar el negocio a alguien para que continúe?</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Si	357	35,7	35,7	35,7
	No	643	64,3	64,3	100,0
Total		1000	100,0	100,0	



**Figura 22 ¿Tiene planeado heredar el negocio a alguien para que continúe?**

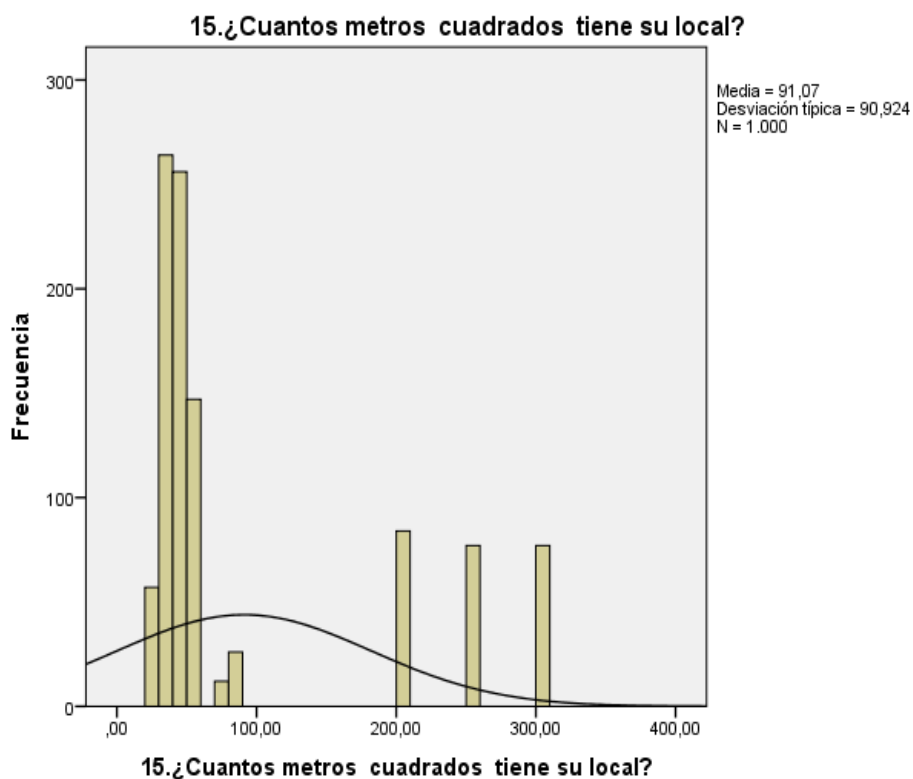
### **Análisis Ejecutivo**

Los locales comerciales dedicados a ofertar sus servicios en la parroquia Mariscal Sucre, indicaron que en su mayoría con un porcentaje del 64,3% no tienen deseo de heredar sus negocios.

### 5.10.2.24 Pregunta 15. ¿Cuantos metros cuadrados tiene su local?

**Tabla 23**  
¿Cuantos metros cuadrados tiene su local?

15. ¿Cuantos metros cuadrados tiene su local?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	25,00	57	5,7	5,7	5,7
	30,00	94	9,4	9,4	15,1
	35,00	170	17,0	17,0	32,1
	40,00	104	10,4	10,4	42,5
	45,00	152	15,2	15,2	57,7
	50,00	83	8,3	8,3	66,0
	55,00	64	6,4	6,4	72,4
	75,00	12	1,2	1,2	73,6
	80,00	12	1,2	1,2	74,8
	85,00	14	1,4	1,4	76,2
	200,00	84	8,4	8,4	84,6
	250,00	77	7,7	7,7	92,3
	300,00	77	7,7	7,7	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 23 ¿Cuantos metros cuadrados tiene su local?**

### **Análisis Ejecutivo**

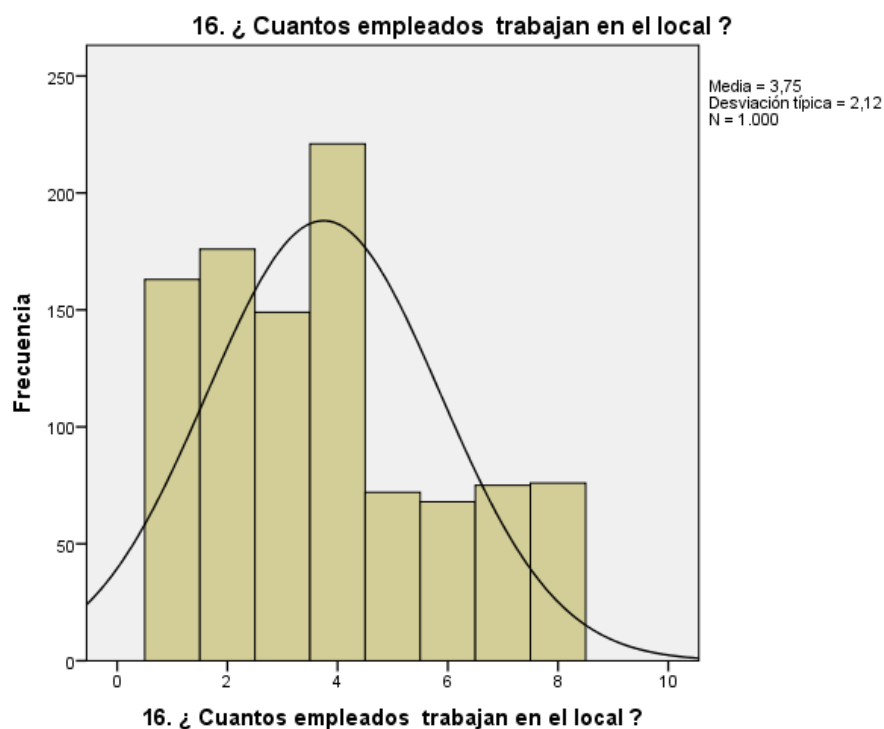
Se encontró que en promedio los locales ubicados en la Zona de la administración Eugenio Espejo en la Parroquia Mariscal Sucre, presenta un valor medio de 91 metros cuadrados de superficie, con una desviación típica de 90,9, ubicados desde los locales pequeños hasta discotecas de gran dimensión.



### 5.10.2.25 Pregunta 16. ¿Cuántos empleados trabajan en el local?

**Tabla 24**  
¿Cuántos empleados trabajan en el local?

16. ¿Cuántos empleados trabajan en el local?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	163	16,3	16,3	16,3
	2	176	17,6	17,6	33,9
	3	149	14,9	14,9	48,8
	4	221	22,1	22,1	70,9
	5	72	7,2	7,2	78,1
	6	68	6,8	6,8	84,9
	7	75	7,5	7,5	92,4
	8	76	7,6	7,6	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 24** ¿Cuántos empleados trabajan en el local?

### Análisis Ejecutivo

Como resultado de la investigación se encontró que los locales comerciales Ubicados en la parroquia Mariscal Sucre, tienen una media de 3,75 empleados por local, con una desviación estándar de 2,12, indicando cuantos colaboradores se tiene en cada negocio.

#### 5.10.2.26 Pregunta 17. ¿Con que áreas cuenta su negocio?

**Tabla 25**  
¿Con que áreas cuenta su negocio?

17. ¿Con que áreas cuenta su negocio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Área Administrativa	344	34,4	34,4	34,4
	Área Contable	331	33,1	33,1	67,5
	Área de Finanzas	18	1,8	1,8	69,3
	Ventas	70	7,0	7,0	76,3
	Ninguna	237	23,7	23,7	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

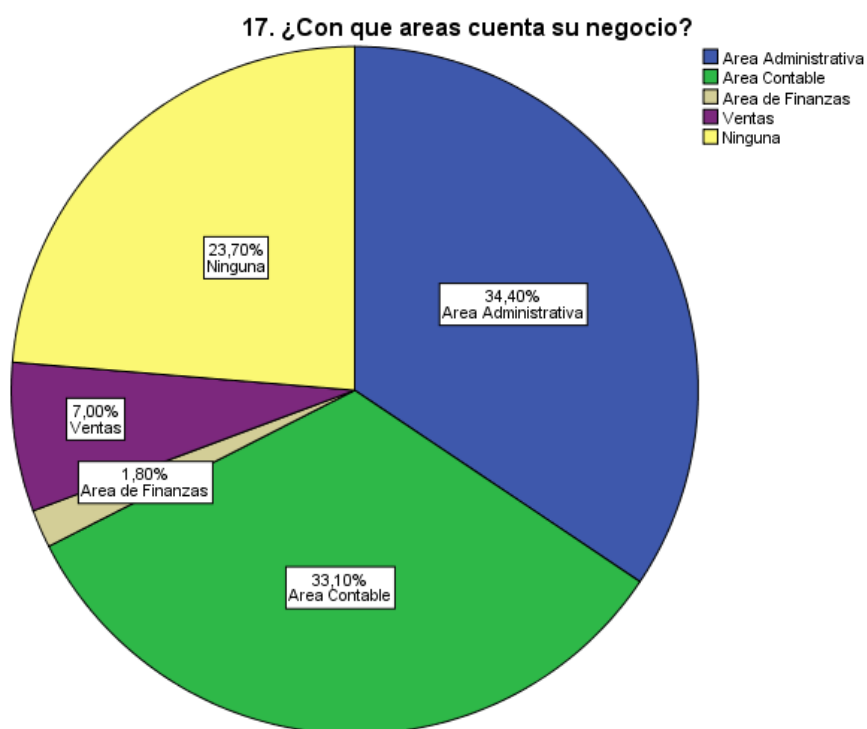


Figura 25 ¿Con que áreas cuenta su negocio?

### Análisis Ejecutivo

En el sector de la Mariscal Sucre, frente a la interrogante de las áreas que se encuentran presentes en cada negocio, se obtuvo como resultados que la mayoría de los comercios encuestados con un 34,4% cuentan con una área dirigida a la gestión administrativa, y como dato relevante se tiene que el 23,7 por ciento de los encuestados no cuentan con áreas administrativas.

**5.10.2.27 Pregunta 18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?**

**Tabla 26**  
**¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?**

<b>18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	98	9,8	9,8	9,8
	No	902	90,2	90,2	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 26 ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?**

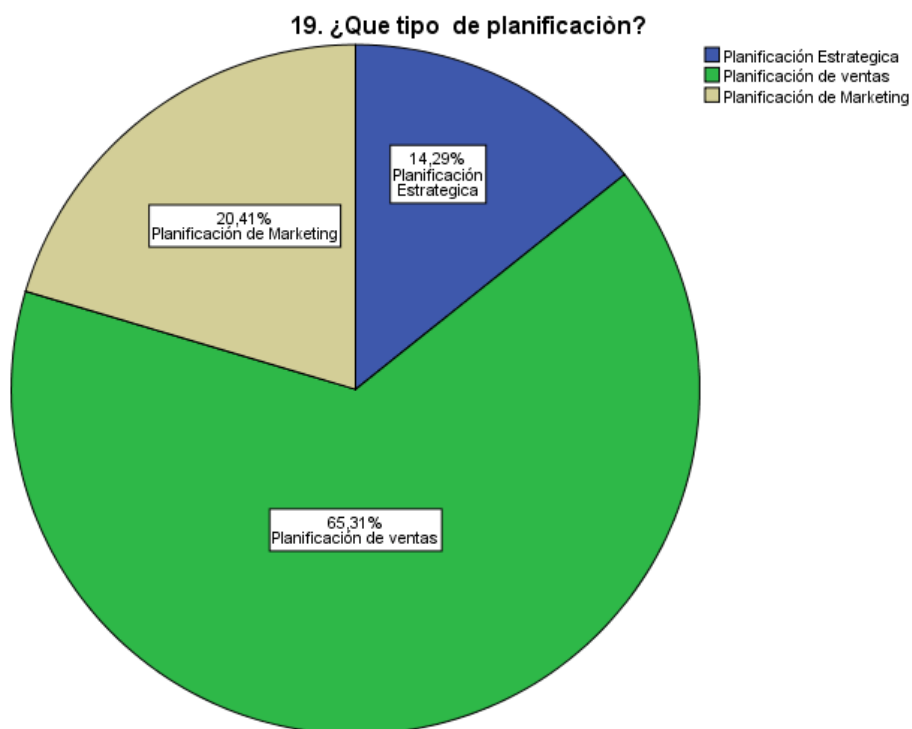
### Análisis Ejecutivo

En la Parroquia Mariscal Sucre se encontró que el 90,2% de los comercios encuestados no cuentan con ningún tipo de planificación, mientras apenas el 9,8% cuentan con planificación para mejorar sus resultados comerciales.

#### 5.10.2.28 Pregunta 19. ¿Que tipo de planificación?

**Tabla 27**  
**¿Que tipo de planificación?**

		19. ¿Que tipo de planificación?			
		Frecuen	Porcenta	Porcentaje	Porcentaje
		cia	je	válido	acumulado
Válidos	Planificación Estratégica	14	1,4	14,3	14,3
	Planificación de ventas	64	6,4	65,3	79,6
	Planificación de Marketing	20	2,0	20,4	100,0
	Total	98	9,8	100,0	
Perdidos	Sistema	902	90,2		
Total		1000	100,0		



**Figura 27 ¿Que tipo de planificación?**

### **Análisis Ejecutivo**

Respecto al resultado obtenido del tipo de planificación que realizan los comercios ubicados en la parroquia Mariscal Sucre, se tiene que la Mayoría con un porcentaje de concentración del 65,31% cuenta con alguna planificación en el área de ventas.

### 5.10.2.29 Pregunta Otra opción de planificación.

**Tabla 28**  
**Otra opción de planificación.**

<b>Otra opción de planificación</b>		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1000	100,0

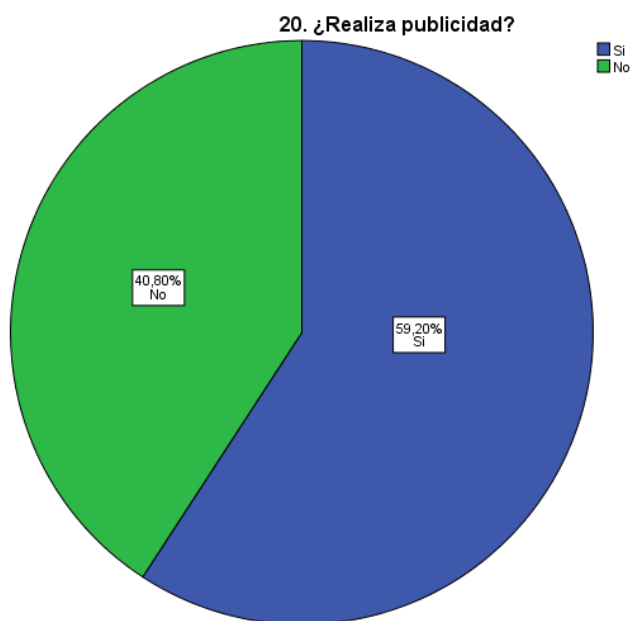
### **Análisis Ejecutivo**

De los resultados obtenidos ninguno de los encuestados indicó una alternativa a las opciones propuestas como opciones planificación

### 5.10.2.30 Pregunta 20. ¿Realiza publicidad?

**Tabla 29**  
**¿Realiza publicidad?**

<b>20. ¿Realiza publicidad?</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	<b>Si</b>	592	59,2	59,2	59,2
	<b>No</b>	408	40,8	40,8	100,0
<b>Total</b>		1000	100,0	100,0	



**Figura 28 ¿Realiza publicidad?**

### **Análisis Ejecutivo**

De los encuestados en la investigación levantada en la parroquia Mariscal Sucre, se encontró que el 59,20 % realiza algún tipo de publicidad para aumentar su exposición a los clientes meta de su oferta comercial, mientras el 40,8% no lo realiza



### 5.10.2.31 Pregunta 21. ¿Con que frecuencia realiza publicidad?

**Tabla 30**  
¿Con que frecuencia realiza publicidad?

21. ¿Con que frecuencia realiza publicidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Semanal	26	2,6	4,4	4,4
	Mensual	33	3,3	5,6	10,0
	trimestral	205	20,5	34,6	44,6
	Semestral	86	8,6	14,5	59,1
	Anual	193	19,3	32,6	91,7
	Permanente	49	4,9	8,3	100,0
	Total	592	59,2	100,0	
Perdidos	Sistema	408	40,8		
Total		1000	100,0		



**Figura 29** ¿Con que frecuencia realiza publicidad?

### Análisis Ejecutivo

Como resultado respecto a la frecuencia con la que los negocios ubicados en la parroquia Mariscal Sucre, realizan publicidad para incrementar sus ventas se tiene que la mayoría con un 34,63% lo realiza de manera trimestral, mientras que el 32,6% lo realiza de manera anual.

#### 5.10.2.32 Pregunta Utiliza la Radio para la Publicidad.

**Tabla 31**  
¿Utiliza la Radio para la Publicidad?

		Utiliza la Radio para la Publicidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	29	2,9	2,9	2,9
	No	971	97,1	97,1	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 30 Utiliza la Radio para la Publicidad.**

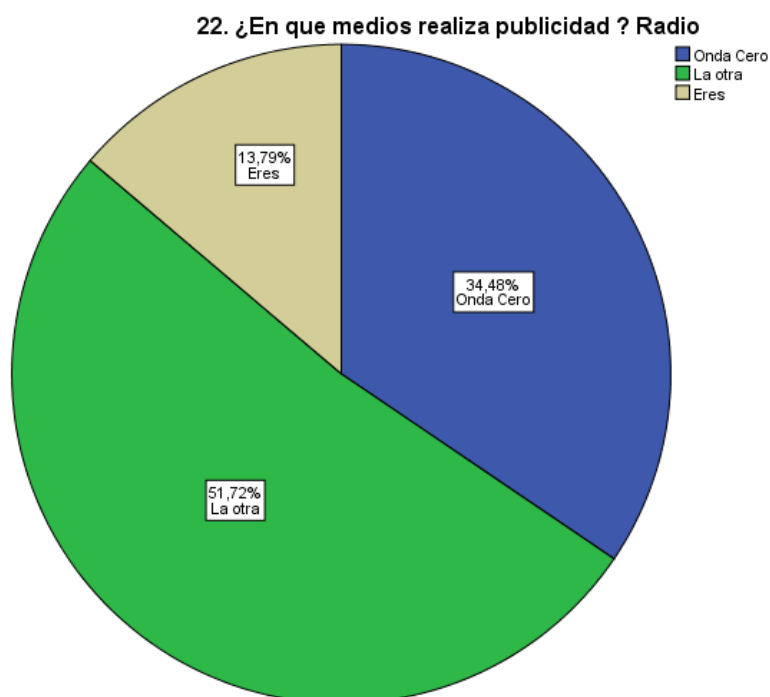
### **Análisis Ejecutivo**

Se obtuvo como resultados que de los encuestados apenas el 2,9 por ciento utiliza a la radio como el medio para realizar sus publicidades, mientras que el 97,10% no usa este medio para su publicidad.

### 5.10.2.33 Pregunta 22. ¿En que medios realizan publicidad? Radio.

**Tabla 32**  
**¿En que medios realiza publicidad? Radio**

22. ¿En que medios realiza publicidad? Radio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Onda Cero	10	1,0	34,5	34,5
	La otra	15	1,5	51,7	86,2
	Eres	4	,4	13,8	100,0
	Total	29	2,9	100,0	
Perdidos	Sistema	971	97,1		
Total		1000	100,0		



**Figura 31 ¿En que medios realiza publicidad? Radio**

### Análisis Ejecutivo

Respecto a la pregunta sobre en que emisoras se hace publicidad, aquellas personas que realizan publicidad por radio, se encontró que existe una preferencia del 51,72% de hacer publicidad por la emisora La Otra.

#### 5.10.2.34 Pregunta Otra Radio.

**Tabla 33**  
**Otra Radio.**

<b>Otra Radio</b>			
		Frecuencia	Porcentaje
Perdidos	Sistema	1000	100,0

### Análisis Ejecutivo

De los encuestados nadie dio alternativa extra a las propuestas respecto a la emisora utilizada para las publicidades

#### 5.10.2.35 Pregunta Utiliza medios impresos para su publicidad.

**Tabla 34**  
**Utiliza medios impresos para su publicidad.**

<b>Utiliza medios impresos para su publicidad</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	10	1,0	1,0	1,0
	No	990	99,0	99,0	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 32 Utiliza medios impresos para su publicidad.**

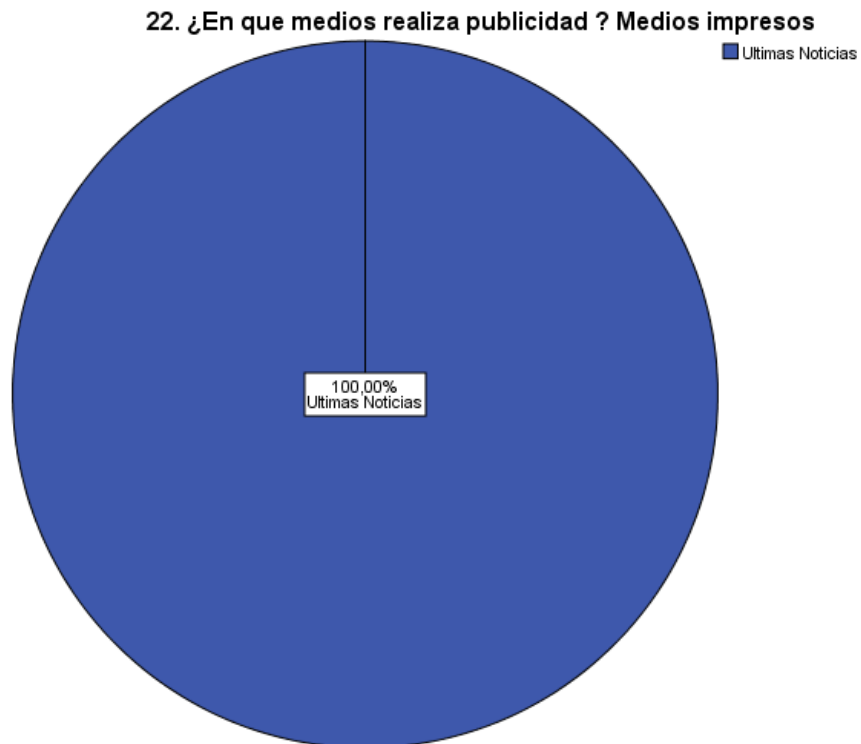
### **Análisis Ejecutivo**

Frente a la respuesta obtenida en la interrogante de la utilización de medios impresos, para la publicidad de los negocios, se encontró que de los negocios ubicados en la Parroquia Mariscal Sucre, apenas el 1% de los encuestados utilizan este medio

#### **5.10.2.36 Pregunta 22. ¿En que medios realizan publicidad? Medios impresos.**

**Tabla 35**  
**¿En que medios realiza publicidad? Medios impresos.**

<b>22. ¿En que medios realiza publicidad? Medios impresos</b>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ultimas Noticias	10	1,0	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	990	99,0		
Total		1000	100,0		



**Figura 33 ¿En que medios realiza publicidad? Medios impresos.**

### **Análisis Ejecutivo**

Se obtuvo como resultado que las personas que han optado por realizar publicidad por medios impresos en su totalidad utilizan al periódico ultimas noticias para su publicidad

### 5.10.2.37 Pregunta Otros medios impresos.

**Tabla 36**  
**Otros medios impresos.**

<b>Otros medios impresos</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1000	100,0

### **Análisis Ejecutivo**

No se registra que existan opciones alternas a las propuestas a las opciones de periódicos.

### 5.10.2.38 Pregunta Utiliza internet para su publicidad.

**Tabla 37**  
**Utiliza internet para su publicidad.**

<b>Utiliza internet para su publicidad</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	<b>Si</b>	515	51,5	51,5	51,5
	<b>No</b>	485	48,5	48,5	100,0
	<b>Total</b>	1000	100,0	100,0	





**Figura 34 Utiliza internet para su publicidad.**

### **Análisis Ejecutivo**

Frente a la pregunta sobre la utilización del internet como el medio de realizar publicidad, se encontró que los locales ubicados en la parroquia Mariscal Sucre, el 51,2% si realiza publicidad de su negocio por este medio.

#### **5.10.2.39 Pregunta 22. ¿En que medios realizan publicidad? Internet.**

**Tabla 38**  
**¿En qué medios realiza publicidad? Internet**  
**22. ¿En qué medios realiza publicidad? Internet**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Correos Electrónicos	192	19,2	37,3	37,3
	Redes Sociales	323	32,3	62,7	100,0
	Total	515	51,5	100,0	
Perdidos	Sistema	485	48,5		
Total		1000	100,0		



**Figura 35 ¿En qué medios realiza publicidad? Internet**

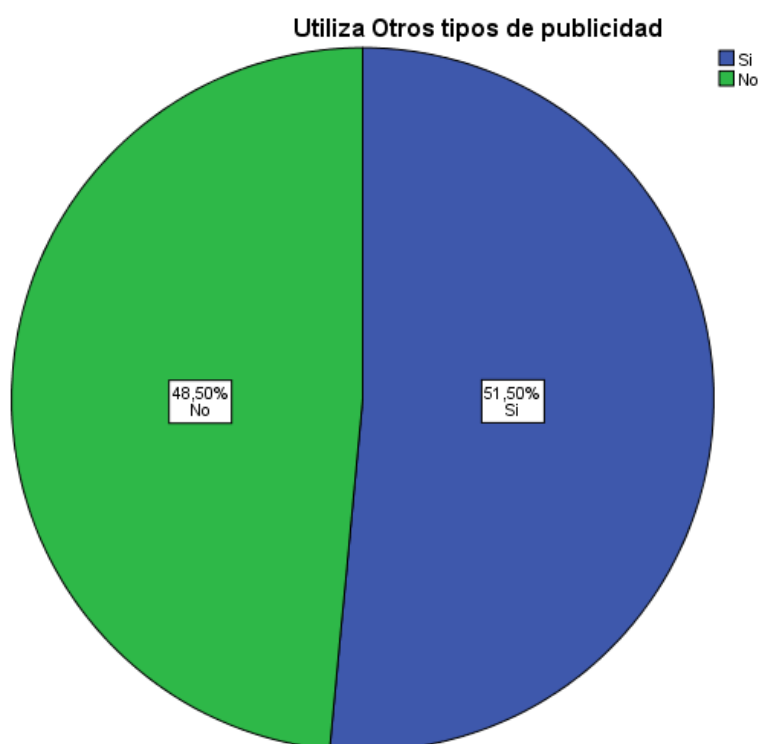
### Análisis Ejecutivo

Se obtuvo como resultado que aquellas personas que realizan publicidad por medio del internet el 62,7% utilizan las redes sociales como herramienta de acercarse a sus clientes objetivos, mientras que el 37,28 % utiliza los correos electrónicos.

#### 5.10.2.40 Pregunta Utiliza Otros tipos de publicidad.

**Tabla 39**  
**Utiliza Otros tipos de publicidad.**

Utiliza Otros tipos de publicidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	515	51,5	51,5	51,5
	No	485	48,5	48,5	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 36 Utiliza Otros tipos de publicidad.**

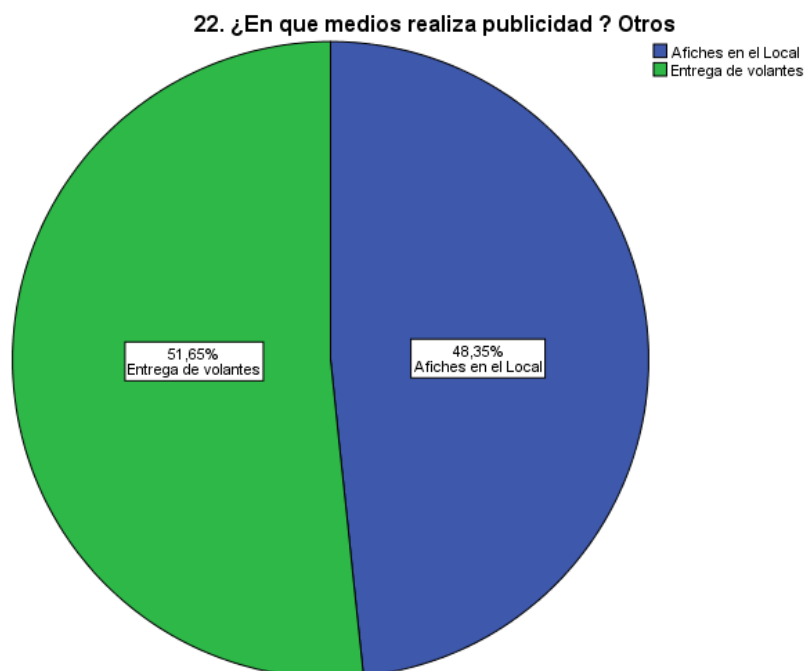
### **Análisis Ejecutivo**

Respecto al resultado obtenido de la investigación frente a conocer los otros tipos de publicidad que sea realiza por parte de los comercios existentes en la parroquia Mariscal Sucre, se encontró, que el 51,5% si utiliza alternativas a los medios ATL.

### 5.10.2.41 Pregunta 22. ¿En qué medios realiza publicidad? Otros.

**Tabla 40**  
**¿En qué medios realiza publicidad? Otros**

22. ¿En que medios realiza publicidad? Otros					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Afiches en el Local	249	24,9	48,3	48,3
	Entrega de volantes	266	26,6	51,7	100,0
	Total	515	51,5	100,0	
Perdidos	Sistema	485	48,5		
Total		1000	100,0		



**Figura 37 ¿En qué medios realiza publicidad? Otros**

### Análisis Ejecutivo

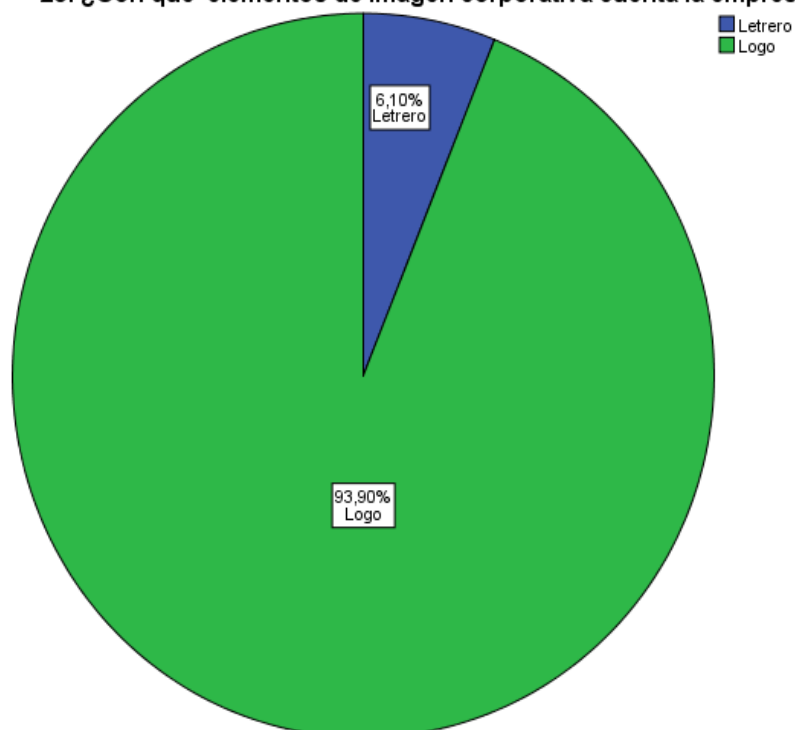
Se encontró que las personas que utilizan medios de publicidad adicional a los medios ATL propuestos anteriormente, utilizan en un 51,65% la entrega de volantes, como alternativa y el 48,35% posee afiches en el local comercial de su oferta comercial.

#### 5.10.2.42 Pregunta 23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Letrero.

**Tabla 41**  
¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Letrero.

		23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Letrero			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	61	6,1	6,1	6,1
	Si	939	93,9	93,9	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Letrero



**Figura 38 ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Letrero.**

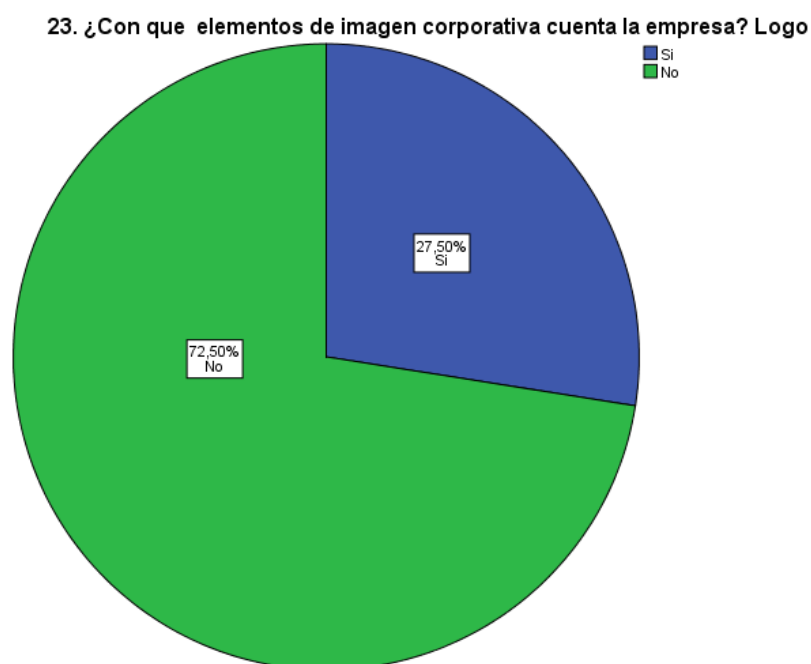
### **Análisis Ejecutivo**

En la investigación realizada se encontró que la mayoría de los encuestados en un 93,9 % cuentan con un letrero en su local comercial, para promocionar su oferta comercial en la parroquia Mariscal Sucre.

**5.10.2.43 Pregunta 23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Logo.**

**Tabla 42**  
**¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Logo.**

23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Logo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	275	27,5	27,5	27,5
	No	725	72,5	72,5	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 39 ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Logo.**

**Análisis Ejecutivo**

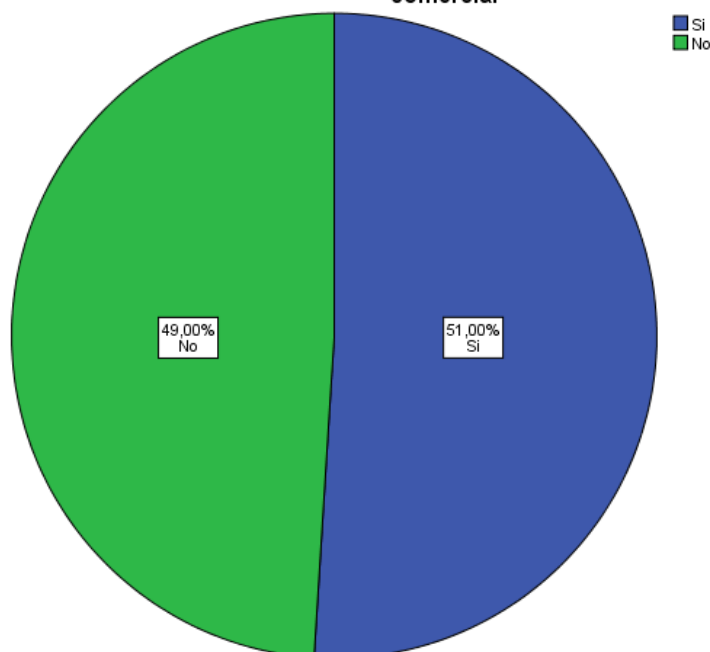
En la investigación realizada se encontró como resultado respecto a la interrogante sobre si los encuestados cuentan con un logo para representar su local comercial, que el 27,5% cuentan con un logo para promocionar su local comercial.

**5.10.2.44 Pregunta 23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Marca comercial.**

**Tabla 43**  
**¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Marca comercial.**

<b>23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Marca comercial</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	510	51,0	51,0	51,0
	No	490	49,0	49,0	100,0
Total		1000	100,0	100,0	

**23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Marca comercial**



**Figura 40 ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Marca comercial.**

**Análisis Ejecutivo**

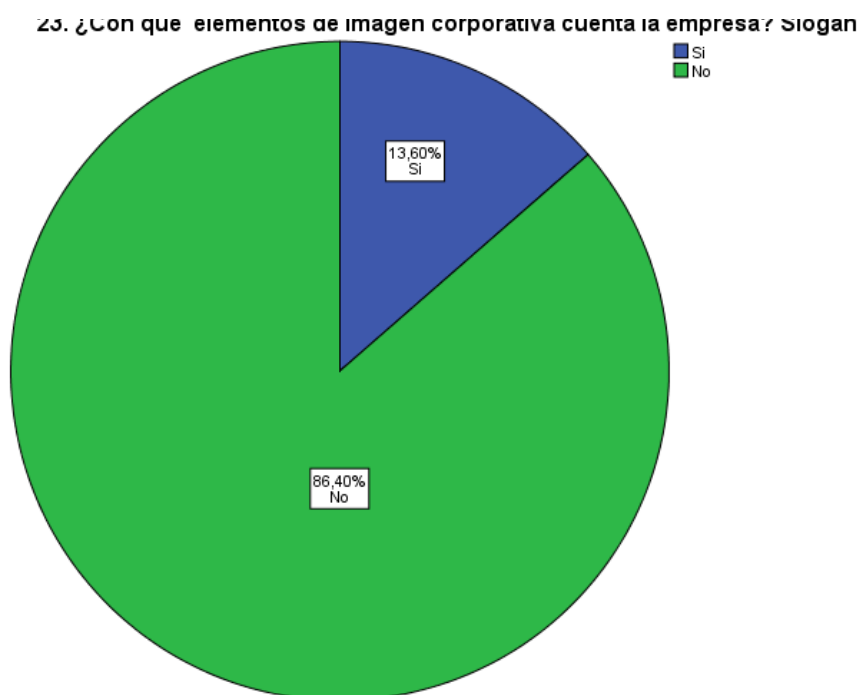
En la investigación realizada se encontró que frente a la interrogante que busca rescatar cuantos de los locales Comerciales cuentan con una marca que los identifique, se encontró que el 51% de los encuestados cuentan con una marca Comercial.



**5.10.2.45 Pregunta 23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Slogan.**

**Tabla 44**  
**¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Slogan.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	136	13,6	13,6	13,6
	No	864	86,4	86,4	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	



**Figura 41 ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Slogan.**

**Análisis Ejecutivo**

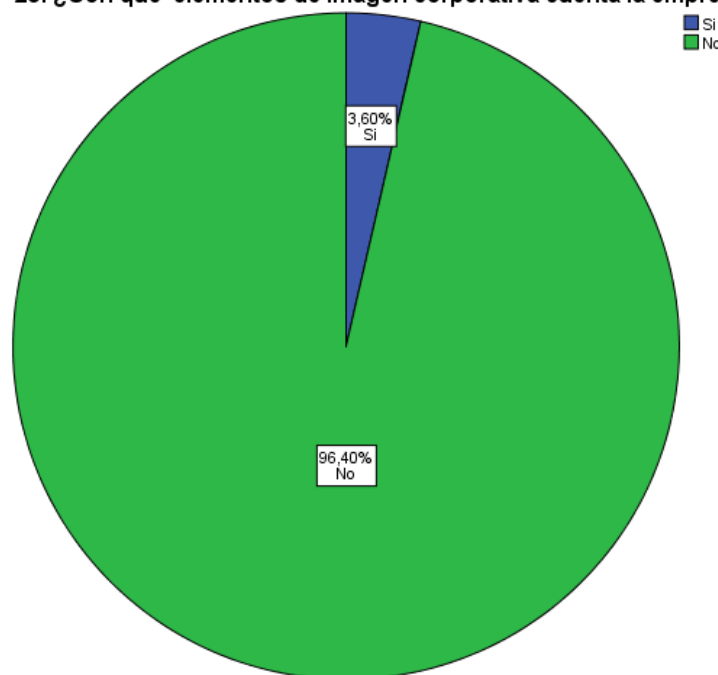
Se encontró que como resultado de la investigación en la interrogante sobre si en los comercios Ubicados en la zona comercial de la parroquia Mariscal Sucre, los negocios cuentan con un slogan, el 13,6% indico que en efecto cuentan con un slogan para la promoción comercial de su oferta.

**5.10.2.46 Pregunta 23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Pagina web.**

**Tabla 45**  
**¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Pagina web.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	36	3,6	3,6	3,6
	No	964	96,4	96,4	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

**23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Pagina web**



**Figura 42: ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Pagina web.**

#### **Análisis Ejecutivo**

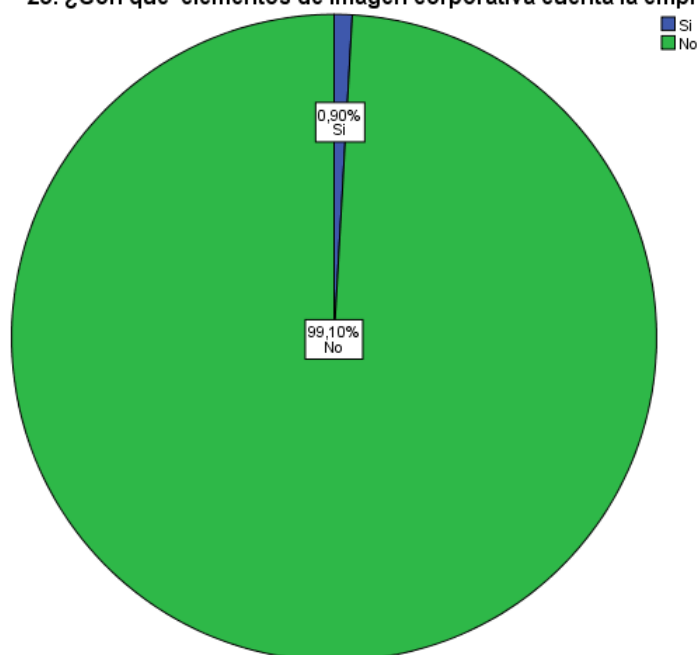
Se encontró como resultado de investigación que de los encuestados en la parroquia Mariscal Sucre, apenas el 3,6% de los locales comerciales cuentan con pagina Web, para promocionar su oferta y darse a conocer.

**5.10.2.47 Pregunta 23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Catalogo.**

**Tabla 46**  
**¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Catalogo.**

23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Catalogo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	9	,9	,9	,9
	No	991	99,1	99,1	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Catalogo



**Figura 43 ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Catalogo.**

#### **Análisis Ejecutivo**

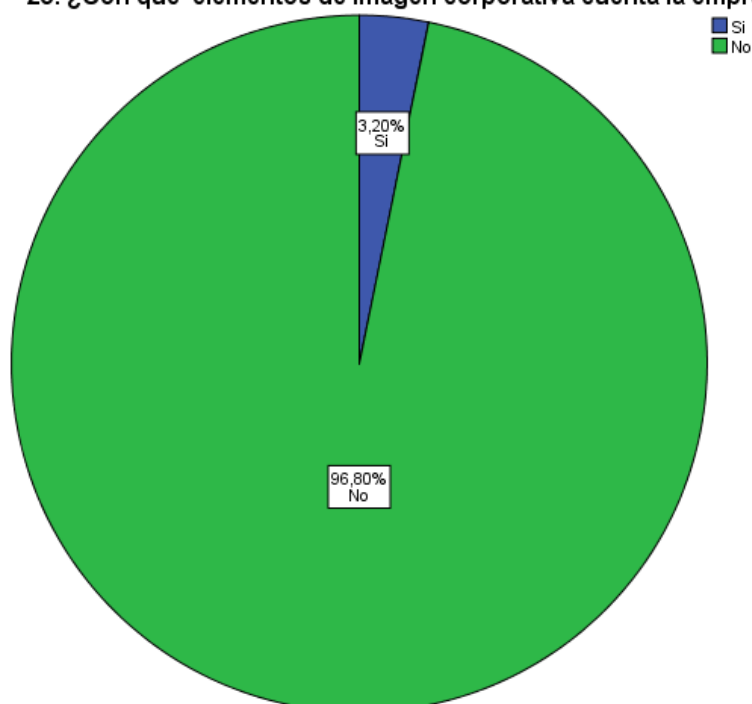
Como resultado de la investigación se encontró que de los encuestados apenas el 0,9% cuenta con venta por catalogo en su local comercial, ofertando sus productos y servicios.

**5.10.2.48 Pregunta 23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Uniforme.**

**Tabla 47**  
**¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Uniforme.**

<b>23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Uniforme</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	32	3,2	3,2	3,2
	No	968	96,8	96,8	100,0
Total		1000	100,0	100,0	

**23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Uniforme**



**Figura 44 ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Uniforme.**

**Análisis Ejecutivo**

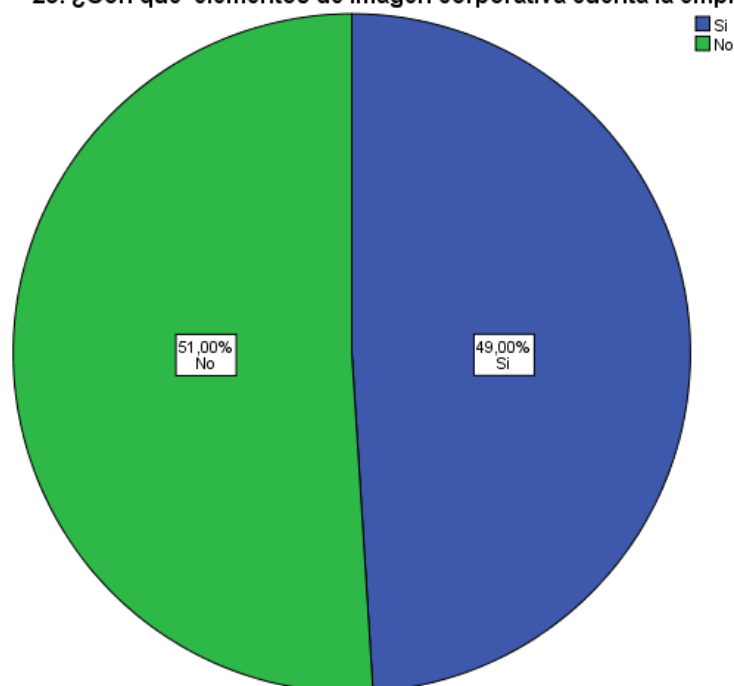
De los encuestados se encontró que los locales que poseen empleados que utilizan uniforme para realizar sus actividades comerciales y laborales, lo hacen apenas en un 3,2%, de los locales ubicados en la Parroquia Mariscal Sucre.

**5.10.2.49 Pregunta 23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Ninguna.**

**Tabla 48**  
**¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Ninguna.**

<b>23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Ninguna</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	490	49,0	49,0	49,0
	No	510	51,0	51,0	100,0
Total		1000	100,0	100,0	

**23. ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Ninguna**



**Figura 45 ¿Con que elementos de imagen corporativa cuenta la empresa? Ninguna.**

**Análisis Ejecutivo**

En la investigación realizada se encontró que el 51% de los encuestados indicaron no poseer elementos que les ayude a generar alguna imagen empresarial de los comercios ubicados en la Parroquia Mariscal Sucre.

### 5.10.2.50 Pregunta 24. ¿Realiza promociones?

**Tabla 49**  
¿Realiza promociones?

		24. ¿Realiza promociones?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	406	40,6	40,6	40,6
	No	594	59,4	59,4	100,0
Total		1000	100,0	100,0	



**Figura 46** ¿Realiza promociones?

#### Análisis Ejecutivo

En la investigación realizada se encontró como resultado a la interrogante respecto a si se realiza promociones en los locales comerciales, se encontró que el 46% realiza promociones para incentivar a sus clientes a consumir en mayor cantidad para incrementar las ventas.

### 5.10.2.51 Pregunta 25. ¿Con que frecuencia realiza promociones?

**Tabla 50**  
¿Con que frecuencia realiza promociones?

25. ¿Con que frecuencia realiza promociones?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Semanal	96	9,6	23,6	23,6
	Mensual	116	11,6	28,6	52,2
	Trimestral	70	7,0	17,2	69,5
	Semestral	38	3,8	9,4	78,8
	Por temporada	86	8,6	21,2	100,0
	Total	406	40,6	100,0	
Perdidos	Sistema	594	59,4		
Total		1000	100,0		



**Figura 47** ¿Con que frecuencia realiza promociones?

### Análisis Ejecutivo

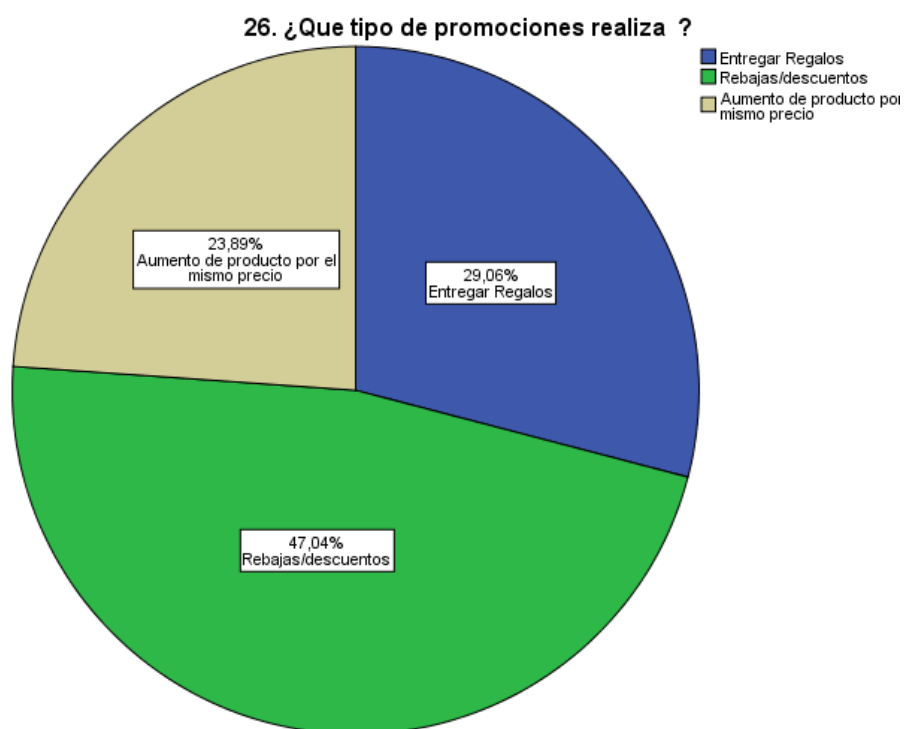
En la investigación realizada se encontró que la mayoría de los locales ubicados en la zona comercial de la parroquia Mariscal Sucre realiza promociones de carácter mensual, con un porcentaje de concentración de un 28,57%.

#### 5.10.2.52 Pregunta 26. ¿Que tipo de promociones realiza?

**Tabla 51**  
**¿Que tipo de promociones realiza?**

		26. ¿Que tipo de promociones realiza?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entregar Regalos	118	11,8	29,1	29,1
	Rebajas/descuentos	191	19,1	47,0	76,1
	Aumento de producto por el mismo precio	97	9,7	23,9	100,0
	Total	406	40,6	100,0	
Perdidos	Sistema	594	59,4		
Total		1000	100,0		





**Figura 52 ¿Que tipo de promociones realiza?**

### **Análisis Ejecutivo**

De la investigación realizada se obtuvo como resultado frente a la pregunta del tipo de promociones que realizan los comercios ubicados en la parroquia Mariscal Sucre, que el 47,04% posee como estrategia de promoción la aplicación de rebajas o descuentos en su oferta comercial.

### 5.10.3. Análisis Bivariados

#### Cruce de variables

#### 5.10.3.1 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs Tipo de local.

**Tabla 53**  
¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs Tipo de local.

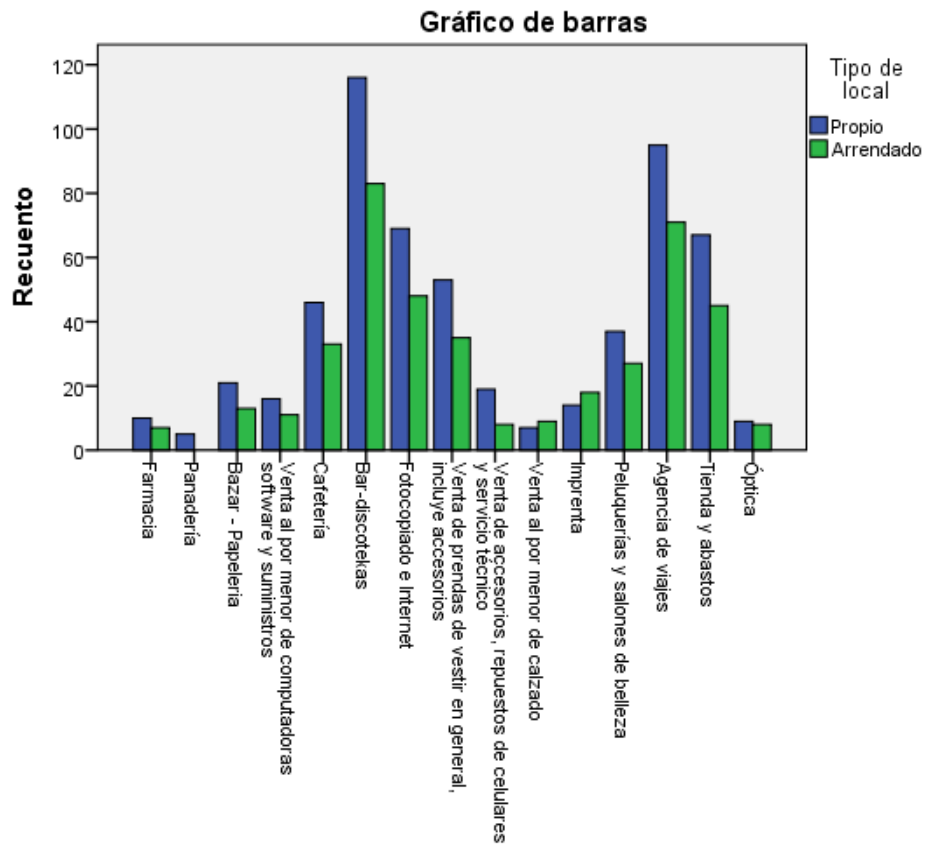
Tabla de contingencia

Recuento		Tipo de local		Total
		Propio	Arrendado	
¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	10	7	17
	Panadería	5	0	5
	Bazar - Papelería	21	13	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	16	11	27
	Cafetería	46	33	79
	Bar-discotecas	116	83	199
	Fotocopiado e Internet	69	48	117
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	53	35	88
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	19	8	27
	Venta al por menor de calzado	7	9	16

Peluquerías y salones de belleza	37	27	64
Agencia de viajes	95	71	166
Tienda y abastos	67	45	112
Óptica	9	8	17
<b>Total</b>	<b>584</b>	<b>416</b>	<b>1000</b>

Pruebas de  $\chi^2$ -cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,106	14	,754
Razón de verosimilitudes	11,907	14	,614
Asociación lineal por lineal	,563	1	,453
N de casos válidos	1000		



**Figura 48: ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs Tipo de local.**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre Pregunta 1 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs. Tipo de local.

H1: Existe relación Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs Tipo de local.

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs Tipo de local no existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,754 por lo tanto es mayor a 0,05 y se acepta Ho

**5.10.3.2 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 4.-  
¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?**

**Tabla 54**  
**¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 4.- ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?**

Tabla de contingencia

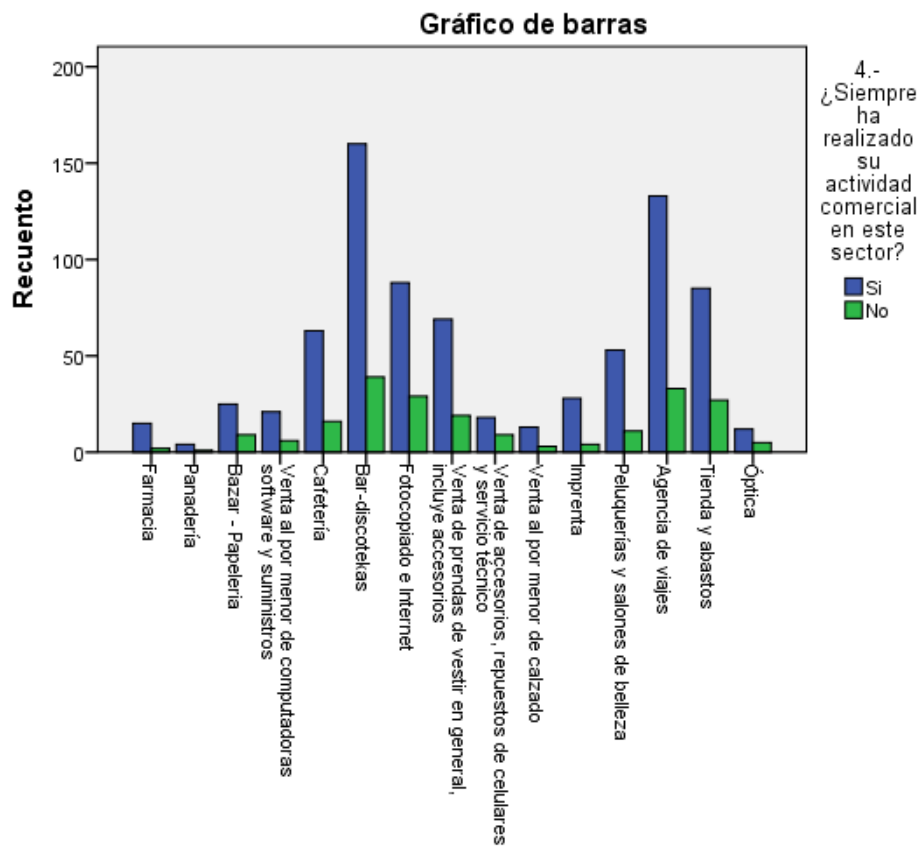
Recuento		4.- ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?		Total
		Si	No	
1.- ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	15	2	17
	Panadería	4	1	5
	Bazar - Papelería	25	9	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	21	6	27
	Cafetería	63	16	79
	Bar-discotecas	160	39	199
	Fotocopiado e Internet	88	29	117
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	69	19	88
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	18	9	27
	Venta al por menor de calzado	13	3	16
	Imprenta	28	4	32
	Peluquerías y salones de belleza	53	11	64

CONTINÚA 

Agencia de viajes	133	33	166
Tienda y abastos	85	27	112
Óptica	12	5	17
Total	787	213	1000

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,643	14	,853
Razón de verosimilitudes	8,647	14	,853
Asociación lineal por lineal	,023	1	,878
N de casos válidos	1000		



**Figura 49 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 4.- ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 4.- ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?

H1: Existe relación ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 4.- ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector?

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 4.- ¿Siempre ha realizado su actividad comercial en este sector? no existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,853 por lo tanto es mayor a 0,05 y se acepta Ho



**5.10.3.3 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 5.- ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?**

**Tabla 55**  
**¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 5.- ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?**

Tabla de contingencia

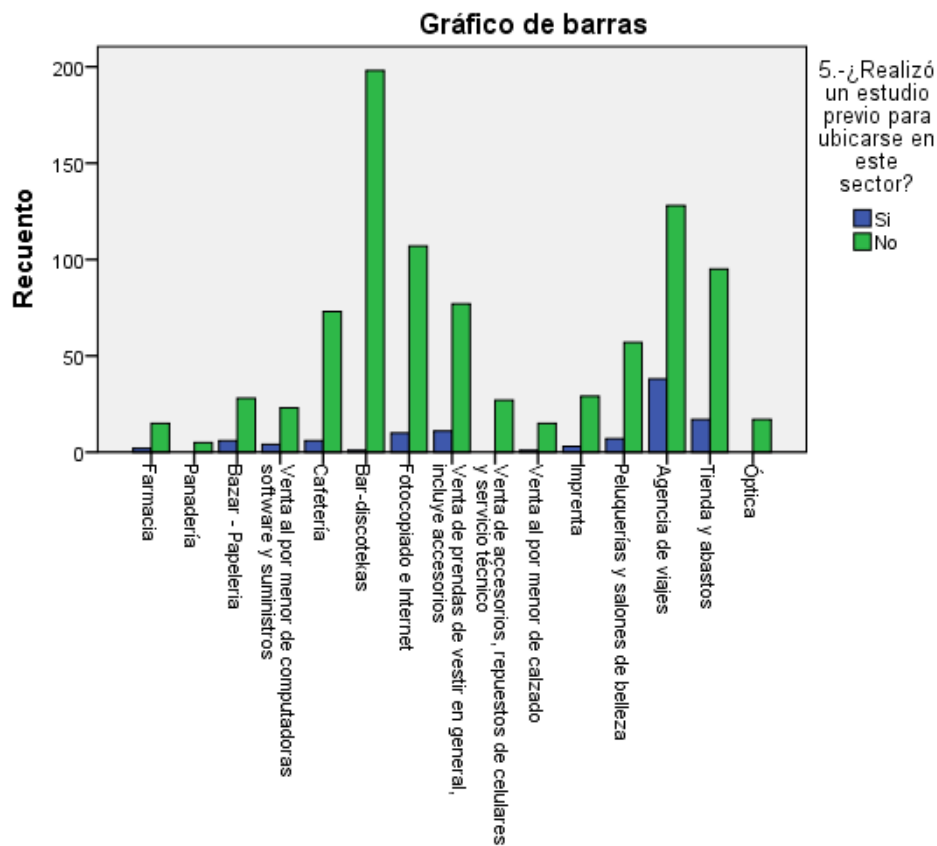
Recuento		5.- ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?		Total
		Si	No	
1.- ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	2	15	17
	Panadería	0	5	5
	Bazar - Papelería	6	28	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	4	23	27
	Cafetería	6	73	79
	Bar-discotecas	1	198	199
	Fotocopiado e Internet	10	107	117
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	11	77	88
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	0	27	27
	Venta al por menor de calzado	1	15	16
	Imprenta	3	29	32

Peluquerías y salones de belleza	7	57	64
Agencia de viajes	38	128	166
Tienda y abastos	17	95	112
Óptica	0	17	17
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>894</b>	<b>1000</b>

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	60,462	14	,000
Razón de verosimilitudes	74,253	14	,000
Asociación lineal por lineal	17,564	1	,000
N de casos válidos	1000		

CONTINÚA 



**Figura 50 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 5.- ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 5.- ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?

H1: Existe relación 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 5.- ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector?

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 5.- ¿Realizó un estudio previo para ubicarse en este sector? si existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,000 por lo tanto es menor a 0,05 y se acepta H1

**5.10.3.4 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 6.- ¿Por qué razón se encuentra en el sector?**

**Tabla 56**  
**¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 6.- ¿Por qué razón se encuentra en el sector?**

Y

**Tabla 57 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 6.- ¿Por qué razón se encuentra en el sector?**

Tabla de contingencia

Recuento		6.-¿Porqué razon se encuentra en el sector?	
		Recomendación	Tuvo la oportunidad de compra de local
		n	
1.-¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	5	2
	Panadería	0	1
	Bazar - Papelería	14	8
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	6	8
	Cafetería	25	23
	Bar-discotecas	69	53

Fotocopiado e Internet	46	26
Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	30	19
Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	10	5
Venta al por menor de calzado	10	1
Imprenta	15	6
Peluquerías y salones de belleza	20	14
Agencia de viajes	54	30
Tienda y abastos	42	24
Óptica	5	4
<b>Total</b>	<b>351</b>	<b>224</b>

Recuento		6. ¿Por qué razón se encuentra en el sector?	
		Tenia local propio	No existía un local dedicado a la misma actividad en el sector
1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	3	3
	Panadería	2	0
	Bazar - Papelería	1	6
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	8	1
	Cafetería	15	8
	Bar-discotecas	24	28
	Fotocopiado e Internet	16	16
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	14	10
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	2	4

CONTINÚA



Venta al por menor de calzado	1	2
Imprenta	4	2
Peluquerías y salones de belleza	9	10
Agencia de viajes	21	33
Tienda y abastos	17	17
Óptica	2	2
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>142</b>

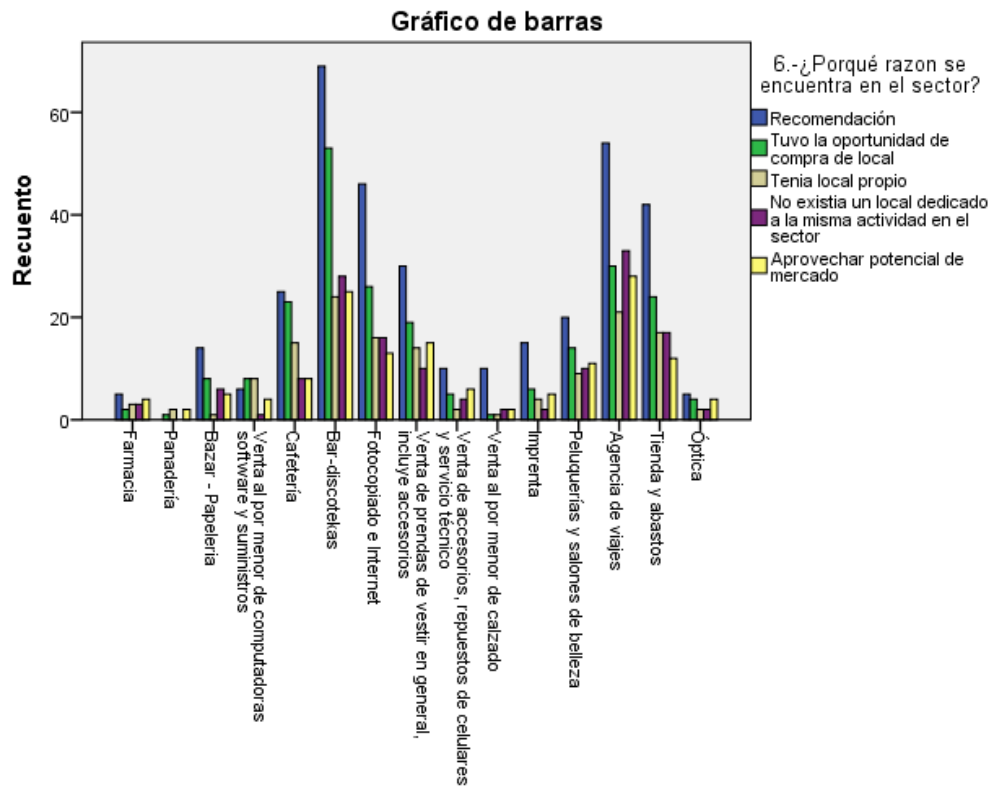
## Recuento

		6. ¿Por qué razón se encuentra en el sector?	Total
		Aprovechar potencial de mercado	
1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	4	17
	Panadería	2	5
	Bazar - Papelería	5	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	4	27
	Cafetería	8	79
	Bar-discotecas	25	199
	Fotocopiado e Internet	13	117
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	15	88
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	6	27
	Venta al por menor de calzado	2	16
	Imprenta	5	32
	Peluquerías y salones de belleza	11	64

Agencia de viajes	28	166
Tienda y abastos	12	112
Óptica	4	17
Total	144	1000

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	53,491	56	,570
Razón de verosimilitudes	55,688	56	,487
Asociación lineal por lineal	,601	1	,438
N de casos válidos	1000		



**Figura 51 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 6.- ¿Por qué razón se encuentra en el sector?**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 6.- ¿Por qué razón se encuentra en el sector?

H1: Existe relación ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 6.- ¿Por qué razón se encuentra en el sector?

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 6.- ¿Por qué razón se encuentra en el sector? no existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,570 por lo tanto es mayor a 0,05 y se acepta Ho



**5.10.3.5 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 7.- ¿Es el único local de la empresa?**

**Tabla 57**  
**Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 7.- ¿Es el único local de la empresa?**

Tabla de contingencia

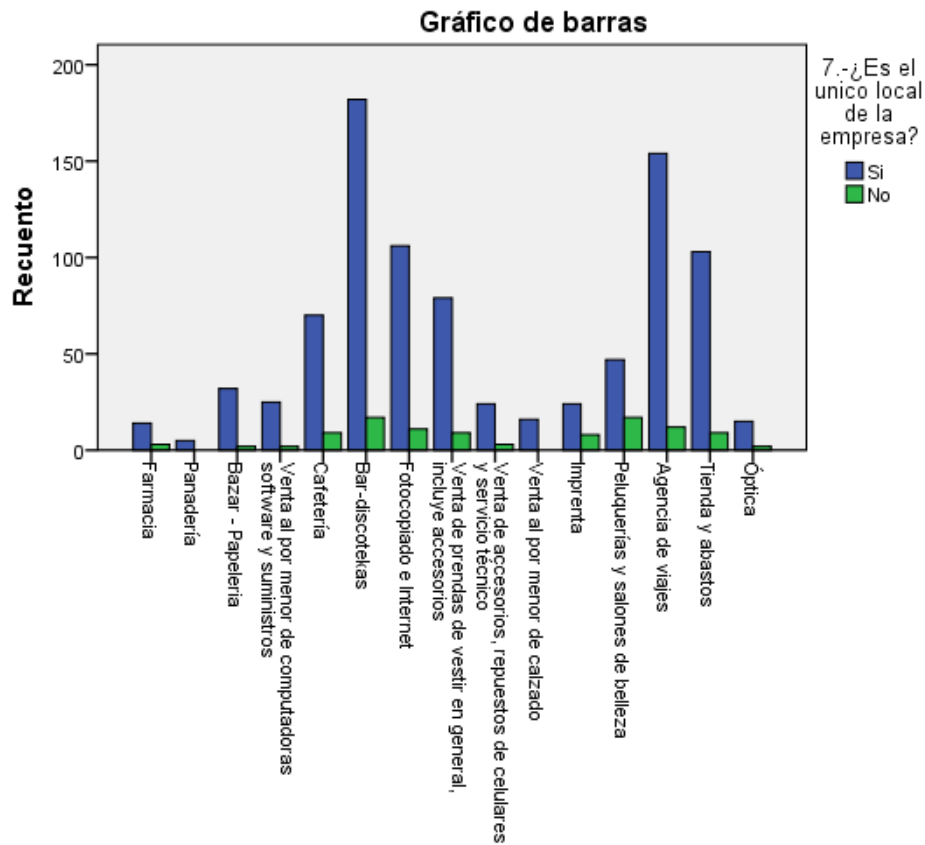
Recuento		7.-¿Es el unico local de la empresa?		Total
		Si	No	
¿¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	14	3	17
	Panadería	5	0	5
	Bazar - Papelería	32	2	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	25	2	27
	Cafetería	70	9	79
	Bar-discotecas	182	17	199
	Fotocopiado e Internet	106	11	117
	Venta de prendas de vestir	79	9	88

CONTINÚA 

en general, incluye accesorios			
Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	24	3	27
Venta al por menor de calzado	16	0	16
Imprenta	24	8	32
Peluquerías y salones de belleza	47	17	64
Agencia de viajes	154	12	166
Tienda y abastos	103	9	112
Óptica	15	2	17
Total	896	104	1000

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	33,121	14	,003
Razón de verosimilitudes	29,001	14	,010
Asociación lineal por lineal	,427	1	,513
N de casos válidos	1000		



**Figura 52** Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 7.- ¿Es el único local de la empresa?

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 7.- ¿Es el único local de la empresa?

H1: Existe relación ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 7.- ¿Es el único local de la empresa?

**Análisis**

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 7.- ¿Es el único local de la empresa? si existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,003 por lo tanto es menor a 0,05 y se acepta H1.

**5.10.3.6 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 8.- ¿Que tipo de local es?**

**Tabla 58**  
**¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 8.- ¿Que tipo de local es?**

Tabla de contingencia

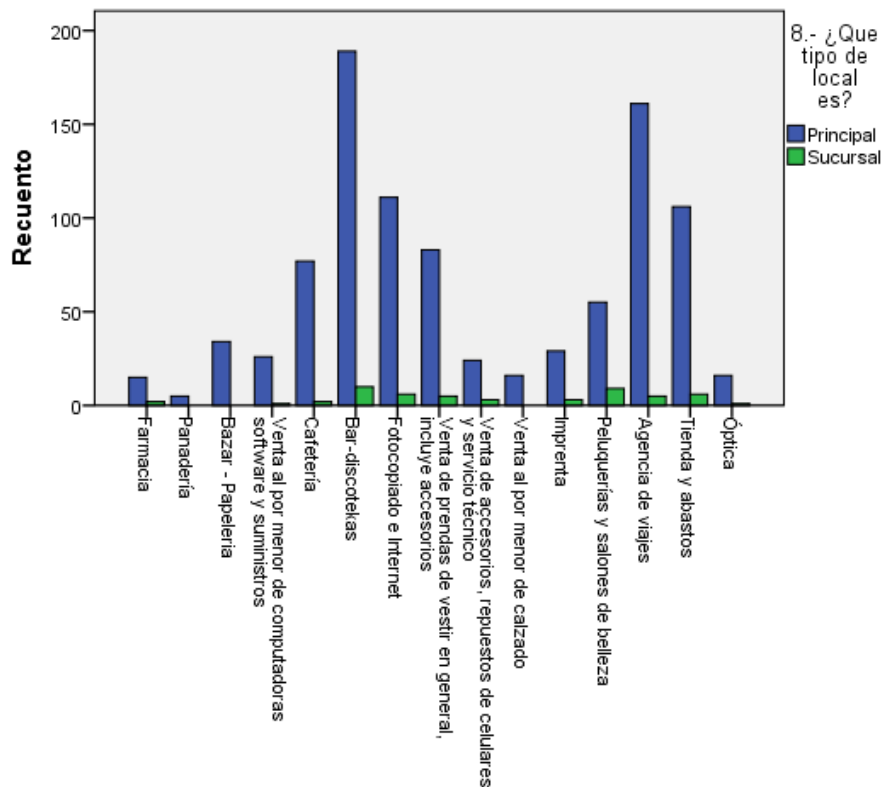
Recuento		8.- ¿Que tipo de local es?		Total
		Principal	Sucursal	
¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	15	2	17
	Panadería	5	0	5
	Bazar - Papelería	34	0	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	26	1	27
	Cafetería	77	2	79
	Bar-discotecas	189	10	199
	Fotocopiado e Internet	111	6	117
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	83	5	88
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	24	3	27
	Venta al por menor de calzado	16	0	16
	Imprenta	29	3	32
	Peluquerías y salones de belleza	55	9	64

Agencia de viajes	161	5	166
Tienda y abastos	106	6	112
Óptica	16	1	17
<b>Total</b>	<b>947</b>	<b>53</b>	<b>1000</b>

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,309	14	,121
Razón de verosimilitudes	19,960	14	,131
Asociación lineal por lineal	,632	1	,427
N de casos válidos	1000		

Gráfico de barras



**Figura 53 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 8.- ¿Que tipo de local es?**

**Hipótesis**

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 8.- ¿Que tipo de local es?

H1: Existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 8.- ¿Que tipo de local es?

**Análisis**

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? vs 8.- ¿Qué tipo de local es? No existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,121 por lo tanto es mayor a 0,050 y se acepta Ho.

**5.10.3.7 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 9.- ¿Ha pensado abrir sucursales?**

**Tabla 59**  
**¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 9.- ¿Ha pensado abrir sucursales?**

Tabla de contingencia

Recuento

		9.-¿Ha pensado abrir sucursales?		Total
		Si	No	
1.-¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	3	14	17
	Panadería	0	5	5
	Bazar - Papelería	6	28	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	1	26	27
	Cafetería	8	71	79
	Bar-disco-tekas	17	182	199
	Fotocopiado e Internet	15	102	117

CONTINÚA 

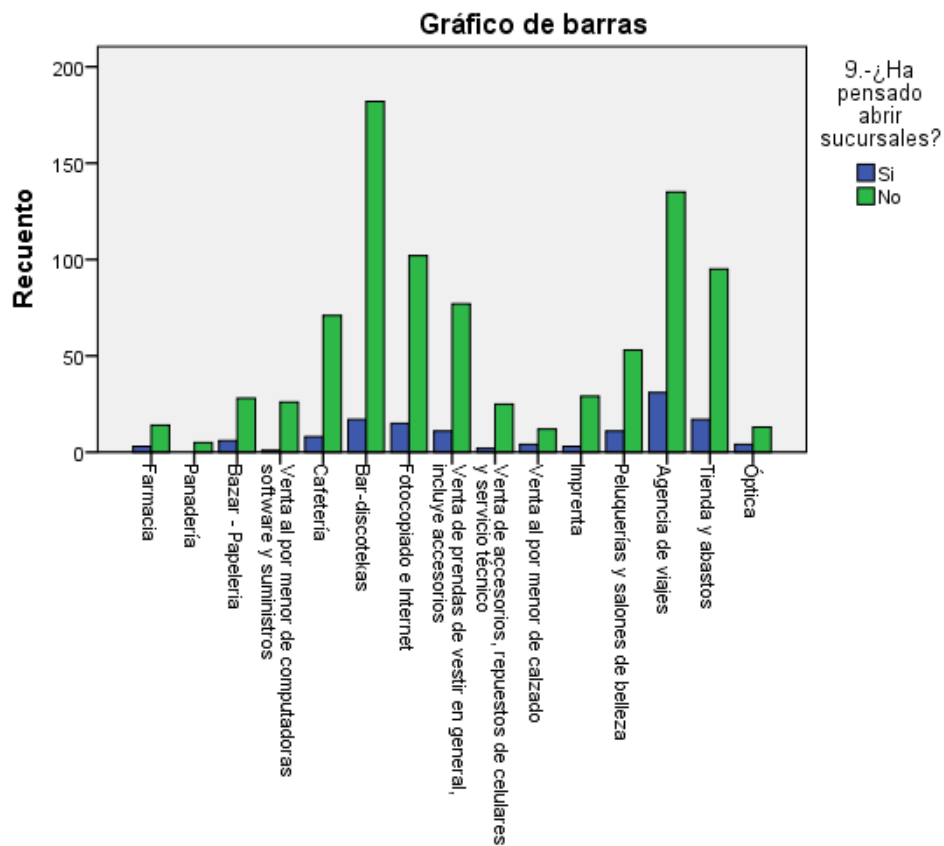


Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	11	77	88
Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	2	25	27
Venta al por menor de calzado	4	12	16
Imprenta	3	29	32
Peluquerías y salones de belleza	11	53	64
Agencia de viajes	31	135	166
Tienda y abastos	17	95	112
Óptica	4	13	17
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>867</b>	<b>1000</b>

□

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,450	14	,187
Razón de verosimilitudes	19,466	14	,148
Asociación lineal por lineal	7,227	1	,007
N de casos válidos	1000		



**Figura 54 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 9.- ¿Ha pensado abrir sucursales?**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 9.- ¿Ha pensado abrir sucursales?

H1: Existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 9.- ¿Ha pensado abrir sucursales?

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 9.- ¿Ha pensado abrir sucursales? no existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,187 por lo tanto es mayor a 0,05 y se acepta Ho



**5.10.3.8 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 10.- ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?**

**Tabla 60**  
**¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 10.- ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?**

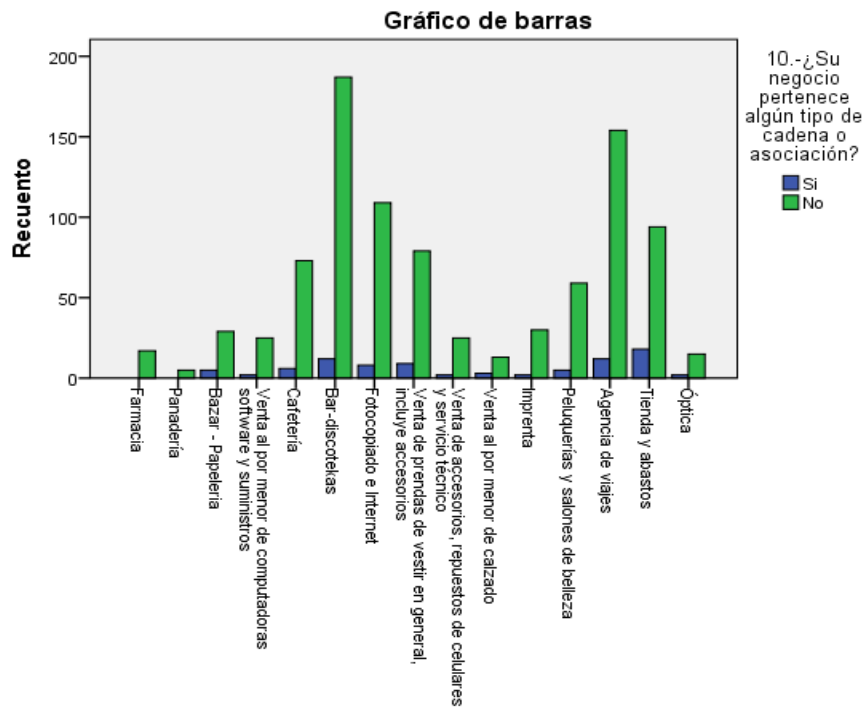
Tabla de contingencia

Recuento		10. ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?		Total
		Si	No	
1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	0	17	17
	Panadería	0	5	5
	Bazar - Papelería	5	29	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	2	25	27
	Cafetería	6	73	79
	Bar-discotecas	12	187	199
	Fotocopiado e Internet	8	109	117
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	9	79	88
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	2	25	27
	Venta al por menor de calzado	3	13	16
	Imprenta	2	30	32
	Peluquerías y salones de belleza	5	59	64

Agencia de viajes	12	154	166
Tienda y abastos	18	94	112
Óptica	2	15	17
Total	86	914	1000

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,252	14	,243
Razón de verosimilitudes	17,151	14	,248
Asociación lineal por lineal	3,322	1	,068
N de casos válidos	1000		



**Figura 55 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 10.- ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 10.- ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?

H1: Existe relación ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 10.- ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación?

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 10.- ¿Su negocio pertenece algún tipo de cadena o asociación? no existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,243 por lo tanto es mayor a 0,05 y se acepta Ho.

**5.10.3.9 Pregunta 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?**

**Tabla61**  
**Pregunta 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?**

		19. ¿Que tipo de planificación?		
		Planificación de ventas		
3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	Menos de un año	Recuento	1	
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	100,0%	
	1 a 5 años	Recuento	10	
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	100,0%	
	6 a 10 años	Recuento	8	
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	88,9%	
	11 a 15 años	Recuento	2	
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	100,0%	
	16 a 20 años	Recuento	2	
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	100,0%	
	21 a 25 años	Recuento	2	
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	100,0%	
	26 a 30 años	Recuento	2	
<b>Tabla de contingencia 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?</b>				
		19. ¿Que tipo de planificación?		Total
		Planificación de Marketing		
3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	Menos de un año	Recuento	0	1
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	0,0%	100,0%
	1 a 5 años	Recuento	0	10
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	0,0%	100,0%
	6 a 10 años	Recuento	1	9
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	11,1%	100,0%
	11 a 15 años	Recuento	0	2
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	0,0%	100,0%
	16 a 20 años	Recuento	0	2
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	0,0%	100,0%
	21 a 25 años	Recuento	0	2

		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	0,0%	100,0%
26 a 30 años	Recuento		0	2

**Tabla de contingencia 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?**

		19. ¿Que tipo de planificación?	
		Planificación de ventas	
3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	26 a 30 años	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	100,0%
Total		Recuento	27
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	96,4%

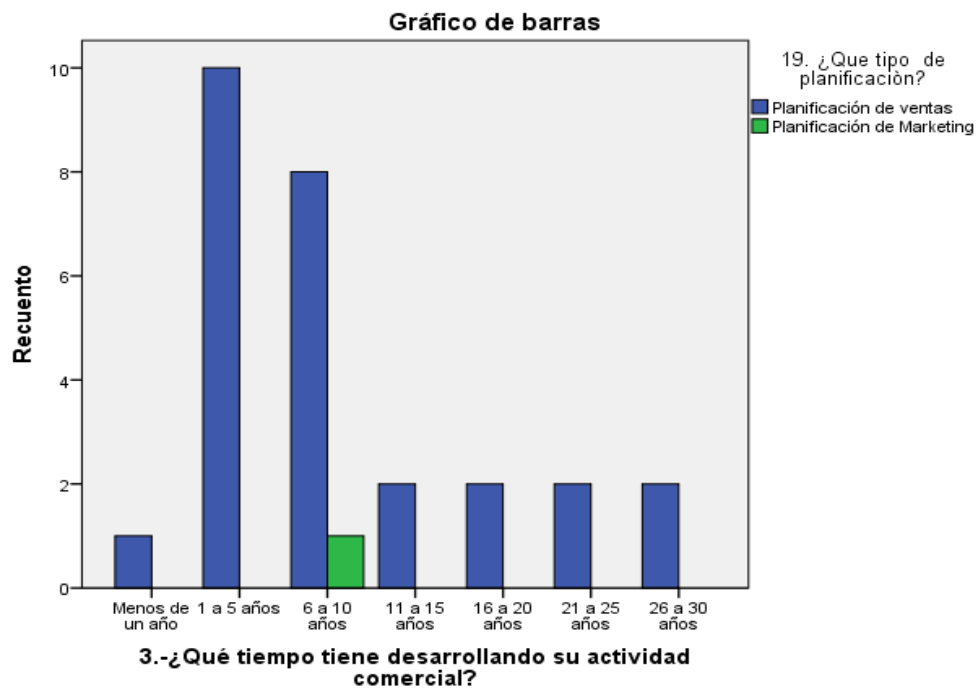
**Tabla de contingencia 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?**

		19. ¿Que tipo de planificación?		Total
		Planificación de Marketing		
3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	26 a 30 años	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	0,0%	100,0%
Total		Recuento	1	28
		% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	3,6%	100,0%

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,189	6	,901
Razón de verosimilitudes	2,349	6	,885
Asociación lineal por lineal	,032	1	,858
N de casos válidos	28		





**Figura 56 Pregunta 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?

H1: Existe relación entre ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?

### Análisis

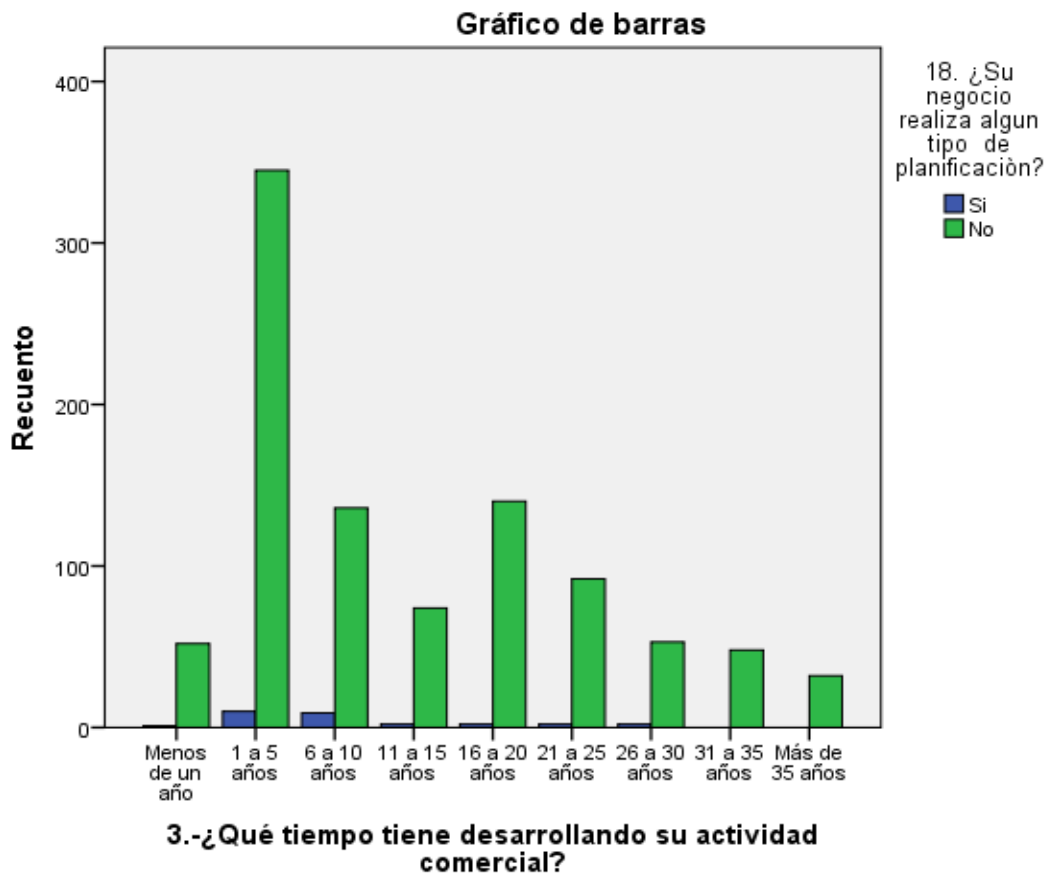
En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 19. ¿Que tipo de planificación? no existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,901 por lo tanto es mayor a 0,05 y se acepta Ho

**5.10.3.10 Pregunta 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?**

**Tabla 62**  
**¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?**

Tabla de contingencia 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?

3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?		18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?		Total
		Si	No	
Menos de un año	Recuento	1	52	53
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	1,9%	98,1%	100,0%
1 a 5 años	Recuento	10	345	355
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	2,8%	97,2%	100,0%
6 a 10 años	Recuento	9	136	145
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	6,2%	93,8%	100,0%
11 a 15 años	Recuento	2	74	76
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	2,6%	97,4%	100,0%
16 a 20 años	Recuento	2	140	142
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	1,4%	98,6%	100,0%
21 a 25 años	Recuento	2	92	94
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	2,1%	97,9%	100,0%
26 a 30 años	Recuento	2	53	55
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	3,6%	96,4%	100,0%
31 a 35 años	Recuento	0	48	48
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	0,0%	100,0%	100,0%
Más de 35 años	Recuento	0	32	32
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Recuento	28	972	1000
	% dentro de 3.- ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial?	2,8%	97,2%	100,0%



**Figura 57 ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?

H1: Existe relación ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación?

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tiempo tiene desarrollando su actividad comercial? Vs 18. ¿Su negocio realiza algún tipo de planificación? no existe

relación entre las variables al obtener una significancia de 0,267 por lo tanto es mayor a 0,05 y se acepta  $H_0$

### 5.10.3.11 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?

**Tabla 63 .**  
**Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?**

Tabla de contingencia

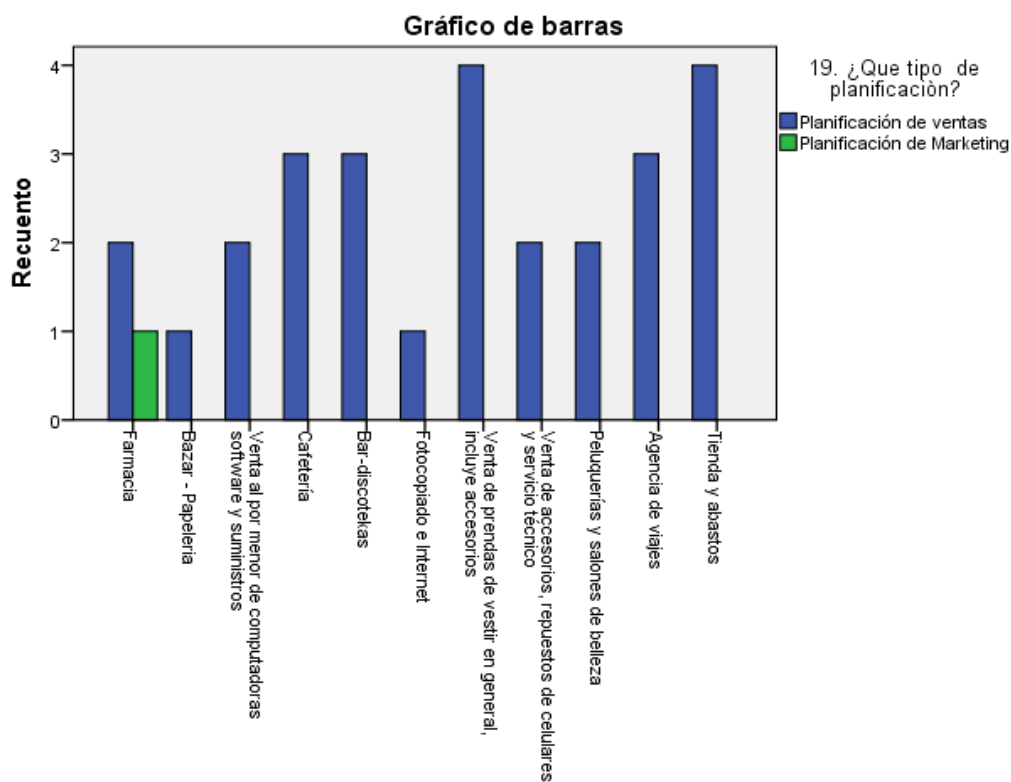
Recuento		19. ¿Que tipo de planificación?		Total
		Planificación de ventas	Planificación de Marketing	
1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	2	1	3
	Bazar - Papelería	1	0	1
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	2	0	2
	Cafetería	3	0	3
	Bar-discotecas	3	0	3
	Fotocopiado e Internet	1	0	1
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	4	0	4
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	2	0	2
	Peluquerías y salones de	2	0	2

CONTINÚA 

belleza			
Agencia de viajes	3	0	3
Tienda y abastos	4	0	4
Total	27	1	28

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,642	10	,566
Razón de verosimilitudes	4,809	10	,904
Asociación lineal por lineal	2,733	1	,098
N de casos válidos	28		



**Figura 58 .¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?

H1: Existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 19. ¿Que tipo de planificación?

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 19. ¿Que tipo de planificación? no existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,566 por lo tanto es mayor a 0,05 y se acepta Ho

**5.10.3.12 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 20. ¿Realiza publicidad?**

**Tabla 64**  
**¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 20. ¿Realiza publicidad?**

Tabla de contingencia

Recuento

		20. ¿Realiza publicidad?		Total
		Si	No	
¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	8	9	17
	Panadería	5	0	5
	Bazar - Papelería	13	21	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	15	12	27
	Cafetería	45	34	79
	Bar-discotecas	144	55	199
	Fotocopiado e Internet	56	61	117

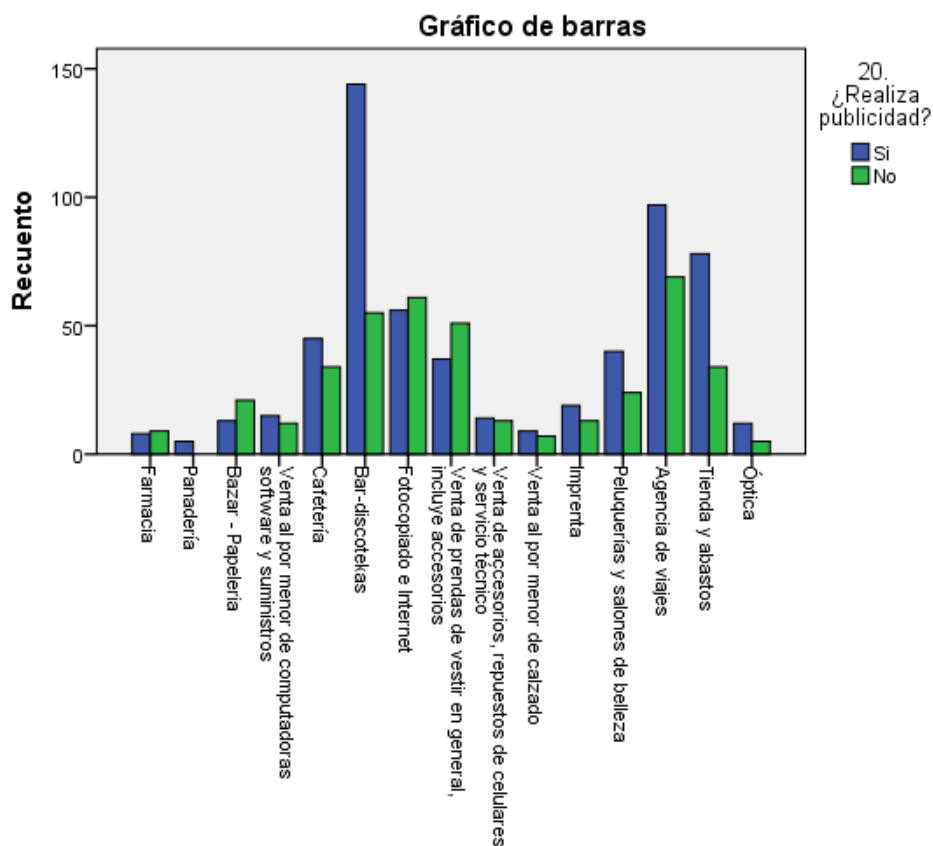
CONTINÚA 

Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	37	51	88
Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	14	13	27
Venta al por menor de calzado	9	7	16
Imprenta	19	13	32
Peluquerías y salones de belleza	40	24	64
Agencia de viajes	97	69	166
Tienda y abastos	78	34	112
Óptica	12	5	17
<b>Total</b>	<b>592</b>	<b>408</b>	<b>1000</b>

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	49,163	14	,000
Razón de verosimilitudes	51,350	14	,000
Asociación lineal por lineal	2,518	1	,113
N de casos válidos	1000		





**Figura 59 ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 20. ¿Realiza publicidad?**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 20. ¿Realiza publicidad?

H1: Existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 20. ¿Realiza publicidad?

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 20. ¿Realiza publicidad? si existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,000 por lo tanto es menor a 0,05 y se acepta H1

**5.10.3.13 Pregunta 1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 24. ¿Realiza promociones?**

**Tabla 65**  
**Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 24. ¿Realiza promociones ?.**

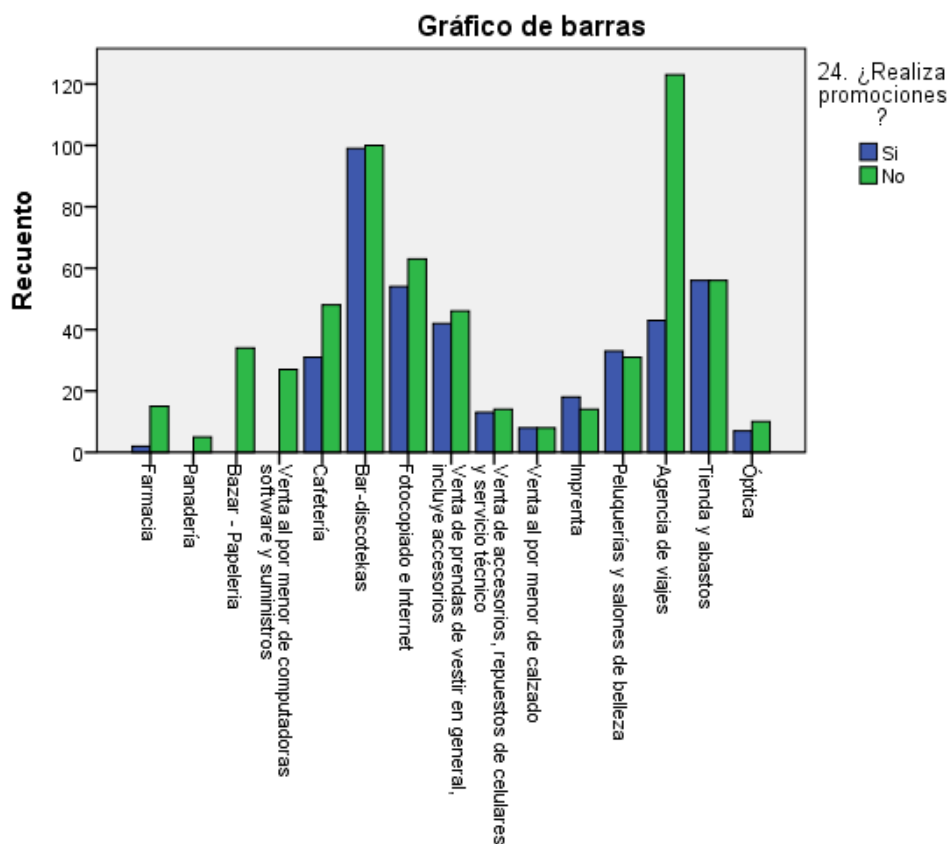
Tabla de contingencia

Recuento		24. ¿Realiza promociones?		Total
		Si	No	
1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	2	15	17
	Panadería	0	5	5
	Bazar - Papelería	0	34	34
	Venta al por menor de computadoras software y suministros	0	27	27
	Cafetería	31	48	79
	Bar-discotecas	99	100	199
	Fotocopiado e Internet	54	63	117
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	42	46	88
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	13	14	27
	Venta al por menor de calzado	8	8	16
	Imprenta	18	14	32
	Peluquerías y salones de belleza	33	31	64

Agencia de viajes	43	123	166
Tienda y abastos	56	56	112
Óptica	7	10	17
Total	406	594	1000

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	87,925	14	,000
Razón de verosimilitudes	113,098	14	,000
Asociación lineal por lineal	3,662	1	,056
N de casos válidos	1000		



**Figura 60 .¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 24. ¿Realiza promociones ?.**

### Hipótesis

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 24. ¿Realiza promociones?

H1: Existe relación ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 24. ¿Realiza promociones?

### Análisis

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 24. ¿Realiza promociones? si existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,000 por lo tanto es menor a 0,05 y se acepta H1

**5.10.3.14 Pregunta 1.¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 26. ¿Que tipo de promociones realiza ?.**

**Tabla66**  
**¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 26. ¿Que tipo de promociones realiza?.**

Tabla de contingencia

Recuento		25. ¿Con que frecuencia realiza promociones?		
		Semanal	Mensual	Trimestral
1.¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	1	1	0
	Cafetería	8	14	3
	Bar-discotecas	26	33	12
	Fotocopiado e Internet	8	16	16
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	7	13	6
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	4	0	3
	Venta al por menor de calzado	4	1	2
	Imprenta	7	1	3
	Peluquerías y salones de belleza	7	12	6
	Agencia de viajes	9	10	8
	Tienda y abastos	15	13	10
	Óptica	0	2	1
	<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>116</b>	<b>70</b>

CONTINÚA 

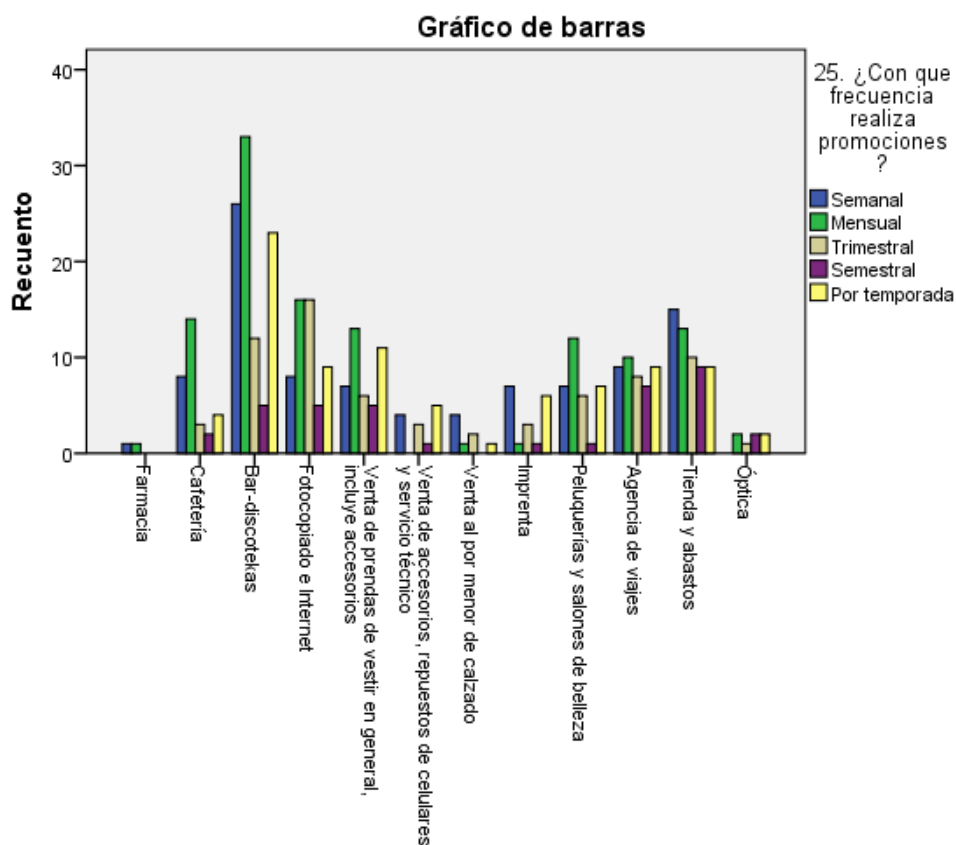
25. ¿Con que frecuencia realiza  
promociones?

		Semestral	Por temporada	Total
1. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza?	Farmacia	0	0	2
	Cafeteria	2	4	31
	Bar-discotecas	5	23	99
	Fotocopiado e Internet	5	9	54
	Venta de prendas de vestir en general, incluye accesorios	5	11	42
	Venta de accesorios, repuestos de celulares y servicio técnico	1	5	13
	Venta al por menor de calzado	0	1	8
	Imprenta	1	6	18
	Peluquerías y salones de belleza	1	7	33
	Agencia de viajes	7	9	43
	Tienda y abastos	9	9	56
	Óptica	2	2	7
<b>Total</b>		<b>38</b>	<b>86</b>	<b>406</b>

CONTINÚA 

## Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	52,036	44	,190
Razón de verosimilitudes	58,042	44	,076
Asociación lineal por lineal	1,620	1	,203
N de casos válidos	406		



**Figura 61** Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 26. ¿Que tipo de promociones realiza ?.

### **Hipótesis**

Ho: No existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 26. ¿Qué tipo de promociones realiza?

H1: Existe relación entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 26. ¿Qué tipo de promociones realiza?

### **Análisis**

En el cruce de las preguntas, entre ¿Qué tipo de actividad comercial realiza? Vs 26. ¿Qué tipo de promociones realiza? no existe relación entre las variables al obtener una significancia de 0,190 por lo tanto es mayor a 0,05 y se acepta Ho



#### 5.10.4. Prueba de hipótesis

Hipótesis	Nivel de significancia	Contratación	Análisis
· Existe relación entre el tipo de oferta comercial de los negocios de la parroquia Mariscal Sucre y los estudios previos realizados para ubicarse en el sector.	0,000	Acepta	Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 no existe relación entre la oferta comercial y los estudios previos
· Existe relación entre el tiempo que poseen los negocios y su decisión de realizar o no planificación para sus negocios.	0,267	Rechaza	Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 no existe relación entre el tiempo de los negocios y que estos realicen planificación
· Existe relación entre el tipo de local y su vinculación con asociaciones comerciales.	0,243	Rechaza	Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 no existe relación el tipo de local comercial de los y su vinculación con asociaciones comerciales <sup>4</sup>
· Existe relación entre el tipo de actividad comercial y la aplicación de promociones en la parroquia la Mariscal Sucre.	0,000	Acepta	Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 no existe relación entre el tipo de actividad comercial y las promociones que realizan en los comercios

AC

## 5.10.5 Conclusiones y Recomendaciones

### 5.10.5.1 Conclusiones

- Se levantó y georeferenció en el sistema Arcgis 1000 locales comerciales de 15 diferentes actividades de los cuales la mayor población corresponde a Bar- Discotecas con el 17.1% Agencias de Viajes con el 12,13%, Fotocopiado e Internet 12,03% Tiendas y Abastos el 11,83% y la venta de Ropa y Accesorios con 9.84%.
- El tipo de local que poseen los dueños o representantes de los negocios, la mayoría con un 63.3% de los locales son arrendados, mientras que el 36,7% de los locales son propios.
- En la parroquia Mariscal Sucre existe una concentración de negocios dedicados a la oferta de servicio de entretenimiento donde, de los encuestados el 17.10% corresponden a bares y discotecas que representan el porcentaje de mayor participación seguido de las Agencias de Viajes con una participación de 12,13%.
- La zona más caliente de la Parroquia la Mariscal se encuentra en el sector el Quinde con la mayor concentración de las principales actividades comerciales.

### 3.10.5.2 Recomendaciones

- Se recomienda a los encargados de la administración zonal Eugenio Espejo, en la parroquia Mariscal Sucre, se incentive la oferta comercial en el sector, mediante campañas que fomenten el consumo en la zona, con estrategias de asociatividad.
- Para futuras investigaciones se recomienda enfocar los esfuerzos investigativos para seleccionar un tipo de actividad comercial del sector, para lograr estrategias orientadas al crecimiento de la industria, sugiriendo que sea una investigación direccionada a los Bares y discotecas que son el tipo de negocio de mayor concentración en la zona.
- Se recomienda brindar capacitaciones a los propietarios de los locales comerciales de la parroquia Mariscal Sucre, en áreas de conocimiento como: Administración, Planificación comercial, Mercadotecnia, Contabilidad para mejorar su competitividad y generar que los negocios perduren y crezcan en el mercado.

## **Bibliografía**

Dirección Metropolitana de Planificación Territorial. (s.f.). *Dirección Metropolitana de Planificación Territorial y Servicios Públicos*. Recuperado el 2015, de <http://www4.quito.gob.ec/mapas/indicadores/Vivienda%20barrios.htm>

Ana Belén Casado Díaz, R. S. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Práctica*. Editorial Club Universitario.

Ana Belen Casado, R. S. (2006). *Dirección de Marketing. Teoría y práctica*. Club Universitario.

ArcGis Resources. (s.f.). *ESRI. ArcGis Resources*. Recuperado el Octubre de 2015, de <http://resources.arcgis.com/>

Ascensio, R. S. (Agosto de 2011). *Praxis. Asesores y Consultores*. Obtenido de <http://praxis-corp.com/blog/2011/07/geo-marketing/>

Autoras. (2017).

AZEA, A. d. (2015). *Listado de Barrios por Parroquias de AZEA*. Quito.

Censo Nacional Economico 2010. (s.f.). *Censo Nacional Economico 2010*.

Concejo Metropolitano de Quito. (2007). [www7.quito.gob.ec](http://www7.quito.gob.ec). Recuperado el Octubre de 2015, de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-225%20-%20SISTEMA%20DE%20REFERENCIA%20ESPACIAL%20Y%20GEOLOGICALIZACION%20-%20LEVANTAMIENTO%20TOPOGRAFICO.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-225%20-%20SISTEMA%20DE%20REFERENCIA%20ESPACIAL%20Y%20GEOLOGICALIZACION%20-%20LEVANTAMIENTO%20TOPOGRAFICO.pdf)

Concejo Metropolitano de Quito. (2008). [www7.quito.gob.ec](http://www7.quito.gob.ec). Obtenido de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas)

Concejo Metropolitano de Quito. (s.f.). *www7.quito.gob.ec*. Recuperado el 19 de Octubre de 2015, de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/)

DEFINICION ABC. (2007). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/local.php>

Diario Ultimas Noticias. (25 de Enero de 2012). *Ultimas Noticias*. Recuperado el 2015, de <http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/7121-eloy-alfaro-aun-vive-en-quito.html>

Drewes, H. (2014). *Sistema de Referencia Geocéntrico para las Américas – SIRGAS*. Quito: Instituto Geografico Militar .

Herrera, I. (04 de Agosto de 2014). *geomarketingspe.blogspot*. Obtenido de <http://geomarketingspe.blogspot.com/>

Kosiak de Gesualdo, G., Rosa, M. S., Horacio, A., Etcheverría, M. B., Chiovetta, C., Modesto, M. F., y otros. (2005). La utilización del Geomarketing en la toma de decisiones empresariales y la planificación comercial. *Revista Ciencias Económicas*, 65-71.

L.Lizcaino, L. y. (2008). *Procesos de geocodificación urbana: ejemplos de su aplicación en la Ciudad de Barcelona*. Universidad de Sao Paulo. Facultad de Filosofía Letras y Ciencias Humanas.

Municipio de Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). *Quito*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2015, de <http://www.quito.com.ec/>

Ordóñez, C., & Martinez, R. (2003). *Sistemas de información geográfica*. Ra-Ma, 2002.

Pinto, J. (2010). Tratamiento de Variables.

Ruiz, B. L.-P. (2014). *La esencia del Marketing*. Catalunya.

Secretaría de Economía y Centros Regionales de Competitividad Mexico. (s.f.).

Recuperado el 23 de julio de 2015, de <http://www.economia.gob.mx/>

Stavenhagen, G. (1995). *La teoría económica espacial*.

Vinuesa, J. Planteamientos Teóricos sobre localización y organización de la ciudad.

*Los procesos de urbanización*. Departamento de construcciones arquitectónicas, Madrid, España.

Yrigoyen, C. C. (04 de Agosto de 2014). *Geomarketing Blogspot*. Obtenido de

<http://geomarketingspe.blogspot.com/2011/09/material-academico.html>

Yrigoyen, C. C. (04 de Agosto de 2014). *geomarketingspe.blogspot*. (U. A. Madrid,

Ed.) Recuperado el 04 de Mayo de 2015, de <http://geomarketingspe.blogspot.com/>

Yrigoyen, C. C. (04 de agosto de 2014). *geomarketingspe.blogspot*. Obtenido de

<http://geomarketingspe.blogspot.com/>

