



Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Facultad de Administración

Carrera: Ingeniería Comercial

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

TEMA

**“PLAN DE NEGOCIO PARA UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS, PARA
AUTOMOTORES AL NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Tutor

MIB Karina Malatay González

Autor

José Luis Pingel Cueva

Guayaquil – Ecuador

2017



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO:

“Plan de negocio para una microempresa de servicios, para automotores al norte de la ciudad de Guayaquil”

AUTOR/ES:

Pingel Cueva José Luis

REVISORES:

MIB. Karina Malatay González

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

INGENIERIA COMERCIAL

FECHA DE PUBLICACIÓN:

DEJAR VACÍO

N. DE PAGS:

175

ÁREAS TEMÁTICAS:

Plan de Negocio para formación una microempresa de servicio para automotores

PALABRAS CLAVE:

Plan de negocio, microempresa, servicio automotores

RESUMEN:

El presente proyecto de investigación es establecer un plan de negocio, para establecimiento de una microempresa, en el servicio de automotores especializada en la lubricación, lavado y vulcanización, entre las intersecciones de las avenidas de la Vía a Daule y La Vía Perimetral, se ha determinado como nicho de mercado, a los propietarios de taxi cooperados y matriculados en la ciudad de Guayaquil, para determinar las necesidades del mercado, se ha efectuado encuestas y entrevistas con los representantes legales de algunos establecimientos, que prestan el mismo servicio.

N. DE REGISTRO (en base de datos): DEJAR VACÍO	N. DE CLASIFICACIÓN: DEJAR VACÍO	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web): DEJAR VACÍO		
ADJUNTO URL (tesis en la web): DEJAR VACÍO		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: Pingel Cueva José Luis	Teléfono: Cell 0992628157 Casa 042345367	E-mail: billypingel@yahoo.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Dipl. Ing. Com. Darwin Ordonez Iturralde Decano Facultad de Administración Teléfono: 2596500 EXT. 201 Decanato E-mail: dordonezy@ulvr.edu.ec MSc. Lcdo. Stalin Guamán Aguiar Director de Carrera de Administración de Empresas Teléfono: 2596500 EXT. 203 E-mail: sguamana@ulvr.edu.ec	

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado Pingel Cueva José Luis, declaró bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente al estudiante y se responsabiliza con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declara, como producto de la investigación realizada.

De la misma manera cede el derecho patrimonial y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar el Plan de Negocio para una Microempresa de Servicios, para Automotores al Norte de la Ciudad de Guayaquil.

Autor

Pingel Cueva José Luis

C.I.: 0908254048

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación del Plan de Negocio para una Microempresa de Servicios, para Automotores al Norte de la Ciudad de Guayaquil, nombrada por el Concejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado “Plan de Negocio para una Microempresa de Servicios, para Automotores al Norte de la Ciudad de Guayaquil”, presentado por el estudiante Pingel Cueva José Luis, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Ingeniero Comercial, encontrándose apto para su sustentación

MIB Karina Malatay González,

C.I. 0917919680

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: LUBRI, VULCA Y LAVA DEFINITIVO 21 nov.docx (D23532667)
Submitted: 2016-11-21 19:34:00
Submitted By: kmalatayg@ulvr.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

LUBRI, VULCA Y LAVA DEFINITIVO 16nov primera parte.docx (D23415516)

Instances where selected sources appear:

DEDICATORIA

El siguiente proyecto va dedicado a Dios por guiar nuestros pasos y las bendiciones que nos da cada día en las actividades que realizamos.

También va dedicado de manera especial a mi familia, comprendida en mi esposa, hijos, madre y hermanos, así como a mis maestros por el apoyo brindado, paciencia y colaboración en el proceso de enseñanza, en especial a mi tutora MIB Karina Malatay González, y Master Jenny Medina por todos los conocimientos brindados y guía moral para aplicar al proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por haberme brindado la oportunidad, el conocimiento y la guía de realizar este proyecto y por permitirnos vivir.

Agradezco a mi Esposa por la paciencia y apoyo brindado durante estos años de estudio, así como a mis hijos por su apoyo y fuerza para seguir adelante, a mi madre por los valores transmitidos, la constancia y enseñanza, por último a mis hermanos por su gran apoyo y por creer en mí, para ejecutar el proyecto.

Mi más profundo agradecimiento a mi guía y tutora del presente proyecto, la Master Karina Malatay, gracias por su paciencia, guía, sugerencia supervisión y apoyo en los conocimientos requeridos.

Como agradecimiento especial a la Master Jenny Medina por ser la fuerza de empuje y ver en mi persona, el profesional que puedo ser., gracias a sus conocimientos, amistad y ayuda proporcionada durante sus cátedras.

Índice

AGRADECIMIENTO	VII
CAPÍTULO I	1
1.- Fundamentación del Problema	1
1.1.- Tema:	1
1.2.- Planteamiento del problema	1
1.3.- Formulación del problema.....	2
1.4.- Sistematización del problema	2
1.5.- Justificación	2
1.6.- Objetivos de la Investigación	3
1.6.1.- Objetivo general.....	3
1.6.2.- Objetivos Específicos.....	3
1.7.- Delimitación	3
1.8.- Hipótesis	4
1.8.1.- Hipótesis General.....	4
1.8.2.- Hipótesis Específica.....	4
CAPÍTULO II	5
2.- Marco Teórico	5
2.1. Antecedentes	5
2.2. Bases Teóricas	9
2.3 Proyección para el 2016.....	9
2.3.1 Información del sector automotriz del Ecuador	10
2.3.2 Información del sector de servicios automotrices de Guayaquil.....	11
2.4 Plan de Negocio	11
2.4.1 Resumen ejecutivo.	12
2.4.2 Descripción del servicio.	12
2.4.3 Mercado potencial del proyecto	13
2.4.4 Entorno competitivo	13
2.4.5 Modelo del Negocio	13
2.4.6 Expectativas Financieras	14
2.4.7 La organización y equipo directivo	15
2.4.8 La Empresa.....	16
2.4.9 Plan de implementación	19

2.4.10 Estrategia de marketing y ventas.....	20
2.5 Tipos de mercado.....	22
2.5.1 Desde el punto de vista Geográfico.....	22
2.5.2 Desde el punto de vista de consumidor o cliente	22
2.5.3 Según la competencia establecida	22
2.5.4 Según el tipo de producto.....	22
2.5.5 Según el tipo de Recursos	23
2.6 Estudio de Marketing.....	23
2.6.1 Oferta.....	23
2.6.2 Demanda.....	23
2.7 Análisis de Porter.....	23
2.7.1 Poder de negociación de los compradores	24
2.7.2 Poder de negociación de los proveedores	25
2.7.3 Amenaza de nuevos competidores	25
2.7.4 Amenaza de productos sustitutos	26
2.7.5 Rivalidad entre competidores.....	26
2.8.- Marco Conceptual.....	27
2.9.- Marco Legal.....	27
2.9.1.- Figura política (sociedad anónima).....	28
2.9.2.- Requisitos para el funcionamiento del negocio	28
2.10.- Marco Ambiental.....	35
CAPÍTULO III	36
3.- Metodología de la Investigación	36
3.1.- Metodología.....	36
3.1.1.- Tipo de Investigación.....	36
3.1.2.- Enfoque de la Investigación.....	36
3.1.3.- Técnicas de Investigación	37
3.2.- Población y Muestra	39
3.2.1 Población.....	39
3.2.2 Muestra.....	40
3.3.1.- Análisis de los Resultados de la Encuesta	41
3.3.2.- Análisis de las Entrevistas	49
3.4.- Presupuestos de Gastos de Investigación	50

3.4.1.- Cronograma de Actividades.....	50
3.4.2.- Presupuesto Económica de la Investigación	51
3.4.3.- Recursos	51
CAPITULO IV	53
4.- Propuesta del Proyecto	53
4.1.- Tema:	53
4.2.- Objetivos.....	53
4.2.1.- Objetivo General	53
4.2.2.- Objetivo Específico.....	53
4.3.- Delimitación	53
4.3.1- Distribución del área	56
4.4.- Plan de Negocio:.....	57
4.4.1 Resumen Ejecutivo.....	57
4.4.2 Descripción del Servicio	59
4.4.3 La Empresa.....	60
4.4.4.- Organigrama	63
4.4.5.- Plan de Implementación.....	70
4.4.6.- Estrategia de Mercado.....	75
4.4.7.- Expectativa Financiera	85
4.5.- Conclusiones y Recomendaciones:	97
4.5.1.- Conclusiones:	97
4.5.2.- Recomendaciones:	98
Referencias Bibliográficas	99

Índice de Tablas

Tabla 1 Tesis de referencia de pregrado.....	5
Tabla 2 Tesis de referencia de pregrado.....	6
Tabla 3 Tesis de referencia de pregrado.....	7
Tabla 4 Tesis de referencia de pregrado.....	8
Tabla 5 Cuadro impuesto de la junta de beneficencia.....	34
Tabla 6Tiempo estimado del proyecto	50

Tabla 7 Presupuesto económico del proyecto	52
Tabla 8 Presupuesto de publicidad.....	76
Tabla 9 Competidores según Superintendencia Compañías	78
Tabla 10 Lubricadoras competencia según Municipio de Guayaquil	78
Tabla 11 Vulcanizadoras competencia según municipio de Guayaquil.....	78
Tabla 12 Lista de precio en la lubricadora	82
Tabla 13 Precio para lavadora.....	82
Tabla 14 Combo promocional de 2 servicios.....	83
Tabla 15 Promoción al utilizar los 3 servicios en el negocio.....	83
Tabla 16 Capital de inversión.....	85
Tabla 17 Tabla amortización de préstamo	86
Tabla 18 Destino del apalancamiento	86
Tabla 19 Costo medio ponderado del capital	87
Tabla 20 Punto de Equilibrio Ponderado de la Lubricadora	90
Tabla 21 Punto de Equilibrio Ponderado de la Lavadora.....	91
Tabla 22 Punto de Equilibrio Ponderado de la Vulcanizadora	91
Tabla 23 Estados de situación proyectados.....	92
Tabla 24 Estados de resultados proyectados	93
Tabla 25 Flujo de caja proyectado	94
Tabla 26 Flujo de fondos netos proyectados.....	95
Tabla 27 Calculo del ROA – ROE - ROI.....	96

Índice de Imágenes

Imagen 1 Organigrama de la microempresa	16
Imagen 2 Plan de implementación flujo de servicios.....	20
Imagen 3 Fuente:/profemax.mex.tl/397753_i--mezcla-de-mercadotecnia-y-gestión-de-productos	20
Imagen 4 Descripción 4 p de marketing.....	21
Imagen 5 Fuerzas de porte	24
imagen 6 Pago por contribución a la superintendencia Compañías, Valores y Seguros	30
Imagen 7 Flujo de técnicas de investigación.....	37
imagen 8 Matriz BCG	39
Imagen 9 Tiempo que realiza cambio de aceite	41

Imagen 10 Tipo de aceite utiliza	42
Imagen 11 Tipos de lubricantes más utilizados	43
Imagen 12 Utiliza otros servicios.....	43
Imagen 13 Frecuencia de limpieza.....	44
Imagen 14 Lugar donde realiza limpieza del vehículo	44
Imagen 15 Toma de decisión al tener avería del neumático	45
Imagen 16 Lugar donde realiza reparación	45
Imagen 17 Motivo de ir a estos negocios.....	46
Imagen 18 Ha escogido promoción.....	46
Imagen 19 Tipo promoción escogida	46
Imagen 20 Razones al acudir a estos negocios	47
Imagen 21 Satisfacción del servicio.....	47
Imagen 22 Consideran beneficioso los 3 servicios en un solo local	48
Imagen 23 Diagrama de Gantt del proyecto.....	51
Imagen 24 Localización con el google map, vía Daule y la Vía Perimetral	54
Imagen 25 Localización con el google map, de las urbanizaciones y fábricas de los alrededores del futuro establecimiento.....	54
Imagen 26 Localización satelital por medio del google map, intersección Vía Daule y Vía Perimetral	55
Imagen 27 Se amplía el mapa satelital de la localización del futuro negocio, en las intersecciones de la vía daule y la vía perimetral, por medio del google map.....	55
Imagen 28 Local donde se ubicará el negocio sobre la avenida de la Vía Daule y la intersección Vía la Perimetral, localización satelital por medio del google map	56
Imagen 29 Distribución de las áreas de servicio del negocio planta baja	56
Imagen 30 Distribución área administrativa en la planta alta	57
Imagen 31 Análisis FODA.....	60
Imagen 32 Logotipo de la empresa	62
Imagen 33 Organigrama de la microempresa	63
Imagen 34 Flujo operativo para lubricación	71
Imagen 35 Flujo operativo vulcanización	72
Imagen 36 Flujo operativo lavadora.....	73
Imagen 37 Flujo operativo de los 3 servicios.....	74
Imagen 38 Flujo operativo par inventario y post-venta	75
Imagen 39 Lubricantes de venta en el establecimiento.....	80

Imagen 40 Lubricantes de venta en el establecimiento.....	80
Imagen 41 Matriz BCG del negocio	85
Imagen 42 Gráfico del ROA – ROE – ROI	96

Índice de Ecuaciones

Ecuación 1 Fórmula del VAN.....	15
Ecuación 2 Fórmula del TIR	15
Ecuación 3 Fórmula de muestra poblacional	41
Ecuación 4 Fórmula de Periodo Vencido aplicada para tabla amortización de préstamo	85
Ecuación 5 Fórmula para calcular el porcentaje de costo de apalancamiento	87
Ecuación 6 Fórmula del Punto de Equilibrio	87
Ecuación 7 Fórmula para calcular los ratios ROA – ROE - ROI.....	96

Índice de Anexos

Anexo 1 Ley de régimen tributario interno art 56.....	104
Anexo 2 Reglamento de ley régimen tributario interno art 171.....	104
Anexo 3 Ley de fomento Artesanal art 2	104
Anexo 4 Preguntas de encuestas	105
Anexo 5 Preguntas para entrevistas	108
Anexo 6 Entrevista gomasdim	111
Anexo 7 Entrevista Smartcontrol	114
Anexo 8 Entrevista lubricentro 2 Hermanos	116
Anexo 9 Entrevista vulcanizadora Luis Polo	120
Anexo 10 Entrevista Tecnogama	122
anexo 11 Requisitos para la tasa habilitación en Municipio de Guayaquil.....	126
anexo 12 Como obtener clave para los permisos municipales.....	127
Anexo 13Folleto requisitos cuerpo de bomberos	128
Anexo 14 Carta y respuesta de Medio Ambiente requisitos	130
Anexo 15 Respuesta del Banco Central información de dinero electrónico.....	132
anexo 16 Carta y respuesta de la alcaldía de Guayaquil solicitando listado los competidores	134
anexo 17 Carta solicitando información a Interagua.....	150

anexo 18 Carta y respuesta al director ATM solicitando vehículos matriculados 2015	152
anexo 19 Listado de la superintendencia de compañías de talleres en la ciudad de Guayaquil	160
anexo 20 Cotización para equipo de computación	167
anexo 21 Cotización de insumos y equipos para lavadora	168
anexo 22 Cotización de equipo para lubricadora y vulcanizadora	171
anexo 23 Solicitud préstamo banco del pacifico	174

CAPÍTULO I

1.- Fundamentación del Problema

1.1.- Tema:

Plan de Negocio para una Microempresa de Servicios, para Automotores al Norte de la Ciudad de Guayaquil.

1.2.- Planteamiento del problema

En tiempos antiguos las personas tardaban mucho tiempo en lograr recorrer largas distancias para poder llegar a su destino, en la actualidad estas distancias se las recorre en menos tiempo, los vehículos además de ayudar a las personas trasladándolas de un lugar a otro, se han convertido como esparcimiento y como herramienta de trabajo.

La ciudad Santiago de Guayaquil, es la ciudad más grande y poblada de la República del Ecuador, denominada también como la capital económica del país, se destaca de entre todas las ciudades del Ecuador, por su elevado uso de tránsito masivo.

Como capital económica del país, las oportunidades o facilidades de crédito, son variadas, pocas concesionarias de vehículos ofrecen financiamientos por medio de sus empresas, la mayoría de los créditos lo hacen a través de entidades financieras

Existen factores para tomar en cuenta al hacer el mantenimiento del vehículo y son:

Tiempo: En muchas ocasiones debido a las múltiples obligaciones (trabajo, estudio, incluso labores del hogar) las personas no disponen del tiempo necesario para llevar sus vehículos a recibir mantenimiento, esperar largas colas etc.

Control está estrechamente ligado con el tiempo, pero cuando no se dispone él, no podemos hacer un debido control periódico del automotor.

Cuidado en múltiples ocasiones dependerá del conocimiento por lo menos básico que posea el dueño del automotor, para darse cuenta en qué momento requerirá de manos profesionales para su reparación.

Servicio confiable el mal trato de los mecánicos, mal humor, y los daños permanentes de los automotores, son factores que crean desconfianza en los usuarios, y pérdidas económicas significativas por los daños permanentes de los vehículos.

Debido a que es una de las ciudades más pobladas del Ecuador, y con un parque automotor que ha crecido desde el año 2008 (Diario El Universo, 2011), pero en la zona norte de la ciudad no existen muchos talleres especializados en el mantenimiento de vehículos, las mayores de las lubricadoras y talleres se encuentran en la parte del centro y centro este de la ciudad, es por ello que nos parece conveniente y oportuno la constitución de una microempresa de servicios para automotores, en el sitio referido, específicamente entre las intersecciones de la Vía Daule y la Vía perimetral.

1.3.- Formulación del problema

¿Habría la suficiente demanda para el plan de negocio de una microempresa de servicio de mantenimiento en lubricación, vulcanización y lavado de automotores en las intersecciones de la Vía Daule y la Vía Perimetral, al Norte de la ciudad de Guayaquil?

1.4.- Sistematización del problema

- ¿Cómo identificar si existe la demanda necesaria para la elaboración del plan de negocio para una microempresa de lubricación, vulcanización y lavado de automotores en el sector de las intersecciones de la Vía a Daule y la Vía Perimetral al Norte de la ciudad de Guayaquil?
- ¿Cómo la implementación del plan de negocio para una microempresa de servicio automotriz en la especialidad de lubricación, vulcanización y lavado, puede satisfacer la demanda de los usuarios?
- ¿Cuáles son las características para la factibilidad del proyecto tenga éxito y rentabilidad?

1.5.- Justificación

El presente proyecto investigativo a realizar, tiene como fin de establecer un plan de negocio para una microempresa de servicio para automotores en las intersecciones de la Vía Daule y la Vía Perimetral, así como los equipos necesarios a utilizar, el personal idóneo a contratar, y demás aspectos concretos que se debe tomar en consideración para poder implementar una empresa que brinde el servicio.

Pondremos en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la vida estudiantil en la prestigiosa Universidad para alcanzar los objetivos planteados y para que el proyecto tenga el éxito deseado.

Nos basaremos en los logros de empresas con similares características y que han logrado el éxito en nuestro país.

Como toda empresa buscaremos dar un valor diferenciado, es decir utilizando los recursos e implementos que se encuentran a nuestro alcance para dar un mejor servicio posible.

Aprovecharemos, la ausencia de empresas especializada en los servicios de lubricación, vulcanización y lavado, en las intersecciones de la Vía Daule y la Vía Perimetral, zona norte de la ciudad de Guayaquil, para satisfacer las necesidades de las personas.

1.6.- Objetivos de la Investigación

1.6.1.- Objetivo general

Elaborar un plan de negocios que viabilice la puesta en marcha de una empresa de servicios automotrices en la vía Perimetral, al Norte de la ciudad de Guayaquil.

1.6.2.- Objetivos Específicos.

- Analizar la demanda, por medio de una investigación del mercado automotriz utilizando las técnicas de encuestas y entrevistas.
- Diseñar un plan de Negocio para los servicios de lubricación, vulcanización y lavado de vehículos.
- Desarrollar estrategias de Marketing para mejorar la rentabilidad en base al servicio automotriz en la especialidad de lubricadora, vulcanizadora y lavado.

1.7.- Delimitación

Campo: Administrativo

Área: Automotriz

Aspecto: Emprendimiento y gestión

Propuesta: Elaboración un Plan de Negocio para brindar un servicio de mantenimiento automotriz para el año 2016

Ubicación: intersección de la Vía a Daule y la Vía Perimetral

Ciudad: Guayaquil - Ecuador

1.8.- Hipótesis

1.8.1.- Hipótesis General.

El desarrollo del Plan de Negocio para una microempresa, que ofrece los servicios de mantenimiento para automotores (lavado, lubricación, vulcanización), favorecerá a los profesionales del volante, empresas, industrias y población ubicadas en los alrededores del negocio.

1.8.2.- Hipótesis Específica.

- ♣ Los actuales servicios de talleres de lubricadoras y mantenimiento incide notablemente en la satisfacción de los usuarios.
- ♣ El mantenimiento constante y periódico que se le realice a un vehículo en general incidirá notablemente en la prolongación de su vida útil.
- ♣ Aplicar una estrategia adecuada de postventa ayudará a mantener un control eficaz a cada uno de los dueños de vehículos que acceden al servicio.

CAPÍTULO II

2.- Marco Teórico

2.1. Antecedentes

TABLA 1 TESIS DE REFERENCIA DE PREGRADO

Fuente: Universidad Laca Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Elaborado: Autor (2016)

AUTOR	TEMA	AÑO	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
Cauja Colcha Glenda Katiuska	Estudio de factibilidad para el posicionamiento de la empresa Electrorepuesto VCC en la ciudad de Guayaquil	2015	<ul style="list-style-type: none"> • Permite conocer el mercado, sus falencias, demandas y el capital sugerido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un plan de Marketing
			<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer servicio de calidad y precios accesibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar, actualizar y corregir el plan de Marketing para un constante crecimiento
			<ul style="list-style-type: none"> • Para posesionar la empresa, se tiene que implementar estrategia de Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación al personal

TABLA 2 TESIS DE REFERENCIA DE PREGRADO

Fuente: Universidad Laca Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Elaborado: Autor (2016)

AUTOR	TEMA	AÑO	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
<p>Céleri Ramos Gina Maribel Macías González Karina del Pilar</p>	<p>Estudio de factibilidad de un servicio de mantenimiento Automotriz en el Km 13 vía a la Costa</p>	<p>2015</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El negocio es factible debido al constante crecimiento poblacional en el sector 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las normas medio ambientales y reglamentos para su funcionamiento
			<ul style="list-style-type: none"> • Se estableció el capital y los parámetros de trabajo para el funcionamiento del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el control financiero
			<ul style="list-style-type: none"> • Es imprescindible el manejo adecuado de los desechos 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de personal adecuado con valores morales y éticos elevados que garanticen una buena atención al cliente
				<ul style="list-style-type: none"> • Un plan de Marketing para su posicionamiento

TABLA 3 TESIS DE REFERENCIA DE PREGRADO

Fuente: Universidad Laca Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Elaborado: Autor (2016)

AUTOR	TEMA	AÑO	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
<p>Ganchozo Molina</p> <p>Rosa Maricela</p> <p>Suárez Pérez</p> <p>Keshia Mariana</p>	<p>Propuesta para la Reingeniería del departamento de Post-venta y su incidencia en la satisfacción del cliente al proyecto “Villa Club” ubicado en el cantón Daule Km 12 Ave. León Febres Cordero</p>	<p>2016</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El negocio es factible debido al constante crecimiento poblacional en el sector 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las normas medio ambientales y reglamentos para su funcionamiento
			<ul style="list-style-type: none"> • Se estableció el capital y los parámetros de trabajo para el funcionamiento del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el control financiero
			<ul style="list-style-type: none"> • Es imprescindible el manejo adecuado de los desechos 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de personal adecuado con valores morales y éticos elevados que garanticen una buena atención al cliente
				<ul style="list-style-type: none"> • Un plan de Marketing para su posicionamiento

TABLA 4 TESIS DE REFERENCIA DE PREGRADO

Fuente: Universidad Laca Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Elaborado: Autor (2016)

AUTOR	TEMA	AÑO	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
<p>Valencia Landirez Priscila Aracely</p>	<p>Proyecto de inversión para la creación de una empresa de confección y comercialización de uniformes para el sector Hospitalario en la provincia del Guayas</p>	<p>2015</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda no satisfecha 	<ul style="list-style-type: none"> • Se recomienda la viabilidad del proyecto
			<ul style="list-style-type: none"> • La recuperación económica se lo hace al cabo de 2 años 	<ul style="list-style-type: none"> • Se recomienda un plan de Marketing para el posicionamiento de la empresa
			<ul style="list-style-type: none"> • Es imprescindible el manejo adecuado de los desechos 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer productos terminados de calidad
				<ul style="list-style-type: none"> • Diversificar los productos después de los 2 años de recuperación

Se ha tomado como referencia algunos trabajos como tesis y proyectos presentados por alumnos de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, los mismos que han aportado en el conocimiento y al desarrollo del presente proyecto.

2.2. Bases Teóricas

En la actualidad existen muy pocas negocios constituidos como empresas, que presten uno de estos servicios de mantenimiento, sean combinados de lubricación y lavado o de vulcanización de los cuales podemos mencionar a 3 empresas que se encuentran registradas en la institución de control como la Superintendencia de Compañías, pero estos negocios se encuentran distante a estas intersecciones y existen locales que brindan así mismo uno de estos servicios, pero de forma artesanal, lo que no brindan la confianza y técnica necesaria para con los usuarios.

Es mejor considerar como mercado meta a las cooperativas de taxi que transitan por estas avenidas, debido a su alto grado de rotación, constante uso en lubricantes y llantas los hace mercedores obtenerlos como clientes, brindarle un paquete promocional, y mantener su fidelidad.

2.3 Proyección para el 2016

En junio 8 del 2016, el Banco Mundial hace una revisión de su informe de las Perspectivas económicas Mundiales, las que presento en enero del presente año, en ella hace un recorte a las previsiones de crecimiento global, en los países ricos como los de los países emergentes.

El Banco Mundial indica sobre el Producto Interno Bruto Mundial, caería a 2,4%, en el informe de enero había proyectado un crecimiento a 2,9%; los países con economía emergentes y en desarrollo, presentarán una proyección de crecimiento del 0,4%, representan el 1,2% a la baja con respecto a las proyecciones presentadas en el mes de enero (Diario El Comercio, 2016).

En el caso de Ecuador existía un pronóstico para el 2016 de un aumento de 4.3% y el crecimiento probable para el 2017 sería del 5%, estas cifras coincidían con las emitidas por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de la Organización de las Naciones Unidas (Cepal) (Diario Pepe el Verdadero, 2015)

Pero recientemente, el Banco Mundial revisó las nuevas proyecciones para este 2016, ha declarado que el PIB del Ecuador caerá en 4%, indica que los mercados emergentes y

economías en desarrollo exportadora de productos básicos como Ecuador han tenido dificultades para adaptarse a la baja del precio del petróleo.

Según estimaciones del presidente del Ecuador Rafael Correa el PIB decrecerá 0.3% este año, manifestó que, debido al terremoto del 16 abril del 2016, se ha registrado un decrecimiento.

“Nosotros habíamos calculado crecer este año poco, pero crecer, en 0.4%. Con el sismo se reduce esa tasa en 0.7% entonces tendríamos menos 0.3% de crecimiento” explico el presidente de la República del Ecuador, Rafael Correa Delgado

Según los últimos reportes de Fondos Monetarios Internacional, la economía ecuatoriana decrecería en 4.5%, situación que mantendría hasta el 2017. (Diario El Comercio, 2016)

2.3.1 Información del sector automotriz del Ecuador

En el 2016 se proyectaba una recuperación moderada de la Economía, incluso el Banco Mundial daba cifras bajas pero alentadora para la economía ecuatoriana. Pero debido a la baja del precio del petróleo, la imposición de las salvaguardias arancelarias, y el terremoto sufrido el 16 Abril, han producido una desaceleración en la economía proyectando un retroceso del 4% a fin de este año.

En el sector automotriz, se ha sentido este tipo de desaceleración, en los 5 primeros meses de este año (2016), se han vendido 24.078 vehículos, comparados con el mismo periodo del año pasado corresponde a menos del 41% (Diario El Comercio, 2016)

El sector automotriz ha sido golpeado, en el 2015 se les asignó un cupo de importación y en el 2016 se eleva el IVA del 12 al 14 %, todo esto ha hecho que las concesionarias de vehículo, vayan perdiendo las ventas en un aproximado del 50% por clientes que han desistido de endeudarse, debido a la situación económica del país.

En el sector de los neumáticos hasta la presente, se estima que el 40% de las llantas que se venden en el país son nacionales, el resto de las llantas son importadas, estas mercaderías también son gravadas con el 45% por salvaguardia arancelaria.

La fábrica de neumáticos en el Ecuador se llama Continental Tire Andina, domiciliada en Cuenca, manifiesta que también les ha dado una pequeña afectación por las salvaguardias en sus materias primas, pero no han pensado en subir el precio de los neumáticos. (Diario el Universo, 2015)

Las importaciones de las llantas dependerían del índice de reencauche, este índice se convertirá en un requisito para la obtención del registro de importación de neumáticos (Diario El Universo, 2014)

2.3.2 Información del sector de servicios automotrices de Guayaquil

Al hacer la investigación de las compañías existentes en la ciudad de Guayaquil que prestan el servicio de lubricación y vulcanizado, podemos decir que existen 271 empresas de los cuales 150 empresas se encuentran con estatus de activas; en el transcurso del año 2015 se fueron constituidas 57 compañías de este tipo, no se han cancelado ninguna (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2016)

Los negocios que no están registrados en la Superintendencia de Compañías por ser declarados como artesanales, el Municipio de Guayaquil tiene un registro de estos talleres, de los cuales tenemos que talleres de lubricentros 159, vulcanizadoras 100, tecnicentros 40

Como podemos apreciar no existe una demanda satisfecha por estos servicios en la ciudad de Guayaquil, y en la ubicación que pretendemos hacerlo en un perímetro de 5 km nuestra competencia sería de 3 talleres.

2.4 Plan de Negocio

Al iniciar una empresa cualquiera que sea, es muy importante elaborar un plan de negocios, los autores indican que un plan de negocios es un documento escrito, que nos permite comprobar la factibilidad de un negocio, de guía para definir con claridad los objetivos del negocio, describe los métodos para alcanzar estos objetivos, como administrar eficientemente, y para demostrar la viabilidad del negocio en la búsqueda de financiamiento.

Según Antonio Borello en su libro “El plan de negocios es un resumen, un instrumento sobre el que se apoya un proceso de planificación sistemático y eficaz; el cual debe entenderse como un estudio que, de una parte, incluye una análisis del mercado, del sector y de la competencia, y de otra, el plan de desarrollo por la empresa para incursionar en el mercado con un producto/servicio, una estrategia y un tipo de organización, proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permitan determinar el nivel de atractivo económico del negocio, y la factibilidad financiera e la iniciativa; y a largo plazo mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente (Borello, 2011, Pàgina 33).

Un plan de negocio no es tan sencillo, pero tampoco es complicado, aunque es un documento escrito, puede estar sujeto a cambios, adaptándose en medida de acuerdo a las necesidades de la empresa,

Para el presente proyecto buscaremos un análisis lo más actualizado posible, con el fin de conocer la demanda insatisfecha de los sectores que abarcaremos como son la Lubricación y vulcanización, formar un plan de marketing donde poseionaremos un servicio, una marca, con las promociones y precios atraeremos la fidelidad de los clientes.

2.4.1 Resumen ejecutivo.

Es un resumen de todos los puntos referidos en el plan de negocios, a pesar de ir al principio, debe ser elaborado culminado las demás partes, el lector debe tener una vista general y concisa del plan de negocio, tenemos que utilizar un lenguaje positivo, resaltando los factores que hacen viables y sostenibles el proyecto (crecenegocios, 2016).

2.4.2 Descripción del servicio.

Tiene mucho que ver con las características demográficas o Psicográfica como el estilo de vida del cliente, su personalidad o su comportamiento en el mercado, para la descripción debemos respondernos las siguientes preguntas. (crecenegocios, 2016).

¿Cuáles son los beneficios que ofrecen el producto o servicio al cliente o usuario?

¿Cuáles son las necesidades que satisface?

¿Cuál es el valor distintivo por el cual el consumidor o cliente nos preferirá?

¿Cuáles son los atributos y funcionalidades del producto o servicio?

¿Cuál es el público que va dirigido?

El servicio que ofrece la empresa es de mantenimiento de Lubricación y lavado para automotores, así como el de vulcanización de neumáticos, con esto queremos satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Nos enfocaremos especialmente a los profesionales del volante, debido que tienen un alto índice de rotación de sus automotores, y buscan mantener su fuente de trabajo en las óptimas condiciones, y alargar la vida útil de su automotor,

2.4.3 Mercado potencial del proyecto

Debemos establecer la segmentación y tamaño del mercado, con esto podremos dimensionar las ventas, su rentabilidad y la tendencia del mercado, así como cuál será la competencia (crecenegocio, 2016)

Para el mercado potencial del proyecto, sin descuidar todas las segmentaciones posibles del mercado de la zona, como son las familias con automóvil, las empresas o comercio de los alrededores, pero nuestra segmentación de mercado lo haremos en especial de las cooperativas de taxis que circulan en estas vías.

2.4.4 Entorno competitivo

Con este punto debemos identificar nuestros principales competidores es recomendable conocer las barreras de entrada del mercado las fortaleza y debilidades como también las barreras de entrada al mercado (crecenegocios, 2016)

Buscaremos información en algunas entidades de control, como el Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, por medio de su departamento de uso de suelo para conocer los negocios de lubricación, lavadoras, tecnicentros y vulcanizadoras en la ciudad de Guayaquil, adicionalmente verificaremos con la Superintendencia de Compañías, institución encargada de controlar a las empresas, sin dejar de lado el hacer una investigación de campo, para verificar la información obtenida.

2.4.5 Modelo del Negocio

En este punto debemos incluir un plan de marketing, las estrategias promocionales, para este punto debemos contestar las siguientes preguntas: (Talent, 2016).

¿De qué manera se ha de obtener los ingresos para llevar adelante el negocio?

¿Cómo va a posicionar el producto o servicio?

¿Cómo se va a vender a los clientes? (Teléfono, web, cara a cara, etc.)

¿Cómo identifica a los clientes potenciales?

¿Cómo vas a promocionar tu negocio? (publicidad, email, etc.)

¿Qué beneficio alcanzará cada parte del negocio?

Como modelo de negocio, para obtener ingresos para la empresa, proponemos visitar personalmente a las cooperativas de transporte, para ofrecer nuestros servicios de

mantenimiento correspondiente a la lubricación, lavado para los automotores, así como la vulcanización de los neumáticos, ofreciendo descuento si van como socios de la cooperativa de taxis.

2.4.6 Expectativas Financieras

Proyectaremos donde estaremos con la empresa en los próximos 5 años, así como la fuente de inversión y el financiamiento, cuál será el capital requerido para su funcionamiento, como se usará el capital. (Talent, 2016)

Con el plan de negocio proponemos recuperar la inversión en 5 años, en este tiempo transcurrido se posesionará nuestra empresa en el mercado, e incluso después de estos años de prueba se espera ampliar más la gama de productos de acuerdo a las necesidades de los clientes, para poder medir su progreso es necesario elaborar los estados financieros necesarios para ir corrigiendo y reformando el plan.

2.4.6.1 Capital de trabajo

Como capital de trabajo, se presentará con los estados de inversión con capitales propios y otro con apalancamiento con instituciones financieras, verificando la mejor opción sean estas públicas o privadas (Talent, 2016)

2.4.6.2 Estados Financieros:

Los estados financieros que presentaremos todos proyectados a 5 años son:

- **Balance General:** Es un documento financiero donde el empresario puede informarse la situación de su empresa en un momento o fecha dada, es un resumen de todo lo que tiene y posee de valor la empresa (activo), lo que debe (pasivo) y lo que realmente tiene o le pertenece en el momento o en futuro próximo (patrimonio).
- **Estados de resultados** Es un documento financiero dinámico, muestra los ingresos y egresos de la empresa en un periodo dado, lo diferenciamos del balance general porque de él obtenemos las pérdidas o ganancias en un periodo dado de la empresa
- **Flujo de caja** Es un documento financiero que muestra los flujos de entrada y salida de efectivo que tiene una empresa en un periodo dado
- **Análisis del punto de equilibrio** Es una herramienta financiera donde se puede determinar si las ventas cubren los costos de producirlas, donde se lo puede expresar en valores, unidades y porcentaje

- **VAN (valor actual neto)** mide la rentabilidad del negocio o del proyecto, nos dice el beneficio total y actualizado de nuestra inversión, para interpretar el VAN podemos decir que, si este es mayor a 0, el proyecto es rentable, si es igual a 0 este proyecto no arroja ni pérdidas ni ganancias y si es menor que cero el proyecto no es rentable, su fórmula es la siguiente:

ECUACIÓN 1 FÓRMULA DEL VAN

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{FNC}}{(1+i)^t} - C_0$$

FNC= flujo de caja netos de cada periodo

C₀= Capital inicial

i = tipo de interés

n= número de años de la inversión

- **TIR (Tasa interna de retorno)** hace que los flujos netos actualizado se igualen al valor inicial de la inversión, o hace que el VAN se igualen a 0, su formula

ECUACIÓN 2 FÓRMULA DEL TIR

$$\text{TIR} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{FNC}}{(1+i)^t} - C_0$$

FNC= flujo de caja netos de cada periodo

i = tasa de descuento

n= número de años de la inversión

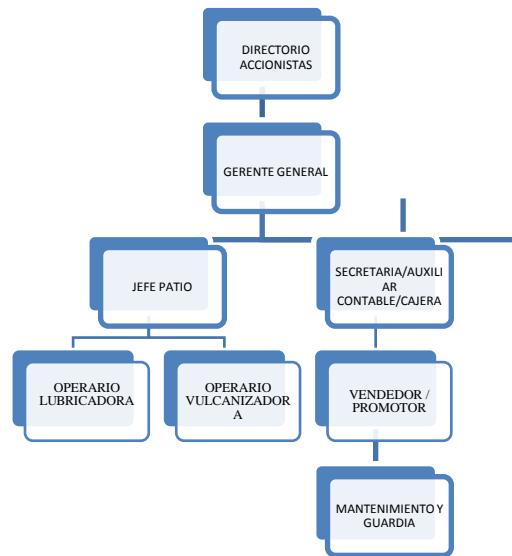
C₀= Capital inicial

2.4.7 La organización y equipo directivo

El objetivo principal es conocer cómo se dividirán las áreas de la empresa, y las personas que estarán detrás del negocio, sus capacidades o experiencia, su relación con los demás miembros del equipo de trabajo., Debemos establecer los cargos y funciones, los perfiles del equipo de trabajo, así como los gastos del personal, a continuación, presentamos una forma organizacional del proyecto. (Talent, 2016).

- Gerente General
- Jefe de patio
- Secretaria – auxiliar contabilidad
- Operario de lubricadora y de vulcanizadora
- Vendedor – promotor
- Mantenimiento – guardia

IMAGEN 1 ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA
FUENTE Y ELABORADO: AUTOR (2016)



2.4.8 La Empresa

Tendremos que establecer nuestras debilidades y las fortalezas como la parte interna del negocio, también las oportunidades y las amenazas con la parte externa del negocio, para ello la analizaremos con el FODA, (crecenegocios, 2016)

2.4.8.1 Fortaleza

Es uno de los aspectos internos de la empresa que afecta las posibilidades de éxito de una estrategia,

Nuestra localización del centro de lubricación y vulcanizado automotriz se constituirá nuestra fortaleza, porque gozaremos de la ventaja de ser una de las pocas empresas que prestan este servicio en el sector Norte de la ciudad, en especial en la vía a Daule, lo que nos facilitará ser líderes en este sector, tanto por la afluencia de vehículos que van hacia el Norte de la provincia o del cantón que forzosamente tienen que tomar esta avenida, así como las empresas que están a nuestro alrededor.

El recurso humano de la empresa en continua capacitación tanto en la parte técnica como en servicio al cliente, nos permitirá desarrollarnos dentro de la comunidad circundante, y de nuestro mercado meta, fortaleciendo en la mente de nuestro cliente el nombre de nuestra compañía, diferenciándonos de las demás.

Los materiales y los equipos del taller también son una fortaleza que permitirán estar a la altura de las exigencias de los automóviles actuales, junto con precios competitivos nos permitirán posesionarnos en el mercado.

2.4.8.2 Debilidades:

El otro aspecto interno de la empresa es conocer sus debilidades, el conocimiento de ellas también afectarán las posibilidades de éxito de toda estrategia.

La falta de capital propio al crear la empresa nos obligará a buscar financiamiento a través de entidades dedicadas a solventar nuestro proyecto, lo que requerirá un gasto financiero a largo plazo.

La falta de experiencia en el campo técnico dentro del ámbito automotriz, lo que nos ocasionará una futura inversión en la capacitación del personal.

La educación de algunos de nuestros trabajadores nos implicará otra inversión en cuanto a las relaciones humanas, para un buen ambiente de trabajo y atención al cliente.

Una de las debilidades que podemos mencionar, es la salud de los trabajadores, al deteriorarse debido a los altos ruidos de las máquinas y el polvo proveniente de los neumáticos al repararlos, implicará un ausentismo a sus labores, deberemos invertir anualmente en chequeos médicos para prevenirlos.

2.4.8.3 Oportunidad

Es uno de los aspectos externos de la empresa, surgen de lo que ocurre o puede ocurrir fuera de la empresa

A pesar de las amenazas que se describen a continuación, podemos considerarlo como una oportunidad el crecimiento del parque automotor que tuvo el Ecuador desde el 2008 al 2011 (113%) (Diario El Universo, 2011), aproximadamente en el parque automotor en Guayaquil hasta el año 2015 es de 301.333 vehículos (ver anexo 18), las que en el tiempo actual van a necesitar más mantenimiento automotriz y los futuros clientes busquen alargar un tiempo más sus automotores y neumáticos

Otra de las oportunidades del negocio, son las informaciones de las estadísticas que pueden proporcionarnos las diferentes instituciones públicas, encargadas del control de las empresas, como el cobro de los impuestos, una de ellas es la Superintendencia de Compañías, Valores y

Seguros, nos indica que existen 271 compañías constituidas en la ciudad de Guayaquil, de las cuales solo 150 de ellas se encuentran con estado de activas (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2016). Otra institución es el Muy Ilustre Municipio de Guayaquil, que a través del departamento de uso de suelo indican que existen 159 lubricadoras, 10 vulcanizadoras y 40 tecnicentros (M.I. Municipalidad de Guayaquil: Dirección de uso de espacio y vía pública, 2016), en investigación de campo que se hizo para corroborar la información existen 6 lubricadoras y 3 vulcanizadoras cercanas al negocio,

Después de la catástrofe del 16 de abril del 2016, el gobierno ha manifestado dar facilidades para la creación de nuevos negocios, también se podría implementar la posibilidad de pago con el dinero electrónico, debido a que con este instrumento de pago se cobrará el 10% en IVA, por el lapso de un año, o asumir parte del IVA incrementado, de acuerdo a las estrategias de marketing que se implementarán.

2.4.8.4 Amenazas:

Es uno de los aspectos externos de la empresa, surgen de lo que ocurre o puede ocurrir fuera de la empresa.

Aunque hay muy pocas empresas que prestan el servicio de lubricación en esta parte de la ciudad, siempre habría de considerar la creación de otros centros de mantenimiento automotriz en el área con mayor infraestructura y equipos.

El pensar en la inversión, tanto en la capacitación del personal como la tecnología siempre serán una amenaza a nuestra empresa, debido que el personal será más cotizado por otras que desearán tenerlos, ofreciéndoles una mejor remuneración económica y así hacer una investigación de la nuestra, originando una desestabilización temporal, por la capacitación a un nuevo personal.

Los constantes avances en la industria automotriz año tras año, con nuevos modelos de vehículos nos implica mantenernos actualizados para brindar el mantenimiento requerido para estos tipos de vehículos, el mantenernos actualizado significa también en invertir en nuevos equipos o tecnología.

Adicionalmente la situación económica de nuestro país y las proyecciones del futuro económico en el sector automotriz no son nada alentadoras, como ejemplo podríamos mencionar: el precio del petróleo, incremento del IVA del 12 al 14%, las salvaguardias impuestas a las importaciones que gravan al sector en un promedio del 45%, la imposición de cuotas de importación.

2.4.8.5 Misión

Hace referencia a la razón de ser de una empresa su esencia y motivo de existir. Elaborar la misión nos ayudará a gestionar una estrategia correcta, hay que ser flexible y adaptarse a las necesidades del mercado, hay que saber quiénes somos y de dónde venimos. (Marketingdirecto.com, 2013)

2.4.8.6 Visión:

Es la situación futura que desea alcanzar la organización, es una situación realmente alcanzable y luchar por lograrlo, algunos redactan su visión como compromisos. (Marketingdirecto.com, 2013)

2.4.8.7 Valores:

Son los factores de la cultura organizacional y los cumplen todos los miembros de la organización, (Marketingdirecto.com, 2013), se propone establecer los siguientes valores:

- *Respeto*
- *Compañerismo*
- *Responsabilidad*
- *Solidaridad*
- *Honradez*
- *Honestidad.*
- *Integridad*
- *Fidelidad*
- *Eficiencia*
- *Creatividad*
- *Conciencia ambiental*

2.4.9 Plan de implementación

Con este punto conoceremos el estado que se encuentra el servicio y los procesos para la prestación del servicio (crecenegocio, 2016), procederemos a detallar el flujo del servicio desde que el cliente ingresa hasta que egresa ya atendido en la empresa.

IMAGEN 2 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN FLUJO DE SERVICIOS
ELABORADO: AUTOR (2016)



El jefe de patio cuando el vehículo está en la rampa supervisa que los aceites quemados de los vehículos se depositen en contenedores adecuados, los mismos que una vez al mes los encargados del Municipio de la ciudad, recogen estos desechos para así evitar la contaminación del medio ambiente, dando cumplimiento a las ordenanzas municipales.

2.4.10 Estrategia de marketing y ventas

IMAGEN 3 FUENTE: /PROFEMAX.MEX.TL/397753_I--MEZCLA-DE-MERCADOTECNIA-Y-GESTIÓN-DE-PRODUCTOS
Elaborado: Autor (2016)



Producto	Precio	Distribución	Promoción
<ul style="list-style-type: none">• Calidad• Características• Estilos• Marca• Empaque• Tamaño• Garantía• Servicios• Devoluciones	<ul style="list-style-type: none">• Descuentos• Listas• Plazos• Intereses• Niveles• Márgenes• Condiciones	<ul style="list-style-type: none">• Canales• Cubrimiento• Lugares• Inventario• Transporte• Almacenamiento• Despachos	<ul style="list-style-type: none">• Venta personal• Publicidad• Promoción de ventas• Relaciones públicas• Publicity• Patrocinio• Marketing directo

2.4.10.1 Producto: “Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que abarcan empaque, color precio, calidad y marca además del servicio y reputación del vendedor, el producto puede ser un bien o servicio, los clientes compran mucho más que un producto, compran satisfacción en la forma que los beneficia que esperan recibir del producto” (Stanton, Etzel, & Walker, 2011, Pàgina 336 - 526).

Con nuestro producto, que correspondería al servicio de mantenimiento de lubricación, lavado de automóviles y vulcanización neumáticos, buscamos que el cliente pueda contar con una empresa confiable, profesional, que busca su satisfacción, donde ganamos también a parte de los ingresos económico, su lealtad y el poder referirnos con otras personas.

2.4.10.2 Precio: “Es la cantidad de dinero u otro elemento de utilidad que necesitan para adquirir un producto “(Stanton, Etzel, & Walker, 2011, Pàgina 336 - 526), Recordemos que el precio representará en un pacto decisivo para la obtención del servicio, porque un precio muy alto no siempre representa una excelente calidad, esto implica muchas veces el poder de decisión de las personas, como también la imagen de nuestra empresa.

Los factores que inciden en la fijación de precio son los costos, competencia y demanda, también debemos buscar los métodos para fijar los precios como podrían ser la competencia, ambiente económico-social, psicológico y estrategias de Marketing.

2.4.10.3 Plaza: “Es un conjunto de personas y empresas, comprendidas en la transferencia de derechos de un producto al paso de éste, del producto al consumidor o usuario del negocio final” (Stanton, Etzel, & Walker, 2011, Pàgina 336 - 526), La distribución relaciona la producción o el servicio con el consumo, no solo implica el lugar o distribución donde está ubicada la empresa, sino también la logística donde el servicio fluya correctamente desde el

punto de producción al consumidor, podría ser el transporte, almacenamiento, manejo de materiales, inventarios, presentación del producto final y servicio al cliente.

2.4.10.4 Promoción. “Intenta hacer un producto más atractivo a los compradores, una empresa trata de aumentar el volumen de ventas de sus productos” (Stanton, Etzel, & Walker, 2011, Pàgina 336 - 526) toda empresa por medio de las promociones trata de aumentar el volumen de venta, haciendo atractivo sus productos o servicios ofrecidos, de manera que la cantidad de venta decline muy poco cuando el precio sube lo que se conoce como demanda inelástica, y el volumen de venta crezca considerablemente cuando los precios bajen, lo que se llama demanda elástica.

2.5 Tipos de mercado

Según Philip Kotler, “la Economía moderna opera con base en el principio de la división del trabajo, donde cada persona se especializa en la producción de algo, recibe una paga y con su dinero adquiere las cosas que necesita” (Kotler & Keller, Direccion de marketing, 2012, Pàgina 212 - 237) existen diversas clasificaciones, ordenadas por grupos o tipos como son:

2.5.1 Desde el punto de vista Geográfico

Mercado Regional es una geográfica determinada libremente, es representado por regiones

Mercado local: se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro del área metropolitana,

2.5.2 Desde el punto de vista de consumidor o cliente

Mercado del consumidor es donde los productos y servicios son comprados para uso específico del consumidor o cliente.

2.5.3 Según la competencia establecida

Mercado de competencia perfecta: cuando los oferentes y demandantes no tienen poder de decisión en los precios, por lo tanto, el precio se lo fija en el mercado. (Mktuaq.jimdo.com, 2015)

2.5.4 Según el tipo de producto

Mercado de productos o bienes: está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles (Mktuaq.jimdo.com, 2015)

Mercado de servicios: formado por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o satisfacciones que pueden ser objeto de transacción. (Mktuaq.jimdo.com, 2015)

2.5.5 Según el tipo de Recursos

Mercado de fuerza de trabajo: Considerado como factor de producción, formado por empresas u organizaciones que necesitan contratar empleados, o personal especializado, para producir bienes o servicios. (Thompson, 2006)

2.6 Estudio de Marketing

Para el estudio de Marketing, es fundamental analizar la oferta y la demanda del sector donde se propondrá el negocio, así como sus competidores del área y los clientes potenciales.

2.6.1 Oferta

En un plan de Negocio, se deben analizar todas las empresas que captan el mercado ya que ofrecen sus productos o servicios iguales, similares o sustitutos, los competidores juegan un papel importante en el mercado, desarrollando varias estrategias con los precios, promociones, canales de distribución para hacerlo más atractivo para el cliente (Galindo Ruiz, 2011, Pàgina 121 - 123)

2.6.2 Demanda

Está ligada a la satisfacción de las necesidades o deseos de los clientes o consumidores, en la demanda juegan un papel importante la capacidad de pago, el gusto, la marca, la capacidad de endeudamiento, la fidelidad, etc. (Galindo Ruiz, 2011, Pàgina 121 - 123).

2.7 Análisis de Porter

Es importante y necesario analizar el entorno competitivo, para este análisis utilizaremos la herramienta que puede aplicarse a todo tipo de industria, negocio o empresa, entre las más conocidas están las 5 fuerzas del profesor Michael Porter, nos ayudará a identificar los factores que pueden influir en el desafío al emprender un negocio (5fuerzasdeporter.com, 2015).

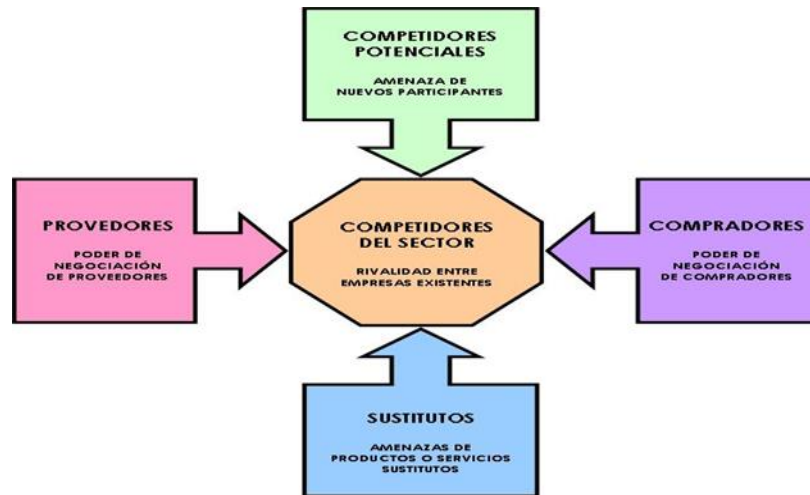
Esta herramienta se divide en lo siguiente:

- Poder de negociación de los compradores
- Poder de negociación de los proveedores
- Amenaza de nuevos competidores
- Amenaza de productos sustitutos

- Rivalidad entre competidores

IMAGEN 5 FUERZAS DE PORTE

FUENTE Y ELABORADO: MARKETINGANDBUSINESSONINTERNET.BLOGSPOT.COM/2010/08/POSICIONAMIENTO-5-FUERZAS-DE-PORTER.HTML



2.7.1 Poder de negociación de los compradores

En este punto Porter considera “si los clientes son pocos, están muy bien organizados y se ponen de acuerdo en cuanto a precios, que están dispuestos a pagar, se genera una amenaza para la empresa, ya que estos adquirirán la posibilidad de plantarse en un precio que les parezca oportuno, pero que generalmente será menor al que la empresa estaría dispuesta a aceptar. Además, si existen muchos proveedores, los clientes aumentarán su capacidad de negociación, ya que tienen la posibilidad de cambiar de proveedor de mayor o menor calidad, por esto las cosas cambian para las empresas que le dan el poder de negociación a los clientes” (5fuerzasdeporter.com, 2015)

Esto nos lleva a preguntarnos, ¿Qué tan fuerte es el poder de negociación de los compradores o clientes del negocio?

Se tendrían un problema cuando los clientes, observan si tus servicios pueden llegar a tener un costo más alto, cuando existan varios productos sustitutos, pero al hacer la diferenciación del servicio con respecto a nuestra competencia, los compradores o clientes no tendrán el poder de negociación, incluso estarían dispuestos a pagar un costo un poco más alto, si brindamos servicios de calidad y comodidad, ponemos en práctica los valores descritos para la empresa.

2.7.2 Poder de negociación de los proveedores

Para Porter este poder “proporciona a los proveedores de la empresa, las herramientas necesarias para poder alcanzar un objetivo” (5fuerzasdeporter.com, 2015) este poder se refiere a las imposiciones al negocio de parte de los proveedores.

Al hacer el análisis de esta fuerza de Porter nos preguntaremos ¿Qué tan fuerte es el poder de negociación de los proveedores?

Para respondernos consideraremos lo siguiente:

- Cantidad de proveedores
- Poder de decisión en el precio del proveedor
- El grado de organización de los proveedores.

En este punto es necesario analizar todos los posibles proveedores del negocio, como los aceites y filtros para la parte de lubricación, máquinas e insumo de limpieza para la parte de lavado, máquinas e insumos para la parte de la vulcanización.

Para reducir el poder de Negociación de los Proveedores, es recomendable no estar dependiente de un solo proveedor, sino tener varias opciones, así obtendremos el poder de negociación tanto de los precios, crédito y de tiempo de almacenamiento de la mercadería en nuestras bodegas, otro de los beneficios será el reducir el costo por cambio de proveedores.

2.7.3 Amenaza de nuevos competidores

Para Porter es una de las más utilizadas en la industria para detectar empresas con las mismas características económicas o productos similares en el mercado, para este tipo de amenaza Porter identificó las barreras de entradas para crearle una ventaja competitiva a los negocios como:

1. **Economía de escala** Quiere decir que entre mayor el volumen de producción reduce los costos
2. **Diferenciación del producto o servicio** Cuando la empresa esta posesionada en su producto, el negocio que ingrese, tendrá que hacer una fuerte inversión para desplazar a la competencia.
3. **Requerimiento de capital** El negocio que tenga fuertes recursos financieros, le permitirá sobrevivir al desgaste.

4. **Acceso a los canales de distribución** Cuando los canales de distribución de un negocio están bien establecidos, los competidores deben convencer a los clientes que acepten sus productos o servicio, mediante ofertas, reducción de precios, etc. Esto merma las ganancias de las compañías entrantes.
5. **Desventaja en costes independientemente de la escala** Las compañías dominantes utilizan sus ventajas de producción y costos para hacer promociones, rediseño de los productos, así evita la entrada de productos sustitutos y una nueva tecnología, evitando la competencia.
6. **Políticas gubernamentales** Las políticas gubernamentales pueden expedir leyes, reglamentos o resoluciones que pueden impedir la entrada a nuevos competidores

¿El ingreso de nuevos negocios, influirá fuertemente en el mercado?

En perímetro de 5 km alrededor donde ubicaremos el negocio, existen negocios de tipo artesanal, la mayoría trabajan de manera empírica, son altamente contaminante al medio ambiente, en materia de lubricadoras y vulcanizadoras no existe mayor competencia, lo que puede existir son la competencia de lavadoras como manifestamos anteriormente, son negocios empíricos y no diferenciados, como pretendemos hacerlo.

2.7.4 Amenaza de productos sustitutos

“Una empresa comienza a tener serios problemas cuando los productos sustitutos, comienzan a ser reales, eficaces y más baratos que el que se vende, esto hace que la empresa baje sus precios y reducción de su rentabilidad” (5fuerzasdeporter.com, 2015).

¿En qué manera los productos sustitutos son una amenaza para el negocio?

En el caso de la lubricación, lavado y vulcanizado, no existe en el mercado hasta ahora productos sustitutos, a excepción del lavado de automotores, son una necesidad para el mantenimiento de los vehículos y así alargar su vida útil.

2.7.5 Rivalidad entre competidores

Como su nombre lo indica, es cuando se puede competir con otras empresas que dan el mismo servicio o producto, entre menos competidores en el sector, será más rentable. (5fuerzasdeporter.com, 2015)

¿Qué tan fuerte es la competencia entre este tipo de negocio?

En este punto o fuerza de Porter, se lo considera como un resumen de las 4 anteriores, para nuestro negocio dependerá de las barreras de entrada existente en el mercado, afortunadamente el negocio a proponer existe en el mercado por separado, pero son escasos los que presentan los 3 tipos de servicios, podemos decir que no existe competencia con los 3 servicios ofrecidos a los clientes.

2.8.- Marco Conceptual

- **Plan de negocios** Es la información donde podemos hacer el seguimiento y correcciones de tipo técnico, comercial, financiero, operativo
- **Microempresa** En el proyecto se lo define así por ser un negocio familiar y con menor inversión a su apertura
- **Servicio para automotores** Para este proyecto lo definiremos como servicio de lubricación, lavado y vulcanizado
- **Artesano** Persona que trabaja materiales con sus manos o con herramientas manuales, producen bienes, servicios o arte.

2.9.- Marco Legal

Talleres artesanales: el taller o artesano autónomo será calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, pueden tener hasta 15 operarios y aprendices 5, su inversión en el taller (implementos, maquinaria y materia prima) no supere el 25% del capital fijado para la pequeña industria, es decir de \$ 87.500.00, la calificación de la Junta Nacional de Defensa del Artesano está en las 164 ramas artesanales.

Microempresa: es una organización de hecho, administrada por una o más persona en especial natural, su capital no supera los \$39.000 dólares y el número de trabajadores no rebasa de 10 personas.

La formación de una compañía, según la ley de compañías del Ecuador en su artículo 1, indica “2 o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender operaciones mercantiles y participar de sus utilidades y se rige por las disposiciones de la Ley de compañías, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil. (H. Congreso Nacional, La Comisión de Legislación y Codificación, 2014).

Debemos recordar que existen varios tipos de empresas a constituir como son:

- a) Las compañías en nombre colectivo

- b) Las compañías comanditas simples y divididas por acciones
- c) Las compañías de responsabilidad limitada
- d) Las compañías anónimas
- e) Las compañías de economía mixtas

Para este proyecto proponemos constituir una microempresa de sociedad anónima que corresponde a las siguientes especificaciones:

Las compañías anónimas: La Ley de compañías en sus artículos de 143 al 148 nos da concepto de este tipo de compañías, es una sociedad cuyo capital está dividido en acciones negociables, formado por aportaciones de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones, la denominación deberá contener la indicación de “compañía anónima” o sociedad anónima”; estas no podrán subsistir con menos de 2 accionistas, salvo cuyo capital pertenezca en su totalidad a una entidad de sector público. (H. Congreso Nacional, La Comisión de Legislación y Codificación, 2014).

2.9.1.- Figura política (sociedad anónima)

La empresa que se constituiría será una sociedad anónima, es la forma de sociedad más usada en el Ecuador, para la constitución de la sociedad anónima como fundador o socios principales, entre uno de los requisitos principales es: ser mayor de edad y capaz de contratar, pero no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados, y como mínimo serán 2 socios o accionistas

2.9.2.- Requisitos para el funcionamiento del negocio

Según la ley de Compañías, para constituir la empresa se requiere que sea mediante escritura pública, previa autorización de la Superintendencia se inscribirá en el Registro Mercantil

2.9.2.1.- Registro Mercantil: es la entidad en la que se realizan las inscripciones de documentos, actos o contratos que disponen las leyes, como. La ley de registro, ley de compañías, Código de Comercio, Código Civil, entre otros. (Registro Mercantil, 2015)

Requisitos para la inscripción:

- Presentar por lo menos 3 testimonios originales de la escritura pública de constitución

- Todos los testimonios deben tener el mismo número de fojas y todas deben estar rubricadas por el notario ante el que se otorgó la escritura, según la ley Notarial en su artículo 41
- Si la compañía se constituyere con la aportación de algún inmueble, la escritura deberá inscribirse en el registro de la Propiedad antes de la inscripción del Registro Mercantil. La inscripción no podrá efectuarse luego de los 90 días de realizada la inscripción en el Registro de la Propiedad. Si la compañía se constituyere con un bien mueble, deberá tener una cláusula de aportación de dicho bien, según la Ley de Compañías en su artículo 10 y 162 (H. Congreso Nacional, La Comisión de Legislación y Codificación, 2014)

2.9.2.2.- Superintendencia de Compañías Valores y Seguros

Es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla, la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2016)

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, se interconectaron con otras instituciones públicas como: Concejo de la Adjudicatura, Servicio de Rentas Internas (SRI), los Registros Mercantil y el Registro Civil, y el Banco del Pacífico, para optimizar la constitución de las compañías las mismas que anteriormente se las constituía en promedio de 60 días y los gastos para constitución se aproximaban a los \$3.000,00, ahora se puede constituir las empresas en un lapso de 2 días promedio con un gasto cerca de los \$200,00, esta ley fue aprobada el 13 de mayo del 2014 por la Asamblea Nacional.

El procedimiento para crear una compañía online, consta en la resolución No. 8 de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, publicada en el Registro Oficial 278 del 30 de junio del 2014:

1. Se ingresa al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguro: <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
2. Se tiene que registrar como usuario, luego hay que ingresar el usuario y la contraseña
3. Seleccionamos la reserva de denominación aprobada para la compañía a constituir
4. Llenamos el formulario “solicitud de constitución de compañías” en el sistema
5. Adjuntamos los documentos habilitantes desmaterializados
6. Seleccionamos la notaria de preferencia, del listado de notarías activas

7. La Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, notificará mediante correo electrónico la información de la notaria seleccionada, los valores a pagar por servicios notariales y registrales, el número de trámite generado y la institución bancaria donde debe realizar el pago.
8. Realizamos el pago correspondiente
9. El notario se encargará de ingresar al sistema, valida la información y asignará la fecha y hora para las firmas de la escritura y los nombramientos.
10. Firmados los documentos, el sistema enviará automáticamente la información al Registro Mercantil quien validará la información y facilitará la razón de inscripción de la escritura y los nombramientos.
11. El sistema generará un número de expediente y remitirá la información de este trámite al Servicio de Rentas Internas (SRI), quien de forma inmediata darán el número de RUC para la compañía.
12. Finalmente, el sistema notificará que el trámite de constitución ha finalizado (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2016)

IMAGEN 6 PAGO POR CONTRIBUCIÓN A LA SUPERINTENDENCIA COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS

Fuente y elaborado: Superintendencia Compañías Valores y Seguros, resolución SCVS-INAF-DNF-16-006

MONTO DEL ACTIVO REAL DE LAS COMPAÑÍAS (EN US\$ DOLARES)		CONTRIBUCION POR MIL SOBRE EL ACTIVO REAL
DESDE	HASTA	
-	23,500.00	0,00
23,501.00	100,000.00	0,71
100,001.00	1,000,000.00	0,76
1,000,001.00	20,000,000.00	0,82
20,000,001.00	50,000,000.00	0,87
500,000,001.00	EN ADELANTE	0,93

2.9.2.3.- Servicio de Rentas Internas (SRI)

El Servicio de Rentas Internas es un organismo fiscal recaudador de impuestos, se basa en los principios de justicia y equidad.

Requisitos para inscripción de RUC

- Para los artesanos o talleres artesanales se necesita los siguientes requisitos para obtener el RUC:
 - Original y copia de la calificación emitida por el organismo competente, Junta Nacional de Defensa del Artesano o el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO),

- Copia de las cédulas de identidad y de votación del calificado como artesano
- Para las empresas son necesarios los siguientes requisitos para el Ruc:
 - Formulario solicitando el Ruc debidamente lleno
 - Original y copia de la escritura de constitución inscrita en Registro Mercantil
 - Original y copia de los nombramientos inscritos el Registro Mercantil
 - Copias de las cédulas de identidad y de votación de los socios o accionistas.
 - Carta de autorización firmada por el representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

2.9.2.4.- Junta Nacional de Defensa del Artesano

Es la institución rectora de la información, titulación y calificación artesanal a nivel nacional, que garantiza los derechos profesionales y socioeconómicos de los artesanos, los maestros u socios deben solicitar anualmente la recalificación artesanal, sino perderían los derechos y no gozarían de los beneficios de la ley, la Ley que los rige es la Ley de Régimen Tributario, Reglamento Ley de Régimen Tributario Interno y la ley de defensa del artesano.

Requisitos para la calificación artesanal del taller

1. Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano
2. Copia del título artesanal
3. Copia de cédula de ciudadanía
4. Copia de cédula de votación hasta los 65 años
5. Foto a color tamaño carnet (actualizada)
6. Tipo de sangre
7. Carnet actualizado del gremio

2.9.2.5.- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

La ley de Seguro Social del Ecuador indica que todo trabajador con o sin relación de dependencia debe estar afiliado al Seguro Social desde el primer día de labores y la obligación del patrono es cubrir el 11.15% como aporte patronal y descontar el 9.45% a sus colaboradores por aporte personal, el total de aportaciones que debe cancelar al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es de 20.60%., adicionando las obligaciones adquiridas de sus empleados como los prestamos Quirografario e Hipotecario.

Pero todo empleador debe registrarse en línea con el Seguro Social y debe de seguir con los siguientes procesos:

- Ingresar a la página web del Seguro Social www.iess.gob.ec
- Escoger Empleadores y coger el ítem de Actualizar datos del registro patronal
- Escoger al sector al que pertenece (privado, público o doméstico)
- Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco
- Digitar el número de RUC.
- Seleccionar el tipo de empleador e imprimir la solicitud de clave.

Una vez registrados los datos, debemos acercarnos a las oficinas de Historia Laboral del Centro de atención Universal del IESS y solicitar la clave de empleador adjuntado los siguientes documentos:

- Solicitud de entrega de clave
- Copia del RUC
- Original y Copia de cédula de identidad a color del representante legal y de la persona autorizada para retirar la clave
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones del representante legal y de su delegado
- Copia de pago de un servicio básico
- Calificación artesanal si es artesano calificado

2.9.2.6.- Obligaciones Municipales o Gobierno Local

Para el gobierno local deben realizar los siguientes trámites para los permisos municipales, en caso de los artesanos deben presentar la calificación o recalificación de artesano, emitida por la Junta Nacional de Defensa al Artesano para acogerse a la excepción del impuesto de la Patente Municipal.

- a) Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo** es un documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local, se lo puede obtener a través de la página web del Municipio www.guayaquil.gob.ec en la sección de *servicios en línea* y escogiendo el ítem de “consulta de uso de suelo”.
- b) Patentes municipales** antes de iniciar un negocio en la ciudad de Guayaquil, debemos obtener este documento que es obligatorio, todas las personas que ejerzan actividades

comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales, deben efectuar el trámite de Patente Municipal, para ello debemos primero ingresar a la página web del Municipio www.guayaquil.gob.ec.

- Certificado provisional o definitivo del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil
- Última actualización del RUC
- Presentar copia de cédula de identidad y certificado de votación las personas naturales
- Declaraciones de impuesto a la renta del último ejercicio económico exigible (no es exigible para los que inician actividades)
- Solicitud para Registro de Patente Municipal
- Carta de autorización de terceros para hacer el trámite adjuntando cédulas de identidad y certificado de votación notariada

c) **Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de Servicios** se lo puede obtener a través de la página web del Municipio www.guayaquil.gob.ec en la sección de *servicios en línea*.

Previo al ingreso de la solicitud debemos verificar el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Registrar el establecimiento en el Servicio de Rentas Internas
- Uso de Suelo negativo para la actividad económica
- Contar con el certificado definitivo del año vigente del Benemérito Cuerpo de Bomberos
- Patente Municipal vigente
- Si no es propietario de la edificación, presentar contrato de arrendamiento o carta de cesión de espacio

d) **Certificado de trampa de Grasa de Interagua** se los obtiene en las agencias de atención al cliente de Interagua y es solo para locales que vayan a ser destinados para restaurantes, fuentes de soda, bares, cafés, talleres, industrias, servicionarios, lubricadoras, hoteles y establecimientos que tengan cocina.

e) **Certificado de seguridad del Benemérito Cuerpo de Bomberos** para la obtención del certificado los requisitos son los siguientes:

- Declaración jurada en el formato entregado por la institución bomberil el mismo que puede ser descargado en la página web www.bomberosguayaquil.gob.ec
- Copia actualizada del RUC
- Copia del nombramiento del representante legal
- Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor
- Original y copia de la calificación artesanal en caso de ser artesano
- Copia del pago de predios urbanos o planilla de servicios básicos
- Copia del certificado del uso de suelo otorgado por el municipio
- Fotos del local en que conste la implementación de las normas contra incendios (extintores, señalética, etc.)

f) **Impuesto a la Junta de Beneficencia** las personas naturales o jurídicas que efectúen actividad productiva en la provincia del Guayas, y afiliadas a una de las Cámaras de la Producción, deben pagar este tipo de impuesto en la tesorería de la Junta de Beneficencia, como plazo el primer trimestre de cada año, para el cálculo de este impuesto consideraremos el capital de operación que es la diferencia del activo corriente con el pasivo corriente.

TABLA 5 CUADRO IMPUESTO DE LA JUNTA DE BENEFICENCIA

Fuente: Junta de Beneficencia

Elaborado: Autor (2016)

CAPITAL DE OPERACIÓN	US \$
HASTA 5000	\$ 100
5001 – 7500	\$ 150
751 en adelante	\$ 200

g) **Impuesto Hospital Universitario** Todas las personas naturales o jurídicas que realicen actividades productivas o financieras del cantón Guayaquil, deben pagar hasta el 31 de marzo de cada año el 2 por mil de los capitales propios declarados en los estatutos de constitución o aumento de capital.

2.9.2.7.- Sociedad de autores y compositores del Ecuador (SAYCE)

SAYCE es una entidad jurídica de derecho de orden privado, de los cuales el autor goza precisamente del derecho exclusivo de explotar su obra en cualquier forma y de obtener de ella

beneficios, como lo garantiza la Declaración de Derechos del Hombre artículo 27, que considera el derecho de autor como un derecho Humano, los artículos 22 y 322 de la Constitución política del Ecuador y los artículos 19 y siguientes de la propiedad intelectual (El Diario, 2006)

Para el tipo de establecimiento SAYCE lo califica como local y su tasa para el pago correspondería el 10% del sueldo básico unificado más el IVA (en la actualidad el 14% por el año 2016, posterior sería el 12%) lo que correspondería un pago de \$ 41.72 usd.

2.10.- Marco Ambiental

Licencia Ambiental

Sea persona natural o jurídica es uno de los requisitos solicitar la autorización que otorga la autoridad competente en la ejecución de un proyecto, obra o actividad que incida un impacto ambiental. Se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proyecto debe cumplir para minimizar, prevenir o remediar los daños a la naturaleza o medio ambiente que pueda causar el proyecto, los procesos de regularización ambiental son los siguientes:

- Ingresar a la página web www.suiaambiental.gob.ec
- Elegir a calidad ambiental – dirigirse a regularización ambiental – categorización ambiental nacional – registrarse
- Procedemos a registrarnos llenando la información solicitada, posterior cargaremos en archivos PDF la documentación solicitada (cedula, certificado de votación, RUC), el sistema pedirá un correo electrónico, para enviar la clave.
- Con la clave y el usuario ingresamos a la página web
- Ingresamos a calidad ambiental – regularización ambiental –categorización ambiental nacional – nos pedirán el usuario y la clave
- Llenamos la información correspondiente a la empresa, en la parte de obra o actividad, elegimos la actividad de la empresa de acuerdo al catálogo de categorización ambiental nacional
- Los puntos que tome con el GPS, transcribirlos en una hoja Excel, los mismos no deben tener decimales y hecho bajo el formato que nos da el tutorial.

CAPÍTULO III

3.- Metodología de la Investigación

3.1.- Metodología

En Investigación de Mercado según American Marketing Association, "... es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso." (Malhotra, 2008, Pàgina 76).

Con este proyecto tuvo como fin conocer el comportamiento del mercado meta, localizado en la ciudad de Guayaquil, destacando la demanda y oferta en relación a estos servicios, nos basamos en el método científico, este método tiene una serie de procesos que debimos recorrer para obtener la búsqueda deseada y de nuestro objetivo, con este método nos permitió eliminar elementos que provocan la falta de obtención de información oportuna y veraz, como parte de este método se utilizó el método Deductivo.

El método Deductivo, parte de los datos generales para luego de un análisis poder aplicarlo en casos individuales y comprobar su veracidad.

3.1.1.- Tipo de Investigación

Para el presente proyecto, se utilizó la siguiente metodología de investigación:

3.1.1.1 Investigación descriptiva:

Se utiliza para caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalando características y propiedades, sirven también para investigaciones que requieren mayor nivel de profundidad. (leyton, 2012)

Este tipo de investigación se centra en medir los explicativos a descubrir, por ello debemos definir qué vamos a medir y a quienes involucraremos en esta medición.

3.1.2.- Enfoque de la Investigación

En la investigación del proyecto se consideró utilizar el enfoque o técnica mixta, una combinación entre el enfoque cuantitativo, debido a que utilizamos las encuestas, un marco de preguntas a realizar a nuestro mercado meta como son los choferes de las cooperativas de transporte liviano, y posteriormente utilizamos las ciencias estadísticas para su posterior análisis, el otro sistema a utilizamos es el enfoque cualitativo, por medio de preguntas para entrevistar a los representantes legales de las empresas o talleres, que vendrían hacer nuestra

futura competencia, cuyo objetivo es medir el comportamiento del mercado meta y darnos lineamientos para formular nuestras encuestas a la población meta (profesionales del volante de las cooperativas de taxis).

3.1.2.1 Enfoque cuantitativo

Con el enfoque cuantitativo, nos permite examinar los datos recolectados en forma numérica, se apoya mucho con las herramientas de la Estadística.

Aprovechamos las encuestas que se realizarán a los choferes, de varias cooperativas de taxis, para darnos claridad y dirección del comportamiento de las variables.

3.1.2.2 Enfoque cualitativo

Es un método utilizado con más frecuencia en las ciencias sociales, emplea métodos de recolección de datos que no son cuantitativos, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan, no se centra en lo real y objetivo, se enfoca en una realidad subjetiva

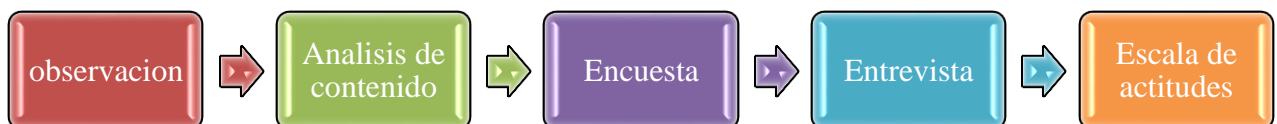
Requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan.

Como necesitamos obtener un conocimiento del comportamiento del mercado, se consideró necesario hacer entrevistas a los representantes legales de las empresas de lubricación, lavadoras y vulcanizadoras, así definir el cuestionario de preguntas para el enfoque cuantitativo.

3.1.3.- Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación que utilizamos para la recolección de datos son:

IMAGEN 7 FLUJO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
ELABORADO AUTOR (2016)



3.1.3.1 Observación

Esta técnica se la utiliza en los métodos cuantitativos como los cualitativos, e implica poner los sentidos en el objeto estudiado, es por ello que se hace visitas al lugar donde se pretende implementar el negocio, para la verificación de la competencia, el flujo y tipo de vehículos que circulan, para darnos un diagnóstico de la problemática del sector.

3.1.3.2 Análisis de contenido

Con la técnica de análisis de contenido, nos permitirá hacer las deducciones de la información recolectada, esta información está basada en la interpretación de textos, transcripción de entrevistas, observación de videos, lectura de recortes de periódicos, revistas etc., que nos dará conocimientos necesarios, para la toma de los lineamientos del proyecto.

3.1.3.3 Encuesta

Para la técnica de la encuesta, se elabora un cuestionario de preguntas, las mismas nos ayudará a tener conocimiento de las inquietudes, gustos, preferencias de los futuros clientes, es por ello que sus opiniones son válidas para en lo posterior plan de Marketing para satisfacer las necesidades.

3.1.3.4 Entrevista

Es una técnica que se utiliza para obtener información primaria, de forma amplia y detallada, se hará a los representantes legales de los negocios que vendrían hacer nuestra competencia, por ello es necesario realizar un cuestionario de preguntas para obtener información clara, directa y efectiva.

3.1.3.5 Matriz de Boston Consulting Group o Matriz BCG

Esta Matriz se encarga de analizar la cartera de negocio de los negocios o empresa, está más bien es un análisis interno del negocio.

La Matriz BCG está diseñada para ayudarnos a decidir la planificación estratégica corporativa en cada una de las áreas o unidades estratégicas del negocio.

Esta Matriz BCG, nos da la visión donde debemos invertir, abstenernos de invertir o abandonar el negocio. Esta tiene 4 cuadrantes (2x2), donde cada cuadrante se propone una estrategia diferente, para cada una de las unidades o áreas del negocio y cada cuadrante está representada por una simbología que son: (Elaprendizdemarketing, 2014)

Estrella: nos indica un gran crecimiento y gran participación en el mercado, en este cuadrante nos recomienda maximizar esta área del negocio, hasta que el mercado se torne más maduro, y las unidades o áreas estratégicas del negocio se transformen como vaca.

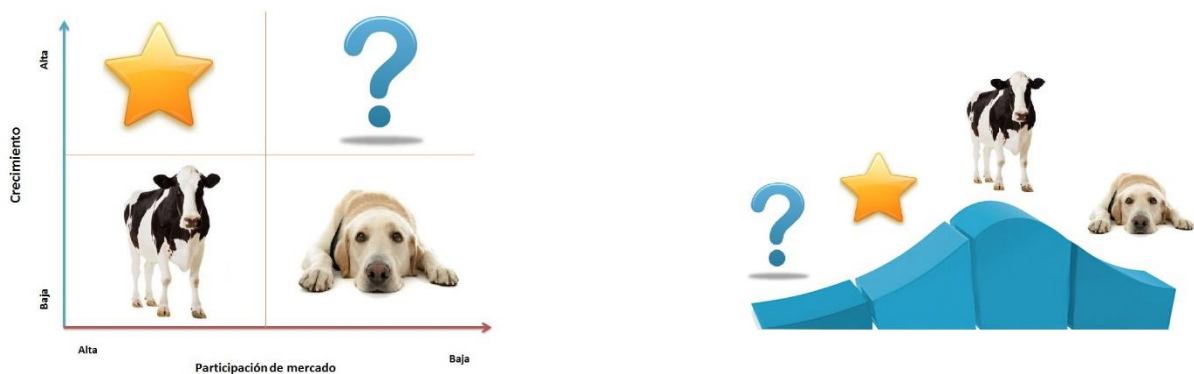
Interrogante: el interrogante no indica gran crecimiento y baja participación en el mercado, nos propone que volvamos a considerar nuestra estrategia en el área afectada (promociones, precios distribución, etc.), al volverla a valorar puede convertirse en estrella o perro.

Vaca: En la vaca, indica que existe bajo crecimiento y gran participación en el mercado, quiere decir que las expectativas de crecimiento son nulas, se recomienda mantener la cuota alcanzada, esta área o unidad del negocio genera el efectivo necesario para crear nuevas formas de estrellas.

Perro: en el perro, no existe crecimiento, y es muy baja la participación en el mercado, son las unidades o áreas del negocio que no proporcionan mucha rentabilidad o puede ser incluso negativa, se recomienda abandonar cuando sea posible, se considera que son los negocios o productos que están en la última etapa de su vida (producto o negocio), en el caso que se desee mantener el producto o negocio se recomienda tener una inversión mínima.

IMAGEN 8 MATRIZ BCG

Fuente: <https://paratuinformaciononline.wordpress.com/2015/03/03/la-matriz-bcg/>



3.2.- Población y Muestra

3.2.1 Población

“Totalidad de unidades de análisis del conjunto a estudiar” (D`Angelo, 2008)

Como expresamos al principio del presente proyecto y basándonos en el artículo del Diario El Universo el 16 de julio del 2011, en que manifiesta que el parque automotor aumento en un 113% desde el 2008, en este artículo expresa que hasta el 2010 se había matriculado en la

antigua Comisión de Transito del Ecuador (CTE) 360.000 vehículos de los 620.393 vehículos existente.

Debido que el artículo fue elaborado con información de la antigua Comisión de Transito del Ecuador (CTE) con vehículos matriculados hasta el 31 de diciembre del 2010, se ha decidido buscar información más actualizada, para ello se solicitó dicha información a la nueva Agencia de Tránsito Municipal (ATM) (ver anexo 18), institución competente en la actualidad con relación al tránsito en la ciudad de Guayaquil (ciudad en estudio).

Según información expedida por la Agencia de Tránsito Municipal, en la ciudad de Guayaquil al 31 de Diciembre del 2015, los vehículos matriculados son de 301.333, de los cuales segmentaremos los propietarios de vehículos que se encuentren agremiados en cooperativas de taxis, en la actualidad según la Agencia de Tránsito Municipal consta la cantidad de 384 cooperativas de taxis convencionales y cooperativas de taxis ejecutivos, las que tienen matriculado sus unidades hasta finales del año 2015, un total de 16.411 vehículos, no se ha proporcionado las cooperativas de mototaxi, debido que no se han regularizado este tipo de servicio de transporte hasta el momento, pero se estima que en el sector existen unas 178 cooperativas de Tricimotos o mototaxi, con aproximadamente 30 unidades en cada cooperativa, pero como lo indica la ATM en su nota “Este listado obedece al último censo realizado a las tricimoto en el 2016 con el objetivo de comenzar a poner en orden en este tipo de transportación pública, es importante mencionar esto, por lo que este listado NO necesariamente significa que todas estén regularizadas”(ver anexo 18), es por ello que no lo hemos considerado en la toma de la muestra poblacional de nuestra investigación,

3.2.2 Muestra

“Cualquier subconjunto del universo, cuando es amplio el universo de la investigación, se debe definir una muestra representativa” (D`Angelo, 2008)

Definida la población a estudiar la que corresponde a 16.411 vehículos de cooperativas de taxis matriculados en el 2015, procederemos a la fase, como sacar la muestra poblacional que nos ayudará a recopilar información que nos va a ser útil para la toma de decisiones, conocer:

- La aceptación de la idea del negocio
- Definir la demanda para estos servicios
- Conocer las necesidades más comunes del gremio de choferes de alrededor
- Establecer los precios y plan de marketing para asegurar la fidelidad de los clientes.

Tomaremos la última segregación de la población de los vehículos,

ECUACIÓN 3 FÓRMULA DE MUESTRA POBLACIONAL

Fuente: Silvia Beatriz D'Angelo (2008)

$$n = \frac{k^2 N p q}{e^2 (N-1) + k^2 p q} \qquad n = \frac{1.96^2 (16.411)(0.5)(0.5)}{0.07^2 (16.411-1) + (1.96^2)(0.5)(0.5)} = 194 \text{ vehículos}$$

K= 95%, corresponde al nivel de confianza

N= 16.411 vehículos de cooperativa de taxi, tamaño de población

n= en este caso 194 vehículos, la entrevista a los dueños de los taxis, tamaño de la muestra

p= porcentaje de individuos que se ajustan a las características de los datos

q= porcentaje de individuos que no se ajustan a las características de los datos (1-p)

e= 7%, margen de error de la muestra

3.3.1.- Análisis de los Resultados de la Encuesta

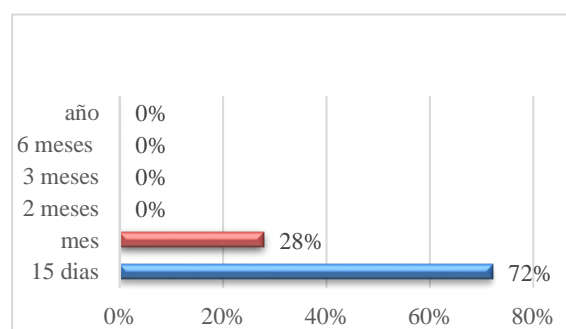
Para la presente encuesta se procedió a entrevistar a 194 dueños de taxis, fueron visitadas 38 cooperativas de taxis de las 384 cooperativas existente en la ciudad de Guayaquil, las que fueron distribuidos 28 a cooperativas de taxis convencionales y 10 cooperativas de taxis ejecutivo, se trató de contactar con las cooperativas de taxis donde los profesionales del volante son de género femenino, pero lastimosamente no fue posible.

Cabe destacar que la participación de la mujer como profesional del volante va en aumento, obtuvimos la información que existen 151 profesionales del volante del género femenino laborando en las 38 cooperativas visitadas.

1.- Señale cada cuánto tiempo realiza el cambio de aceite.

IMAGEN 9 TIEMPO QUE REALIZA CAMBIO DE ACEITE

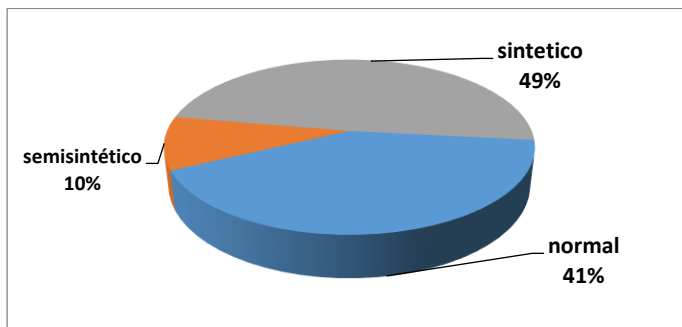
Fuente y elaborado: El Autor (2016)



Con esta pregunta podemos observar que se han formado 2 grupos de los 194 choferes de taxis encuestados, los primeros que realizan el cambio de aceite cada 15 días, que equivalen el 72% de encuestados, el segundo grupo indica que realiza el cambio cada mes que corresponde al 28% de los encuestados, esta segmentación corresponde por el tiempo de circulación que hacen cada chofer.

2.- ¿Qué tipo de aceite utiliza?

IMAGEN 10 TIPO DE ACEITE UTILIZA
Fuente y elaborado: El Autor (2016)



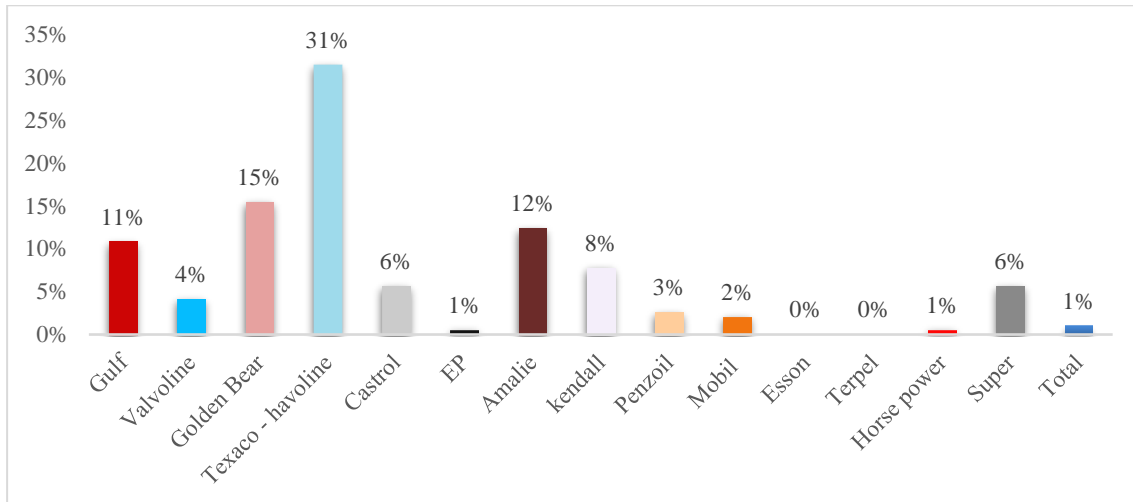
En la segunda pregunta, de los 194 encuestados, vemos la tendencia a utilizar el aceite sintético que corresponde al 49% de los encuestados, unos de los motivos explican es debido a que el cambio lo hacen después de los 15 a 30 días.

No debemos dejar de considerar los aceites normales o minerales que algunos por costumbre, tradición o por precio prefieren este tipo de lubricantes, que corresponde al 41% de los encuestados.

3.- De los siguientes tipos de lubricantes ¿cuál es de su preferencia y más utiliza?

IMAGEN 11 TIPOS DE LUBRICANTES MÁS UTILIZADOS

Fuente y elaborado: El Autor (2016)

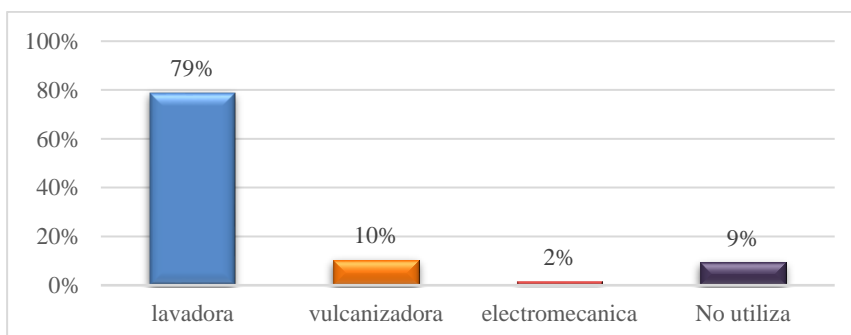


En cuanto a la marca de aceite que prefieren y utilizan, de los 194 encuestados el 31% utiliza la marca de Texaco – Havoline, de ellos el 36% son taxistas de cooperativas convencionales y el 64% son de tipo ejecutivo. Otras de las marcas más utilizadas es el aceite Golden Bear con el 15% de los encuestados, en los que corresponde al 73% de taxistas de cooperativas convencionales y el 27% del tipo ejecutivo.

4.- ¿Ha efectuado el uso de otros servicios en una lubricadora?

IMAGEN 12 UTILIZA OTROS SERVICIOS

Fuente y elaborado: El Autor (2016)

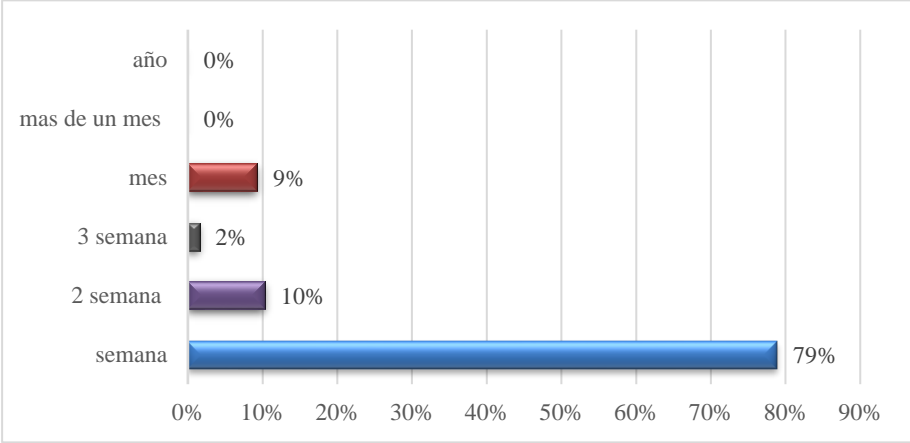


Al preguntar a los 194 encuestados, si ha hecho uso de otros servicios que ofrecen algunas de las lubricadoras, el 79% ha hecho uso del servicio de lavado, el 10% indica que utilizan el servicio de vulcanización, y el 2% utilizan el servicio de electromecánica, existe un 9% de los taxistas encuestado, que no utilizan los otros servicios mencionados, debido a que no confían

en los trabajadores por ser artesanos, tienen sus mecánicos de confianza o lo hacen ellos mismos.

5.- ¿Con qué frecuencia le da servicio de limpieza a su automóvil?

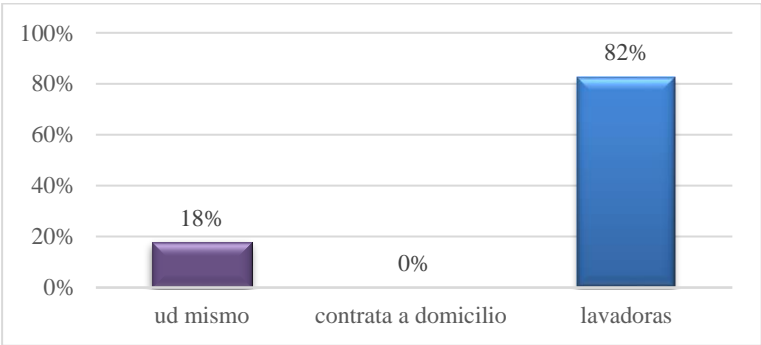
IMAGEN 13 FRECUENCIA DE LIMPIEZA
Fuente y elaborado: El Autor (2016)



La frecuencia con que hacen el servicio de limpieza del automóvil, de los 194 encuestados, indica que el 79% asean su instrumento de trabajo y de transporte cada semana, algunos manifiestan que lo hacen dos o tres veces a la semana.

6.- Donde realiza el servicio de limpieza de su vehículo?

IMAGEN 14 LUGAR DONDE REALIZA LIMPIEZA DEL VEHÍCULO
Fuente y elaborado: El Autor (2016)

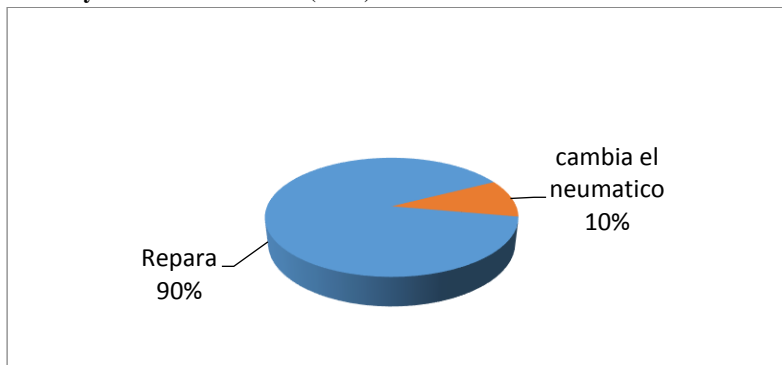


El sitio donde realiza el aseo de su automóvil, de los 194 encuestados el 82% prefiere hacerlo en las lavadoras, según indicado cuando existen las promociones con el cambio de aceite, pero si el factor económico no les es favorable lo hacen ellos mismo.

7.- Cuando ha sufrido alguna avería en sus neumáticos (pinchaduras, cortaduras, etc) que decisión ha tomado?

IMAGEN 15 TOMA DE DECISIÓN AL TENER AVERÍA DEL NEUMÁTICO

Fuente y elaborado: El Autor (2016)

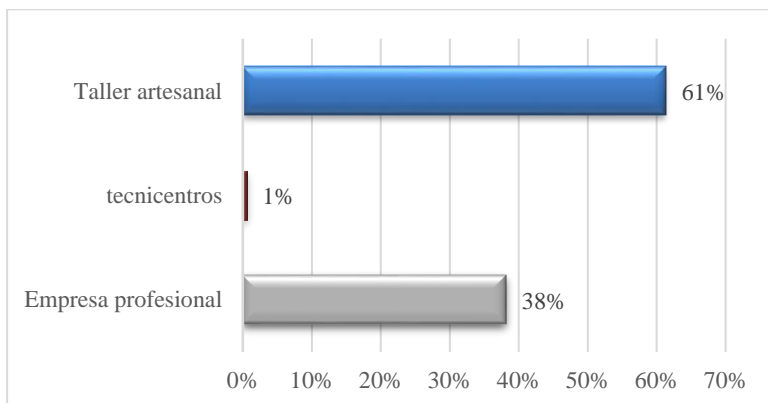


En el momento de sufrir averías menores en los neumáticos, de los 194 encuestados, indican que prefieren reparar el neumático el 90% y el restante prefiere cambiar de neumático, debido a que algunas cooperativas de taxis en especial las de tipo ejecutivo, no los deja circular con las llantas en mal estado (lisa, parchadas, etc.)

8.- ¿En qué establecimiento realiza la reparación del neumático?

IMAGEN 16 LUGAR DONDE REALIZA REPARACIÓN

Fuente y elaborado: El Autor (2016)

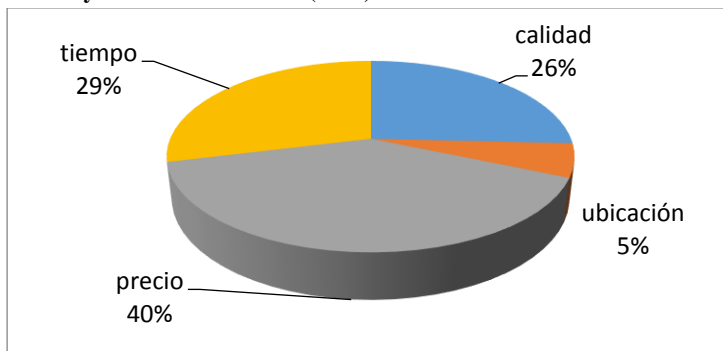


El lugar donde realizan las reparaciones de los neumáticos, el 61% de los 194 taxistas encuestados, indican que lo hacen en los talleres artesanales debido a los precios, seguidos por los que reparan en empresas profesionales en el ramo con el 38% de los encuestados porque conocen la calidad de los trabajos realizados en estas empresas y les tienen confianza, aunque cueste un poco más.

9.- Indique el principal motivo por el cual ha realizado la reparación en dicho sitio

IMAGEN 17 MOTIVO DE IR A ESTOS NEGOCIOS

Fuente y elaborado: El Autor (2016)

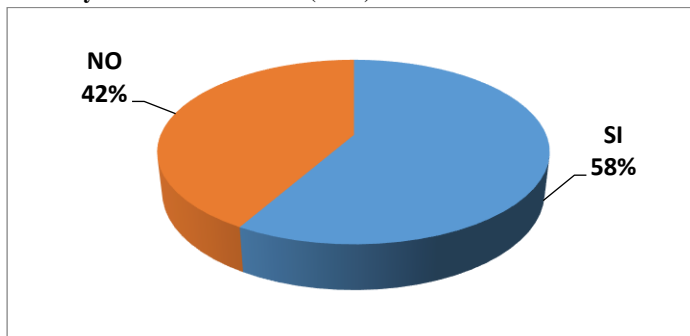


Unos de los principales motivos por que utilizan los talleres los 194 taxis encuestados, corresponde a precio con el 40%, otros de los factores principales con el 29%, es el tiempo que tienen que esperar por la reparación del neumático.

10.- ¿Ha escogido alguna promoción en especial al cambio de lubricante?

IMAGEN 18 HA ESCOGIDO PROMOCIÓN

Fuente y elaborado: El Autor (2016)



¿Cuál?

IMAGEN 19 TIPO PROMOCIÓN ESCOGIDA

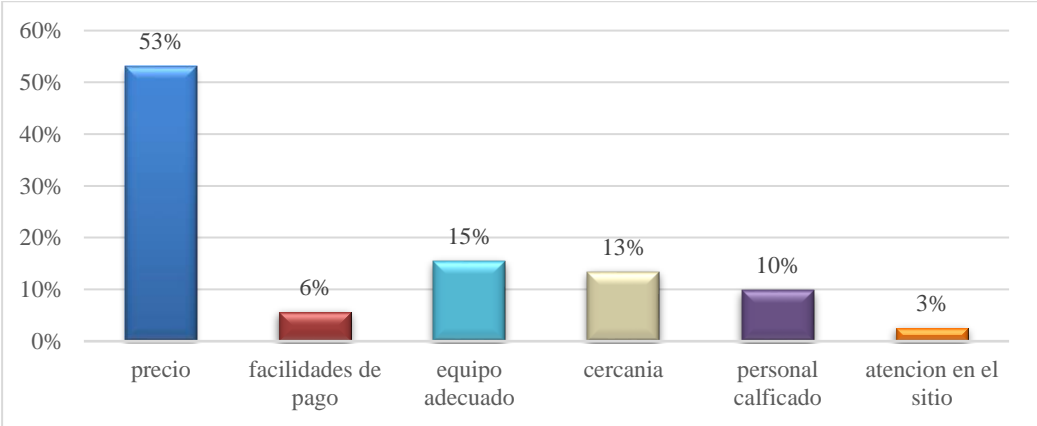
Fuente y elaborado: El Autor (2016)



Los encuestados manifiestan si acogerse cuando existen promociones en las lubricadoras, cuando han realizado el cambio de aceite, el 58% han indicado que sí, al indagar cuál de las promociones han escogido, las respuestas se las ha clasificado en 2 grupos ambos con el 50% de aceptación, como podemos apreciar lo más usual en las promociones de las lubricadoras es el cambio de filtro y aceite, pero hay establecimientos que incluso dan otras promociones adicionales, a las que hemos denominado como obsequio, las que corresponde a cambio de aceite, filtro más lavada o algún obsequio que puede ser franela, mangas o llaveros, etc.

11.- Al acudir para los servicios de lubricadoras, lavadoras y vulcanizadoras, ¿cuál de los siguientes aspectos son las más importantes para Ud.?

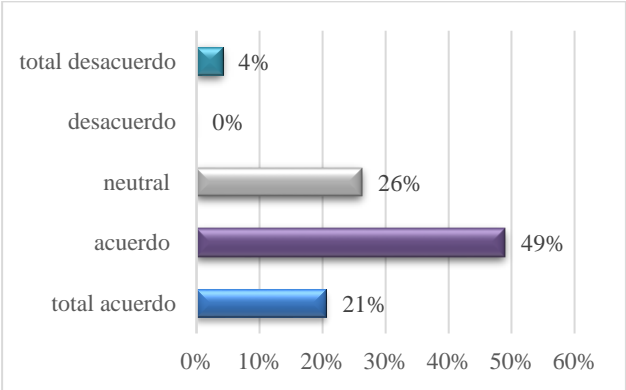
IMAGEN 20 RAZONES AL ACUDIR A ESTOS NEGOCIOS
Fuente y elaborado: El Autor (2016)



Al preguntar por qué acude a este tipo de establecimientos, el 53% de los 194 encuestados manifiestas que acuden por los precios, en segundo lugar, podemos mencionar con un 15% al tener equipo adecuado, que podemos asociarlo con la calidad que ofrecen en la atención, para los encuestados es más importante es el precio más que la calidad en los productos o el trabajo.

12.- ¿Está satisfecho por el servicio brindado?

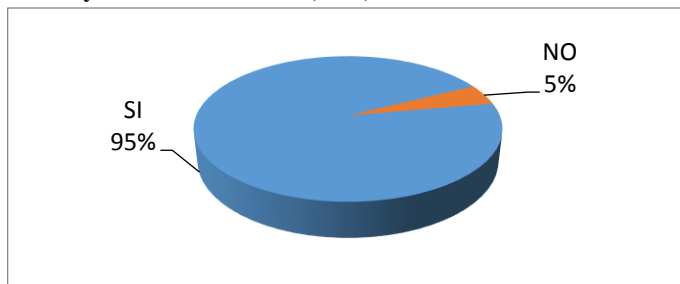
IMAGEN 21 SATISFACCIÓN DEL SERVICIO
Fuente y elaborado: El Autor (2016)



Por la satisfacción de los servicios que les brinda los locales donde acuden, los 194 encuestados, el 49% está de acuerdo con la atención prestada, el 26% de los encuestados se manifiestan en forma neutral, que no están ni tan favorable, ni desfavorable en la atención.

13.- ¿Considera qué tener los 3 servicios (lubricantes, lavado y vulcanizado) sería de beneficio para Ud.?

IMAGEN 22 CONSIDERAN BENEFICIOSO LOS 3 SERVICIOS EN UN SOLO LOCAL
Fuente y elaborado: El Autor (2016)



En la pregunta final, al tener los 3 servicios de lubricación, lavado y vulcanización en un solo local les sería beneficioso a ellos, el 95% de los 194 encuestados afirman que les convendría tener los 3 servicios de este tipo de mantenimiento de sus automóviles, en un solo local, porque así no tendrían que ir buscando los negocios por cada situación.

Conclusión:

El comportamiento del mercado encuestado, nos indica que los profesionales del volante afiliados en las cooperativas de transporte de taxis en la ciudad de Guayaquil, el 72% realiza el cambio de aceite a los 15 días, la tendencia del mercado es usar el aceite sintético, sin dejar de lado el aceite minera, según encuesta el 49% de los profesionales del volante utiliza el aceite sintético, una de las razones que nos indica es por durabilidad y prolonga el tiempo del cambio, entre los aceites más utilizados está el Texaco – Havoline con el 31% de los encuestados.

Observamos que al acudir a una lubricadora los choferes, el 58% les gusta acogerse a las promociones que tienen, al preguntar cuál de las promociones le han ofrecido, las respuestas para facilidad de su análisis, las hemos reunido en 2 grupos, el primero que les han ofrecido lo habitual como es el cambio de aceite y filtro y el segundo que les gusta recibir adicionalmente un obsequio como franela, mangas, llaveros, etc., y otro servicio como lavada, pulverizada, chequeo de filtros (aire, gasolina), de líquido de freno, etc.

Es por ello que los otros servicios que utilizan los profesionales del volante en los negocios de lubricación son las lavadoras con el 79% de las personas encuestadas.

En la reparación de los neumáticos los encuestados con el 90% indican que si reparan los neumáticos cuando han sufrido averías, y los hacen en los talleres artesanales como lo han indicado con el 61% de los profesionales del volante, una de las razones por que acuden a estos tipos de negocios es por el “precio”, según el 40% de los encuestados y otros rubros a considerar con el 29% son los que indican que van por “tiempo”, porque no pueden parar de trabajar por esperar la reparación.

Al preguntar por la atención recibida de los negocios visitados, el 80% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo con la atención, adicionalmente el 95% de los encuestados les gustaría y les sería de mucho beneficio tener los 3 servicios (lubricación, lavado y vulcanizado) en un mismo lugar, ya que no tendrían que ir de un lugar a otro por cada servicio, pero indican que les gustaría si los precios son razonables, el 53% de los encuestados lo indican en la pregunta 11, en cambio el 15% por los equipos y herramientas necesarias, debido a que algunos desmontan o montan los neumáticos en forma rusticas (con combos), que deforman el aro de las llantas.

3.3.2.- Análisis de las Entrevistas

Para el presente Proyecto, se ha efectuado 5 entrevistas con los representantes legales de negocios que serían nuestra competencia, de los cuales se han escogido de las empresas profesionales de vulcanización dos (2), como son Gomasdim su representante legal el Sr Adrián Minarrieta y el Sr. Luis Polo (presidente de artesano de vulcanizadores), Lubricadora y lavadora, 2 Hermanos representante legal La Sra. Sánchez y Smartcontrol con el Sr. Marco Tayo, adicional un tecnicentro como el de Tecnogama con su representante legal Sr. Pedro Borbor.

Las preguntas que se realizaron para la entrevista se las puede encontrar en los anexos del proyecto.

De las 5 empresas y negocios entrevistados 4 están constituidos como empresa (Sociedad Anónima) y una que es la vulcanizadora del Sr. Luis Polo que tiene en el mercado desde 50 años, las otras tienen no más de 20 años en el mercado.

La mayoría aconseja en lo que se pueda, es comenzar con un local propio debido a que se ahorra bastante en cuanto al gasto de arriendo, aunque es mejor tener capital propio para trabajar no

desechan la idea de trabajar con préstamo de alguna institución financiera que les brinda flexibilidad en los pagos.

En cuanto a la instrucción y profesionalismo de sus colaboradores en el negocio, consideran estar capacitando a su personal y ellos mismos en forma continua, para ello aprovechan las instrucciones que dan sus proveedores sobre estos temas. Debido a la situación económica que atraviesa el país la mayoría considera esperar un poco para diversificación en sus negocios, tienen en estudio los proyectos de diversificación hasta que se posea el nuevo gobierno y sus propuestas económicas.

Por ahora consideran solo atraer a los clientes por medio de promociones que son de forma diversas, como hojas volantes, descuentos, crédito, regalos, precios, etc., con estas promociones sus competidores tienen que esforzarse para poder estar en el mercado.

Unos de los inconvenientes más frecuentes que han tenido este tipo de negocio, son con el personal, por sustracción de mercadería y ausencias, pero lo que más problemática les representa son las autoridades locales. La mayoría aconseja ser amigable con el medio ambiente y usar los gestores ambientales calificados por el municipio para los desechos.

En estos tipos de negocio los días más beneficiosos para ellos son los fines de semana y los meses de invierno, temporada que los clientes les presta más atención a sus vehículos, aunque desde que empezó el año 2016, muchos de estos negocios han venido decayendo en sus ventas y han tenido que ajustarse en los gastos para que no les afecte o les cause pérdidas en el negocio.

3.4.- Presupuestos de Gastos de Investigación

3.4.1.- Cronograma de Actividades

TABLA 6 TIEMPO ESTIMADO DEL PROYECTO
Fuente y elaborado: El Autor (2016)

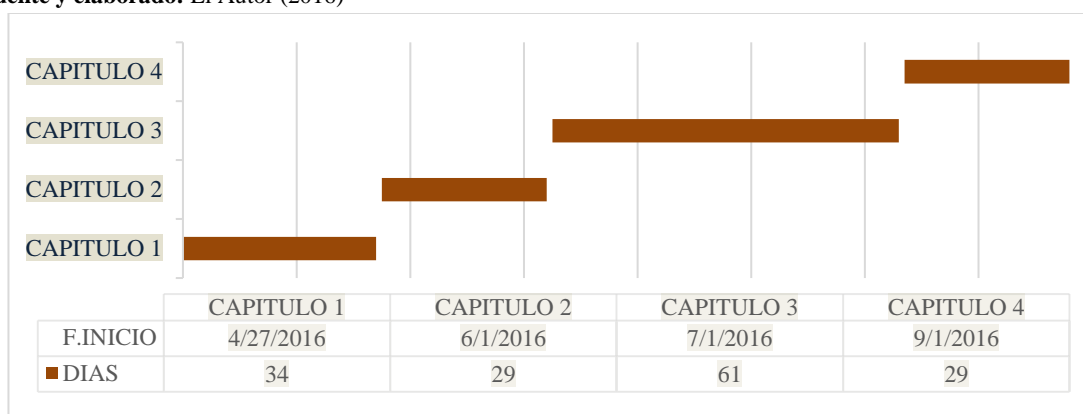
PROYECTO	
PLAN DE NEGOCIO LUBRICADORA, LAVADORA Y VULCANIZADORA	
UNIDAD DE TIEMPO	DIAS
FECHA DE INICIO	27/04/2016

ACTIVIDAD	NOMBRE	DURACION	ACTIVIDAD PRECEDENTE	INICIO	FINALIZACION
A	Anteproyecto	34 Días		27/04/2016	31/05/2016
B	Marco Teórico	29 Días	A	01/06/2016	30/06/2016
C	Marco Metodológico	61 Días	B	01/07/2016	30/08/2016
D	Propuesta	29 Días	C	31/08/2016	30/09/2016

El presente proyecto se inició el 27 de abril del 2016, la estimación para terminarlo es hasta el 30 de septiembre del 2016.

IMAGEN 23 DIAGRAMA DE GANTT DEL PROYECTO

Fuente y elaborado: El Autor (2016)



3.4.2.- Presupuesto Económica de la Investigación

Para el presente presupuesto de investigación, su valor se determinó por medio de consultas con varias compañías de asesoría empresarial y calificadoras de Riesgo e ISO (Bureau Veritas, SGS, SCR latinoamericana), se sacó una estimación de su valor por horas.

Para la elaboración de este trabajo, se tomó las horas autónomas del autor lo que correspondería las 400 horas, que es el lapso de los seis meses, tiempo que se estimó en la elaboración del proyecto. Otros gastos como personas que ayudaron en la recolección de encuestas, así lo gastos de insumos como copias, alquiler de servicios de internet en los cybers de la ciudad, también en la contratación de profesional para la elaboración de los planos del negocio.

3.4.3.- Recursos

Se utilizaron para el proyecto los siguientes recursos:

- Papelería
- Esferográfica, cuadernos, carpeta
- Copias
- Alquiler computadoras e impresiones

TABLA 7 PRESUPUESTO ECONÓMICO DEL PROYECTO
Fuente y elaborado: El Autor (2016)

ASESORAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN				
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Honorarios	400	Hora	\$ 8,00	\$ 3.200,00
Suministro/papelería			\$ 450,00	\$ 450,00

CAPITULO IV

4.- Propuesta del Proyecto

4.1.- Tema:

Plan de negocio para una microempresa de servicios, para automotores al Norte de la ciudad de Guayaquil

4.2.- Objetivos

4.2.1.- Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para una microempresa de servicio de Lubricación, Lavado y Vulcanización, para satisfacer la demanda en las intersecciones de la Vía Daule y la Vía Perimetral.

4.2.2.- Objetivo Específico

- Analizar las ofertas y demandas por medio de encuestas a los profesionales del volante y entrevistas a representantes legales de negocios similares
- Buscar y gestionar financiamiento para obtener la solvencia económica.
- Desarrollar un plan de Marketing que nos permita impulsarnos en darnos a conocer y lograr posesionarnos en el mercado

4.3.- Delimitación

Campo: Administrativo

Área: Automotriz

Aspecto: Emprendimiento y gestión

Propuesta: Elaborar un plan de negocio para brindar un servicio de mantenimiento automotriz para el año 2016.

Ubicación: intersección de la Vía a Daule y la Vía Perimetral

Ciudad: Guayaquil – Ecuador

Figura política de la empresa: Sociedad Anónima

Imagen 24 Localización con el google map, vía Daule y la Vía Perimetral

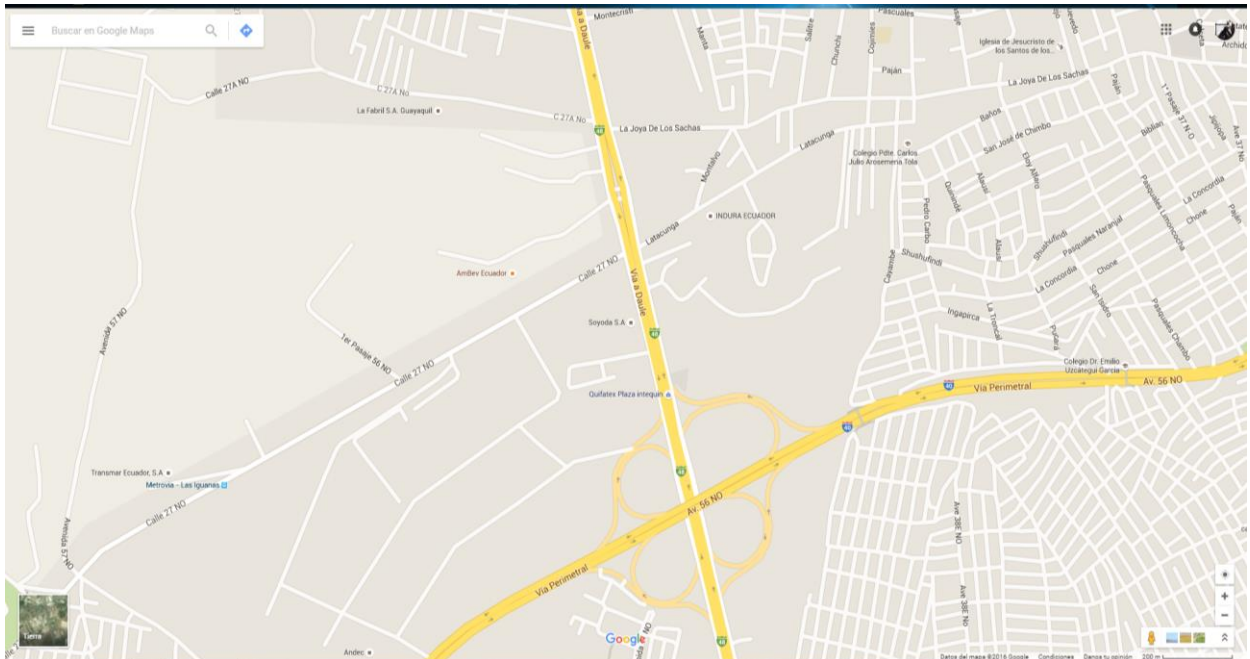


IMAGEN 25 LOCALIZACIÓN CON EL GOOGLE MAP, DE LAS URBANIZACIONES Y FÁBRICAS DE LOS ALREDORES DEL FUTURO ESTABLECIMIENTO.

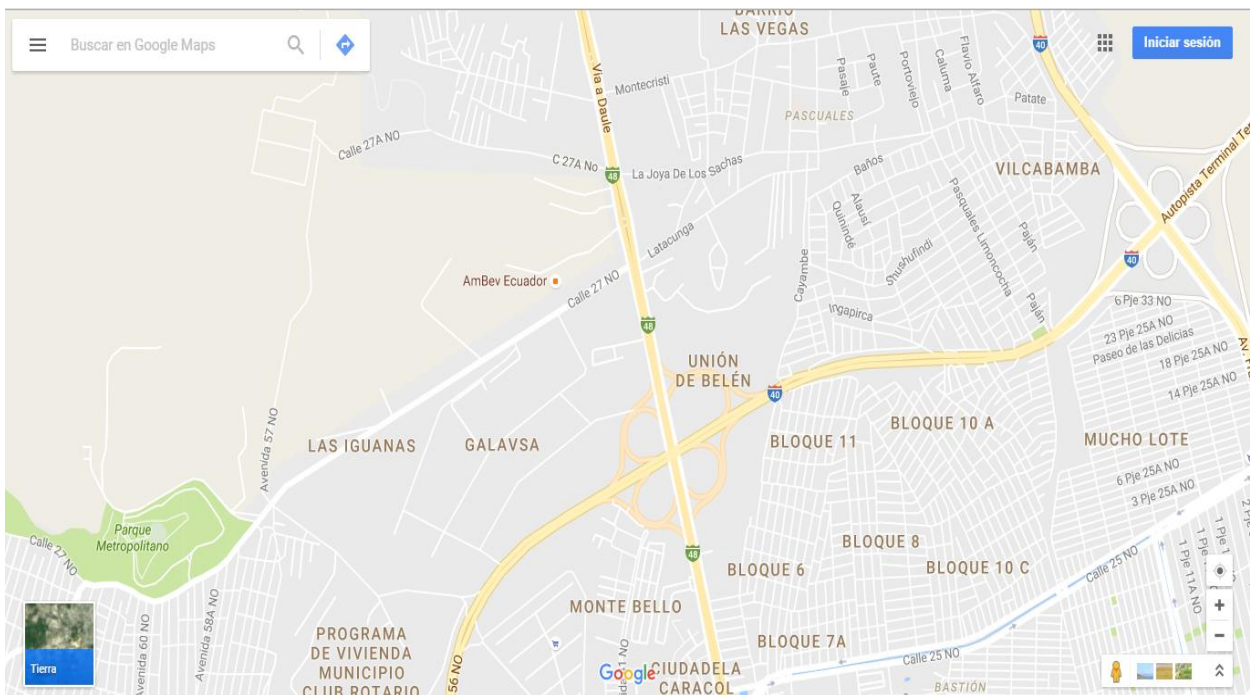


Imagen 26 Localización satelital por medio del google map, intersección Vía Daule y Vía Perimetral

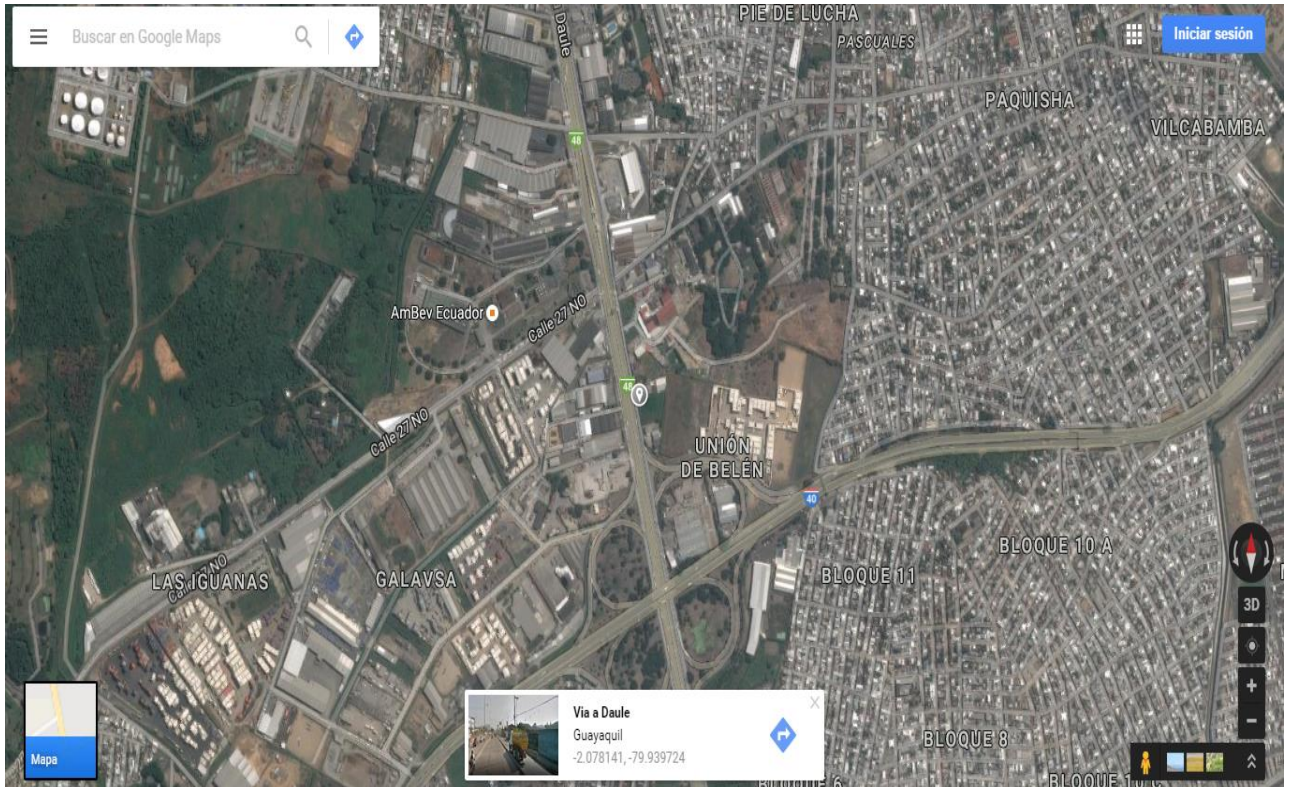


IMAGEN 27 Se amplía el mapa satelital de la localización del futuro negocio, en las intersecciones de la VÍA DAULE Y LA VÍA PERIMETRAL, POR MEDIO DEL GOOGLE MAP.

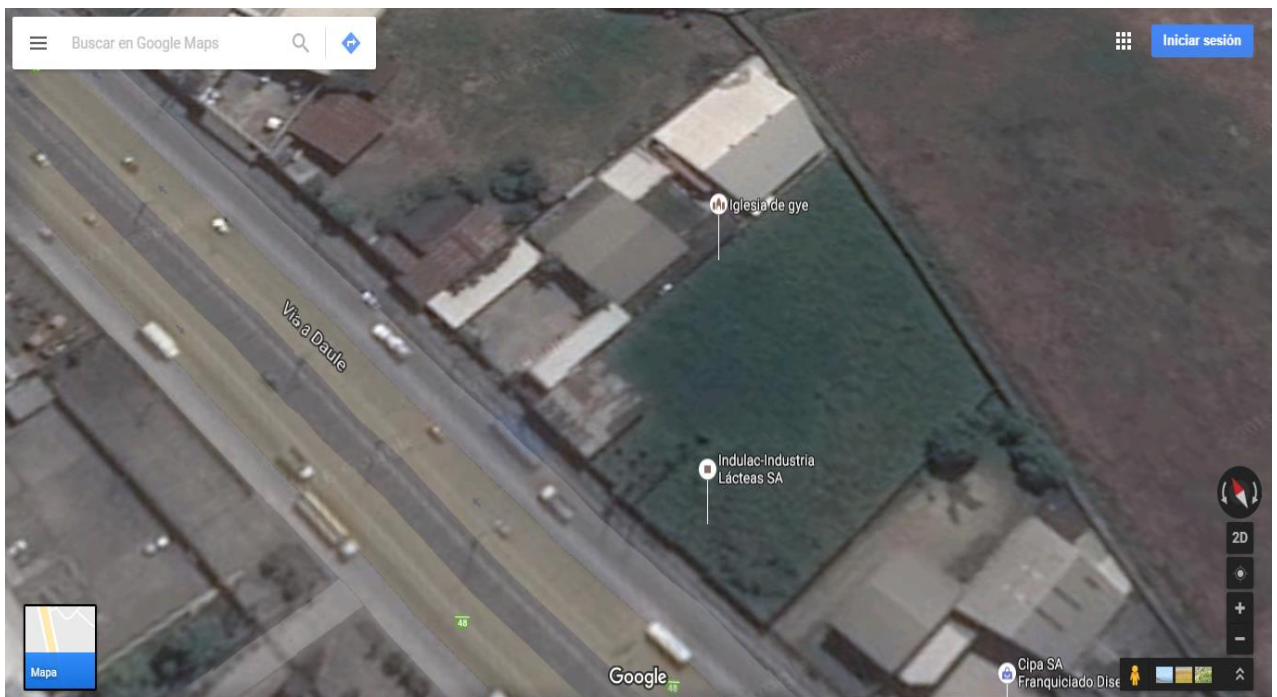


IMAGEN 28 LOCAL DONDE SE UBICARÁ EL NEGOCIO SOBRE LA AVENIDA DE LA VÍA DAULE Y LA INTERSECCIÓN VÍA LA PERIMETRAL, LOCALIZACIÓN SATELITAL POR MEDIO DEL GOOGLE MAP

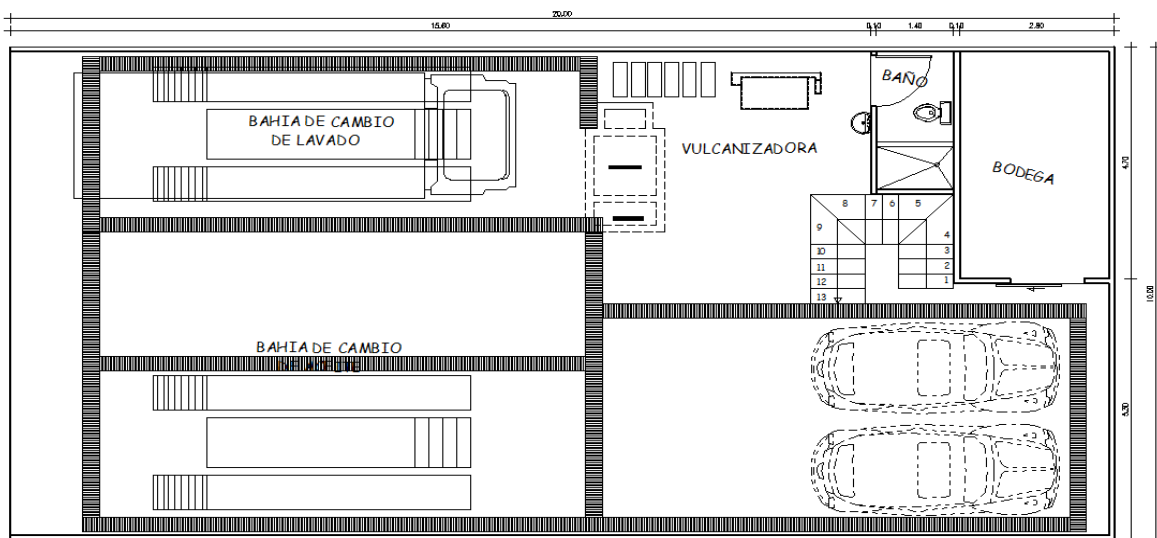


4.3.1- Distribución del área

En el presente proyecto, el área del terreno tendrá 200 m², con las dimensiones de 10 metros de frente, por 20 metros de profundidad, distribuidos por un área para el lavado de automotor, otro para el mantenimiento y cambio de lubricantes, y un área para la vulcanización de neumáticos, existirá una segunda planta donde funcionaran las oficinas del gerente y el área de contabilidad, y auxiliares.

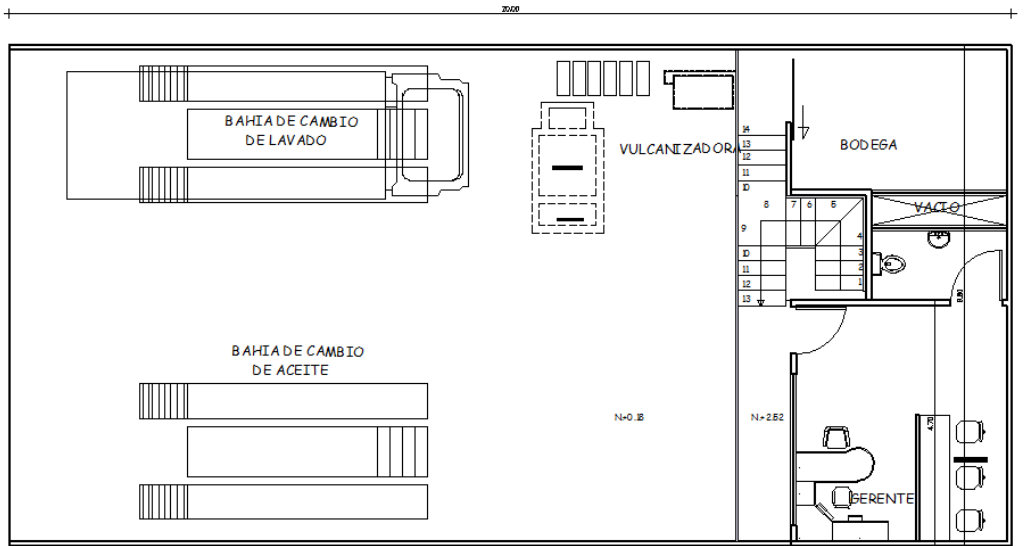
IMAGEN 29 DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS DE SERVICIO DEL NEGOCIO PLANTA BAJA

Fuente y elaborado: Arq. Ángel Mamsaba



PLANTA BAJA

IMAGEN 30 DISTRIBUCIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA EN LA PLANTA ALTA
Fuente y elaborado: Arq. Ángel Mamsaba



PLANTA ALTA

4.4.- Plan de Negocio:

4.4.1 Resumen Ejecutivo

El presente proyecto del Plan de negocio para una microempresa de servicios, para automotores al Norte de la ciudad de Guayaquil, se la conformará o constituirá como una empresa de Sociedad Anónima, según las indicaciones de la institución de control como la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguro, la misma que se pretenderá su ubicación entre las intersecciones de la Vía a Daule y la Vía Perimetral.

Nuestro proyecto consistirá como lo indica el tema de una empresa de servicio, para dar mantenimiento de los vehículos, direccionado a la lubricación, como: cambio de aceite al motor, cambio de lubricantes, filtro de aceite, filtro de gasolina, filtro de aire, cambio o reposición de los fluidos de los vehículos, como son liquido de freno, refrigerante para los radiadores, agua destilada para las baterías, etc.

Otros de los servicios que prestará el establecimiento será el de lavado, la diferenciación con otras lavadoras artesanales del sector, es el lavado a vapor que resulta beneficioso para el cliente como para el medio ambiente, la limpieza con este sistema es mucho más profunda y no necesita mucho químico para hacerlo, el lavado a vapor tiene la característica de desinfectar y quitar los

malos olores, pero a pesar de ello no dejamos de lado el lavado tradicional con agua y los químicos de limpieza respectivo.

El tercer servicio que se ofrece para el mantenimiento de los automotores, correspondería a la vulcanización o reparación de los neumáticos, el sector donde se pretende situar el establecimiento es de alta circulación vehicular, además de ser un sector de industrias, podríamos prestar nuestros servicios a futuro, la vulcanización de las bandas de transportación, como empresa especializada en este tipo de trabajo.

Una de las razones de implementar este tipo de negocio, es como lo habíamos manifestado en la problemática del tema; en la ciudad de Guayaquil, existe alrededor de 301.333 vehículos matriculados en el año 2015, de los cuales 16.411 prestan sus servicios como choferes de las 384 cooperativas de taxis, según informe de la Agencia de Tránsito Municipal (ATM), a pesar de la cantidad de vehículos no existen suficientes estaciones de servicios para el mantenimiento de los vehículos, según informe proporcionado de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, de este tipo de negocio están constituidas 271 de los cuales 150 compañías están con el estatus de activas, pero otro de las instituciones de control de las compañías o todo tipo de negocio, es la Muy Ilustre Municipio de Guayaquil, por medio de su departamento de Uso de Suelo registra 159 locales de lubricación, 100 de vulcanización.

Recordemos que los choferes de las cooperativas de transporte de taxis, hacen sus cambios de aceite cada mes promedio (según encuesta realizadas) lo que correspondería que estos vehículos tendrán mantenimiento por los menos 10 veces al año,

Como hemos demostrado existe la demanda que no está totalmente satisfecha y más en el sector donde pretendemos incursionar, debido a su alta afluencia vehicular en estas 2 principales avenidas.

La creación de nuevos complejos urbanísticos en los alrededores cuyo estado socioeconómico se la considera como medio, los mismos que se preocupan por mantener sus vehículos en buen estado, sea por lo laboral o de esparcimiento familiar.

Con lo expuesto en los párrafos anteriores, consideramos en que el personal que preste sus servicios laborales con el negocio, sea capacitado en la atención al cliente, debido que es fundamental y además que tenga el conocimiento en los oficios designados.

El equipo de administración del negocio, como los vendedores, administrativo y de marketing debe estar inmerso en la captación de más clientes, a través de las redes sociales, visitas

personales a las cooperativas de transporte, publicidad, post-ventas, etc., lo que ayudará a mantener su fidelidad, es por ello que tanto la área administrativa como la operativa deben conocer las promociones y convertirse también en vendedores de los productos del negocio, por lo que proponemos una comisión del 1.5% de las ventas quienes logren colocar las ventas a los clientes.

Lo que debemos invertir en el negocio y financiamiento, lo expresaremos en la parte económica del proyecto en forma más detallada, junto con las conclusiones y recomendaciones correspondiente.

4.4.2 Descripción del Servicio

La microempresa ofrecerá los servicios de Lubricación, lavado y vulcanizado para automotores, según lo manifestamos en las delimitaciones del presente proyecto más adelante.

Al hacer las investigaciones de los negocios de este tipo, pudimos constatar que existen talleres que ofrecen uno o dos de los 3 servicios, y no de la manera profesional, en los negocios de lubricadora (los que van hacer nuestra principal competencia), existen 3 establecimientos, se encuentran aproximadamente a 5 km de distancia de nuestra propuesta, por lo que no afectará en el desarrollo de la microempresa.

Se propone en los servicios de lubricación el cuidado pertinente de los vehículos, utilizando las herramientas adecuadas, ejemplo de ello es: utilizar la aspiradora para extraer el aceite usado de los automotores y no destapar el reservorio de aceite de los automóviles dejando que el aceite usado caiga por gravedad a un recipiente o al suelo, ocasionando la contaminación al medio ambiente.

En cuanto al lavado de automotores a parte del lavado tradicional (agua, jabón, etc.), proponemos también el lavado a vapor que limpia a profundidad y sirve como desinfectante en las partes internas del automotor.

En la vulcanización trabajamos de manera profesional, con máquinas y herramientas adecuadas para el enllantaje y desmontaje de los neumáticos, así como trabajar con buenos insumos de vulcanización (parches, caucho, etc.), para no dañar los neumáticos, ni los aros de las llantas, situación que ha venido sucediendo en los talleres artesanales.

Con todo lo descrito anteriormente, se recomienda, sin descuidar los futuros clientes de los alrededores del negocio (habitantes del sector, industrias, vehículos que circulan por estas vías, etc.), dirigir nuestro enfoque a los profesionales del volante, debido son los que tienen la más

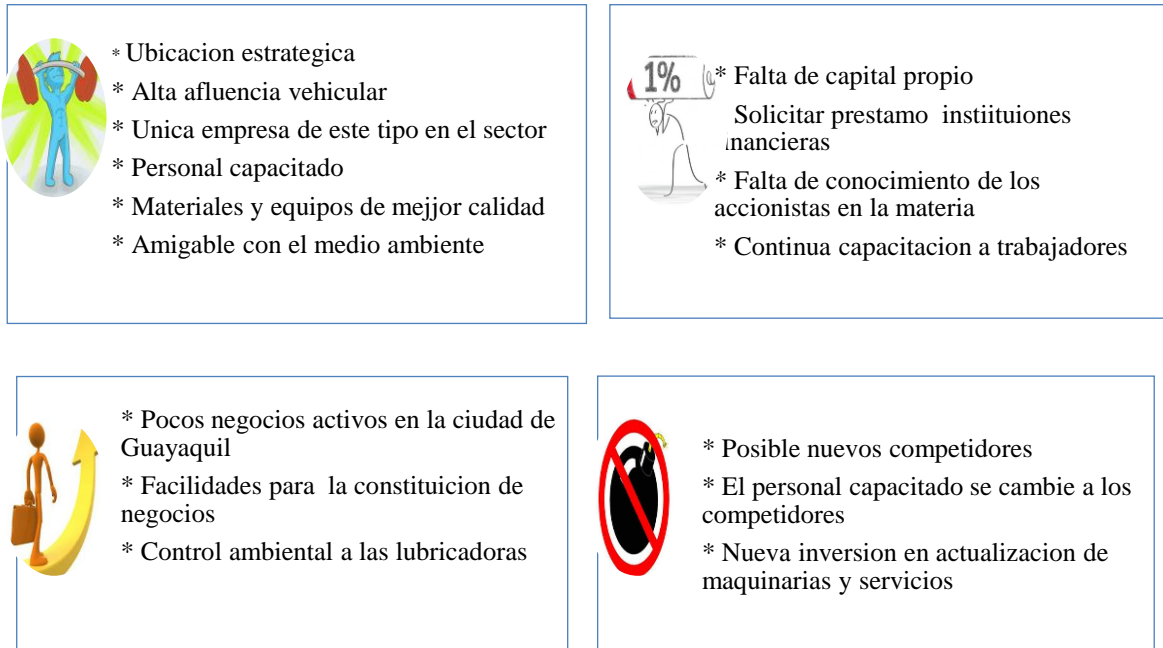
alta rotación en el cambio de aceite y reparación de neumáticos, este mercado meta busca mantener en óptimas condiciones y alargar la vida útil de su herramienta de trabajo.

4.4.3 La Empresa

4.4.3.1.- Análisis FODA

IMAGEN 31 ANÁLISIS FODA

Fuente y elaborado: Autor (2016)



4.4.3.5.- Misión

Brindar un servicio de lubricación, lavado y vulcanización, utilizando tecnología y personal calificado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes con sus vehículos, junto con el servicio de post-venta lograr una atención de calidad y lograr posesionarnos como una empresa eficiente, responsable y profesional, cualidades que nos permitirán diferenciarnos en el mercado.

4.4.3.6.- Visión

Establecer en un año una empresa de lubricación, lavado y vulcanizado, diferenciada en el mercado, priorizando siempre el bienestar de nuestros clientes, lográndolo con atención personalizada, calidad de los productos y una permanente capacitación técnica como de relaciones humanas a nuestros colaboradores.

4.4.3.7.- Valores

Respeto: Tener un buen trato y cordialidad a nuestros empleados, a través de ellos dar un buen ambiente organizacional, que se reflejará tanto a los proveedores, en especial a nuestros clientes

Compañerismo: Apoyar y colaborar cuando la situación lo amerite, para fortalecer un buen equipo de trabajo, creamos un excelente ambiente de trabajo que facilitaran alcanzar los objetivos

Responsabilidad: Asumir nuestro trabajo con alto grado conciencia y obligación moral, en su ejecución de forma oportuna

Solidaridad: Respalda a los miembros internos y externo de la empresa en su desarrollo.

Honradez: Obrar siempre con rectitud y legalmente tanto en la toma de decisiones, contratación de personal, servicio y la coexistencia con la comunidad.

Honestidad: Actuar siempre auténticos y reales con nuestros trabajadores, proveedores y clientes, así logramos establecer un agradable ambiente de trabajo e imagen de la empresa.

Integridad: Aceptar y asumir nuestro trabajo y acción

Fidelidad: Al tener la confianza y gratitud de los trabajadores hacia la organización, estaremos construyendo un mejor ambiente de trabajo.

Eficiencia: La experiencia, la participación productiva, la creatividad darán los mejores resultados para la empresa.

Creatividad: Como forma práctica para resolver los inconvenientes suscitados.

Conciencia ambiental: Dirigida tanto a nuestros trabajadores como clientes en cuanto a la seguridad y salud.

4.4.3.8.- Imagen de la Empresa

Es muy importante hacer la diferenciación de nuestra empresa con respecto a nuestros competidores, una de las formas de hacer la diferenciación es a través de logotipo, con colores que permitan ser un poco llamativo para llamar la atención de los clientes.

En el presente logotipo nos servirá identificarnos y diferenciarnos con la competencia, llamar la atención de nuestros clientes, el logotipo asociará la imagen con nuestra empresa, nos dará notoriedad positiva.

Al hacer un logotipo, es muy importante los colores, ellos refuerzan la identidad y añaden el sentimiento de profesionalización de la empresa, para este logotipo hemos escogido los siguientes colores que en marketing tienen propiedades que detallamos a continuación:

Logotipo

IMAGEN 32 LOGOTIPO DE LA EMPRESA
Elaborado: Autor (2016)



Rojo

- Tiene la particularidad de sobresalir de los demás colores
- Es muy utilizado para llamar la atención sobre un elemento en particular
- Es un estimulante visual, por lo que se asocia con pasión, amor, advertencia y peligro, relacionado con la energía percibida

Negro

- Según el marketing no aconsejan utilizar mucho el color negro, debido a que trae emociones fuertes y pueden llegar hacer muy abrumadoras.
- Con el color negro, se lo asocia con la elegancia, el secreto y el misterio
- El color negro en los automóviles, da un signo además de elegancia, es el color que más brilla.

Gris

- El color gris nos da un sentimiento de madurez, sinceridad, conocimiento, intelectual, sabiduría
- En marketing es considerado como un color que manifiesta un compromiso.
- Es un color que genera un sentimiento de confianza en los compradores.

Blanco

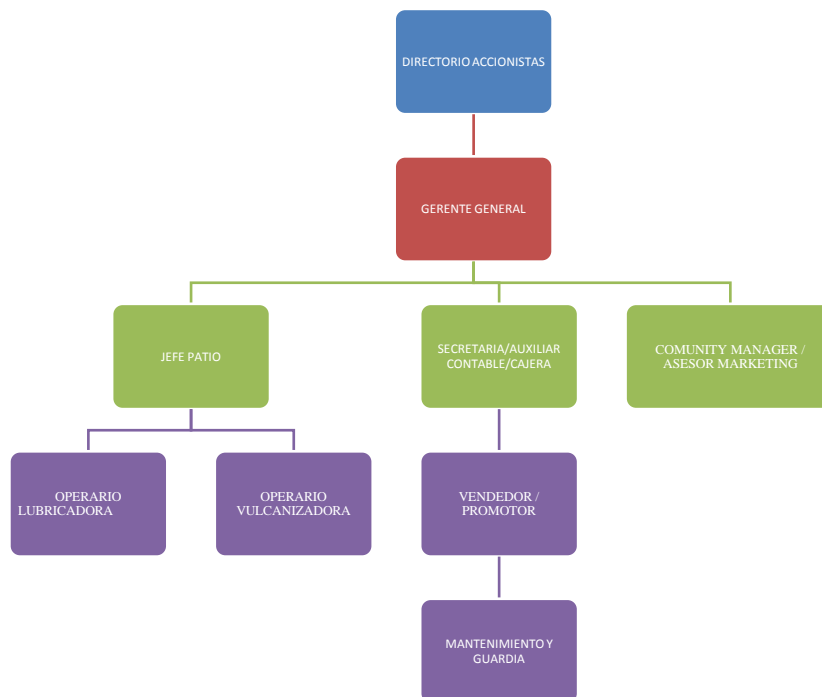
- Llama la atención del comprador en cuanto al contenido
- Transmite paz, tranquilidad, igualdad, y unidad

Azul

- En las empresas da la sensación de productividad, seguridad y confianza, conciencia e intelecto
- Es el color de la frescura, espiritualidad, libertad, paciencia, honorabilidad, honradez y paz
- Se lo asocia con siempre con la limpieza y pureza con el ambiente

4.4.4.- Organigrama

IMAGEN 33 ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA
Fuente y elaborado: El Autor (2016)



4.4.4.1.- Gerente General

Perfil del puesto

Edad: desde los 30 a 50 años

Género: masculino o femenino

Estado civil: preferencia casado y con hijos

Funciones del cargo:

- Responsable de la dirección de la empresa
- Delinear a todos los colaboradores con los objetivos de la empresa, así como su misión y visión
- Buscar continuamente las mejores opciones de proveedores de los recursos de la empresa
- Adicionalmente implementar un plan de marketing para atraer clientes
- Proporcionar un buen ambiente de trabajo, que refleje a nuestros clientes
- Hacer proyecciones para el siguiente año, para tener la posibilidad de cubrir cualquier imprevisto.
- Reportar a los accionistas los avances o las dificultades presentadas durante el periodo (mensual, trimestral, semestral, etc.)
- Controlar y supervisar los procesos de la empresa para su buen funcionamiento.
- Responsable en el reclutamiento del personal adecuado para la empresa
- Mantener al día los permisos municipales y tributarios de la empresa
- Buscar el mejoramiento técnico y financiero de la empresa, enfocado para el mantenimiento de los automotores de nuestros clientes
- Brindar un buen servicio de post-venta con el personal adecuado.

Nivel Académico:

Desde el tercer nivel de educación (universitaria) con especialidad en Administración de empresas u otras carreras afines.

Habilidades:

- Tener capacidad de liderazgo para trabajar en equipo,
- Trabajar algunas veces bajo presión
- Tener buenas relaciones humanas para con los clientes y trabajadores
- Hacer uso de las herramientas contables y financieras para interpretación de balances
- Proactivo para toma de decisiones

4.4.4.2.- Secretaria/auxiliar contable/cajera**Perfil del puesto**

Edad: desde los 20 en adelante

Género: preferentemente femenino

Estado civil: casado con hijos

Funciones del cargo:

Este cargo tendrá múltiples funciones debido a que es una empresa que recién empieza, tendrá al principio funciones de secretariado, auxiliar contable y caja, las que serán temporales hasta que amerite el incremento de otro personal:

- Interactuar directamente con los clientes, siendo el intermediario entre el cliente y personal de la empresa.
- Mantener orden en las actividades diarias
- Soporte del Gerente General
- Hacer seguimiento en el servicio de post-venta
- Ayudar en las actividades contables y financieras del negocio
- Ayudar en mantener al día los permisos municipales, tributarios, entre otros
- Control de la nómina del personal
- Control del efectivo, por el cobro y pago de las facturas.
- Facturación

Nivel Académico:

Cursando un tercer nivel de educación en carreras técnicas, ciencias administrativas, contables, o afines

Habilidades:

- Tener conocimientos operacionales de cómputo y de comunicación
- Buena escritura lingüística
- Responsable
- Eficiente, ordenada y con iniciativa

4.4.4.3.- Jefe de Patio (lubricación, lavadora y vulcanizadora)**Perfil del puesto**

Edad: desde 30 en adelante

Género: masculino o femenino

Estado civil: casado

Funciones del cargo:

- Recepción y direccionamiento de las actividades de lubricación, limpieza automotriz y vulcanización
- Supervisión del manejo responsable de las maquinarias
- Recibir pago por el servicio y entregar al personal encargado de la caja
- Ayuda en la entrega de la factura al cliente

Nivel Académico:

Conocimiento de mecánica

Habilidades:

- Capacidad de liderazgo
- Capacidad de trabajo en equipo
- Proactivo
- Apto para trabajar bajo presión

- Tener capacidad de desarrollar las relaciones humanas

4.4.4.4.- Operarios de lubricación, lavadora, vulcanizara

Perfil del puesto

Edad: desde los 18 en adelante

Género: preferentemente masculino

Estado civil: indistinto

Funciones del cargo:

- Asistir al jefe de lubricación, de lavadora y vulcanizadora
- Apoyo técnico
- Manejo de maquinaria
- Limpieza del vehículo
- Trabajo en equipo

Nivel Académico:

Conocimiento de mecánica

Habilidades:

- Tener licencia de conducir
- Apto de recibir órdenes
- Facilidad de relacionarse

4.4.4.5.- Vendedor/promotor

Perfil del puesto

Edad: desde los 18 en adelante

Género: preferentemente femenino

Estado civil: casado preferentemente

Funciones del cargo:

- Promocionar, visitar y captar nuevos clientes
- Ofrecer los servicios que cuenta la empresa
- Realizar encuesta e informar las mejoras a la gerencia

Nivel Académico:

Conocimiento de mecánica, cursando el tercer nivel educacional.

Habilidades:

- Tener licencia de conducir
- Facilidad de relacionarse
- Facilidad de palabra
- Trabajar en equipo
- Proactivo
- Buenas relaciones humanas

4.4.4.6. - Community Manager/asesor de Marketing**Perfil del puesto**

Edad: desde los 18 a 25 años

Género: preferentemente femenino

Estado civil: casado preferentemente

Funciones del cargo:

- Creación de la página Web de la empresa
- Ofrecer los servicios que cuenta la empresa a clientes por las redes sociales
- Monitorear los resultados de las publicaciones y promociones enviadas por las redes sociales
- Levantar cartera de clientes para la post-venta
- Crear afinidad entre el cliente y la empresa para asegurar fidelidad.

Nivel Académico:

Licenciado o cursando la profesión de Marketing

Habilidades:

- Ser creativo
- Facilidad de relacionarse
- Facilidad de palabra
- Trabajar en equipo y dedicado en las labores
- Proactivo y empático
- Buenas relaciones humanas
- Buen manejo de las redes sociales

Ventas

Un vendedor debe tener bien definido el concepto de ventas, podemos considerarlo como uno de los pilares fundamentales de toda empresa, al fin y al cabo, es la parte que forma permanente está en contacto con los clientes, y no olvidemos que estos (los clientes) son el principal activo de la empresa, aunque no figuren en los balances, el vendedor debe ayudar al cliente en la toma decisiones y buscar su satisfacción

Las ventas, es la única función que directamente genera ingresos, todas las demás funciones y actividades pueden generar ingresos indirectamente, pero la mayoría son gastos.

Servicio al Cliente

El servicio al cliente es imprescindible para la empresa, debemos considerarlo como un elemento clave para el éxito o fracaso, toda lo que apliquemos en un departamento o área debe ser aplicado a los demás departamentos.

Atraer un cliente aproximadamente cuesta seis veces más caro que mantener uno, por eso un buen servicio al cliente es un elemento promocional para las ventas, mucho más que los descuentos o publicidad.

Servicio Post - Venta

Los servicios post – ventas desempeñan un papel vital en el proceso de mantener a los clientes contentos. Actualmente un servicio post – venta de gran calidad y a tiempo atrae a los clientes potenciales y proporciona a la empresa ventaja competitiva.

4.4.5.- Plan de Implementación

El flujo de la logística de atención al cliente desde que ingresa al local hasta que sale es la siguiente:

IMAGEN 34 FLUJO OPERATIVO PARA LUBRICACIÓN
Fuente y elaborado: El Autor (2016)

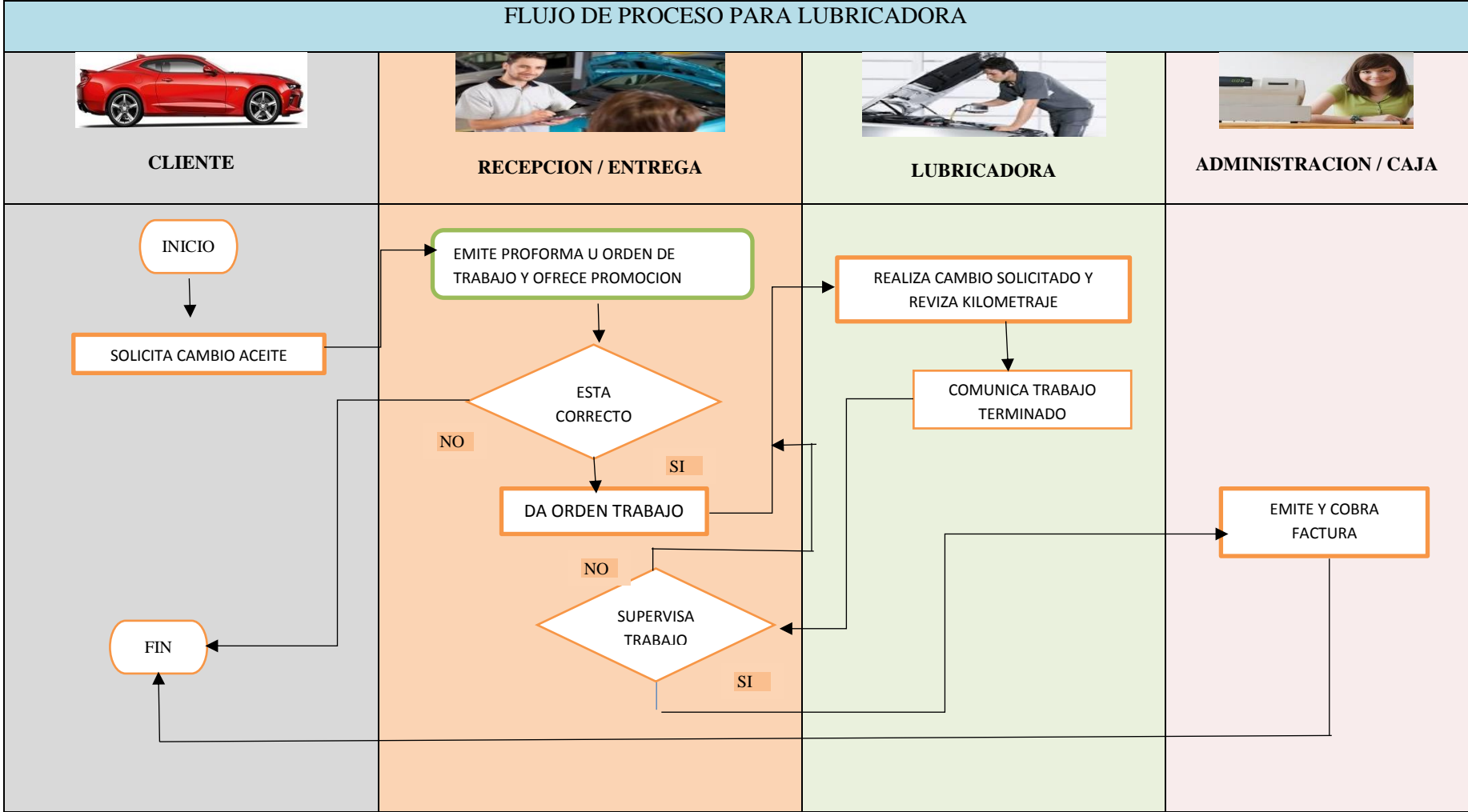


IMAGEN 35 FLUJO OPERATIVO VULCANIZACIÓN
Fuente y elaborado: El Autor (2016)

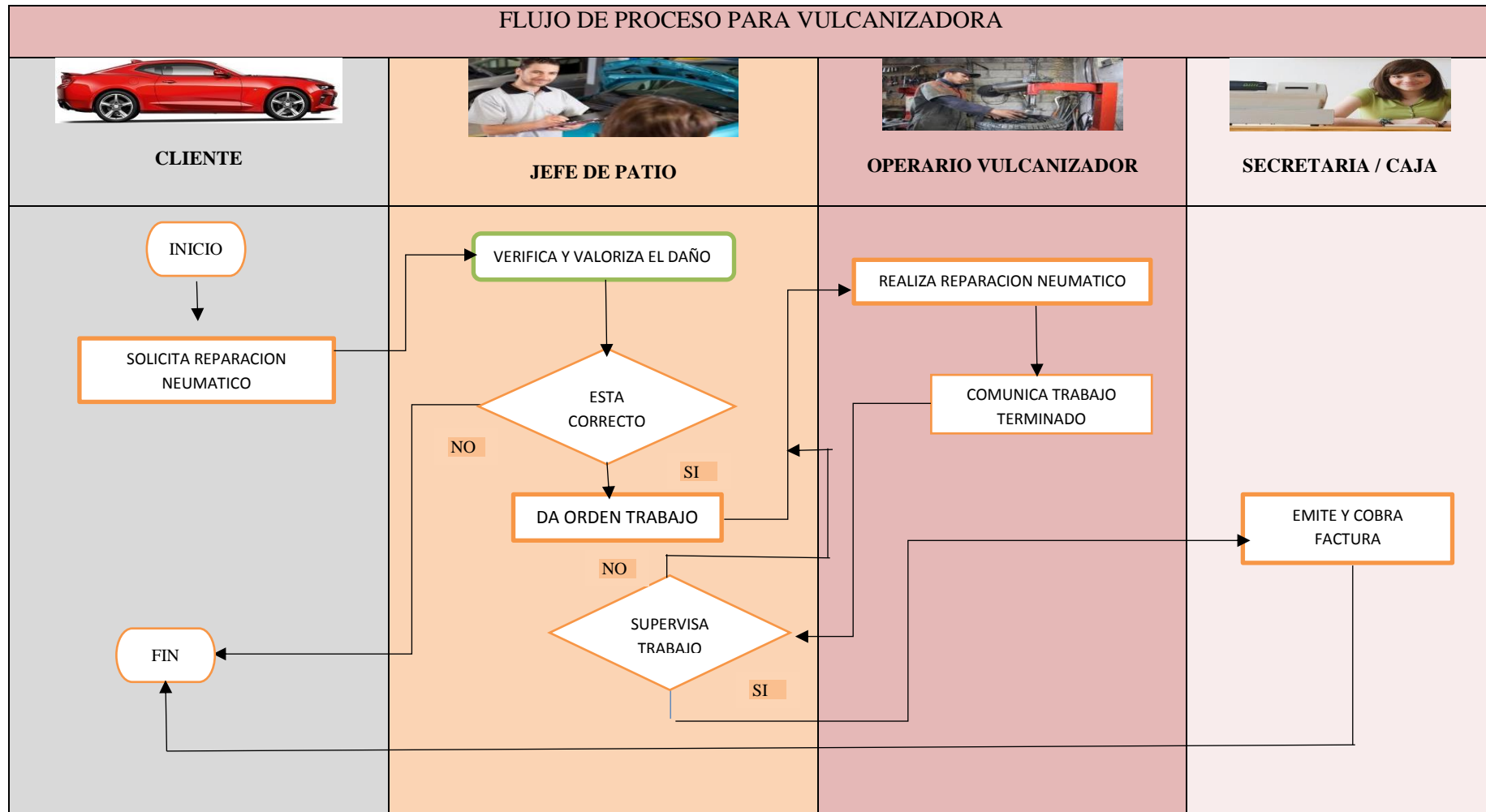


IMAGEN 36 FLUJO OPERATIVO LAVADORA

Fuente y elaborado: El Autor (2016)

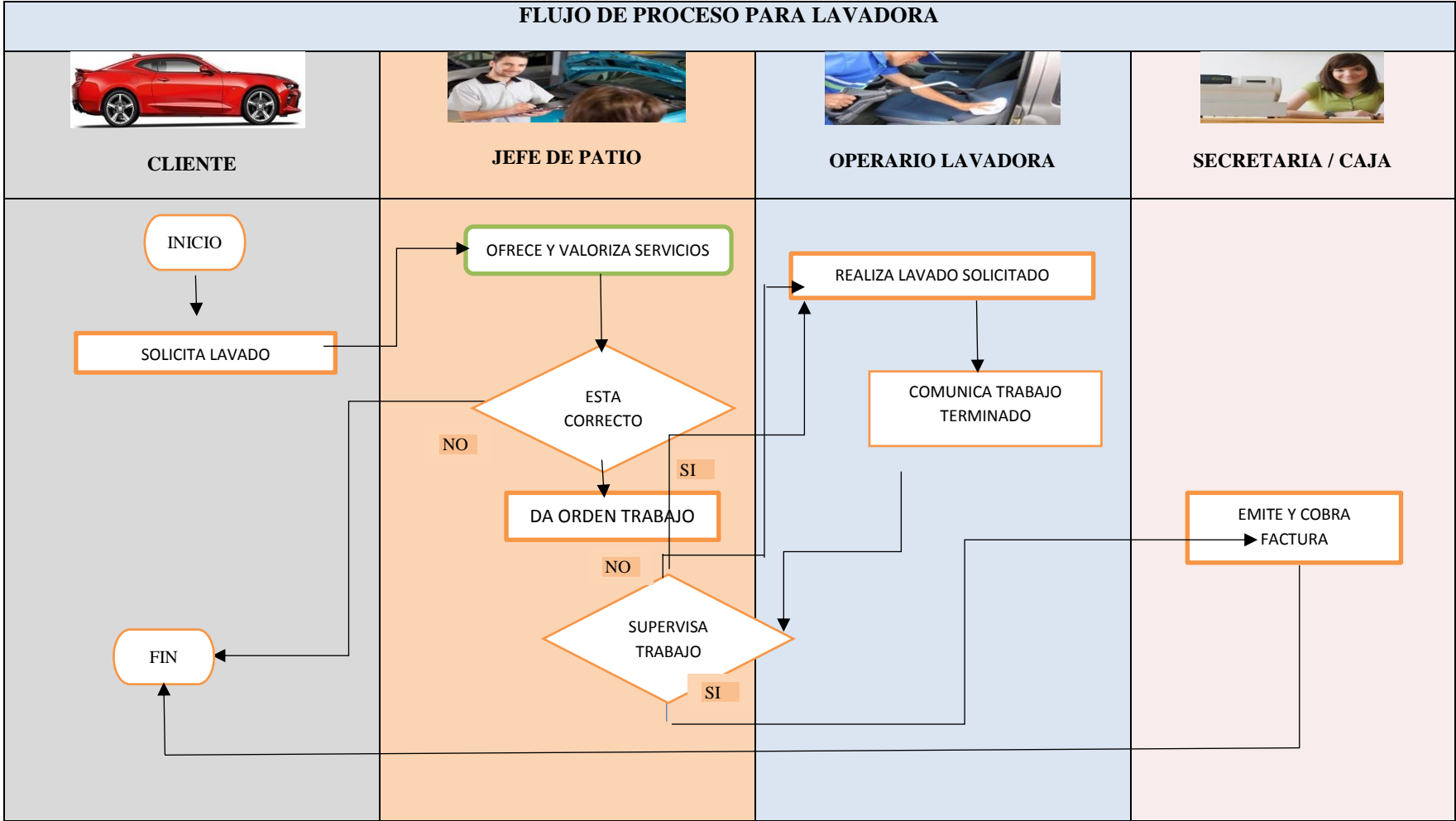


IMAGEN 37 FLUJO OPERATIVO DE LOS 3 SERVICIOS
Fuente y elaborado: El Autor (2016)

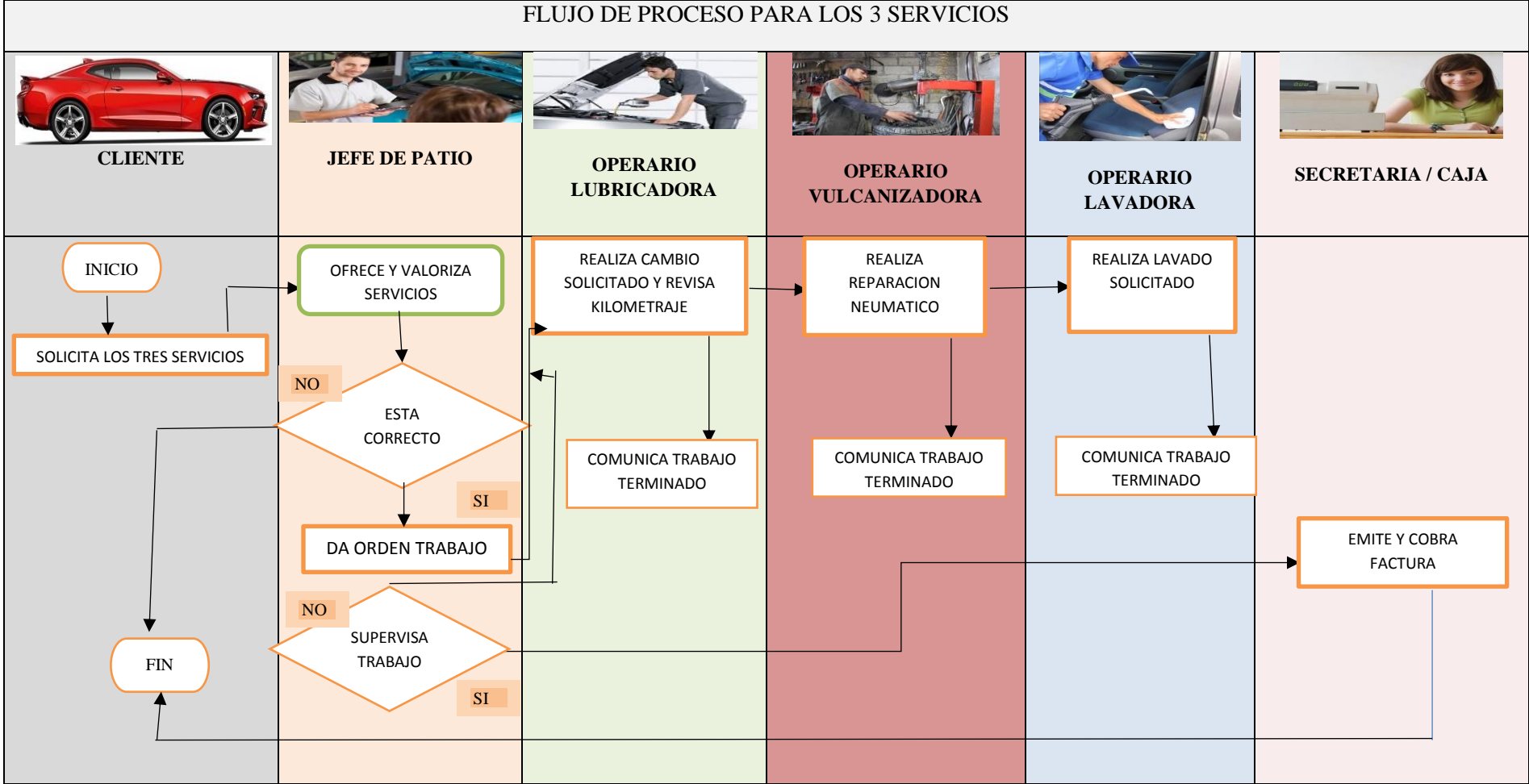
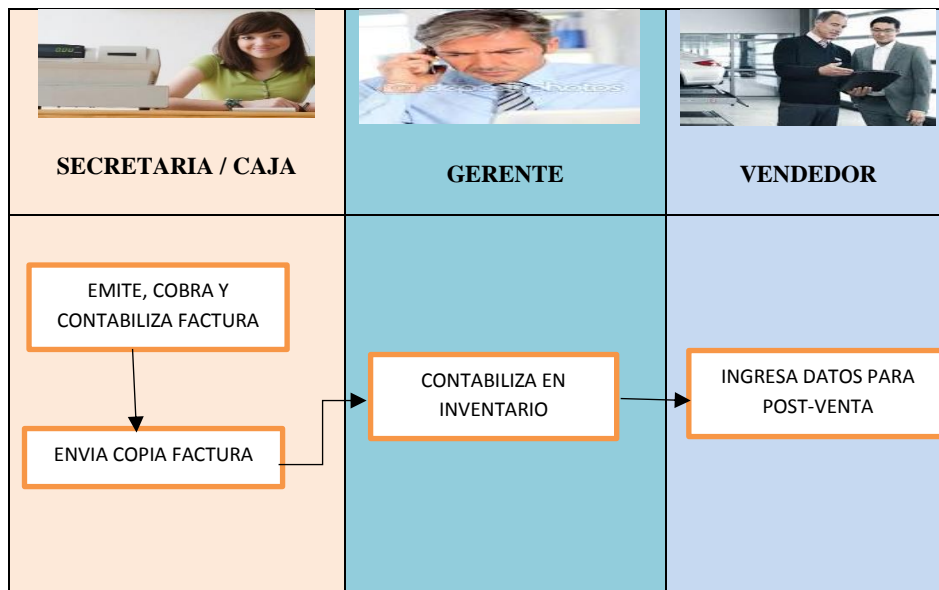


IMAGEN 38 FLUJO OPERATIVO PAR INVENTARIO Y POST-VENTA
Fuente y elaborado: El Autor (2016)



El vendedor o cliente, ingresa a la empresa con el vehículo, recepta el jefe de patio (supervisor de lubricación, lavado y vulcanización) direcciona con una orden de trabajo a los operarios correspondientes, posteriormente se devolverá la orden de trabajo al jefe de patio, quien verificará si se hizo lo estipulado en las ordenes, estas órdenes se pasarán a la secretaria quien elabora las factura para su cobro y registro en los libros contables, pagada la factura se llamará al cliente para su seguimiento de post-venta, para medir la satisfacción del cliente y recordarle su próxima visita, al final del mes el Gerente General supervisará las labores realizadas, llevando consigo un sistema de inventario de la mercadería en existencia, elaborará un reporte trimestral a los accionistas del desempeño de la empresa.

El proceso que corresponde a lubricación de vehículos (cambio de aceite), el tiempo estimado para completar este proceso es de 20 minutos, siempre y cuando sean vehículos pequeños; correspondería la supervisión de este proceso el jefe de patio, deberá verificar que el aceite usado extraído de los vehículos, se depositen en los contenedores adecuados, para que los gestores del medio ambiente, recolecten los desperdicios para su tratamiento respectivo, y así cumplir las ordenanzas municipales.

4.4.6.- Estrategia de Mercado

4.4.6.1.- Modelo del Negocio

Al realizar las encuestas a los profesionales del volante, una de las preguntas que se realizaron fue, si aprovechan las ofertas o promociones que tienen algunos de nuestros competidores (lubricadoras), con la afirmación del 58% que si utiliza las promociones ofrecidas.

Al indagar cual promoción han utilizado, las respuestas la hemos podido clasificar en 2 grupos:

La mayoría de los locales de lubricación ofrecen el cambio de aceite y filtro de aceite con bajo precio, pero muy pocos locales ofrecen una promoción adicional, a la que hemos denominado en la clasificación como “obsequio”, el 50% de los encuestados que respondieron afirmativamente manifiestan que van porque les obsequian un presente, adicional al cambio de aceite, como franela, mangas, lavado, etc.

Es por tal situación que proponemos, para ayudarnos a posesionar en el mercado ofrecer un servicio adicional, como el lavado del automóvil, cambio filtro de gasolina o un descuento en la vulcanización de los neumáticos. Adicionalmente efectuar comunicaciones a través de las redes sociales, visitas personales a las empresas, cooperativas de transporte especialmente las que circulan por el lugar, etc.

Al comenzar cualquier negocio, es aconsejable y necesario invertir en publicidad, utilizando los medios posibles como son los que detallamos a continuación:

TABLA 8 PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

Fuente: Promociones Giomar Hidalgo

Elaborado: El Autor (2016)

Promociones Giomy	
DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO
Elaboración de letrero para negocio	\$ 800.00
Elaboración de logotipo para negocio	\$ 50.00
Material POP (volante) diseño e impresión	\$ 300.00
Activación publicitaria en Redes Sociales por 3 meses incluye diseño y Community Manager	\$ 1.200,00
Cuñas radiales por 3 meses cada cuña radial \$90 con plan de medios estructurados *	\$ 3.500,00

* De 3 veces diarias teniendo en cuenta la frecuencia de la audiencia escogida según el target

Como hemos indicado es necesario tener un profesional de marketing (community manager) para que nos ayude en la gestión y administración vía on line para el mantenimiento y la adquisición de nuevos clientes.

Las cuñas radiales, en las radios que siempre están sintonizada los profesionales del volante, el máximo de cada cuña radial es de 2 a 3 minutos comunicando la ubicación, promoción, y demás por menores, para no causar un cansancio al radioyente es preferente hacerlo como nos indica la publicista de 3 veces al día.

Otras de las oportunidades para llegar con publicidad es enviar comunicado a las empresas, fabricas e industrias, como hemos manifestado anteriormente, la zona donde se va a posicionar el negocio es considerada como zona industrial, aunque la flota de vehículos no es tan grande y no mayor rotación que las cooperativas de taxi.

En lo futuro se pretenderá hacer negociaciones con entidades públicas, se hará a través del portal de compras públicas, según información con funcionarios no existe muchas ofertas de mantenimiento de vehículos de este tipo.

4.4.6.2.- Mercado potencial del proyecto

Como mercado potencial del proyecto nos dirigiremos a las cooperativas de taxis que circulan en la ciudad de Guayaquil, por su elevado índice de rotación en el cambio de aceite, pero no con ello vamos a descuidar la atención a los otros segmentos de la población como son los habitantes que viven en los alrededores, las industrias y demás tipo de transporte que utilizan esta avenida, en especial por ser la ruta de entrada y salida para los cantones que se encuentran al norte de la ciudad, así como las ciudades de otras provincias del Ecuador.

Según registros proporcionados por la Agencia de Tránsito Municipal (ATM) existen en la ciudad de Guayaquil alrededor de 384 cooperativas de taxis entre convencionales y ejecutivos, de los cuales hay registros de matriculación hasta el año 2015.

4.4.6.3.- Entorno competitivo

Haciendo un análisis, comparando información de las empresas constituidas en la institución de control como la Superintendencia de Compañías del Ecuador, nos indica que existen en la ciudad de Guayaquil 271 compañías constituidas de las cuales solo 150 se encuentran activas y de estas las compañías que representan competencia en el sector, son 3 las que estarían a una distancia promedio de 5 km. Aproximadamente (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2016),

Como especificamos también se hizo un comparativo con información obtenida por el Municipio de Guayaquil, lo que indican que existen 159 lubricadoras, 100 vulcanizadoras, y 40 tecnicentros, solo serían competencia de esta gama de establecimientos 6 talleres y empresas.

Como competencia indirecta tomaremos a los tecnicentros, la mayoría ofrecen mantenimiento a los vehículos y cambio de lubricantes, pero son muy pocas las que ofrecen el servicio de vulcanización (M.I. Municipalidad de Guayaquil: Dirección de uso de espacio y vía pública, 2016).

TABLA 9 COMPETIDORES SEGÚN SUPERINTENDENCIA COMPAÑÍAS

Elaborado: El Autor (2016)

Nombre Comercial	Constitución	Objeto Social	Dirección
Taller y autoservicio Frecha S.A. Frechasa	14/12/2010	Lubricadoras de vehículos, tecnicentros en mecánica automotriz....	Mucho Lote Mz 2619 – 2620 villa 6
Autogalarzaexpress s.a.	30/10/2014	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores reparación: mecánica, eléctrica, reparación de sistemas de inyección eléctricos reparación de carrocerías, reparación de partes de vehículos automotores parabrisas, ventanas, asientos y tapicerías. Incluye tratamiento anti óxido, pinturas a pistola o brocha a los vehículos y automotores.	Av. Terminal Pascuales 1887
Tiremotion s.a.	18/11/2015	Importación, exportación, compra, venta, reventa, distribución, mantenimiento o comercialización de llantas, baterías, accesorios...	Vía Daule No 7 y calle 64

TABLA 10 LUBRICADORAS COMPETENCIA SEGÚN MUNICIPIO DE GUAYAQUIL

Elaborado: El Autor (2016)

Nombre Comercial	Razón Social	Dirección
COOPERATIVA DE TRANSPORTE ALMA LOJANA	COOP DE TRANSP PESADOS ALMA LOJANA	LOMAS DE PROSPERINA,AV.JOSE ANTONIO GOMEZ S/N P.B
LIBRI – MARKET	VICTOR FELIPE CHANGSAN FRANCO	CDLA.FLORIDA SL.4, MZ. 619
LUBRICADORA ZALDUMBIDE	ISABEL ALEXANDRA VARGAS PEÑA	PARROQUIA PASCUALES. COOP. LOS VERGELES NO. SOLAR 1 MZ. 214 A DOS CUADRAS DE COLEGIO LOS VERGELES
NUÑEZ SOLANO FAUSTO ORLANDO	NUÑEZ SOLANIO FAUSTO ORLANDO	PARROQUIA PASCUALES. VILCABAMBA NO. SOLAR 10 MZ. 161 FRENTE A LUBRICADORA PASCUALES
PEQUENA LUBRICADORA LAVADORA	CARVAJAL RUIZ MARCO ANTONIO	KM. 7.1/2 VIA A DAULE FRENTE A TEXTILES S.ANTONIO
TRANSPORTES MOBACHS	TRANSPORTES MOBACHS CUENCA CIA. LTDA.	KM.11 VIA DAULE

TABLA 11 VULCANIZADORAS COMPETENCIA SEGÚN MUNICIPIO DE GUAYAQUIL

Elaborado: El Autor (2016)

Nombre Comercial	Razón Social	Dirección
CHILAN CHOEZ RODDY ANDRES	RODDY ANDRES CHILAN CHOEZ	PARROQUIA PASCUALES. COOP. TRECE DE SEPTIEMBRE BASTION POPULAR NO. SOLAR 4 MZ. 197 A MEDIA CUADRA DE LAS CABINAS DE CLARO
MI LINDO GATITO	MIGUEL AGUSTIN ZAMBRANO MENDOZA	PARROQUIA PASCUALES. COOP. BASTION POPULAR NO. SOLAR 12 MZ. 994 BLOQUE 7 FRENTE A LA DISTRIBUIDORA REGALADO
TALLER VULCANIZADORA "TECNICENTRO PEREZ"	CARLOS ANDRES PEREZ PONCE	PARROQUIA TARQUI. COOP. FICOA DE MONTALVO NO. SOLAR 1-A MZ. 427 CARRETERO VIA DAULE KM 8.5 FRENTE A LA FARMACIA CRUZ AZUL

4.4.6.4.- Estrategia de Marketing y Ventas

Como plan de marketing se propone una mezcla de las propuestas de las 4 P's de marketing (plaza, precio, producto, promoción) con las 5 fuerzas de Porter, las exponemos a continuación:

Las 4 P de marketing:

1.- Plaza:

El lugar que proponemos para el negocio de los 3 servicios de mantenimiento de los vehículos, es ventajoso, debido a que no existe negocio de este tipo en los alrededores, existen lubricadoras, lavadoras, y vulcanizadores artesanales, pero en una distancia aproximada de 5 km., además el sector está siendo poblado por urbanizaciones de reciente creación, adicional conocemos que el sector es conocido como zona industrial, de alto fluidez vehicular.

Pero, indicamos anteriormente en el segundo capítulo, lo correspondiente a la plaza no indica el lugar donde se desarrolla la empresa, sino también los canales de distribución, la logística del servicio, así como el transporte, almacenamiento, manejo de materiales, inventarios, y el servicio al cliente.

Es por ello que Porter en sus 5 fuerzas indica dentro de sus puntos que pueden los usuarios o clientes futuros tener una oportunidad que debemos evitar, como el poder de negociación del comprador, y el poder de negociación de los proveedores, debido a que no tenemos una políticas establecidas y claras dejarnos a merced de ellos, no dejándonos desarrollar el negocio, debido que los usuarios tendrán la oportunidad de establecer el precio que desean, y los proveedores dejarnos desabastecido.

Se recomienda dar en los comienzos una atención más personalizada, establecer citas con las cooperativas de transporte para brindar el servicio de lubricación, lavadora y vulcanización y establecer el futuro servicio de post-venta, en el que consistirá que las cooperativas nos proporcione un listado de los choferes que deseen dar el mantenimiento de sus vehículos, y recordarles cuando les toca el cambio de aceite, lo que en futuro les facilitará en la obtención de crédito y recordarles el pago de las facturas.

En cuanto al almacenamiento es recomendable tener muy pocos insumos almacenados, es mejor tener un proveedor que nos facilite el abastecimiento en los tiempos prudenciales y así bajar el costo de almacenamiento, como la caducidad de los productos, para ello cada vez que se requiere uno de los insumos se debe anotar en las ordenes de trabajo los insumos a utilizar para que el gerente sede de baja del inventario, llevar mejor control y solicitar a los proveedores que nos dan una pronta entrega.

2.- Producto:

El cambio de aceite de motor, la diferenciación de las otras lubricadoras de los alrededores del negocio, es hacerlo protegiendo el medio ambiente, usualmente los operarios de lubricadoras destapan el canter y dejan que el aceite usado caiga por gravedad en un recipiente, que el mal manejo de estos recipientes hace derramar su contenido en el suelo, produciendo la contaminación la contaminación.

Como parte del servicio del negocio, es revisar los demás fluidos del automotor (refrigerante, líquido de freno, lubricantes para la caja de cambios, etc.) y proponer el cambio de los mismos, en caso de ameritarlo.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los profesionales del volante, y la entrevistas con los propietarios que brindan el servicio de lubricación, nos indican que la tendencia es utilizar el tipo de aceite sintético, para alargar la vida útil de su medio de trabajo, adicionalmente nos informan que prefieren que los productos (aceite para motor), les sean enseñados y destapados en ese instante, debido que desconfían en cuanto a los aceite que se venden al granel, por más barato que se ofrezcan manifiestan que son aceites mezclados que a larga dañan el vehículo.

IMAGEN 39 LUBRICANTES DE VENTA EN EL ESTABLECIMIENTO



Según Porter es mejor evitar el poder de negociación de los proveedores, lo lograremos teniendo varios proveedores de los productos de aceite para motor, y teniendo en cuenta con las encuestas realizadas a los choferes de taxis, los más usados son los sintéticos de la marca Valvoline, Havoline, Ursa, Golden Bear, y kendall.

IMAGEN 40 LUBRICANTES DE VENTA EN EL ESTABLECIMIENTO



En cuanto a lavado a vapor, es seguro en la superficie de los automóviles junto con un paño o esponja de microfibra no produce ralladuras en la carrocería, además tiene un efecto beneficioso para el medio ambiente, debido a que no produce residuos y no necesita de productos químicos para tener un óptimo lavado, el lavado con este sistema es saludable con el cliente debido a que desinfecta y desodoriza el ambiente dentro de vehículo, las máquinas de hidrolavado industrial llevan la temperatura de vapor aproximadamente a 37 grados centígrados, pero siempre es aconsejable, como producto que produce calor no estar en exposición en largos periodos, la limpieza de un automóvil promedio (mediano) es de 35 minutos, en comparación con los de lavado tradicional que pueden tardar de 40 a 45 minutos.

En lo referente a vulcanización, los parches y cauchos de mayor calidad son los tip – top de fabricación alemana, lo que hacen encarecer la reparación de neumáticos debido al elevado precio, pero existen otras alternativas de caucho que se puede usar, las que ofrecen calidad como la marca líder, pero de fabricación brasileña, argentinas, etc., que son mucho más económicas, y gustan mucho a los usuarios.

3.- Precio:

El negocio de los servicios de lubricación, limpieza y vulcanización, se relacionará con los precios de la competencia, los mismos que están de acuerdo al sector donde están ubicados los establecimientos de la competencia, por ejemplo los que están ubicados hacia el sur en la Vía Perimetral sus costos de lubricación están en \$ 28.00 a 30.00 usd y lo que corresponde a lavados existe una lavadora artesanal que se encarga de camiones grandes su costo es de \$10.00, pero del lado hacia al norte están los precios diferentes, lo de la lubricación en \$ 32 a 40 cambio de aceite y la lavada de autos grandes (Ford f50, Kia Sportage) su costo de lavado es de \$10.00 y de la demanda al hacer entrevista a nuestros competidores aunque la venta de aceite ha bajado se estima que al mes se vende 500 galones y en la lavadoras artesanales visitan unos 20 a 50 automóviles semanales.

Esta información nos ayuda a fijar nuestro precio con respecto a la competencia y mantener la fidelidad de los clientes, sin dejar de afectar la rentabilidad deseada, la misma que deberá ser el 30% del valor del costo, de la compra de los insumos para la atención.

Una de las estrategias para mantener la fidelidad de nuestros clientes, es ofrecerles descuentos en los servicios, en especial si son profesionales del volante, como indicamos en el párrafo anterior, nuestra competencia de lavadoras, ofrece el 10% de descuento a los choferes de cooperativas de taxi, la que podemos acoger, para ofrecer a nuestros clientes en todos los 3 servicios (lubricadora, lavadora y vulcanizadora).

Tenemos que trabajar con los proveedores, no solo para mantener nuestro inventario siempre abastecido, sino para que nos faciliten las promociones, descuento, capacitaciones al personal etc., que nos ayudará en los costos de los insumos, costo de bodegaje, del precio de los productos y promociones que ofreceremos a los clientes.

TABLA 12 LISTA DE PRECIO EN LA LUBRICADORA

Fuente y elaborado: Autor (2016)

Lubricadora

Valor Unitario incluido el IVA	
Cambio Aceite	\$ 36 a 46
Cambio liquido de freno	\$ 16.00
Cambio de refrigerante	\$ 4.00
Cambio filtro de gasolina	\$ 6.00
Cambio filtro de aire	\$ 5.00
Cambio filtro de aceite	\$ 4.00

TABLA 13 PRECIO PARA LAVADORA

Fuente y elaborado: Autor (2016)

Lavadora

		Lavado Tradicional	Lavado a vapor y desinfectado
	Vehículo Pequeño	\$ 3.50	\$ 5.50
	Vehículo mediano	\$ 5.00	\$ 6.50
	Vehículo Grande	\$ 7.00	\$ 8.50
	Camión pequeño	\$10.00	\$ 12.00

Vulcanizadora

En lo que corresponde a la vulcanización no se puede estimar un precio fijo por tamaño del automotor, porque hay que considerar el tipo de daño al neumático, la estructura del mismo, la cantidad de caucho que se necesitará para cubrir el desperfecto y el tipo de parche a utilizar para recuperar la llanta.

Pero haciendo un estimativo la avería en neumáticos pequeños iría desde los \$3.00 hasta los \$20.00, en los automóviles pequeños y medianos, pero en neumáticos de camión, y de equipo caminero o maquinarias pesadas pueden ir desde \$5.00 a \$50.00.

4.- Promoción:

De acuerdo con las encuestas realizadas a los choferes de las cooperativas de taxis, el 58% de los encuestados, **si** hace uso de las promociones que los establecimientos de lubricación les ofrecen, y lo que hemos dividido en 2 partes, los que se acogen solo a cambio de aceite y filtro, situación que les da la mayoría de los establecimientos, y el segundo grupo que les ofrecen a parte de cambio de aceite y filtro, un obsequio, que puede ser una manga, franela, lavada, etc.

Es conveniente combinar los 3 servicios para sacar promociones u ofrecer descuento en el caso que utilicen los 3 servicios, pero los utilicen 2 de los 3 servicios sacar las promociones, con los precios adecuados y de acuerdo a los lubricantes que los clientes solicitan, las promociones sugerimos los siguientes:

TABLA 14 COMBO PROMOCIONAL DE 2 SERVICIOS
Fuente y elaborado: Autor (2016)

Lubricadora	Valor Unitario incluido el IVA
Cambio Aceite y filtro	\$ 39.84
Cambio Aceite filtros aceite y gasolina	\$ 43.68
Cambio Aceite, filtro aceite y lavada	\$ 43.34
Cambio Aceite filtro aceite y lavada a vapor	\$ 45.34

TABLA 15 PROMOCIÓN AL UTILIZAR LOS 3 SERVICIOS EN EL NEGOCIO
Fuente y elaborado: Autor (2016)

	Porcentaje de descuento
En el caso de utilizar los 3 servicios en el negocio (lubricadora, vulcanizadora y lavado)	10%

Las 5 fuerzas de Porter

1.- Poder de negociación de los compradores:

Dado el nivel cultural de los choferes de taxis, muchos de ellos están acostumbrado a regatear por los precios, y conociendo a través de las encuestas realizadas, siempre han buscado la economía, e irían donde les parece más barato, para contrarrestar el poder de negociación de

los choferes es conveniente darle los mejores precios, a través de las promociones donde les resulte beneficioso.

2.- Poder de negociación de los proveedores:

Es necesario analizar e investigar todos los posibles proveedores, como los productos que pueden ser sustitutos (a futuro), sus canales de distribución, el tiempo de entrega de los productos, si existe crédito, incluso se hacen inducción, para que nuestros empleados sean capacitados por ellos. Es recomendable no tener un solo proveedor de los productos, porque puede ser que su distribución no llegue a tiempo y nos hacen dar mala atención a nuestros clientes.

3.- Amenaza de nuevos competidores

El ingreso de nuevos competidores, a ofrecer estos 3 servicios sea de forma separadas o combinación en 2 de los 3 servicios que ofrecemos, implica que tendrán que invertir fuertemente, en maquinaria, herramienta, y servicio de atención de la preventa como la post-venta, demandará para nuestros futuros competidores, tener un capital mucho más grande para poder entrar a competir con nosotros.

Como he mencionado anteriormente, la atención que se les dé a nuestros clientes definirá la fidelidad de ellos, así como los precios y formar una cartera de crédito, por lo pronto no existen empresas o negocios que deseen constituirse brindando estos servicios de forma profesional.

4.- Amenaza de productos sustitutos

Hasta ahora en las investigaciones que se ha realizado para la lubricadora, y vulcanizadora, no existe los productos que puedan sustituir a los que se está utilizando hasta el momento, salvo con el lavado de automóvil, que existen productos químicos que limpian el automóvil, sin necesidad de agua, pero el defecto de estos productos es la contaminación del medio ambiente, y son muy fuerte para las personas que son sensibles (trabajadores y clientes)

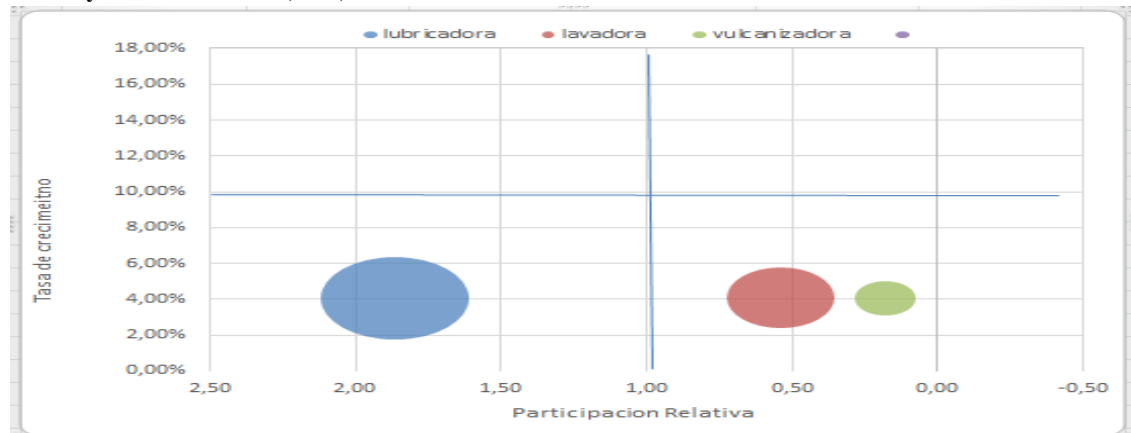
5.- Rivalidad entre competidores

La localización del negocio nos da cierta ventaja con nuestros competidores y futuros competidores que como manifestamos anteriormente, las instituciones de control de los negocios, como la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, y la del Municipio de Guayaquil, nos indican que en un radio de 5 km., sea por la Vía Daule, como la Vía Perimetral, nuestra competencia está muy distante y solo existen 6 lubricadora y 3 vulcanizadoras, pero son como detallamos negocios con los servicios separados y máximo combinado con 2 de los servicios que ofrecemos, no existe ningún negocio o empresa que brinde los 3 servicios como lo estamos ofreciendo.

Matriz BCG

IMAGEN 41 MATRIZ BCG DEL NEGOCIO

Fuente y elaborado: Autor (2016)



Al hacer la Matriz BCG podemos observar que el servicio de lubricación está en la posición que correspondería a la vaca, en la que generan utilidades, como hemos indicado en el capítulo 3 indica que es de bajo crecimiento y alta participación, en los otros servicios de lavadora y vulcanización están en el cuadrante que correspondería a la sección del perro, pero como indica que es conveniente tenerlo como parte de servicio del negocio, ya que lo tenemos como producto de enganche para la lubricadora.

4.4.7.- Expectativa Financiera

4.4.7.1.- Capital de trabajo

El capital de trabajo del negocio estará conformado por capital de los accionistas (\$ 70.000) y un préstamo bancario (\$ 30.000), al 10% de intereses a un plazo pagaderos a 12 años, para el cálculo de la amortización anual, usamos la formula financiera de Periodo vencido descrito a continuación:

TABLA 16 CAPITAL DE INVERSIÓN

Fuente y elaborado: Autor (2016)

CAPITAL DE INVERSIÓN	\$ 100.000
RECURSOS PROPIOS	\$ 70.000
PRESTAMO BANCARIO	\$ 30.000

ECUACIÓN 4 FÓRMULA DE PERIODO VENCIDO APLICADA PARA TABLA AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO

$$\text{Periodo Vencido} = A \frac{1 - (1+i)^{-n}}{i} ; 30.000 = A \frac{1 - (1+0.10)^{-12}}{0.10} =$$

$$30.000 = A(6.81369182) ; A = \frac{30.000}{6.81369182} = \$ 4.402.90 \text{ cuota a pagar anual}$$

TABLA 17 TABLA AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO**Fuente y elaborado:** Autor (2016) información recopilada Banco del Pacifico

AÑOS	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				\$ 30.000,00
1	\$ 4.402,90	\$ 3.000,00	\$ 1.402,90	\$ 28.597,10
2	\$ 4.402,90	\$ 2.859,71	\$ 1.543,19	\$ 27.053,91
3	\$ 4.402,90	\$ 2.705,39	\$ 1.697,51	\$ 25.356,40
4	\$ 4.402,90	\$ 2.535,64	\$ 1.867,26	\$ 23.489,14
5	\$ 4.402,90	\$ 2.348,91	\$ 2.053,99	\$ 21.435,16
6	\$ 4.402,90	\$ 2.143,52	\$ 2.259,38	\$ 19.175,77
7	\$ 4.402,90	\$ 1.917,58	\$ 2.485,32	\$ 16.690,45
8	\$ 4.402,90	\$ 1.669,05	\$ 2.733,85	\$ 13.956,60
9	\$ 4.402,90	\$ 1.395,66	\$ 3.007,24	\$ 10.949,36
10	\$ 4.402,90	\$ 1.094,94	\$ 3.307,96	\$ 7.641,40
11	\$ 4.402,90	\$ 764,14	\$ 3.638,76	\$ 4.002,64
12	\$ 4.402,90	\$ 400,26	\$4.002,64	\$ 0,00

El préstamo que se pretende hacer de \$30.000 usd, al 10% de interés con un plazo de 12 años, con la institución financiera (ver anexo 23), con este préstamo más aportaciones de los accionistas lo destinará en la compra de maquinaria y equipos, equipos de computación, equipos de oficina y los vehículos para uso del negocio, los que se detallan a continuación:

TABLA 18 DESTINO DEL APALANCAMIENTO**Fuente y elaborado:** Autor (2016) información recopilada Banco del Pacifico

ADQUISICION CON PRESTAMO	
VEHICULOS	16.000,00
EQUIPOS DE OFICINA	2.770,20
MAQUINARIA Y EQUIPO	32.333,39
EQUIPOS DE COMPUTO	3.311,70
TOTAL	54.415,29

4.4.7.2.- Costo del Capital

Determinamos el costo medio ponderado del capital, para ello consideraremos el efecto de los intereses de los impuestos, para ello calculamos el porcentaje de participación de los accionistas y del apalancamiento financiero en el capital de trabajo, los accionistas desean ganar el 12% de por rentabilidad, como préstamo del capital, el costo del préstamo lo calculamos utilizando la formula costo de capital promedio:

TABLA 19 COSTO MEDIO PONDERADO DEL CAPITAL

Fuente y elaborado: Autor (2016)

CONCEPTO	MONTO	PARTICIPACION %	COSTO	COSTO MEDIO PONDERADO
CAPITAL	70.000	70%	12%	8,40%
PRESTAMO	30.000	30%	7,80%	2,34%
TOTAL	100.000	100%	19,80%	10,74%

ECUACIÓN 5 FÓRMULA PARA CALCULAR EL PORCENTAJE DE COSTO DE APALANCAMIENTO

$$K_p = K_i(1-t) \quad K_p = 0.10(1-0.22) \quad K_p = 7.80\%$$

K_i= interés bancario

t = impuesto renta

El costo del capital de cada rubor los sacamos multiplicando el porcentaje de participación con el porcentaje de los costos ejemplo:

- Capital accionario participación %: 70% x porcentaje costo 12% = 8.40% CMP
- Capital préstamo participación %: 30% x porcentaje costo 7.80% = 2.34% CMP

La suma de estos 2 tipos de inversión de capital nos da como resultado el costo total del capital de trabajo que corresponde a 10.74%.

4.4.7.2.- Punto de Equilibrio

ECUACIÓN 6 FÓRMULA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

$$Pe = \frac{CF}{(PV - CV)}$$

CF= COSTO FIJO

PV= PRECIO DE VENTA UNITARIO

CV= COSTO VARIABLE UNITARIO

Al hacer las encuestas a los choferes de las cooperativas de taxi, sobre el tiempo en que realizan el cambio de aceite, hubo profesionales del volante que manifestaron que lo hacen alrededor de cada 15 a 20 días, fue un 72% de los 194 encuestados, y el 28% restante lo hacen cada mes.

Teniendo esto en cuenta podemos decir, que los 16.411 profesionales del volante de las cooperativas de taxis existente en la ciudad de Guayaquil, el cual escogimos como nuestra población muestra hacen una rotación de una vez al mes del cambio de aceite, lo que corresponde los 16.411 vehículos los multiplicamos por el número de veces que realizan el cambio de aceite (por 12 meses en el año), nos da un resultado 196.932 veces que estos

vehículos visitan las lubricadoras para el cambio de aceite, esto nos permite estar en el rango de vehículos que debemos tener.

Debido a que existen varios productos y servicios que ofrece el negocio, es necesario sacar un punto de equilibrio con el método ponderado, para ello necesitamos la siguiente información:

- Es necesario tener la información de la **cantidad de todos los productos proyectados a vender**
- El **precio unitario** de cada producto
- El **total de venta proyectada en forma general y de cada producto** (multiplicación precio unitario con cantidad a vender)
- Para sacar el **valor unitario ponderado** de cada producto, lo obtenemos dividiendo el total de venta de cada producto para el Total de venta general (de todos los productos)
- El **margen de contribución** de cada producto, corresponde a la diferencia entre el valor unitario de cada producto menos el valor unitario ponderado de cada producto.
- Es necesario también hacer lo mismo con la cantidad de productos, lo que se llama el **peso de cada producto** en la venta, su resultado lo encontramos dividiendo la cantidad vendida de cada producto para el total de productos vendidos.
- El **margen de contribución ponderado**, lo obtenemos con la multiplicación de valor de margen contribución unitario de cada producto por el peso de cada producto
- Finalmente podremos obtener **la cantidad total de productos a vender en punto equilibrio**, se realiza la siguiente operación:
 - Los costos fijos lo dividimos para la cantidad total general del margen de contribución ponderado
 - Para sacar la cantidad de cada producto a vender como punto de equilibrio, multiplicamos el peso de cada producto por el total de productos a vender.
- Como último paso el precio de punto de equilibrio de cada producto, resultará de la multiplicación del valor unitario de cada producto por la cantidad ponderada a vender en punto de equilibrio.

Participación del mercado

Al conocer las ventas totales de lubricantes y aceite para automóviles a nivel nacional, podemos calcular la participación que tendremos dentro del mercado.

Las ventas total a nivel nacional de lubricantes y aceites en el Ecuador en el año 2015 fueron de 28 millones de dólares, para calcular la participación en el mercado, que pretendemos tener

con las ventas proyectadas en lubricantes (\$110.536.02), lo obtenemos mediante una regla de tres simple, cuyo resultado nos mostrará la futura participación proyectada es de 0.4% a nivel nacional.

TABLA 20 PUNTO DE EQUILIBRIO PONDERADO DE LA LUBRICADORA
Elaborado: Autor (2016)

LUBRICANTES									
CONCEPTO	CANTIDAD ANUAL	V. UNITARIO	V. UNITARIO PONDERADO	VENTA ANUAL	MARG. CONTRI. UNITARIO	PESO DE C/PRODUCT	MARGEN CONTRI PONDER	P E CANTIDAD	P.E. \$
Cambio de Aceite y filtro aceite	1500	\$ 39,84	0,5407	\$ 59.763,04	\$ 39,30	0,512470106	20,1408	713	\$ 28.391,80
Cambio de Aceite y filtros de aceite y gasolina	500	\$ 43,68	0,1976	\$ 21.840,20	\$ 43,48	0,170823369	7,4279	238	\$ 10.375,69
Cambio de Aceite, filtros de aceite y lavada tradicional	400	\$ 43,34	0,1568	\$ 17.336,81	\$ 43,19	0,136658695	5,9016	190	\$ 8.236,25
Cambio de Aceite, filtros de aceite más lavada a vapor	200	\$ 45,34	0,0820	\$ 9.068,41	\$ 45,26	0,068329347	3,0926	95	\$ 4.308,15
Venta galón de aceite promedio	22	\$ 45,58	0,0091	\$ 1.002,66	\$ 45,57	0,007516228	0,3425	10	\$ 476,34
Venta liquido de freno	30	\$ 15,91	0,0043	\$ 477,35	\$ 15,91	0,010249402	0,1630	14	\$ 226,78
Venta de refrigerante	30	\$ 3,57	0,0010	\$ 107,15	\$ 3,57	0,010249402	0,0366	14	\$ 50,90
Venta filtro gasolina	30	\$ 3,84	0,0010	\$ 115,15	\$ 3,84	0,010249402	0,0393	14	\$ 54,71
Venta filtro aceite	200	\$ 3,84	0,0069	\$ 767,68	\$ 3,83	0,068329347	0,2618	95	\$ 364,70
Venta filtro de aire	15	\$ 3,84	0,0005	\$ 57,58	\$ 3,84	0,005124701	0,0197	7	\$ 27,35
TOTAL	2927	\$ 24,88	58%	\$ 110.536,02			37,4258	1.391	\$ 34.593,87

TABLA 21 PUNTO DE EQUILIBRIO PONDERADO DE LA LAVADORA

Elaborado: Autor (2016)

LAVADORA									
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO. PROMEDIO	V. UNITARIO PONDERADO	VENTA ANUAL	MARG. CONTRI. UNITARIO	PESO DE C/PRODUCT	MARGEN CONTRI PONDER	P E CANTIDAD	P.E. \$
Vehículo pequeño	6050	\$ 4,50	0,4590	\$ 27.225,00	\$ 4,04	0,547263682	2,2115	5.734	\$ 25.803,85
Vehículo mediano	4000	\$ 5,75	0,3878	\$ 23.000,00	\$ 5,36	0,361827227	1,9402	3.791	\$ 21.799,39
Vehículo Grande	605	\$ 7,75	0,0790	\$ 4.688,75	\$ 7,67	0,054726368	0,4198	573	\$ 4.444,00
Camión Pequeño	400	\$ 11,00	0,0742	\$ 4.400,00	\$ 10,93	0,036182723	0,3953	379	\$ 4.170,32
total venta	11055	\$ 7,25	31%	\$ 59.313,75			4,9668	10.478	\$ 75.964,96

TABLA 22 PUNTO DE EQUILIBRIO PONDERADO DE LA VULCANIZADORA

Elaborado: Autor (2016)

VULCANIZADORA									
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	V. UNITARIO PONDERADO	VENTA ANUAL	MARG. CONTRI. UNITARIO	PESO DE C/PRODUCT	MARGEN CONTRI PONDER	P E CANTIDAD	P.E. \$
INGRESOS PROMEDIO	5000	\$ 4,00	11%	\$ 20.000,00	\$ 3,89	1	3,8947	13.362	\$ 53.449,68
TOTAL DE VENTA POR LOS 3 SERVICIOS			18.982,00	\$ 189.849,77				25.231	\$ 164.008,51

4.4.7.2.- Estados Financieros

ESTADOS DE SITUACION PROYECTADOS

A Diciembre 31 de cada año

Expresados en Dólares de USA

TABLA 23 ESTADOS DE SITUACIÓN PROYECTADOS

Fuente y elaborado: Autor (2016)

COMPONENTES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS	\$ 114.500,02	\$ 116.430,03	\$ 137.376,83	\$ 154.946,79	\$ 177.123,28	\$ 196.873,28
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 60.084,73	\$ 69.829,00	\$ 98.590,06	\$ 123.974,28	\$ 152.861,13	\$ 179.321,49
Caja-Bancos	\$ 60.084,73	\$ 50.844,02	\$ 79.415,23	\$ 104.607,70	\$ 133.300,89	\$ 159.565,65
Cuentas por cobrar		\$ 18.984,98	\$ 19.174,83	\$ 19.366,58	\$ 19.560,24	\$ 19.755,84
ACTIVOS FIJOS	\$ 54.415,29	\$ 46.601,03	\$ 38.786,77	\$ 30.972,51	\$ 24.262,15	\$ 17.551,79
Vehículos	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00
Dep.acum. vehic.		\$ 3.200,00	\$ 6.400,00	\$ 9.600,00	\$ 12.800,00	\$ 16.000,00
Equipos de oficina	\$ 2.770,20	\$ 2.770,20	\$ 2.770,20	\$ 2.770,20	\$ 2.770,20	\$ 2.770,20
Dep.acum. de eq.of.		\$ 277,02	\$ 554,04	\$ 831,06	\$ 1.108,08	\$ 1.385,10
Maquinaria y equipo	\$ 32.333,39	\$ 32.333,39	\$ 32.333,39	\$ 32.333,39	\$ 32.333,39	\$ 32.333,39
Dep.acum. de maq. y eq.		\$ 3.233,34	\$ 6.466,68	\$ 9.700,02	\$ 12.933,36	\$ 16.166,69
Equipos de computación	\$ 3.311,70	\$ 3.311,70	\$ 3.311,70	\$ 3.311,70		
Dep.acum. equip computo		\$ 1.103,90	\$ 2.207,80	\$ 3.311,70		
PASIVOS	\$ 44.500,02	\$ 32.520,35	\$ 32.864,82	\$ 30.873,65	\$ 29.992,56	\$ 27.662,79
PASIVOS CIRCULANTE		\$ 3.923,24	\$ 5.810,91	\$ 5.517,24	\$ 6.503,42	\$ 6.227,63
Utilidades por pagar		\$ 3.923,24	\$ 5.810,91	\$ 5.517,24	\$ 6.503,42	\$ 6.227,63
PASIVO A LARGO PLAZOS	\$ 44.500,02	\$ 28.597,10	\$ 27.053,91	\$ 25.356,40	\$ 23.489,14	\$ 21.435,16
Vehículos	\$ 4.800,00					
Maquinaria y equipo	\$ 9.700,02					
Obligaciones financieras	\$ 30.000,00	\$ 28.597,10	\$ 27.053,91	\$ 25.356,40	\$ 23.489,14	\$ 21.435,16
PATRIMONIO	\$ 70.000,00	\$ 83.909,69	\$ 104.512,01	\$ 124.073,15	\$ 147.130,72	\$ 169.210,50
Aporte de capital	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00
Utilidad del ejercicio		\$ 13.909,69	\$ 20.602,32	\$ 19.561,14	\$ 23.057,58	\$ 22.079,77
Utilidad acumulada			\$ 13.909,69	\$ 34.512,01	\$ 54.073,15	\$ 77.130,72
PASIVOS Y PATRIMONIOS	\$ 114.500,02	\$ 116.430,03	\$ 137.376,83	\$ 154.946,79	\$ 177.123,28	\$ 196.873,28

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

A Diciembre 31 de cada año
Expresados en Dólares de USA

TABLA 24 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

Fuente y elaborado: Autor (2016)

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	\$ 189.849,77	\$ 191.748,27	\$ 193.665,75	\$ 195.602,41	\$ 197.558,43
Costo de Venta	\$ 75.939,91	\$ 76.699,31	\$ 77.466,30	\$ 78.240,96	\$ 79.023,37
UTILIDAD BRUTA	\$ 113.909,86	\$ 115.048,96	\$ 116.199,45	\$ 117.361,45	\$ 118.535,06
GASTOS DE OPERACION	\$ 89.929,95	\$ 81.114,86	\$ 83.990,08	\$ 80.048,16	\$ 82.883,32
Sueldos y Salarios	\$ 40.489,75	\$ 41.271,06	\$ 42.067,72	\$ 42.880,03	\$ 43.708,29
Gastos Constitución	\$ 1.500,00				
Gastos Administrativos	\$ 8.760,00	\$ 8.847,60	\$ 8.936,08	\$ 9.025,44	\$ 9.115,69
Gasto Publicidad	\$ 14.700,00	\$ 5.076,00	\$ 5.482,08		
Gasto Suministro Oficina	\$ 2.265,94	\$ 2.265,94	\$ 2.265,94	\$ 2.265,94	\$ 2.265,94
Gasto Arriendo	\$ 14.400,00	\$ 15.840,00	\$ 17.424,00	\$ 19.166,40	\$ 21.083,04
Depreciación Vehículo	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
Depreciación Equi. Oficina	\$ 277,02	\$ 277,02	\$ 277,02	\$ 277,02	\$ 277,02
Depreciación Maq. Y Equipo	\$ 3.233,34	\$ 3.233,34	\$ 3.233,34	\$ 3.233,34	\$ 3.233,34
Depreciación Computo	\$ 1.103,90	\$ 1.103,90	\$ 1.103,90	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 23.979,92	\$ 33.934,10	\$ 32.209,37	\$ 37.313,28	\$ 35.651,74
Gasto Financiero	\$ 3.000,00	\$ 2.859,71	\$ 2.705,39	\$ 2.535,64	\$ 2.348,91
UTILIDAD ANTES PART. TRABAJ	\$ 20.979,92	\$ 31.074,39	\$ 29.503,98	\$ 34.777,64	\$ 33.302,83
Participación Trabajador 15%	\$ 3.146,99	\$ 4.661,16	\$ 4.425,60	\$ 5.216,65	\$ 4.995,42
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	\$ 17.832,93	\$ 26.413,23	\$ 25.078,38	\$ 29.561,00	\$ 28.307,40
Impuesto Renta (22%)	\$ 3.923,24	\$ 5.810,91	\$ 5.517,24	\$ 6.503,42	\$ 6.227,63
UTILIDAD NETA	\$ 13.909,69	\$ 20.602,32	\$ 19.561,14	\$ 23.057,58	\$ 22.079,77

FLUJO DE CAJA PROYECTADOS

A Diciembre 31 de cada año
Expresados en Dólares de USA

TABLA 25 FLUJO DE CAJA PROYECTADO
Fuente y elaborado: Autor (2016)

COMPONENTES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL		60.084,73	50.844,02	79.415,23	104.607,70	133.300,89
FLUJO OPERACIONAL						
INGRESOS	0,00	170.864,79	191.558,42	193.474,00	195.408,74	197.362,83
Ventas al Contado		170.864,79	172.573,44	174.299,18	176.042,17	177.802,59
Recaudación de Cartera			18.984,98	19.174,83	19.366,58	19.560,24
EGRESOS	0,00	161.202,58	158.584,31	163.878,63	162.312,66	166.695,18
Pago Nomina		40.489,75	41.271,06	42.067,72	42.880,03	43.708,29
Pago Proveedores (COSTO V)		75.939,91	76.699,31	77.466,30	78.240,96	79.023,37
Pago Utilidades Trabajadores			3.923,24	5.810,91	5.517,24	6.503,42
Gastos Constitución		1.500,00				
Gasto Administrativo		8.760,00	8.847,60	8.936,08	9.025,44	9.115,69
Gasto Suministro Oficina		2.265,94	2.265,94	2.265,94	2.265,94	2.265,94
Gasto Arriendo		14.400,00	15.840,00	17.424,00	19.166,40	21.083,04
Pago Publicidad		14.700,00	5.076,00	5.482,08		
Pago Impuestos		3.146,99	4.661,16	4.425,60	5.216,65	4.995,42
TOTAL FLUJO OPERACIONAL	0,00	9.662,21	32.974,11	29.595,38	33.096,08	30.667,66
FLUJO DE INVERSION						
INGRESOS	70.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital (RECURSOS PROPIOS)	70.000,00					
EGRESOS	39.915,27	14.500,02	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago Vehículos	11.200,00	4.800,00				
Pago Equipo Oficina	2.770,20					
Pago Maqu. Y Equipo	22.633,37	9.700,02				
Pago Computación	3.311,70					
TOTAL FLUJO INVERSION	30.084,73	-14.500,02	0,00	0,00	0,00	0,00
FLUJO DE FINANCIACION						
INGRESOS	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamo Bancario	30.000,00					
EGRESOS	0,00	4.402,90	4.402,90	4.402,90	4.402,90	4.402,90
Pago Interés		3.000,00	2.859,71	2.705,39	2.535,64	2.348,91
Amortización Préstamo		1.402,90	1.543,19	1.697,51	1.867,26	2.053,99
TOTAL FLUJO FINANCIACION	30.000,00	-4.402,90	-4.402,90	-4.402,90	-4.402,90	-4.402,90
FLUJO NETO	60.084,73	-9.240,70	28.571,21	25.192,48	28.693,19	26.264,76
SALDO FINAL DE CAJA	60.084,73	50.844,02	79.415,23	104.607,70	133.300,89	159.565,65

FLUJO DE FONDOS NETOS PROYECTADOS

A Diciembre 31 de cada año
Expresados en Dólares de USA

TABLA 26 FLUJO DE FONDOS NETOS PROYECTADOS
Fuente y elaborado: Autor (2016)

COMPONENTES	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Ingresos por ventas		\$ 170.864,79	\$ 191.558,42	\$ 193.474,00	\$ 195.408,74	\$ 197.362,83
Recaudación de cartera			\$ 18.984,98	\$ 19.174,83	\$ 19.366,58	\$ 19.560,24
Préstamo	\$ 30.000,00					
Pago nomina		-\$ 40.489,75	-\$ 41.271,06	-\$ 42.067,72	-\$ 42.880,03	-\$ 43.708,29
Pago a proveedores		-\$ 75.939,91	-\$ 76.699,31	-\$ 77.466,30	-\$ 78.240,96	-\$ 79.023,37
Pago por constitución		-\$ 1.500,00				
Pago gasto administrativo		-\$ 8.760,00	-\$ 8.847,60	-\$ 8.936,08	-\$ 9.025,44	-\$ 9.115,69
Pago publicidad		-\$ 14.700,00	-\$ 5.076,00	-\$ 5.482,08		
Pago suministro oficina		-\$ 2.265,94	-\$ 2.265,94	-\$ 2.265,94	-\$ 2.265,94	-\$ 2.265,94
Pago arriendo		-\$ 14.400,00	-\$ 15.840,00	-\$ 17.424,00	-\$ 19.166,40	-\$ 21.083,04
Depreciación vehículos		-\$ 3.200,00	-\$ 3.200,00	-\$ 3.200,00	-\$ 3.200,00	-\$ 3.200,00
Depreciación equipos of		-\$ 277,02	-\$ 277,02	-\$ 277,02	-\$ 277,02	-\$ 277,02
Depreciación maq y equip		-\$ 3.233,34	-\$ 3.233,34	-\$ 3.233,34	-\$ 3.233,34	-\$ 3.233,34
Depreciación eq. computo		-\$ 1.103,90	-\$ 1.103,90	-\$ 1.103,90	\$ 0,00	\$ 0,00
Amortización préstamo		-\$ 4.402,90	-\$ 4.402,90	-\$ 4.402,90	-\$ 4.402,90	-\$ 4.402,90
Resultado antes part. trabaj		\$ 592,04	\$ 48.326,33	\$ 46.789,55	\$ 52.083,29	\$ 50.613,48
Participación trabajad 15%		\$ 88,81	\$ 7.248,95	\$ 7.018,43	\$ 7.812,49	\$ 7.592,02
Resultado antes impuesto		\$ 503,23	\$ 41.077,38	\$ 39.771,12	\$ 44.270,80	\$ 43.021,46
Impuesto a la renta (22%)		\$ 110,71	\$ 10.631,79	\$ 10.293,70	\$ 11.458,32	\$ 11.134,97
Resultado después impts		\$ 392,52	\$ 30.445,59	\$ 29.477,42	\$ 32.812,47	\$ 31.886,49
Depreciación vehículos		\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
Depreciación equipos of		\$ 277,02	\$ 277,02	\$ 277,02	\$ 277,02	\$ 277,02
Depreciación maq y equip		\$ 3.233,34	\$ 3.233,34	\$ 3.233,34	\$ 3.233,34	\$ 3.233,34
Depreciación equi. computo		\$ 1.103,90	\$ 1.103,90	\$ 1.103,90		
Inversión en vehículos	-\$ 16.000,00					
Inversión en equipo oficina	-\$ 2.770,20					
Inversión maquin. y equip	-\$ 32.333,00					
Inversión equipo computo	-\$ 3.311,70					
Inversión en capital trabajo	-\$ 70.000,00					
Recuperación capital trab	\$ 0,00					\$ 70.000,00
FLUJO NETO DE FONDOS	(94.415)	8.207	38.260	37.292	39.523	108.597
COSTO DE CAPITAL	10,74%					
VAN	\$ 63.141,69					
TIR	27,79%					
TIRM	22,68%					

4.4.7.2.- Ratios de comprobación

ECUACIÓN 7 FÓRMULA PARA CALCULAR LOS RATIOS ROA – ROE - ROI

$$ROA = \frac{UTILIDAD\ NETA}{TOTAL\ ACTIVOS} \times 100 \qquad ROA_{1ER\ AÑO} = \frac{13.909,69}{116.430,03} \times 100 = 11,95\%$$

$$ROE = \frac{UTILIDAD\ NETA}{TOTAL\ PATRIMONIO} \times 100 \qquad ROE_{1ER\ AÑO} = \frac{13.909,69}{83.909,69} \times 100 = 16,58\%$$

$$ROI = \frac{UTILIDAD\ NETA}{INVERSION} \times 100 \qquad ROI_{1ER\ AÑO} = \frac{13.909,69}{100.000} \times 100 = 13,91\%$$

TABLA 27 CALCULO DEL ROA – ROE - ROI

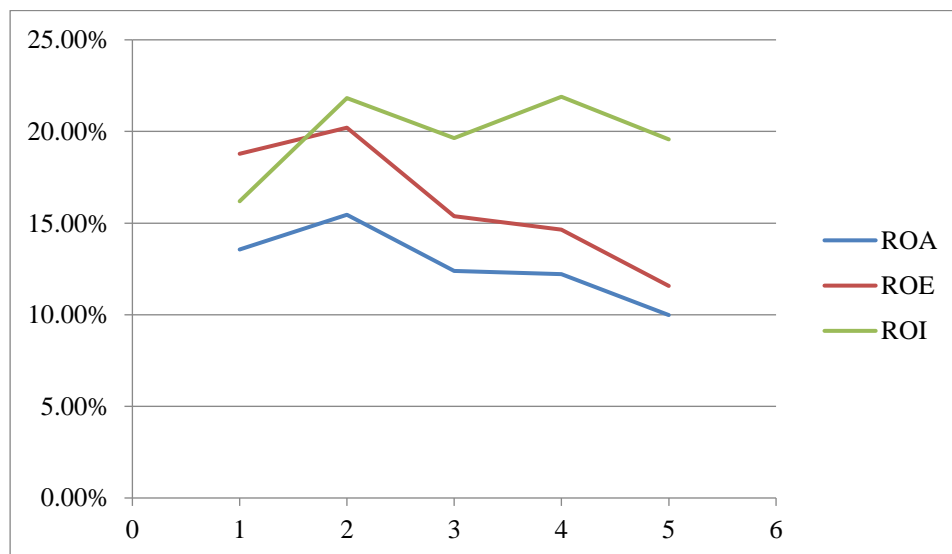
Fuente y elaborado: Autor (2016)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	13.909,69	20.602,32	19.561,14	23.057,58	22.079,77
TOTAL ACTIVO	116.430,03	137.376,83	154.946,79	177.123,28	196.873,28
TOTAL PATRIMONIO	83.909,69	104.512,01	124.073,15	147.130,72	169.210,50
INVERSION	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROA	11,95%	15,00%	12,62%	13,02%	11,22%
ROE	16,58%	19,71%	15,77%	15,67%	13,05%
ROI	13,91%	20,60%	19,56%	23,06%	22,08%

IMAGEN 42 GRÁFICO DEL ROA – ROE – ROI

Fuente y elaborado: Autor (2016)



Al analizar la situación financiera del negocio, utilizaremos indicadores que nos permitirá verificar como está la empresa en un tiempo determinado, para ello lo haremos con el cálculo de rentabilidad sobre activos (ROA), rentabilidad sobre el capital invertido (ROE patrimonio total), y el retorno sobre la inversión (ROI).

Como podemos verificar en el primer año el ROE es mayor que el ROA, esto es ROE 16.58% y del ROA 11.95%, motivo de ello es porque dentro del patrimonio está el préstamo con la institución financiera, en los años siguientes el ROE tiende a bajar en el porcentaje, mientras que el ROA sube, como podemos apreciar en el quinto año, el ROE se ubica en 13.05%, mientras que el ROA en 11.22%, el apalancamiento que tenemos con la entidad financiera, va disminuyen por el pago de los dividendos, la misma que se igualará con el ROA cuando se cancele todo el préstamo.

4.5.- Conclusiones y Recomendaciones:

4.5.1.- Conclusiones:

Efectuado las encuestas, los estudios correspondientes para la satisfacción de la demanda y ofertas en el sector, como los estudios financieros, manifestamos las siguientes conclusiones:

- Para mantener el éxito del negocio es importante que el área Administrativa y las demás áreas estén involucradas según sus actividades al éxito del plan de Marketing.
- El presente proyecto estará dirigido a una población de ingresos económicos medio y medio alto, por lo que es necesario una estrategia de Marketing diferenciada, hacer sentir al cliente que es más importante en nuestro negocio.
- Según los encuestados, manifestaron que para ellos es muy recomendable que en un solo local puedan tener los 3 servicio (lubricación, lavado, y vulcanizado), para no ir de un lugar a otro de la ciudad por cada servicio.
- El cumplimiento de las normas reglamentarias para el funcionamiento del negocio, nos dará la tranquilidad necesaria para laborar y dentro de estas normas está el cuidado del medio ambiente, una de las maneras de cuidar es por medio de la construcción de las trampas de grasa.
- Debido al constante crecimiento poblacional, la constante circulación vehicular en las intersecciones de la Vía a Daule y la Vía Perimetral, hacen que sea estratégico el emprendimiento del negocio.

4.5.2.- Recomendaciones:

Se plantean las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda hacer como un colchón financiero, la que podemos deducir de la repartición de las utilidades para los socios, descontar un porcentaje (25%) para la reinversión del negocio.
- Mantener un especial cuidado en el control financiero hasta que el negocio este consolidado.
- Recomendamos hacer continuas evaluaciones de satisfacción de los servicios, la que nos ayudará a corregir y plantear futuros planes de acción para posesionarnos en el mercado.
- Buscar nuevas actividades promocionales
- Realizar ajustes continuos en el plan de Marketing, por medio de la investigación de mercado, buscando la satisfacción del cliente.
- Se recomienda la capacitación constante del personal, en lo concerniente a la atención al cliente, valores y superación personal, como de la parte técnica del negocio.
- Recomendable es desde los primeros meses, hacer una fuerte campaña publicitaria y haciendo promociones eficientes que nos permita atraer a los clientes, estas campañas pueden ser, por medio folleto, redes sociales, visitas personales a diferentes compañías de transportación.
- Se recomienda que, para mejorar más la atención al usuario, es necesario hacer una variación en la atención más personalizada, y acogida por la mayoría, como la atención a domicilio de estos 3 servicios.

Referencias Bibliográficas

- Borello, A. (2011). *El plan de negocios, de herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo*. bogota: McGraw-Hill/ interamericana.
- Galindo Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocio*. Bogota: Ediciones de la U.
- Kotler, P., & Keller, k. L. (2012). *Dirección de Marketing* . Mexico: Pearson Educación de Mexico S.A. de C.V.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercado*. mexico: Pearson Educación.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2011). *fundamento de marketing*. New York: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.
- Agencia de Tránsito Municipal. (29 de 04 de 2016). Cooperativas transporte existentes en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Guayas, Ecuador .
- H. Congreso Nacional, La Comisión de Legislación y Codificación. (2014). *Ley de Compañías*. Quito: Lexis.
- M.I. Municipalidad de Guayaquil: Dirección de uso de espacio y vía pública. (2016). Guayaquil .
- Muy Ilustre Municipio de Guayaquil. (27 de Mayo de 2016). estadísticas de talleres en la ciudad de Guayaquil, . Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Registro Mercantil. (2015). *Registro Mercantil Guayaquil*. Obtenido de <http://www.registromercantil.gob.ec/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (30 de 01 de 2016). *Portal de información sector societario*. Recuperado el 30 de 01 de 2016, de http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ias%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Companias%20por%20Actividad%20Economicas%27%5d
- Diario el comercio. (13 de junio de 2016). 2016 registra la peor venta de vehículos de la última década en Ecuador. *Actualidad*.

Diario El Comercio. (08 de junio de 2016). El Banco Mundial proyecta que la economía ecuatoriana caerá 4%. *actualidad*.

Diario El Universo. (16 de julio de 2011). En 10 años el parque automotor creció un 113% y caotizó la ciudad. *En 10 años el parque automotor creció un 113% y caotizó la ciudad*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2011/07/17/1/1445/10-anos-parque-automotor-crecio-un-113-caotizo-ciudad.html>

Diario El Universo. (18 de agosto de 2014). La importación de llantas depende del reencache. *noticias*.

Diario El Universo. (23 de marzo de 2015). Cuatro de cada 10 llantas que hay en el país son nacionales. *noticias*.

El Comercio. (8 de junio de 2016). Economía. *El Banco Mundial proyecta que la economía ecuatoriana caerá 4%*.

El Diario. (26 de Octubre de 2006). todos deben pagar a SAYCE. *Destacados*.

Gestión diario. (12 de marzo de 2015). *Gestión diario de economía y negocios de Perú*. Obtenido de La máquina del tiempo: evolución de la tecnología automotriz: <http://gestion.pe/tecnologia/maquina-tiempo-evolucion-tecnologia-automotriz-2125942>

Pepe el Verdadero. (16 de enero de 2015). Banco Mundial considera que Ecuador repuntará en 2016.

Distancia, U. N. (2009). *Técnicas de investigación - 100104*. Obtenido de Lección 6: investigación explorativa, descriptiva, correlacional y explicativa: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccion_6_investigacion_explorativa_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2009). *Técnicas de investigación - 100104*. Obtenido de Lección 6: investigación explorativa, descriptiva, correlacional y explicativa:

5fuerzasdeporter.com. (31 de 05 de 2015). *Las 5 fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa*. Obtenido de Las 5 fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa : <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

crecenegocio. (29 de abril de 2016). *Como elaborar un plan de negocio paso a paso*. Obtenido de www.crecenegocio.com

crecenegocios. (05 de 02 de 2016). *Como elaborar un plan de negocios paso a paso*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-plan-de-negocios-paso-a-paso/>

D`Angelo, S. B. (2008). *Universidad Nacional del Nordeste facultad de medicina*. Obtenido de poblacion y muestra: [http://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20\(Lic%20DAngelo\).pdf](http://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20(Lic%20DAngelo).pdf)

Elaprendizdemarketing. (07 de 04 de 2014). *elaprendizdemarketing.wordpress.com*. Obtenido de Como hacer una matriz BCG y no morir en el intento I: <https://elaprendizdemarketing.wordpress.com/2014/04/07/como-hacer-una-matriz-bcg-y-no-morir-en-el-intento-i/>

empresa, c. u. (10 de 08 de 2011). *crear una empresa, plan de negocio*. Obtenido de <https://crearunaempresaya.wordpress.com/category/proyecto-de-vida/>

leyton, a. (19 de 05 de 2012). *investigacion es todo*. Obtenido de clases y tipos de investigacion cientifica: <https://investigacionestodo.wordpress.com/2012/05/19/clases-y-tipos-de-investigacion-cientifica/>

Marketingdirecto.com. (07 de 05 de 2013). *Mision, vision y valores conceptos fundamentales para el buen desarrollo de una empresa*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/mision-vision-y-valores-conceptos-fundamentales-para-el-buen-desarrollo-de-una-empresa>

Mktuaq.jimdo.com. (31 de 01 de 2015). *Fundamentos de mercadotecnia*. Obtenido de Mercado y sus tipos: <http://mktuaq.jimdo.com/tem%C3%A1tica/2-medio-ambiente-de-la-mercadotecnia/2-4-mercados-y-tipos-de-mercados/>

Talent, L. (17 de 03 de 2016). *Como hacer un plan de negocio en solo 19 pasos*. Obtenido de <https://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-un-plan-de-negocio/>

Thompson, I. (04 de 2006). *promonegocios.net*. Obtenido de tipos de mercado: <http://www.promonegocios.net/mercado/tipos-de-mercado.html>

http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin__exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html

ANEXO

Ley de Régimen Tributario Interno:

ANEXO 1 LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO ART 56

Art. 56: numeral 19 “se encuentran grabados con tarifa cero los servicios prestados por los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano”.

El Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno indica en su artículo;

ANEXO 2 REGLAMENTO DE LEY RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO ART 171

Art. 171 “los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, en la venta de los bienes producidos por ellos y en la prestación de sus servicios, emitirán sus comprobantes de ventas considerando la tarifa cero del IVA “

Ley de fomento Artesanal

ANEXO 3 LEY DE FOMENTO ARTESANAL ART 2

Artículo 2.-

- a) **Actividad Artesanal:** la practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas o equipos o herramientas
- b) **Artesano:** al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiese invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas.

PREGUNTAS PARA ENCUESTA

Cooperativa: _____

Número total Unidades: _____

Cuántas personas mujeres trabajan en la cooperativa _____

Género del entrevistado:

Masculino

Femenino

PRIMERA PARTE SERVICIO LUBRICADORA

1.- Señale cada cuanto tiempo realiza el cambio de aceite

Cada quince días		Cada mes		Cada 2 meses	
Cada 3 meses		Cada 6 meses		Cada año	

2.- ¿Qué tipo de aceite utiliza?

Normal o mineral		Semisintético		Sintético	
------------------	--	---------------	--	-----------	--

3.- De los siguientes tipos de lubricantes, ¿cuál es de su preferencia y más utiliza?

NACIONALES

Gulf		Valvoline		Golden Bear	
Texaco-Havoline		EP		Otros	
Amalie		Kendall		Penzoil	
Mobil		Esson		Terpel	
Horse Power		Súper		Total	

4.- ¿Ha efectuado el uso de otros servicios en una lubricadora?

No utiliza

Lavadora

Vulcanizadora

Electromecánica

11.- Al acudir para los servicios de lubricadora, lavadora, vulcanizador, ¿cuál de los aspectos son los más importantes para Ud.?

Precio	
Facilidades de pago	
Equipo adecuado	
Cercanía	
Personal calificado	
Atención al sitio	

12.- ¿Está satisfecho por el servicio brindado?

Total acuerdo	
Parcial acuerdo	
Neutral	
Parcial desacuerdo	
Total desacuerdo	
¿Porque?	

13.- ¿Considera tener los 3 servicios (lubricación, lavado y vulcanizado) seria de mucho provecho para Ud.?

SI

NO

19. Considera que sus clientes les gusta su establecimiento por

Precio Calidad Servicio Tiempo

20. Desde el inicio del año 2016, hasta finalizar el año, ¿cómo ve y que piensa hacer al respecto sobre sus ventas?

21. En qué etapa del negocio se encuentra actualmente ¿Inicio, creciente, estable, decreciente?

Entrevistas

Empresa: GOMASDIM

Representante Legal: Adrián Minarrieta

Tipo de Negocio: Vulcanizadora

1.- ¿En que año se constituyó la compañía?

En 1995

2.- ¿La Compañía se constituyó como empresa o taller artesanal?

Como Empresa

3.- ¿Al constituir el Negocio se lo hizo con capital propio o prestado?

Propio

4.- ¿Al empezar el Negocio se lo hizo con local propio o alquilado?

Propio

5.- ¿Cuál fue la ventaja el tener local propio?

El no pagar el arriendo de local, es un gasto súper grande

6.- ¿Consta con personal calificado o profesional en el Negocio?

Si, si hay artesanos

7.- ¿Realiza capacitación a nivel o incentiva a los empleados?

Osea, se ha capacitado en este año 2016 no todavía, hasta el 2015 si se los ha capacitado

8.- ¿Te capacitas como Administrador en manejo de conflicto o asiste a ferias automotrices?

Si, si hace un mes llegamos de una feria

9.- ¿Ha considerado diversificar sus servicios?

Si, si diversificamos con reparación de bandas, de bananas, etc.

10.- ¿Que oferta o promoción cuenta su establecimiento para atraer clientes?

Tenemos un volante, que si nos presenta el volante le damos el 10% de descuento en reparación

11.- Aparte de las promociones, ¿efectúa alguna campaña publicitaria?

Sí, tenemos campañas publicitarias en Facebook, Instagram, en las redes sociales

12.- ¿Conoce quienes son sus competidores potenciales?

Si,

13.- ¿Sus competidores han manifestado hacer algunas mejoras, promociones, publicidad, etc., para estar a su nivel?

No

14.- ¿Cuál es el problema más frecuente en su establecimiento?

Perdidas de materiales, robos.

15.- ¿Cuál es el impacto social o al medio ambiente que usted aporta a la comunidad?

¡Nosotros, al medio ambiente no creo que afectamos, aunque trabajamos con productos que son considerados como nefastos, son inflamables, entonces si eso se toma como una agresión de medio ambiente!!!

16.- Por ejemplo, ¿las llantas que no valen que hacen con ellas?

Normalmente, las retiran las personas, nosotros que peleábamos para que se las lleven, ósea no nos consideramos basureros, no queremos eso, pero hay muchos que traen que no se saben si las llantas tienen reparación o no, las llantas quedan y cuando tu revisas que la llanta no tiene reparación, los clientes indican “quédese la”, le decimos “no, venga a buscarla”, no vienen, en ese sentido, o la vienen a buscar los que reciclan llantas.

Hay un proyecto que están pensando mucho, que mucha gente están haciendo baldosas, en Quito parece, muelen la parte de caucho de la carcasa de la banda de rodamiento, y reutilizan eso mezclado con otros productos, para hacer baldosas para antideslizante, para hacer adoquín en plaza de estacionamiento, aunque es carísimo todavía, porque no hay tanto materia prima acá, lo que se hace normalmente, si se lo pueden llevar los recicladores, sino hay que llevársela a Vachagnon, donde los puntos que ha designados como para botar.

17.- ¿Qué días o temporadas son los más beneficiosos para su negocio?

El invierno, tendría que ser el invierno, pero la situación esta tan grave que ni el invierno, pero tendría que ser el invierno. Hay compañías que han trabajado conmigo muchos años, que la situación económica les ha afectado, que para pagarme me han propuestos bajarme la deuda, viendo forzado a condonar parte de la deuda o dejarle con crédito más tiempo para que puedan cancelarme poco a poco.

En un país del mundo que no funciona la construcción, está mal, si para la construcción yo paro, ni con el terremoto en Manabí se ha activado la construcción.

18.- Considera que sus clientes les gusta su establecimiento por:

Por tiempo no, exactamente por tiempo no, o sea calidad tenemos, precio es bueno, servicio es bueno porque recuperamos cosas que nadie sabe recuperar, el tiempo es que nos complica porque no sabes si están contentos o no, hay gente que por alguna razón se apuran a retirar la llanta, cuando tú le das el tiempo quedan a disgusto y no la vienen a retirar.

19.- Desde el inicio del 2016, hasta finalizar el año, ¿cómo ve y que piensa hacer al respecto sobre sus ventas?

Seguirá decayendo

20.- ¿En qué etapa del negocio se encuentra actualmente, inicio, creciente, estable, decreciente?

Estable a recayente.

Empresa: SMARTCONTROL

Representante Legal: Marcos Tayo Zamora

Tipo de Negocio: Lavadora y lubricadora

1.- ¿En qué año se constituyó la compañía?

Mayo del 2011

2.- ¿La Compañía se constituyó como empresa o taller artesanal?

Como Empresa

3.- ¿Al constituir el Negocio se lo hizo con capital propio o prestado?

Propio 50% y financiado con préstamo bancario 50%

4.- ¿Al empezar el Negocio se lo hizo con local propio o alquilado?

Alquilado

5.- ¿Cuál fue la ventaja el tener local propio?

Es mejor tener un local propio por el gasto de arrendamiento

6.- ¿Consta con personal calificado o profesional en el Negocio?

Si

7.- ¿Realiza capacitación a nivel o incentiva a los empleados?

Las capacitaciones les dan la empresa o nos invita alguna de las marcas que representamos

8.- ¿Se capacitas como Administrador en manejo de conflicto o asiste a ferias automotrices?

Si, cada 6 meses hace capacitaciones en la cámara de comercio y en línea vía internet

9.- ¿Ha considerado diversificar sus servicios?

Si, implementar lo que es mecánica, dirigido más a limpiadores de inyecciones.

10.- ¿Que oferta o promoción cuenta su establecimiento para atraer clientes?

Las promociones tenemos por día, por ejemplo, los martes hay un descuento

11.- Aparte de las promociones, ¿efectúa alguna campaña publicitaria?

Sí, lo que son por Facebook y twiter

12.- ¿Conoce quienes son sus competidores potenciales?

Si, lo tiene identificado

13.- ¿Cuál es el problema más frecuente que ha tenido el negocio?

El problema más frecuente, las inspecciones de parte del gobierno, afortunado todo está en regla no ha habido inconveniente

14.- ¿Cuál es el impacto social o al medio ambiente que usted aporta a la comunidad?

Se tiene el aseo constante cada 3 a 4 días, de todo lo que son las canaletas, se contrata a personas que limpian o recolectan la basura, se les paga un extra para que ellos hagan la limpieza exterior.

15.- ¿Qué días o temporadas son los más beneficiosos para su negocio?

Los jueves, viernes y sábados

16.- ¿Los productos que solicitan sus clientes son nacionales o extranjeros?

Se guían naturalmente por precio, seguían por lo más barato no les importa las marcas

17.- Lo mismo en cuanto a lubricantes, ¿son normales y sintéticos?

Si, así es

18.- Desde el inicio del 2016, hasta finalizar el año, ¿cómo ve y que piensa hacer al respecto sobre sus ventas?

Han bajado con referencia al año pasado

19.- ¿En qué etapa del negocio se encuentra actualmente, inicio, creciente, estable, decreciente?

Creciente.



Empresa: LUBRICENTRO 2 HERMANOS

Representante Legal: Sra. Sánchez

Tipo de Negocio: lubricadora

1.- ¿En que año se constituyó la compañía?

Hace 25 años

2.- ¿La Compañía se constituyó como empresa o taller artesanal?

Como empresa, con RUC persona natural pero obligado a llevar contabilidad

3.- ¿Al constituir el Negocio se lo hizo con capital propio o prestado?

Mixto, se tuvo que vender una casa para poner el negocio

4.- ¿Al empezar el Negocio se lo hizo con local propio o alquilado?

A los inicios alquilados, después se hizo propio

5.- ¿Cuál fue la ventaja el tener local propio?

La ventaja fue que la dueña quería vender la casa y el banco nos ayudó

6.- ¿Consta con personal calificado o profesional en el Negocio?

Sí, claro, no se coge si el personal no es calificado

7.- ¿Realiza capacitación a nivel o incentiva a los empleados?

Sí.

8.- ¿Se capacita como Administrador en manejo de conflicto o asiste a ferias automotrices?

Sí, a todos

9.- ¿Ha considerado diversificar sus servicios?

No hay espacio.

10.- ¿Que oferta o promoción cuenta su establecimiento para atraer clientes?

Los buenos precios

11.- Aparte de las promociones, ¿efectúa alguna campaña publicitaria?

Sí, las redes sociales, no la manejamos muy bien todavía, ya nos vimos en un plan piloto de estar en la red social, pero es tener una persona dedicada de mandar poust, información, promociones, que nosotros todavía no lo hacemos, pero es una ayuda para que el cliente este informado de que promoción podemos sacar y en qué periodo de tiempo, otra promoción es de boca en boca, una persona bien atendida siempre trae más, lo que más cuidamos que el cliente se vaya satisfecho, que sea bien atendido, no tenga ninguna duda al respecto de su carro, tratamos hacerlo sentir cómodo, que él esté viendo lo que se le está haciendo a su carro, a diferencia de otros establecimiento que no ven lo que le están haciendo a carro, es mas no pueden ver los productos que se le ponen, eso es la diferencia, también todo bien presentado, limpio, aseado, que los chicos tengan la cordialidad con los clientes, tratarlos bien, cualquier cosa que haya hacérselo conocer al cliente de inmediato.

12.- ¿Conoce quiénes son sus competidores potenciales?

Sí, hay lubricadoras que no tienen permiso

13.- ¿Cuál es el problema más frecuente que ha tenido el negocio?

El municipio y los bomberos, que nos exigen una cisterna de 30m cúbicos, que tenemos que tener hidrantes, etc.

14.- ¿Cuál es el impacto social o al medio ambiente que usted aporta a la comunidad?

Los carros recolectores tienen un permiso del municipio, hay un listado de las empresas que están calificada como gestores ambientales, tienen ese requisito, que están autorizado para retirar todo lo que es toxico, baterías, aceite quemado.

15.- ¿Qué días o temporadas son los más beneficiosos para su negocio?

En temporadas se podría hablar, los sábados y la temporada de playa, a mediados de diciembre se mueve más.

16.- ¿Los productos que solicitan sus clientes son nacionales o extranjeros?

50 y 50, vienen clientes que desean productos importados, y hay otros que desean productos más económicos.

17.- Lo mismo en cuanto a lubricantes, ¿sin son normales y sintéticos?

Ahora la tendencia es hacer que los clientes se vayan a lo sintético, los taxistas les acorta el tiempo de mantenimiento, porque para ello parar el carro por un mantenimiento no le justifica

18.- Considera que sus clientes les gusta su establecimiento por precio, calidad, servicio, por el tiempo

Servicio y tiempo

19.- Desde el inicio del 2016, hasta finalizar el año, ¿cómo ve y que piensa hacer al respecto sobre sus ventas?

Aquí, en este local es a la alza porque nosotros estamos buscando adicional algún servicio, para seguir atrayendo más clientes, estamos diversificando, lo que vamos hacer a un futuro es adquirir un escáner, para revisar el vehículo más técnicamente, no revisarlo al ojo, que se lleve el cliente de por ejemplo de algún sensor que está fallando, antes no teníamos un mecánico de planta, ahora tenemos el mecánico de planta eso ayuda a un rendimiento normal que tiene un vehículo, nosotros le damos una guía al cliente, y decirle por ejemplo, que está botando aceite por el retenedor de la caja, entonces vaya donde su mecánico para que le cambie el retenedor, nosotros no lo hacemos, solo somos para lubricación, son los mantenimientos preventivos que le vamos diciendo al cliente, para que tome los correctivos y no llegue a un daño mayor, entonces eso hace que el cliente venga acá.

20.- Observé un sistema novedoso al menos en Ecuador que tiene la aspiradora para sacar el aceite

No funciona en todos los modelos de vehículos, porque no todos los vehículos tienen el cárter diseñado de la misma forma, pero funciona en la gran mayoría, permite que no se manipule mucho el tapón que al manipularlo se dañe el hilo.

21.- ¿Observo que no tiene elevadores ni foso?

Nosotros no usamos el sistema de elevadores ni foso porque nuestra área es muy limitada, ejemplo: el elevador no me sirve de mucho porque tengo la loza de arriba y el foso no me

permite maniobrar con facilidad los vehículos, tenemos los patines, lo que hace es cerrar las pinzas, elevar las llantas y lo que hace que podemos mover el vehículo

22.- ¿En qué etapa del negocio se encuentra actualmente, inicio, creciente, estable, decreciente?

Creciente.



Vista frontal lubricadora



Entrevista representante legal



Patines para autos



Empresa: Vulcanizadora Luis Polo

Representante Legal: Luis Polo

Tipo de Negocio: Vulcanizadora

1.- ¿En que año se constituyó la compañía?

Tiene más de 50 años

2.- ¿La Compañía se constituyó como empresa o taller artesanal?

Taller artesanal

3.- ¿Al constituir el Negocio se lo hizo con capital propio o prestado?

Propio, comencé de abajo como vulcanizador

4.- ¿Al empezar el Negocio se lo hizo con local propio o alquilado?

Al inicio alquilado, ahora es propio

5.- ¿Cuál fue la ventaja el tener local propio?

Principalmente es de uno nadie lo bota

6.- ¿Consta con personal calificado o profesional en el Negocio?

Sí, el personal es artesano

7.- ¿Realiza capacitación a nivel o incentiva a los empleados?

Sí, la federación da cursos de vulcanización incluso la junta nacional de defensa de artesano

8.- ¿Se capacita como Administrador en manejo de conflicto o asiste a ferias automotrices?

Si, a los cursos

9.- ¿Ha considerado diversificar sus servicios?

Yo compro y vendo llantas usadas

10.- ¿Qué oferta o promoción cuenta su establecimiento para atraer clientes?

Vender cómodamente, en esta crisis no puede darse el lujo de rechazar a un cliente, tenemos que dar hasta fiado

11.- Aparte de las promociones, ¿efectúa alguna campaña publicitaria?

De repente amigos que tienen emisoras, que me dicen te voy a poner una cuña publicitaria, pero muy esporádicamente

12.- ¿Conoce quienes son sus competidores potenciales?

Claro, los mismos compañeros vulcanizadores, porque soy el presidente de los vulcanizadores artesanales,

13.- ¿Sus competidores han manifestado hacer algunas mejoras, promociones, publicidad, etc., para estar a su nivel?

No, es que lamentablemente habemos personas, la mayoría son gente emigrante hay gente de distinta parte, que ellos en vez de delinquir prefieren trabajar, es un trabajo no se necesita tanta ciencia, hay compañeras que no han terminado la primaria, entonces hay que apoyarlos para que tengan un trabajo horado y tengan su sustento para su familia.

14.- ¿Cuál es el problema más frecuente que ha tenido el negocio?

El problema más frecuente es con las autoridades, como un artesano que no debo emitir planilla, y para mejor hacer me acogí al RISE, pero no entienden eso las autoridades que han venido y me perjudican, como artesano se paga ahora como \$14 por los permisos.

15.- ¿Cuál es el impacto social o al medio ambiente que usted aporta a la comunidad?

Yo fumigo aquí, y las llantas que no sirven lo envío a los recolectores de basura

16.- ¿Qué días o temporadas son los más beneficiosos para su negocio?

En invierno, cuando le toca la matriculación de los carros.

17.- Considera que sus clientes les gusta su establecimiento por precio, calidad, servicio, por el tiempo

Precio

18.- Desde el inicio del 2016, hasta finalizar el año, ¿cómo ve y que piensa hacer al respecto sobre sus ventas?

Ahorita no hay nada, cuando había el sucre era bueno, es que no hay dinero.

19.- ¿En qué etapa del negocio se encuentra actualmente, inicio, creciente, estable, decreciente?

Estable.

Empresa: TECNOGAMA

Representante Legal: Pedro Borbor

Tipo de Negocio: Tecnicentro

1.- ¿En que año se constituyó la compañía?

En el 2001

2.- ¿La Compañía se constituyó como empresa o taller artesanal?

Como empresa.

3.- ¿Al constituir el Negocio se lo hizo con capital propio o prestado?

De la familia propio

4.- ¿Al empezar el Negocio se lo hizo con local propio o alquilado?

El local es propio

5.- ¿Cuál fue la ventaja el tener local propio?

No incurro en gasto de arriendo

6.- ¿Consta con personal calificado o profesional en el Negocio?

Sí, claro

7.- ¿Realiza capacitación a nivel o incentiva a los empleados?

Ahora último no, generalmente los proveedores de las llantas nos proporcionaban capacitación, ahorita no

8.- ¿Se capacita como Administrador en manejo de conflicto o asiste a ferias automotrices?

No

9.- ¿Ha considerado diversificar sus servicios?

Si

10.- ¿Qué oferta o promoción cuenta su establecimiento para atraer clientes?

No

11.- Aparte de las promociones, ¿efectúa alguna campaña publicitaria?

No, intente con unos señores en internet, pero no me dio resultado, la persona que me hizo no era la persona idónea

12.- ¿Conoce quienes son sus competidores potenciales?

Sí.

13.- ¿Alguno de los competidores ha considerado hacer mejoras en su negocio para competir con Ud.?

En el año 2005 en esa época nadie daba mecánica, el que primero dio mecánica fui yo, de ahí en realidad no.

14.- ¿Cuál es el problema más frecuente que ha tenido el negocio?

El personal, en cuanto a que no quieren trabajar como deben trabajar.

15.- ¿Cuál es el impacto social o al medio ambiente que usted aporta a la comunidad?

Lo que es llantas se lo entregamos a mis proveedores, que son los importadores que tienen que cumplir con un cupo de llantas usadas, se lo entregamos a ellos, el aceite se lo entregamos a las compañías calificadas por el municipio de Guayaquil, para retirar eso de ahí el aceite quemado, igual con los filtros, etc.

16.- ¿Qué días o temporadas son los más beneficiosos para su negocio?

La temporada de vacaciones del litoral, a partir del mes de diciembre

17.- ¿Los productos que solicitan sus clientes son nacionales o extranjeros?

Se inclinan mucho por la economía, antiguamente la gente compraba llanta buena de calidad, ahora la gente compra pura llanta china

18.- Lo mismo en cuanto a lubricantes, ¿son normales y sintéticos?

Está cambiando eso, los carros nuevos están cambiando por el sintético para cambiar menos veces al año, eso produce menos desperdicio, gente está cogiendo conciencia en eso

19.- Considera que sus clientes les gusta su establecimiento por precio, calidad, servicio, por el tiempo

Calidad, tanto en servicio como el tiempo

20.- Desde el inicio del 2016, hasta finalizar el año, ¿cómo ve y que piensa hacer al respecto sobre sus ventas?

Todo estamos cambiando, de la venta de llanta al servicio, cuando digo servicio me refiero a lo que es mecánica, básicamente a eso porque el sistema de llanta ya no es factible, no es tan rentable.

21.- ¿En qué etapa del negocio se encuentra actualmente, inicio, creciente, estable, decreciente?

Creciente.



Oficina secretaria/contadora



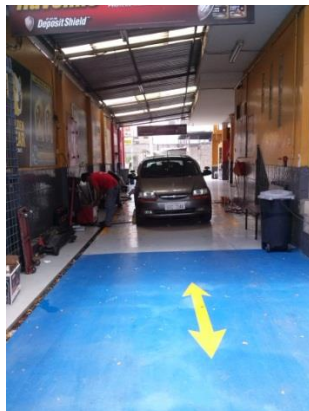
Oficina Gerente General



Elevador de 5 ton



Elevador de 3 ton.



Estación de lavado



Trampas de grasa



Estación de lubricación



Pozo de lubricación



Oficina, bodega y caja



Estación de lavado



tanque de aceite al granel



Aceite lubricación

ANEXO 11 REQUISITOS PARA LA TASA HABILITACIÓN EN MUNICIPIO DE GUAYAQUIL

ADICIONALMENTE SE SOLICITAN LOS SIGUIENTES REQUISITOS DEPENDIENDO DEL TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE REALICE

"Certificado de la Dirección Municipal de Medio Ambiente"

- Sólo para los establecimiento que vayan a ser destinados para actividades que generen impactos ambientales: Industrias procesadoras de alimentos, metales mecánicas, cantinas, discotecas y centros nocturnos, así como gasolineras y cualquier negocio de almacenamiento y expendio de combustibles que cuenten con la autorización emitida por la Dirección Nacional de Hidrocarburos.
- Se obtiene en la Dirección de Medio Ambiente, Edificio Martín Avilés (Frente al Palacio Municipal Clemente Ballén 211 y Pichincha tercer piso).
- Una vez obtenido el Certificado deberá acercarse a la comisaría correspondiente a firmar el acta de compromiso.

"Certificado de Operador de Servicio Postal"

- Sólo para aquellos locales que realicen actividades de mensajería, correo de carga y correo de mensajería de carga deberán tener el Certificado de Registro de Operador emitido por la Agencia Nacional Postal.
- Se obtiene en el Edificio Vignolo, Piso 5, Oficina 502, Pedro Carbo 613 y Luque

"Certificado de Trampa de Grasa de Interagua"

- Sólo para locales que vayan a ser destinados para restaurantes, fuentes de soda, bares, cafés, talleres, industrias, servientros, lubricadoras, hoteles y establecimientos que tengan cocina.
- Se obtiene en las Agencias de Atención al Cliente de Interagua.

"Certificado del Ministerio de Educación"

- Sólo para planteles educativos públicos y privados.
- Se obtiene en la Subsecretaría de Educación de Guayaquil-Distrito Zonal 8-Ed. Público del Sector Social (Ed. Makro)


"Pago de Tasa de Turismo"

- Sólo para locales en los que se realicen actividades turísticas.
- Se obtiene en la Dirección de Turismo en el (1er piso del Palacio Municipal de Agosto Palacio Municipal).
- Para la obtención de este documento debe de tener el Certificado del Ministerio de Turismo.

PASO 4: PAGO Y OBTENCIÓN DE LA TASA DE HABILITACIÓN

Dependiendo de las características específicas de su Solicitud de Tasa de Habilitación puede que al culminar de ingresar los datos se presente alguna de las siguientes situaciones:

- Su trámite puede ser aprobado de manera automática a través de la página <http://www.guayaquil.gov.ec/>, y de manera inmediata se generará la impresión de Orden de Pago, posteriormente deberá efectuar el pago del mismo a través de las Cajas de Recaudación de la Dirección Financiera para la obtención de su Tasa de Habilitación.
- Su trámite puede ser enviado para la revisión de la Solicitud de Tasa de Habilitación, generándose un número de trámite al cual deberá efectuar el correspondiente seguimiento a través de la sección de Solicitudes Realizadas de Tasa de Habilitación en el área de Servicios en Línea de la Página <http://www.guayaquil.gov.ec/>, de la M.I. Municipalidad de Guayaquil.



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
DEL MUNICIPIO DE GUAYAQUIL

www.guayaquil.gov.ec
Teléfonos 259-4800 Email: info@guayaquil.gov.ec
Guayaquil - Ecuador



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL

INSTRUCTIVO PARA LA OBTENCIÓN DE LA TASA DE HABILITACIÓN POR PRIMERA VEZ

DIRECCIÓN DE USO DE ESPACIO Y VÍA PÚBLICA DE TASA DE HABILITACIÓN



Al registro ciudadano
Ingresar www.guayaquil.gov.ec
En la sección SERVICIOS EN LINEA de clic en el menú REGÍSTRATE y OBTENER SU CLAVE.

PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACIÓN ¿QUÉ PASOS DEBE SEGUIR?

PASO 1 DEBE REGISTRARSE COMO USUARIO EN LA PÁGINA WEB DEL MUNICIPIO DE GUAYAQUIL.

Ingrese a la página web del Municipio de Guayaquil (www.guayaquil.gov.ec).

En la sección "SERVICIOS EN LINEA", de clic en el menú "MI CUENTA", de clic en la opción REGÍSTRATE.

Complete la información solicitada en el formulario de registro. Una vez completado dar clic en el botón "REGISTRAR".

- Le llegará a su correo electrónico un Acuerdo de Responsabilidad, el cual deberá imprimir, luego llenar sus datos y firmar.
- Finalmente, para la activación de su cuenta debe acercarse con el acuerdo de responsabilidad junto con los requisitos indicados al área de atención ciudadana, ubicadas en:

- Edificio Martín Avilés, frente al palacio Municipal (Clemente Ballén 211 y Pichincha. Área Interna de la planta baja).

PASO 2 OBTENER LA CONSULTA DE USO DE SUELO

¿Qué es uso de suelo?

Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el propietario.

¿Cómo se obtiene el uso de suelo?

Se puede obtener a través de la página WEB del Municipio, www.guayaquil.gov.ec, en la Sección de "SERVICIOS EN LINEA" de clic en "Consulta de Uso de suelo". Para las solicitudes que no obtienen respuesta en el sistema de servicios en línea, o en el caso que no se encuentra su actividad en el "listado de actividades", deberá ingresar los siguientes requisitos en la ventanilla 54 (10 de Agosto y Malecón):

- Tasa de trámite de Uso de Suelo \$ 2, comprar en las ventanillas de (Clemente Ballén y Pichincha).
- Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (lo recibe en la ventanilla 54).

IMPORTANTE:

- Para evitar demoras en el trámite, es conveniente que al recibir o imprimir el Uso de Suelo verifique:

- El código Catastral
- La Actividad Económica

PASO 3 SOLICITUD DE LA TASA DE HABILITACIÓN


Realice el trámite desde la comodidad de su casa u oficina



La solicitud se la efectúa a través de la Internet en la página del Municipio de Guayaquil, www.guayaquil.gov.ec en la Sección de "SERVICIOS EN LINEA". Para acceder a este servicio previamente debe contar con su usuario y contraseña conforme a lo indicado en el Paso 1.

Previamente al ingreso de su solicitud debe verificar el cumplimiento de los siguientes requisitos básicos, los cuales serán validados o requeridos durante el ingreso de su solicitud:

- Registrar el establecimiento en el Servicio de Rentas Internas.
- Uso de Suelo No Negativo para la Actividad Económica
- Contar con el Certificado Definitivo del año vigente del Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- La Patente Municipal vigente 2015 (Clemente Ballén y Pichincha).
- En caso de no ser el propietario de la edificación donde realiza la actividad deberá contar con: Contrato de Arrendamiento o, Carta de Cesión de Espacio. El Contrato o Carta de Autorización deberá incluir copia de cédula de quien arrienda o autoriza, y nombramiento en caso de ser persona jurídica.

Handwritten notes:
Luz del mar,
RUC Bomberos
CJRR
Votación



ANEXO 12 COMO OBTENER CLAVE PARA LOS PERMISOS MUNICIPALES

Restablecimiento de contraseña.

- De clic en el botón **Aceptar**.
- En un lapso de 5 minutos, revise su correo electrónico. Le debe haber llegado un correo con el Asunto: "Restablecimiento de clave de acceso". En el cuerpo del correo encontrará dos elementos: **Enlace y Contraseña**.
- De clic sobre el **Enlace** que se encuentra en su correo electrónico.
- Ingrese la información según corresponda en los campos: **Usuario, Contraseña y Respuesta secreta**.

Descripción de campos:

Solicitud de Cambio de Contraseña

Ingresar información de seguridad requerida

Usuario (Cédula/RUC/Passaporte):

Contraseña

Pregunta ¿Vale la pena?

Respuesta secreta

- Usuario.** Es el número de Cédula/RUC/Passaporte.
- Contraseña.** Es la generada por el sistema.
- Respuesta secreta.** Es la información que usted le generó en el **Formulario de Registro**, como información de seguridad.

Nota: Si no recuerda las respuestas secretas, debe presentarse personalmente, en el Área de Registro Ciudadano.

COPIE del correo electrónico la contraseña generada por el sistema, **NO LA REESCRIBA**, ya que puede ingresarla de forma incorrecta al contener caracteres especiales.

presentarse personalmente, en el Área de Registro Ciudadano.

→ De clic en el botón **Seguiente**.

- En la pantalla **Cambiar contraseña** ingresará:
- En **contraseña anterior.** La clave que recibió en su correo electrónico (generada por el sistema).
- En **contraseña nueva.** Ingrese una clave que usted decida y que sea fácil de recordar, la cual deberá tener mínimo 8 caracteres: combinación de letras y números.
- Luego de clic en el botón **Guardar**. A continuación aparecerá un mensaje de **Confirmación**, en donde el sistema le alerta que su contraseña ha sido modificada con éxito.
- De clic en el botón **Aceptar**. Con esto habrá finalizado



- el procedimiento de restablecimiento de contraseña.
- En la pantalla **Iniciar Sesión**, ingrese la información solicitada y acceda a los servicios en línea requeridos.

ÁREA DE REGISTRO CIUDADANO: Edificio Martín Avilés (ex Hotel Crillón), Clemente Ballén 211 y Fichincha, frente al Palacio Municipal, planta baja.

Jaime Nebot
Alcalde



REGÍSTRESE Y UTILICE LOS SERVICIOS MUNICIPALES EN LÍNEA GRATUITAMENTE!



1. Obtención de la clave municipal
2. Pasos a seguir luego de obtener la clave
3. Recuperar la contraseña municipal

El contenido de este catálogo se encuentra disponible en:

<http://blog.guayaquil.gob.ec/search/label/TUTORIALES>

Jaime Nebot
Alcalde

1. OBTENCIÓN DE LA CLAVE MUNICIPAL

Antes de registrarse por favor verifique que posea un correo electrónico personal, válido, vigente y al que usted pueda acceder.

Adicionalmente, debe tener escaneados a color y legibles, en archivos individuales, en formato JPG o JPEG no mayor a 2MB, los siguientes documentos:

Persona Natural: cédula y certificado de votación.
Persona Jurídica: cédula, certificado de votación y nombramiento del representante legal.

Nota: Para extranjeros es necesario el pasaporte. Para personas de tercera edad y extranjeros no es necesario el certificado de votación.

Pasos para obtener la clave de acceso municipal:

PRE-REGISTRO

- De clic en el enlace siguiente: <https://tramites2.guayaquil.gob.ec/STLI0004.aspx> o ingrese a la página principal www.guayaquil.gob.ec, de clic sobre el ícono **Servicios en línea**, escoja el menú "Mi cuenta" y la opción **Regístrate**.
- Llene el formulario electrónico, ingrese su identificación (cédula, pasaporte o RUC) y de clic en el **visto verde** para validar la información.
- Lea y acepte el "Acuerdo de Responsabilidad".
- De clic sobre el botón **Registrar**.

CONFIRMAR CORREO

Ingrese a su correo electrónico pre-registrado. De clic en el enlace especificado para validar su registro y subir la documentación escaneada.

Suba los documentos escaneados que solicita el sistema.

Persona Natural: cédula y certificado de votación.

Persona Jurídica: cédula, certificado de votación y nombramiento del representante legal



Nota: Para extranjeros es necesario el pasaporte. Para personas de tercera edad y extranjeros no es necesario el certificado de votación.

RECEPCIÓN DE USUARIO Y CLAVE DE ACCESO

Una vez que complete su pre-registro, el personal de Atención Ciudadana realizará la revisión de sus datos y documentos escaneados. Por ello, si usted se pre-registra en el horario de lunes a viernes hasta a 15:00, recibirá un mail con su usuario y clave de acceso en las siguientes dos horas laborables (*) del mismo día. Caso contrario deberá esperar su mail de confirmación al siguiente día laborable.

(*) 8:30 - 17:00

2. PASOS A SEGUIR LUEGO DE OBTENER LA CLAVE

¿Después de que me envíen la clave a mi correo, qué debo hacer?

- Ingrese a su correo electrónico y revise en su Bandeja de entrada el correo de: "Bienvenida al Portal Web Municipal"

En caso de no recibir el correo electrónico en un lapso de 15 minutos, por favor revise su bandeja de correo no deseado; si no llega, comuníquese al teléfono 2594800 Ext. 7433, escribanos a info@guayaquil.gob.ec o acérquese al Área de Registro Ciudadano.

- Al abrir el correo de "Bienvenida al Portal Web Municipal" encontrará 3 elementos: contraseña (provisional generada por el sistema), respuestas de seguridad y el enlace para activar su cuenta.

→ De clic sobre el enlace. A continuación le aparecerá un formulario donde se solicita el **Cambio de Contraseña**.

→ **Copie y pegue** del correo electrónico, el usuario y la contraseña generada por el sistema.

→ Digite la **Respuesta Secreta** de la **Pregunta Correspondiente**.

Recuerde: Las preguntas y respuestas se encuentran en el mail de confirmación de registro, por lo que recomendamos no eliminarlo. Si no recuerda estos datos, debe presentarse personalmente, en el Área de Registro Ciudadano.

- De clic en el botón **Seguiente**. A continuación le aparecerá otra ventana para ingresar su contraseña definitiva.
- Ingrese una nueva contraseña. Reescriba esa misma contraseña en el campo **Repetir contraseña**.

Nota: La nueva contraseña debe estar compuesta de 8 caracteres. Entiéndase por caracteres: números, letras o símbolos especiales.

Recomendación: Se sugiere que su clave este compuesta únicamente de números y letras mayúsculas o minúsculas.

3. RECUPERAR LA CONTRASEÑA MUNICIPAL

→ Ingrese a la página web del Municipio de Guayaquil (www.guayaquil.gob.ec).

→ De clic en **Servicios en Línea**.

→ Escoja la opción **Iniciar Sesión**.

→ De clic en **¿Olvídid su contraseña?**

→ En el campo **Usuario**, ingrese su Cédula, RUC o Pasaporte. Luego, de clic en el botón **Seguiente**.

→ Conteste la **Pregunta Secreta** en el campo **Respuesta**.

Nota: Las respuestas secretas enviadas en el correo de registro, si no lo tiene, debe solicitarlas en el Área de Registro Ciudadano, presentando previamente su cédula de identidad (para el caso de personas naturales) o presentando una carta de autorización con el membrete de la empresa y la debida firma del representante legal, solicitando la información correspondiente (para el caso de personas jurídicas).

→ De clic en el botón **Enviar Email**.

A continuación le aparecerá un mensaje de **Confirmación** de envío exitoso.

A su cuenta de correo electrónico le llegará un correo para el respectivo



Para consultar sin problemas sus certificados debe utilizar los navegadores Internet Explorer o M

OBTENCIÓN DE LA TASA DE SERVICIOS CONTRA INCENDIOS CON DECLARACION JURAMENTADA PARA ESTABLECIMIENTOS CALIFICADOS DE MENOR RIESGO

1. Declaración Jurada en el formato que es entregado por la Institución Bomberil. No necesita ser suscrita ante notario, es suficiente con la firma del contribuyente. El formato puede ser descargado desde el sitio web: <http://www.bomberosguayaquil.gob.ec>.
2. Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía; en caso de que lo realice un tercero se necesitará autorización por escrito para la persona que realizará el trámite, adjuntando fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quién autoriza y del autorizado.
3. Copia completa y actualizada del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con la dirección y actividad del establecimiento que requiere la Tasa por Servicios contra Incendios.
4. En caso de compañías, deberá adjuntar copia del nombramiento del Representante Legal.
5. Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor. Debe recordar que la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.
6. Original y copia de la Calificación Artesanal, en caso de ser artesano.
7. Adjuntar a su documentación la copia del pago de Predios Urbanos o Planilla de servicio básico de agua, a fin de registrar el número del Código Catastral.
8. Copia del Certificado de Uso de Suelo otorgado por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.
9. Fotografías del local en las que conste la implementación de las normas contra incendios tales como: extintores, señalética etc.

A continuación se indican los establecimientos y actividades comerciales de menor Riesgo que obtendrán la Tasa de Servicios contra Incendios mediante Declaración Jurada:

- Talleres cuya área sea hasta 100 m2.	- Almacenes, oficinas cuya área sea hasta 100 m2.
- Imprenta cuya área sea hasta 100 m2.	- Kioscos
- Copiadoras	- Bías
- Vulcanizadores	- Floresas
- Lavadoras de carros	- Estudios fotográficos
- Peluquerías	- Galerías
- Lavandería y tintorería cuya área sea hasta 100 m2.	- Garajes
- Farmacias	- Almacenes de Recarga Estintoras
- Ópticas	- Alquiler de videos
- Funerarias	- Agencia de viajes cuya área sea hasta 100 m2.
- Refrigerios cuya área sea hasta 200m2.	- Cooperativas de Taxis
- Tiendas	- Profesionales de Tercer y Cuarto Nivel
- Uterías	- Comisionistas
- Depósito de Celos	- Vendedores por Catálogo
- Productos lácteos y huevos	

ANEXO 14 CARTA Y RESPUESTA DE MEDIO AMBIENTE REQUISITOS

Guayaquil, 7 de Junio del 2016


Sr. Ingeniero
BOLIVAR COLOMA VALVERDE
DIRECTOR DE AMBIENTE
M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
Presente

Yo, PINGEL CUEVA JOSE LUIS, CI # 0908254048, estudiante y aspirante a obtener mi título de Ingeniería en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil me dirijo a usted respetuosamente, para solicitarle me facilite la siguiente información, la misma que servirá para desarrollar mi proyecto de investigación:

- Que es la Dirección del Medio Ambiente?
- Cuáles son sus funciones?
- Procesos o pasos para solicitar permiso para empresas en especial de Lubricación y Vulcanizado
- Como se categoriza y califica a las empresas
- En las empresas con desechos de lubricantes, existe algún método para manejarlos
- Adicionalmente si tuviese alguna información que considere importante para las empresas de lubricación y vulcanización le agradecería mucho.
-

De antemano pido disculpas por las molestias causas y agradezco por gentil atención

Atentamente


José Luis Pingel Cueva
0908254048
Cell 0992628157
Email: billypingel@yahoo.com



Byron Jose Loor Alcivar <byrlooja@guayaquil.gov.ec>

Para

billypingel@yahoo.com

jul 4 a las 11:14 A.M.

Estimado Señor José Pinguel Cueva.

En atención a su comunicación ingresada a esta **Dirección Municipal de Ambiente** le comunico lo siguiente.

En el siguiente link usted podrá encontrar la misión, visión y las funciones de la Dirección de Ambiente.

<http://www.guayaquil.gob.ec/Paginas/Direccion-de-Ambiente.aspx>

Los establecimientos dedicados a las actividades de lubricación y lavado corresponden de acuerdo a la categorización del Sistema Único de Información Ambiental (SUIA) a un Registro Ambiental.

Los establecimientos dedicados a la actividades de vulcanizado corresponde de acuerdo a la categorización del Sistema Único de Información Ambiental (SUIA) a un Certificado Ambiental no obligatorio y su emisión es de manera inmediata en línea.

El Registro Ambiental es un permiso ambiental obligatorio para proyectos de bajo impacto y riesgo ambiental; los documentos que se deben ingresar en la Dirección de Ambiente para su emisión son:

Oficio dirigido al Director de Ambiente firmado por el Promotor o Representante legal, adjuntando los siguientes documentos (en digital):

- a) Formulario de Registro Ambiental y Plan de Manejo Ambiental firmado
- b) Certificado de Intersección (firmado electrónicamente por el MAE y que no interseque con las áreas del SNAP)
- c) Declaración Juramentada de que la información en el Registro Ambiental y Plan de Manejo Ambiental es de su absoluta responsabilidad (impresa y firmada por el representante legal o Propietario)
- d) Consulta de Uso de Suelo factible para la actividad
- e) Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- f) Copia de cédula de identidad y certificado de votación del promotor o representante legal
- e) Posterior a la revisión de la documentación ingresada, enviamos por correo electrónico el código para cancelar la tasa de derecho administrativo de \$100 y luego para la emisión de la Resolución del Registro Ambiental se ingresa por ventanilla la copia de comprobante de pago junto con una carta dirigida al Director de Ambiente solicitando la emisión del Registro.

Las empresas inician su actividad en el Sistema Único de Información Ambiental (SUIA), el cual determina si es un CERTIFICADO AMBIENTAL, REGISTRO AMBIENTAL O UNA LICENCIA.

Las empresas como las lubricadoras en su plan de manejo ambiental deben considerar un sub plan de manejo de desechos peligroso en el cual consta el PROGRAMA DE CONTROL Y DISPOSICIÓN DE DESECHOS, en relación a la Normativa Ambiental Vigente.

Saludos.

Ing. Byron Loor Alcívar
Especialista en Proyectos Ambientales

Silvana de los Angeles Alarcon Ramirez <salarcon@bce.ec>

Para

billypingel@yahoo.com

jun 30 a las 10:01 A.M.

Estimado,

En función de la información solicitada el día de hoy, le envío la lista de documentos que se requiere para participar en el **Sistema de Dinero Electrónico**.

- 1 Carta dirigida al Gerente General del Banco Central del Ecuador solicitando participar como Agente Recaudador. **(Formato de carta adjunto)**
- 2 Formulario de registro de participante **(Plantilla en EXCEL adjunta)**
- 3 Carta de designación del Administrador del Convenio, otorgada por el representante legal en caso que aplique **(Formato de carta adjunto)**.
- 4 Certificado laboral de quien asumirá la responsabilidad de Administrador del Convenio.
- 5 Copia a color de la cédula y la papeleta de votación del representante legal y de quien asumirá la responsabilidad de Administrador del Convenio.
- 6 Copia actualizada del RUC.

Toda la documentación que requiera firma de representante legal solicitamos usar pluma color azul.

Agradezco la atención.
Saludos,

Tarifas de transacción con Dinero Electrónico

Compra	Tarifa
De 0,10 a 0,99 centavos	0,015 centavos (Un centavo y medio)
De 0,01 a 10,99 centavos	0,02 centavos (Dos centavos)
De 11 a 50 dólares centavos	0,04 centavos (Cuatro centavos)
De 51 a 300 dólares centavos	0,06 centavos (Seis centavos)

Identifica este sticker en un local comercial para realizar pagos con dinero electrónico.

Usa aquí Dinero Electrónico Banco Central del Ecuador

Dinero Electrónico
Banco Central del Ecuador

www.dineroelectronico.ec

ACTIVA GRATIS TU CUENTA *153#

CALLCENTER Llama Gratis **153**

- ▶ Es un medio de pago digital.
- ▶ No tiene costo de mantenimiento.
- ▶ No requiere saldo ni internet.

f Dinero Electrónico Ecuador @BCEDineroElc

APERTURA DE CUENTA

- 1 Ingresar al Sistema de Dinero Electrónico a través de cualquier teléfono celular digitando.

* 153 #

- 2 Confirmar que deseas abrir una cuenta de dinero electrónico. Digitar 1 y seleccionar ENVIAR.



- 3 Aceptar los Términos y Condiciones de Usos del Sistema de Dinero Electrónico en www.bce.ec.

- 4 Ingresar tu número de cédula de ciudadanía y seleccionar ENVIAR.



- 5 Contestar las preguntas de verificación que serán generadas por el Sistema de Dinero Electrónico, digitando la opción correspondiente a la respuesta correcta y seleccionar ENVIAR.

Tu número de cédula será registrado como el único identificador de tu cuenta de dinero electrónico.

PAGO EN ESTABLECIMIENTOS

- 1 Ingresar al Sistema de Dinero Electrónico, a través de tu teléfono celular digitando *153#.

- 2 Digitar el número correspondiente a la opción de PAGOS y seleccionar ENVIAR.

- 3 Ingresar el número de la persona a quien deseas enviar dinero electrónico desde tu cuenta.

- 4 Ingresar el monto a ser enviado y seleccionar ENVIAR.

Por seguridad, las transacciones requieren de tu clave personal.



ANEXO 16 CARTA Y RESPUESTA DE LA ALCALDÍA DE GUAYAQUIL SOLICITANDO LISTADO LOS COMPETIDORES

Guayaquil, 11 de marzo del 2016

Sr. Abogado
NEBOT SAADI JAIME
Presente

Yo, PINGEL CUEVA JOSE LUIS, CI # 0908254048, estudiante y aspirante a obtener mi título de Ingeniería en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil me dirijo a usted respetuosamente, para solicitarle me facilite un archivo o listado de los talleres de automotores, así como las lubricadoras y vulcanizadoras que están prestando servicio en la ciudad de Guayaquil, los mismos que serán utilizado para el proyecto que estoy desarrollando.

Agradezco de antemano por gentil atención

Atentamente


José Luis Pingel Gueva
0908254048

ALCALDÍA MUNICIPAL DE GUAYAQUIL
SECRETARÍA MUNICIPAL
RECIBIDO



11 MAR 2016

HORA:

16:19

9 # 10002

FIRMA



25 ABR 2016

**MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
(GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO)**

ALCALDIA

AG-2016-09248
Abril 22 de 2016

Señor
JOSE LUIS PINGEL CUEVA
Ciudad

De mi consideración:

En atención a su comunicación del 11 de marzo del año en curso, remito a usted copia del Oficio DUEVP-2016-909 del 21 de abril de 2016, suscrito por el Sr. Efrén Baquerizo Adum, Director de Uso del Espacio y Vía Pública, y MBA. Ing. Francisco Cornejo W., Jefe de Tasa de Habilitación, con el cual anexan un CD con la información solicitada.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,
DIOS, PATRIA Y LIBERTAD



Jaime Nebot Saadi
ALCALDE DE GUAYAQUIL

asl

ANEXO: Lo indicado

cc.: Sr. Efrén Baquerizo Adum, DIRECTOR DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA
MBA. Ing. Francisco Cornejo W., JEFE DE TASA DE HABILITACIÓN



**MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
(GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO)**

DUEVP-2016-909

Señor Abogado
Jaime Nebot Saadi
ALCALDE DE GUAYAQUIL
En su despacho.-

al Il. Municipalidad de Guayaquil

21 ABR 2015

SECRETARÍA MUNICIPAL
R E C I B I D O



21/04/2015

HORA.

15:02

De nuestras consideraciones:

cd

16380

FIRMA

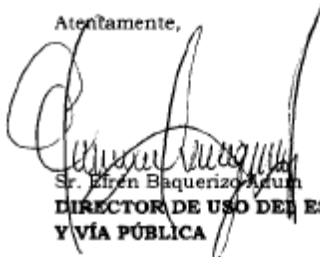
En atención al oficio **AG-2016-07990**, el cual guarda relación con la comunicación suscrita por el Sr. José Luis Pingel Cueva, solicitando se le facilite la información de un listado o archivo de los Talleres de Automotores, así como de lubricadoras y vulcanizadoras que están prestando servicio en la ciudad de Guayaquil, los mismos que serán utilizados en el proyecto que está desarrollando en su calidad de estudiante y aspirante a obtener el Título de Ingeniería en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil; a continuación le informamos:

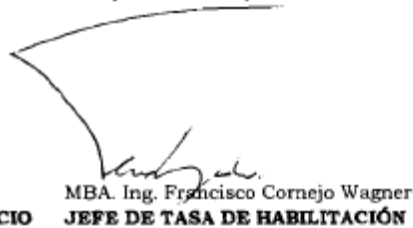
Adjunto encontrará en **CD registros** de Tasa de Habilitación canceladas a partir del año 2013 con las siguientes actividades:

- Taller de Reparación de Automóviles, Motocicletas
- Taller de Vulcanizadoras
- Taller Tecnicentro Automotriz
- Taller de Lubricentro
- Taller de Electromecánica

Particular que ponemos en su conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente,


Sr. Efrén Baquerizo Acuña
**DIRECTOR DE USO DEL ESPACIO
Y VÍA PÚBLICA**


MBA. Ing. Francisco Cornejo Wagner
JEFE DE TASA DE HABILITACIÓN

G. Cuesta.



05 ABR 2016

**MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
(GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO)**

ALCALDIA

**AG-2016-07990
Abril 4 de 2016**

**Señor
Efrén Baquerizo A.,
DIRECTOR DE USO DEL ESPACIO Y VIA PÚBLICA
M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad**

De mi consideración:

Para informe a este Despacho, remito a usted copia de la comunicación recibida el 31 de marzo del año en curso, suscrita por el Sr. José Luis Pingel Cueva, solicitando se le facilite la información mencionada en la misma, para ser utilizada en el proyecto que está desarrollando en su calidad de estudiante y aspirante a obtener el Título de Ingeniería en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

**Atentamente,
DIOS, PATRIA Y LIBERTAD**


**Ab. Doménica Tabacchi Rendón
ALCALDESA DE GUAYAQUIL (E)**

**asl
ANEXO: lo indicado**

cc.: Sr. José Luis Pingel Cueva

DIRECCION DE USO DE ESPACIO Y VÍA PÚBLICA

ACTIVIDAD: LUBRICENTRO%
DIRECCIÓN LOCAL: TODOS
UBICACIÓN PREDIAL: TODOS
AÑO PAGADO: DESDE 2013 HASTA 2016
RUC: TODOS
RAZÓN SOCIAL: TODOS
NOMBRE COMERCIAL: TODOS

	NOMBRE COMERCIAL	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	CAR CENTER	ESTEBAN JAVIER LOPEZ AMADOR	PARROQUIA XIMENA. AV. 25 DE JULIO NO. S/N EDIF. MALL DEL SUR OFICINA LOCAL 27 DIAGONAL A FYBECA
2	COMSEMAN-10 S.A.	COMSEMAN -10 S.A. .	PARROQUIA TARQUI. GARZOTA NO. SOLAR 11 MZ. 72 BLOQUE ETAPA UNO ATRAS DE GASOLINERA MOBIL
3	SANCHEZ ARAUJO ANDRES AUGUSTO	ANDRES AUGUSTO SANCHEZ ARAUJO	PARROQUIA CARBO (CONCEPCION). JUAN MONTALVO NO. 407 Y GENERAL CORDOVA A MEDIA CUADRA DEL MERCADO ARTESANAL
4	AFAJ S.A.	AFAJ S.A	CHAVEZ FRANCO 1419 Y GARCIA MORENO
5	AGENCIA DE TRANSPORTE ALAY	ALAY SOLIS DANIEL	LEONIDAS PLAZA 408 E/COLON Y ALCEDO
6	AIR-SEA LOGISTIC S.A. TRANSPORTE DE CARGA	AIR-SEA LOGISTIC S.A. TRANSPORTE DE CARGA	COOP. JUAN PENDOLA, AV. 25 DE JULIO SL. 21 MZ. 16
7	ALDO'S CARWASH	CARLOS ARTURO NIETO AGUILAR	PARROQUIA TARQUI. URB. COLINAS DE URDENOR AV. LAS AGUAS RAUL GOMEZ LINCE NO. SOLAR 18 MZ. 566 A UNA CUADRA DE COLCHONES PARAISO
8	ARREAGA ARREAGA KATTY CONSUELO	ARREAGA ARREAGA KATTY CONSUELO	PARROQUIA TARQUI. COOP. CUATRO DE MARZO NO. SOLAR 14 MZ. 2228 JUNTO AL ALMACEN DE REPUESTOS ISAAC
9	AUTO SELECTO	GARCIA SANCHEZ JORGE	CDLA. EL PARAISO ,AV. C. J. AROSEMENA #201 Y CIRUELOS.
10	AUTO SERVICIO LUBRICAR VARGAS	LUIS ORLANDO VARGAS VARGAS	PARROQUIA TARQUI. URB. LA GARZOTA II NO. SOLAR 9 MZ. 32 JUNTO AL RESTAURANTE PORKY'S
11	AUTO SERVICIO TERMINAL	SUQUILANDA FERIA HERALDO ENRIQUE	CDLA. SIMON BOLIVAR MZ. 1-A SL. 5
12	AUTO SPA CARWASH	LIDIA JANETH MORAN CORDOVA	PARROQUIA GARCIA MORENO. TULCAN NO. 4601 Y R. AVILES - CHAMBERS FRENTE AL COLEGIO DOMINGO SAVIO
13	AUTOS SERVICIOS COBA	COBA COBA SEGUNDO EFRAIN	PORTETE S/N E/ LA 34AVA Y LA 35 AVA
14	AUTOSERVICIO D LEON	LEON PESANTEZ JORGE IVAN	PARROQUIA TARQUI. COOP. QUISQUIS MAPASINGUE ESTE NO. SOLAR 8 MZ. N-1 FRENTE A LA FERRETERIA ESTIVEN
15	AUTOSERVICIO DITO	VARGAS TORRES DAVID GERARDO	CDLA. URDENOR UNO, MZ. 1022 SOLAR # 14
16	AUTOSERVICIO LEONELA 2	TORRES PITA WIMPER LEONARDO	CDLA LA GARZOTA MZ. 114-B SL. 11
17	AUTOSERVICIO MEZA DOS	MEZA SANCHEZ MANUEL AGUSTIN	PARROQUIA TARQUI. SIMON BOLIVAR NO. SOLAR 3 MZ. 2 DIAGONAL A LA SODA SANDUCHE CHINO
18	AUTOSERVICIOS MAYORQUITA	MAYORGA SANCHEZ ERNESTO JOSE OSWALDO	L. PLAZA # 1013 Y C. NAJERA
19	BODEGA LUBRICANTES TRANSURTRES S.A.(LAVADO/LUBRIC.)	COMPANIA DE TRANSPORTE TRANSURTRES S.A.	FCO DE MARCOS 2422 E/TUNGURAHUA Y CARCHI
20	CALLE CALLE ALFREDO GIOVANNY	ALFREDO GIOVANNY CALLE CALLE	PARROQUIA LETAMENDI. CAPITAN NAJERA NO. 3615 Y ALFREDO VALENZUELA A MEDIA CUADRA DE CABINAS CLARO
21	CAR CENTER	ESTEBAN JAVIER LOPEZ AMADOR	PARROQUIA TARQUI. BENJAMIN CARRION NO. S/N Y FELIPE PEZO EDIF. C.C. CITY MALL PARQUEADERO DEL CENTRO COMERCIAL CITY MALL
22	CAR FULL SERVICES	FONDEN .S.A.	CDLA VELASCO IBARRA MZ. 7 SL. 1
23	CASA DEL REPUESTO Y EL LUBRICANTE	SUAREZ LEDESMA LEONOR IRLANDA	COOP. 4 DE MARZO MZ 626 SL. 18
24	CANIZARES PESANTES JAVIER MAURICIO	CANIZARES PESANTES JAVIER MAURICIO	PARROQUIA TARQUI. COOP. PUERTAS DEL SOL NO. SOLAR 7 MZ. 2360 A UNA CUADRA DE MADERERA EL CISNE

25	CDL CONFECCIONES DON LUCHO	TORRES MIRANDA HOLGER EDUARDO	ESMERALDAS # 1008 Y VELEZ
26	CENTRO DE SERVICIO LOS RODRIGUEZ	EDUARDO LUIS RODRIGUEZ DOMINGUEZ	CDLA. SAMANES 7 MZ. 2203 SOLAR # 15
27	CENTROFIL	CHIRIBOGA ARGAEZ JUAN ALBERTO	AV.DE LAS AMERICAS S/N EDF.FILCOMECS LC.2795
28	CHEVY CENTER EXPRESS	NANCY JACQUELINE FIERRO ABARCA	GOMEZ RENDON 3418 Y OTAVALO
29	CLFILSA	SHIRLEY SOLEDAD LOPEZ VARGAS	PARROQUIA URDANETA. NICOLAS SEGOVIA NO. 1006 Y CAPITAN NAJERA A DOS CUADRAS DE LA ESCUELA COLEGIO STA MARIA GORETTI
30	COOP.DE AHORRO Y CREDITO GRAN COLOMBIA-LUBRIC-LAVA	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO GRAN COLOMBIA	BOLIVIA # 2732 Y LEONIDAS PLAZA
31	COOP.INTERPROV.TRANS.ECUATO RIANOS PESADOS CITEP	COOP.INTERPROVINCIAL DE TRANSP.ECUAT.PESADOS -CITE	AV.25 DE JULIO S/N VIA PUERTO MARITIMO
32	COOPERATIVA DE TRANSPORTE ALMA LOJANA	COOP DE TRANSP PESADOS ALMA LOJANA	LOMAS DE PROSPERINA,AV.JOSE ANTONIO GOMEZ S/N P.B
33	ECUACONDUZCA	ESCUELA DE CONDUCIR CONDUZCA S.A.ECUACONDUZCA	PORTETE Y LA 24AVA.
34	ECULINE DEL ECUADOR S.A	ECU LINE DEL ECUADOR S.A. (ELE)	CDLA GUAYAQUIL MZ.3 SL.5
35	HOT TIRES	MARIBEL FANNY ORDOÑEZ ESCOBAR	CDLA.ACUIRELA DEL RIO SL.11 MZ.1161
36	JEHOVA NISI	DUVAL ALBERTO ZURITA ICAZA	LA 25AVA Y ROSENDO AVILES
37	JUAN REINOSO BRAVO	REINOSO BRAVO JUAN	CDLA. LA GARZOTA MZ. 67 SOLAR # 6
38	KMOTOR S.A. KMOT	KMOTOR .S.A.	CDLA. NUEVA KENNEDY, MZ. 69 SOLAR 2-10
39	L.M. AUTOPARTES	LOPEZ MONTESDEOCA LIGIA OLINDA	COOP. QUISQUIS, MZ. 59 SOLAR # 13
40	LAVA AUTOS Y LUBRICADORA CLEAN CAR S	RINCON PEREZ WILDER FERNEY	PARROQUIA TARQUI. SIMON BOLIVAR AVE. DE LAS AMERICAS NO. SOLAR 05 MZ. 61 A UNA CUADRA DE PELUCAS Y POSTIZOS
41	LAVADORA "MEDRANDA"	MEDRANDA INTRIAGO JOHNNY ROLANDO	VILLAVICENCIO # 1813 Y BOLIVIA, ESQ.
42	LAVADORA ASTIRIO	ASTILLERO DEL RIO S.A. ASTIRIO	PARROQUIA XIMENA. SEIS DE MARZO NO. 3311 Y CAMILO DESTRUGE DIAGONAL A MEDILIK
43	LAVADORA BRITO	BRITO GUIJARRO MANUEL NICOLAS	LOS RIOS #2811 Y CALICUCHIMA
44	LAVADORA DE CARRO S/N	LECARO SALDARRIAGA LUIS DARIO	CDLA SAUCES 9 MZ.R-30 SL.1
45	LAVADORA DE CARROS DENISSE	APOLINARIO CAMPOZANO CARLOS	SAUCES IX MZ. L-10 VILLA 8.
46	LAVADORA DE LA CURVA	ANDRES DAVID VALLEJO ROMERO	LOT.STA.ADRIANA,MAPASINGUE ESTE MZ.25 SL.8
47	LAVADORA DE VEHICULOS "CAJIAS"	CAJIAS PALLMAY MANUEL ENRIQUE	AV.DEL EJERCITO # 3100 Y PORTETE
48	LAVADORA GUAYAQUIL	GARATE MAGUES MARIA LEONOR	CANAR 409 E/ELOY ALFARO Y CHILE
49	LAVADORA NATALIE	AGUILAR ABEL GUSMAN	GARCIA GOYENA 216 Y CAPITAN ZAERA
50	LAVADORA SAN LUIS	COLLAHUAZO TENEN LUIS VIRGILIO	CDLA ALBORADA 5TA ETP MZ.D-X SL.12
51	LAVADORA URDESA	CRESPO JURADO NICOLAS	AV.ENRIQUE ORTEGA # 1120 Y LAURELES
52	LAVADORA Y LUBRICADORA C.S	SOLORZANO MENDOZA SONIA	PEDRO MONCAYO 3102 Y LETAMENDI
53	LAVADORA Y LUBRICADORA DIANA	GARCIA CAICEDO MARTIN DIONICIO	CDLA LOS ESTEROS MZ.17-A SL.42
54	LAVADORA Y LUBRICADORA DON JORGE	ELIAS GUANOLEMA VILLA	COOP. PUEBLO Y SU REINO MZ.1882 SK.15
55	LAVADORA Y LUBRICADORA GIGI	CUZCO RIVAS LUZ EMERITA	LA 15AVA S/N E/BRASIL Y GOMEZ RENDON

56	LAVADORA Y LUBRICADORA GUTI	ANDREA VANESSA GUTIERREZ BRUQUE	CDLA. LA GARZOTA MZ-142 SL-9
57	LAVADORA Y LUBRICADORA SALAZAR	GALARZA OJEDA MARLON DANIEL	GOMEZ RENDON # 3720 Y CALLE 15AVA.
58	LAVADORA Y LUBRICADORA TORRES	LUIS HERIBERTO TORRES FONSECA	CALLE 15AVA. # 914 Y CAPITAN NAJERA
59	LAVADORAS DE CARROS	MINAN GOMEZ CLARA	GARCIA GOYENA #1809 E/ ESMERALDAS Y LOS RIOS
60	LAVAUTOS	CARLOS BOLIVAR HUASCO GOMEZ	PARROQUIA TARQUI. PUEBLO Y SU REYNO NO. SOLAR 2 MZ. 1865 DIAGONAL AL COLEGIO RITA LECUMBERRI
61	LECARO SALDARRIAGA LUIS DARIO	LECARO SALDARRIAGA LUIS DARIO	CDLA. SAUCES VII MZ. A-3 SOLAR # 2
62	LIBRI - MARKET	VICTOR FELIPE CHANGSAN FRANCO	CDLA.FLORIDA SL.4,MZ. 619
63	LOS NANITOS	BARZALLO CHIRIBOGA LEONCIO ERNESTO	COOP.VILCABAMBA MZ.:N SOLAR:12
64	LUBRI LUIS	LUIS ANTONIO PELAEZ ARGOTE	CDLA.ALBORADA XIII ETAPA,SL.#16,AV. F.DE ORELLANA
65	LUBRI WASH	MONAR ANGELA ESTHELA	CAPITAN NAJERA 2219 Y LOS RIOS
66	LUBRI-LAVA "SALMERON"	SALMERON ACOSTA FULTON	COOP.4 DE MARZO MZ.602 V.# 9
67	LUBRI-TALLER	AVILES PEZO CYNDY VERONICA	MAPASINGUE OESTE,AV.2DA 124 Y CALLE 1RA.
68	LUBRICADORA "AMBATO"	SANCHEZ CARRASCO AURELIO GENARO	CAPITAN NAJERA 4531 Y CALLE 18
69	LUBRICADORA "BELEN"	MAZA ALVAREZ JOSE RODRIGO	AV.3RA # 500 Y CALLEJON 7MO, MAPASINGUE ESTE
70	LUBRICADORA "CINTYA"	MOREIRA TUAREZ MARIA ILMA	25AVA. #3213 E/. CALLE: A Y B
71	LUBRICADORA "EBENEZER"	COOP.DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EBENEZER	CALLE 43 S/N Y LA "H"
72	LUBRICADORA "MUNOZ"	MUNOZ MENDOZA LUZ	COOP. JUAN PENDOLA MZ.5 V.13
73	LUBRICADORA "REINA DEL TRANSITO"	ARIAS PICO EDISON SEGUNDO	COLOMBIA # 2114-A E/L.GARCIA Y TUNGURAHUA
74	LUBRICADORA "SALAZAR"	SALAZAR ARIAS MARCO HUMBERTO	CALLE 15 # 606 E/G.RENDON Y MALDONADO
75	LUBRICADORA "URGILEZ"	URGILES URGILES VICTOR LEONARDO	GOMEZ RENDON 1804 Y JOSE MASCOTE
76	LUBRICADORA & LAVADORA HERMANOS SUAREZ	MATICUREMA BAJANA MARIA GABRIELA	COOP. BASTION POPULAR BL: 7-A MZ. 1014 SOLAR # 14
77	LUBRICADORA ALTAMIRANO	ALTAMIRANO GALARZA OSWALDO VICENTE	PARROQUIA TARQUI. MODELO ELIAS JACOME GUERRERO NO. SOLAR 2 MZ. 14 FRENTE AL ESTADIO MODELO
78	LUBRICADORA ARIZONA	VEGA MONTERO JOSE MANUEL	VILLAVICENCIO 1915 Y VACAS GALINDO
79	LUBRICADORA AUTOMERCADO	AUTOMERCADO .S.A.	BOLIVIA # 617 Y CORONEL
80	LUBRICADORA CORDOVA	PATINO VELASTEGUI SANDRA LUCIA	I.P.PAZMINO 615 Y P.P.GOMEZ
81	LUBRICADORA CUATRO HERMANOS	RUBER ESTALIN ROCA ARMENDARIZ	PARROQUIA FEBRES CORDERO. GARCIA GOYENA NO. SOLAR 5304 Y CALLE 29 AVA. A MEDIA CUADRA DE LA FARMACIA SANA SANA
82	LUBRICADORA EL COLORADO	HERRERA GRANDA WILSON ANIBAL	CALLE 16 Y CUENCA ESQ.
83	LUBRICADORA EL SAFARI	AGUSTO RIVERA TEOFILO ANTONIO	PARROQUIA TARQUI. COOP. CUATRO DE MARZO NO. SOLAR 19 MZ. 626 A OCHENTA METROS DE TIENDA Y FERRETERIA PSISACOM
84	LUBRICADORA GALGO	VICTOR HUGO BRAVO BARROS	FRANCISCO SEGURA # 2114 Y TUNGURAHUA
85	LUBRICADORA GALLEGOS	GALLEGOS GALLEGOS MILTON EDUARDO	COLINAS DE LA ALBORADA MZ. E-1 SL. 5
86	LUBRICADORA GALLEGOS	GALLEGOS GALLEGOS MILTON EDUARDO	AV. FCO. DE ORELLANA Y AV. BENJAMIN CARRION

87	LUBRICADORA GARMA UQUILLAS	SAUL ANTONIO GARMA ABAD	ESMERALDAS # 3614 E/ VENEZUELA Y COLOMBIA
88	LUBRICADORA GONZALEZ	ERLENY GABRIELA GONZALEZ MASTARRENO	PARROQUIA GARCIA MORENO. ESMERALDAS NO. 2924 Y FRANCISCO DE MARCOS FRENTE A LA TIENDA DE REPUESTOS JENAUTO
89	LUBRICADORA GUTIERREZ	GUTIERREZ CALLE ANGEL ROLANDO	COOP. JUAN PENDOLA MZ.26 SL.# 27, GUASMO CENTRAL
90	LUBRICADORA IDROVO	IDROVO URGILEZ ANGEL GONZALO	FCO. SEGURA # 513 Y LA 15
91	LUBRICADORA ISRAEL	ALCIBAR VALENCIO TORRES CAMACHO	PARROQUIA XIMENA. COOP. SANTIAGO DE GUAYAQUIL 2 NO. SOLAR 16 MZ. D A DOS CUADRAS DE CABINAS TELEFONICAS CLARO
92	LUBRICADORA J.V	JIMENEZ ORELLANA MILTON	CDLA GUAYACANES MZ.131 SL.27-28-29
93	LUBRICADORA JD	MOSQUERA ANDRADE DANIEL PATRICIO	PARROQUIA FEBRES CORDERO. GARCIA GOYENA NO. 4601 Y CALLE 30AVA. A UNA CUADRA DE LA FARMACIA CRUZ AZUL
94	LUBRICADORA KARINA	BALLADARES SILVA VIRGILIO CARLOS	CALLE 29 # 930 E/. LETAMENDI Y ARGENTINA
95	LUBRICADORA LEONELA	TORRES VIDAL ANGEL BENIGNO	COLON # 1804 Y JOSE MASCOTE
96	LUBRICADORA LOS ANDES	SAMANIEGO CABEZAS RAUL ENRIQUE	BABAHOYO # 1919 Y GRAL. GOMEZ
97	LUBRICADORA MONCADA S.A.	LUBRICADORA MONCADA S.A.	10 DE AGOSTO # 1347 Y CARCHI
98	LUBRICADORA PALACIOS	PALACIOS CABRERA LUIS MARCELO	AYACUCHO # 4318 E/. LA 15AVA. Y LA 16AVA.
99	LUBRICADORA PENDOLA	LEON MARQUINA ROSA AMELIA	GUASMO CENTRAL COOP. J.PENDOLA MZ. 5 SL. 14
100	LUBRICADORA SUIZA	RODRIGUEZ BALDA ROSA	CDLA.9 DE OCTUBRE MZ.41 SL.13
101	LUBRICADORA TARQUINO JR	COBA COBA TARQUINO RAMIRO	ARGENTINA 3620 E/LA 13 Y LA 14AVA
102	LUBRICADORA TARQUINO JR #3	COBA COBA TARQUINO RAMIRO	PARROQUIA LETAMENDI. GOMEZ RENDON NO. 3303 Y CALLE DECIMA DIAGONAL AL COMERCIAL DE PINTURA CHICHO
103	LUBRICADORA TARQUINO JR.	COBA COBA TARQUINO RAMIRO	LA 14AVA # 916 E/. CUENCA Y BRASIL
104	LUBRICADORA Y LAVADORA "ESTRELLA DEL SUR"	SOLANO CABRERA JESSICA PAULINA	LOS ESTEROS MZ. 8-A SL. 27
105	LUBRICADORA Y LAVADORA EL EMPERADOR	JULIO CESAR ROSERO ROSERO Y MARIA BELEN ROSERO VIL .	PARROQUIA XIMENA. COVIEN NO. SOLAR 1 MZ. 48 FRENTE A FARMACIA CRUZ AZUL
106	LUBRICADORA Y LAVADORA ISABEL	SARCO SANCHEZ JUAN GERMAN	PARROQUIA XIMENA. COVIEM NO. SOLAR 14 MZ. 45 JUNTO A LA VULCANIZADORA BORJA
107	LUBRICADORA ZALDUMBIDE	ISABEL ALEXANDRA VARGAS PEÑA	PARROQUIA PASCUALES. COOP. LOS VERGELES NO. SOLAR 1 MZ. 214 A DOS CUADRAS DE COLEGIO LOS VERGELES
108	LUBRICENTRO	HUGO PILCO AGUAGALLO	PARROQUIA TARQUI. COOP. FLOR DE BASTION NO. SOLAR 12A MZ. 1332 BLOQUE 22 A TRES CUADRAS DE LA PELUQUERIA LA GATA
109	LUBRICENTRO "JOHNNY WALKER # 2"	LASCANO VILLACIS ELVIA CONCEPCION	LA 38AVA.Y FCO.DE MARCOS
110	LUBRICENTRO DON POLO	POLO BARREIRO CHRISTIAN FERNANDO	LA GARZOTA II MZ-152 SL-16(AV.A.FREIRE) LC.5
111	LUBRICENTRO DON POLO	POLO BARREIRO BYRON FERNANDO	ESMERALDAS # 2718 Y GÓMEZ RENDÓN
112	LUBRICENTRO F.C.D. S.A.	LUBRICENTRO F.C.D. S.A.	COOP. STA. MARTHA I, MZ. 4 SOLAR # 1 GUASMO OESTE
113	LUBRICENTRO FRANSAN #2	SANCHEZ CORDOVA JOSE FRANCISCO	CUENCA Y LA 29 (ESQ)
114	LUBRICENTRO MEZA	ROSA MONICA ALCIVAR MACKAY	PARROQUIA LETAMENDI. BRASIL NO. 2126 Y LOS RIOS FRENTE A LA FUNDACION ONORES
115	LUBRICENTRO RAMSES	VERONICA JESENIA RODRIGUEZ OLARTE	COOP.EL FORTIN DOS MZ.1585 SL.1 V.PERIMETRAL KM.25
116	LUBRICENTRO TRAGOR	EVELYN LISSETH TRAVEZ GORTAIRE	PARROQUIA GARCIA MORENO. COLOMBIA NO. 1407 Y GARCIA MORENO - AV. DEL EJERCI A MEDIA CUADRA DEL RESTAURANTE EL COLORADO
117	LUBRICENTRO TRES HERMANOS.	LUIS FERNANDO LATA SANCHEZ	GUARANDA 807 Y GOMEZ RENDON.

118	LUBRICENTRO VERA 1	VERA JARAMILLO FANNY AMPARO	PARROQUIA TARQUI. ALBORADA SEXTA ETAPA NO. SOLAR 15 MZ. 670-1 OFICINA LOCAL 1 DIAGONAL A LA PISCINA DE JORGE DELAGDO
119	LUBRIEXITO	ACELA IDALBA PINCAY MIRANDA	VENEZUELA # 407 Y CHILE
120	LUBRIGUARDAFANGO	PERALTA PEDROZA NELSON LORENZO	L.GARCIA # 1117 Y AYACUCHO
121	LUBRILUX PJ	EDUARDO ANIBAL PEREZ ARMAS	CDLA. URDENOR MZ. 125 SOLAR # 5
122	LUBRIREPUESTOS URDESA	SILVANA LORENA VASCONEZ BORJA	URDESA CENTRA, GUAYACANES 111 Y MIRTOS, MZ.141 SL.8
123	LUBRISERVICIOS VIRGEN DEL CISNE	ROMERO JUMBO MARIA ELISA	COOP. JUAN MONTALVO MZ. 1765 SOLAR # 29
124	LUIS ALBERTO HERRERA AGUILAR	HERRERA AGUILAR LUIS ALBERTO	CDLA. MONTEBELLO MZ. 4-A SL. 7,
125	LUIS DARIO LECARO SALDARRIAGA	LECARO SALDARRIAGA LUIS DARIO	CDLA. SAUCES 6 MZ:259-F-19 SL.1
126	MEGAN	MARJORIE ELENA QUITO GENOVEZ	PARROQUIA FEBRES CORDERO. FRANCISCO SEGURA NO. 810 Y CALLE 17 AVA. - CALLE 18 AVA. A UNA CUADRA DE LA FARMACIA SANA SANA
127	MERCIAUTO S.A.	MERCIAUTO S.A.	PARROQUIA TARQUI. AV. COSME RENELLA NO. SOLAR 1 Y AV. DE LAS AMERICAS MZ. 7 FRENTE AL EDIFICIO BUCANERO
128	NATIVIDAD DEL GUAYCO	VAICILLA VILLACRES ROSA ADELAIDA	PARROQUIA TARQUI. MAPASINGUE ESTE AV. TERCERA NO. 400 Y SEPTIMA - NOVENA DIAGONAL A LA FABRICA DELTA
129	NUNEZ SOLANO FAUSTO ORLANDO	NUNEZ SOLANIO FAUSTO ORLANDO	PARROQUIA PASCUALES. VILCABAMBA NO. SOLAR 10 MZ. 161 FRENTE A LUBRICADORA PASCUALES
130	PEQUENA LUBRICADORA LAVADORA	CARVAJAL RUIZ MARCO ANTONIO	KM. 7.1/2 VIA A DAULE FRENTE A TEXTILES S.ANTONIO
131	PERSECUADOR S.A	PERSECUADOR S.A.	CAPITAN NAJERA 2808 Y ASISCLO GARAY
132	PERSECUADOR S.A.	PERSECUADOR S.A.	CARCHI # 1639 Y ALCEDO
133	PILATUÑA CUTUAN JUAN	JUAN PILATUÑA CUTUAN	PARROQUIA TARQUI. COOP. MAYAYCU PARAISO DE LA FLOR NO. SOLAR 36 MZ. 480 FRENTE A LA FARMACIA COMUNITARIA
134	PILLIGUA SALAZAR SAUL LEOPOLDO	SAUL LEOPOLDO PILLIGUA SALAZAR	PARROQUIA XIMENA. COOP. LA FRAGATA GUASMO OESTE NO. SOLAR 3 MZ. 2188 DIAGONAL A LA DESPENSA LA COLOMBIANA
135	RAPID LUBRI - LAVADO	ENRIQUE OSWALDO VILLAVICENCIO SANCHEZ	CDLA. GUAYACANES MZ. 207 SOLAR # 22
136	RELAX FITNESS & MASSAGE	ESTEC S.A	C.C. ALBAN BORJA, LOCAL # 28-A
137	RIGHT WASH	PENALOZA JARAMILLO JESSICA MARIA	CDLA LA GARZOTA MZ.23 SL.17
138	RIO JORDAN	CABRERA VASQUEZ NELSON VICENTE	CDLA LOS ESTEROS MZ.9-A SL.21
139	ROJAS ULLON FERNANDO JAVIER	FERNANDO JAVIER ROJAS ULLON	PARROQUIA FEBRES CORDERO. 19 AVA. NO. 4414 Y BRASIL A UNA CUADRA DE TALLER DON LUCHO
140	S/N	CARRENO CHICA ANA	CDLA SAUCES 8 MZ.454-F-27 SL.16
141	S/N	MUNOZ BENAVIDES FRANKLIN RODRIGO	COOP.UNION DE BANANEROS GUASMO SUR MZ.26 SL.45
142	SERVIATSA	SUPERSERVICE SERVICIOS AUTOMOTRICES, SERVIATSA .S.A.	ALBORADA 9NA.ET.CALLE ISIDRO AYORA,SL.6,MZ.953
143	SERVICENTRO "MONRI"	MONCAYO RIVERA JULIO HUMBERTO	GOMEZ RENDON # 4021 Y LA 17
144	SERVICENTRO MEDUSA	SERVICENTRO MEDUSA SERVIMEDUSA S.A.	ESMERALDAS 1129 E/LUQUE Y VELEZ
145	SERVICENTRO MEDUSA SERVIMEDUSA S.A.	SERVICENTRO MEDUSA SERVIMEDUSA S.A.	PARROQUIA TARQUI. ADACE PRIMERA NO. SOLAR 3-2 Y AV. DE LAS AMERICAS MZ. 2 FRENTE A LA GASOLINERA TERPEL
146	TALLER ALAY	COLON ELOY ALAY CHOEZ	PARROQUIA TARQUI. NAVAL NORTE NO. SOLAR 9 MZ. 10 JUNTO A CNT
147	TALLER LUBRICENTRO GERMAN GARCIA	VIRGILIO GERMAN GARCIA GARZON	PARROQUIA XIMENA. CUBA K NO. 208 Y CINCO DE JUNIO-DOMINGO COMIN OFICINA PB FRENTE AL CONJUNTO RESIDENCIAL EL LIMONAL
148	TALLER MONTESDEOCA	MONTESDEOCA CARRILLO SEGUNDO	CDLA.LA GARZOTA, AV.HNO MIGUEL MZ:9 SL.30

149	TECNICENTRO "AUTOCLEAN C.A."	TECNICENTRO AUTOCLEAN .C.A.	CDLA.VERNAZA NORTE INSTALACIONES DEL MALL DEL SOL
150	TECNICENTRO NARANJO	VILMA GEOCONDA MENDOZA CORTEZ	PARROQUIA XIMENA. COOP. AUTORIDAD PORTUARIA GUASMO OESTE NO. SOLAR 3 MZ. 7 DETRAS DE EMBUTIDOS LA VIENESSA
151	TECNICENTRO Y AUTO SERVICIO LEONELA TRES	TORRES PITA VERONICA LEONELLA	PARROQUIA URDANETA. CLEMENTE BALLEEN NO. 2501 Y BABAHOYO FRENTE A LA FUNDACION MARIA GUARE
152	TECNILUBRI S.A.	TECNILUBRI S.A	TUNGURAHUA # 3000 Y PORTETE,PLANTA BAJA
153	TECNOCAR	MONICA ESTEFANIA VARGAS VILLAVICENCIO	PARROQUIA XIMENA. DEL SEGURO GUARANDA NO. 2401 Y CAÑAR - AZUAY OFICINA PB FRENTE AL CENTRO CIVICO
154	TRANSPORTE RIO GUAYAS	TRANSRG S.A.	CARCHI 2403 Y MALDONADO
155	TRANSPORTE VILLAFUERTE	ING.PATRICIO VILLAFUERTE MUNOZ	CDLA COVIEM MZ.33 SL.9
156	TRANSPORTES MOBACHS	. TRANSPORTES MOBACHS CUENCA CIA. LTDA.	KM.11 VIA DAULE
157	TRANSPORTES PESADOS TRANS FEBRES CIA LTDA	TRANSPORTES PESADOS "TRANS-FEBRES CIA. LTDA"	SANTA ADRIANA AV.SAN FELIX S/N E/LA 1ERA Y LA 2DA
158	VEGA 1	VEGA CONEJO LUIS ALBERTO	CDLA SAMANES 1 MZ.145 SL.23
159	VILLAVICENCIO ZUÑIGA NEILA YARIXA	NEILA YARIXA VILLAVICENCIO ZUÑIGA	PARROQUIA TARQUI. URBANOR NO. SOLAR 7 MZ. 128 FRENTE A LA TIENDA POPULAR

TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS

159

REPORTE DE TASA DE HABILITACIÓN CON ESTABLECIMIENTO ACTIVO

ACTIVIDAD: TECNICENTRO%
DIRECCIÓN LOCAL: TODOS
UBICACIÓN PREDIAL: TODOS
AÑO PAGADO: DESDE 2013 HASTA 2016
RUC: TODOS
RAZÓN SOCIAL: TODOS
NOMBRE COMERCIAL: TODOS

NOMBRE COMERCIAL	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
TALLER ELECTROMECHANICO DON JORGE	JORGE MANUEL FARIAS MENDOZA	PARROQUIA XIMENA. COOP. UNION DE BANANEROS NO. SOLAR 9 MZ. 2515 CONJUNTO ETAPA 3 GUASMO SUR - A MEDIA CUADRA DE LA FARMACIA SANA SANA
"EL DADO"	LOZANO SALGUERO ADAN ALFREDO	LETAMENDI 2224 Y TULCAN.
"TALLER BRASILIA"	BASTIDAS GARCIA LUIS ENRIQUE	NOVENA # 1111 E/.MALDONADO Y CALICUCHIMA
"TALLER LOS ROJAS"	PEDRO MARIO ROJAS ALVARADO	COOP.EMP. JUNTA DE BENEFICENCIA, SL.12 - MZ.254
AEROSERVICIOS GENERALES C.A.ARICA.	AEROSERVICIOS GENERALES C.A. ARICA	AV.DE LAS AMERICAS HANGAR #7 FTE EDIF. MECANOS
ANTONIO PINO YCAZA & CIA.	ANTONIO PINO YCAZA & CIA.	AV. CARLOS JULIO AROSEMENA KM. 3
AUTOEXPRESS	BRODMEN S.A.	PARROQUIA TARQUI. ACUARELA DEL RIO AV NARCISA DE JESUS NO. SOLAR 12 MZ. 1173 JUNTO A UNIDAD EDUCATIVA NUEVO PACTO
CAR FIX SANCHEZ	SANCHEZ GANCHOZO RAMON ALFONSO	HUANCAVILCA 3315 Y GUERRERO MARTINEZ
CARLOS FRANCISCO SANALUISA SAA	CARLOS FRANCISCO SINALUISA SAA	CALLE 36AVA. E/. PORTETE Y VENEZUELA
CARLOS JUNIOR ESCOBAR MORALES	ESCOBAR MORALES CARLOS JUNIOR	G.GOMEZ #806 Y SEIS DE MARZO
ECUATRANSFORMA S.A.	. ECUATRANSFORMA .S.A.	GOMEZ RENDON #2420 Y LIZARDO GARCIA
FRENOSEGURO LLANTAS-AUTOPARTES-SERVICIOS	FRENOSEGURO CIA LTDA	PARROQUIA TARQUI. LOTIZACION INMACONSA NO. SOLAR 1-C MZ. 24 CARRETERO VIA A DAULE KM 12.5 A DOS CUADRAS DEL CENTRO COMERCIAL CALIFORNIA
FRENOSEGURO LLANTAS-AUTOPARTES-SERVICIOS	FRENOSEGURO CIA LTDA	PARROQUIA LETAMENDI. PORTETE NO. 3527 Y CALLE NOVENA KM 5.5 FRENTE AL ALMACEN PYCCA
FRENOSEGURO LLANTAS-AUTOPARTES-SERVICIOS	FRENOSEGURO CIA LTDA	PARROQUIA TARQUI. SANTA ADRIANA AV. JUAN TANCA MARENGO NO. SOLAR 3 MZ. 15 KM 5.5 FRENTE ENTRADA JARDINES DE LA ESPERANZA
FRENOSEGURO LLANTAS-AUTOPARTES-SERVICIOS	FRENOSEGURO CIA LTDA	PARROQUIA NUEVE DE OCTUBRE. MACHALA NO. 1200 Y LUQUE A UNA CUADRA DE RADIO CRISTAL
IMPORTADORA DE LLANTAS BRODMEN S.A	BRODMEN S.A.	URB.LA GARZOTA 2DA.ETAPA MZ.102 SL.2
IMPORTADORA DE LLANTAS BRODMEN S.A	BRODMEN S.A.	CDLA.LA GARZOTA MZ.29 SL.14
JACKIE BORBOR	DUEÑAS BORBOR ISABEL ELISA	URDESA CENTRAL,CALLE SEXTA #302 Y CEDROS MZ.2 SL#3
JAVIER MENDEL KILIK ALFONSO	JAVIER MENDEL KILIK ALONSO	L.IZQUIETA PEREZ #403 E/COLON - ALCEDO

JOSE ANTONIO FALCON	JOSE ANTONIO FALCON	COOP. QUISQUIS MZ. Q-2 SOLAR # 4
S/N	HERRERA RONQUILLO JOSE ALBERTO	ANDRES MARIN 236 Y HUANCAVILCA
SERVICIOS Y TALLERES STP S.A.	SERVICIOS Y TALLERES STP S.A.	LEOPOLDO IZQUIETA # 502 Y ALCEDO
TALLER "SPEDS"	BRIONES ESPINOZA VICENTE FELIPE	FCO.DE MARCOS 1519 Y AV.QUITO
TALLER DE ALINEACION Y BALANCEO "VERA"	VERA CEREZO PEDRO PABLO	P.P. GOMEZ Y LA 14AVA.(CALLE YAGUACHI)
TALLER DE ALINEACION Y BALANCEO CABRERA	CABRERA CABRERA LOURDES LUCIA	MALDONADO # 925 Y VILLAVICENCIO
TALLER DE ALINEACION Y BALANCEO LEO	RODRIGUEZ MORA LEONARDO ENRIQUE	FRANCISCO DE MARCOS 1118 ENTRE GUARANDA Y VILLAVICENCIO
TALLER EN ALINEACION DE RUEDAS DON WILMER	JARA SOTOMAYOR ULMEN OLMEDO	PARROQUIA TARQUI. ALBORADA ETAPA DOCE NO. SOLAR 35 MZ. 3 A UNA CUADRA DE HAMBURGUESAS EL COLORADO
TALLER GATO MURILLO	MURILLO CHAVEZ ALFREDO FRANCISCO	LA 30AVA 906 Y ARGENTINA
TALLER MECANICO DON VICHE	ARMIJOS JOSE VICENTE	SEDALANA 2109 Y CALLE 27 AVA
TALLER SOLIS	SOLIS TOALA FRANCISCO ALEJANDRO	AYACUCHO # 4317 E/. LA 15AVA. Y 16AVA.
TECNI-ACUSTICA CHAVEZ	CHAVEZ ARAGONEZ JORGE DANILO	JOSE DE ANTEPARA 3404 E/PORTETE Y VENEZUELA
TECNICENTER WICHY	NIEVES BOSQUES WILSON EDUARDO	PARROQUIA TARQUI. MIRAFLORES SEGUNDA NO. 302 Y AV. CENTRAL JUNTO AL RESTAURANTE SIR CRAB
TECNICENTRO ALEX	ELIZALDE ELIZALDE NIXON	PARROQUIA TARQUI. COOP. ENNER PARRALES NO. SOLAR 10 MZ. 844 FRENTE A LA IGLESIA DE LOS MORMONES
TECNICENTRO AUTO DOCTOR	ANA KARINA VERA AVENDAÑO	CDLA. GUAYACANES, CALLE ISIDRO AYORA MZ. 57 LC:17
TECNICENTRO BARZOLA	BARZOLA MORANTE HECTOR VICENTE	FRANCISCO SEGURA 2110 Y TUNGURAHUA
TECNICENTRO CRISTO DEL CONSUELO	MONTERO BALLADARES ELIZABETH PILAR	CRISTOBAL COLON 2603 Y GALLEGOS LARA
TECNICENTRO GRAND PRIX	FLORES FORTY MARIA ALEXANDRA	AYACUCHO 2216 Y TUNGURAHUA
TECNICENTRO LA CASA DEL AMORTIGUADOR S.A TECAMORTI	TECNICENTRO LA CASA DEL AMORTIGUADOR S.A.TECAMORTI	GARCIA MORENO 1509 Y SUCRE
TECNICENTRO SERVIREPUESTOS	SERVIREPUESTOS S.A.	CDLA.LA GARZOTA,SOLAR 13,MZ. O
TECNICENTRO VELSAN	VELOZ SUAREZ POLICARPIO	BRASIL 5214 E/LA 26 Y LA 27AVA

TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS

40

REPORTE DE TASA DE HABILITACIÓN CON ESTABLECIMIENTO ACTIVO

ACTIVIDAD: %VULCANIZADORA%
DIRECCIÓN LOCAL: TODOS
UBICACIÓN: TODOS
PREDIAL:
AÑO PAGADO: DESDE 2013 HASTA 2016
RUC: TODOS
RAZÓN SOCIAL: TODOS
NOMBRE COMERCIAL: TODOS

NOMBRE COMERCIAL	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
DON VILLA	VILLAMAR MUNOZ EUSEBIO ALBERTO	CAP. NAJERA # 3902 Y LA 12
ANA JUANA MARTILLO BRIONES	ANA JUANA MARTILLO BRIONES	COOP.NUEVA VENECIA,SL.20,MZ. B
CHILAN CHOEZ RODDY ANDRES	RODDY ANDRES CHILAN CHOEZ	PARROQUIA PASCUALES. COOP. TRECE DE SEPTIEMBRE BASTION POPULAR NO. SOLAR 4 MZ. 197 A MEDIA CUADRA DE LAS CABINAS DE CLARO
CORTEZ OLVERA MILTON	CORTEZ OLVERA MILTON RAUL	CALLE 29AVA Y CALLE C
CUZCO ANGULO LUIS MIGUEL	LUIS MIGUEL CUZCO ANGULO	PARROQUIA XIMENA. ISLA TRINITARIA BRISAS DEL SALSADO NO. SOLAR 6 MZ. 695 OFICINA PB A LADO DEL TALLER JONATHAN
DARITE	ESPANA PRECIADO AGUEDA INES	CDLA LOS ESTEROS MZ.58-A-12 SL.12
ECHEVERRI EL PODER DE DIOS	JOSE JHONNY GONZALES SALTOS	COOP. LOS ANGELES ISLA TRINITARIA MZ. 481 SL.#2-B
EL MANABA	INTRIAGO AVILA PEDRO ANTONIO	ARGENTINA # 3408 E/. CALLE 11AVA. Y CALLE 12AVA.
EL MANABA	INTRIAGO AVILA PEDRO ANTONIO	PARROQUIA FEBRES CORDERO. 13AVA. NO. 1923 Y ARGENTINA - SAN MARTIN
GABRIEL DOSITEO ALENCASTRO	GABRIEL DOSITEO ALENCASTRO REMACHE	CDLA LOT.INMACONSA, CALLE CASUARINA S/N Y CEDROS
GERARDO SINDULFO MACIAS BAZURTO	GERARDO SINDULFO MACIAS BAZURTO	CDLA. ALBORADA NOVENA ETAPA MZ. 928 SOLAR # 9
GOMASDIM S.A	GOMASDIM S.A.	CDLA BELLAVISTA MZ.29 SL.3
HARDSTORE	CEDILLO AGUIRRE FABRISIO ARMANDO	CDLA.MIRAFLORES,AV.C.J.AROSEMENA 214 Y AV.CENTRAL
HERMANOS CEDE?O	CEDENO PENAFIEL EDISON LEONEL	CDLA. GUAYACANES, MZ. 58 SOLAR # 19
IBARRA LARA ROSA ALEXANDRA	ROSA ALEXANDRA IBARRA LARA	PARROQUIA TARQUI. COOP. SAN FRANCISCO NO. SOLAR 8 MZ. 519 A UN CUADRA DEL CLUB ROTARIO CERRO AZUL
JESUS MANTILLA CALLE	MANTILLA CALLE JESUS HORACIO	AV. ENRIQUE ORTEGA MOREIRA Y CALLEJON TERCERO
JULIO MARTINIANO BARROS VERA	JULIO MARTINIANO BARROS VERA	URB.GARZOTA SL.17 MZ.9
KATTY JESSENIA QUIROZ ZAMBRANO	QUIROZ ZAMBRANO KATTY JESSENIA	COOP.U.BANANERO ETAPA 2.GUASMO SUR,SL.12,MZ.2785
LA VOLUNTAD DE DIOS	JOSE ANTONIO VERA CARRANZA	PARROQUIA XIMENA. COOP. AUTOR PORTUARIA GUASMO OESTE NO. SOLAR 32 MZ. 10 A MEDIA CUADRA DE EMBUTIDOLA VIENESA
MACIAS TUAREZ MELQUIADES SINDULFO	MELQUIADES SINDULFO MACIAS TUAREZ	PARROQUIA TARQUI. ALBORADA III NO. SOLAR 13 MZ. BE FRENTE A LA FARMACIA LIBITA
MANTILLA CALLE ORLANDO GREGORIO	MANTILLA CALLE ORLANDO GREGORIO	PARROQUIA TARQUI. COOP. MAPASINGUE OESTE CALLE TERCERA NO. SOLAR 2 Y AV SEXTA MZ. 14F SUPERMANZANA 410 OFICINA LOCAL 11 A CUATRO CUADRAS DE LAVANDERIA LOS CEIBOS
MAQUILON MORALES RAMON CESAR	RAMON CESAR MAQUILON MORALES	PARROQUIA XIMENA. UNION DE BANANEROS GUASMO SUR NO. SOLAR 6 MZ. G FRENTE A LAS OFICINAS DE IETEL
MARCOS ISIDORO MALGUA CHATA	MARCOS ISIDORO MALGUA CHATA	COOP.GUERREROS DEL FORTIN 1 SL.2 MZ.1178
MAXIMO NAVARRETE ROSADO	MAXIMO RAUL NAVARRETE ROSADO	COOP. 26 DE ABRIL, MZ. 2183 SOLAR # 4

MI LINDO GATITO	MIGUEL AGUSTIN ZAMBRANO MENDOZA	PARROQUIA PASCUALES. COOP. BASTION POPULAR NO. SOLAR 12 MZ. 994 BLOQUE 7 FRENTE A LA DISTRIBUIDORA REGALADO
MILTON EDUARDO TIAMBA PENA	MILTON EDUARDO TIAMBA PENA	COOP.CESAR SANDINO CUARTO,SL. 29, MZ. 4
MONTENEGRO HERNANDEZ FREDDY HUGO	FREDDY HUGO MONTENEGRO HERNANDEZ	PARROQUIA URDANETA. GALLEGOS LARA NO. 1203 Y CUENCA - BRASIL DIAGONAL A MUEBLERIAS VILLEGAS
MORAN ALCIVAR ANGEL ALEJANDRO	ANGEL ALEJANDRO MORAN ALCIVAR	PARROQUIA TARQUI. COOP. SANTA TERESA BASTION POPULAR NO. SOLAR 20 MZ. 1300 BLOQUE 2 FRENTE A LA GASOLINERA TEC CLUB
NARCISA ROMERO MALDONADO	NARCISA MIRELLE ROMERO MALDONADO	COOP.SOL NACIENTE MZ.B SL.44
PARCHES VULC.	FREDDY ERNESTO PAZMINO MARTINEZ	COOP.SAN EDUARDO MZ.281 SL.26
PEDRO GRISMALDO ALCIVAR ZAMBRANO	ALCIVAR ZAMBRANO PEDRO GRISMALDO	P.P.GOMEZ 3101 Y LA 11AVA.
RENDON PILOZO JIMMY SAUL	JIMMY SAUL RENDON PILOZO	PARROQUIA TARQUI. SAUCES VIII NO. SOLAR 2 MZ. F-509 DIAGONAL AL COLEGIO LICEO ALBONOR
REYES FARFAN FRANKLIN LORENZO	REYES FARFAN FRANKLIN LORENZO	PARROQUIA TARQUI. MAPASINGUE OESTE TERCERA AVENIDA NO. 103 CARRETERO VIA DAULE A MEDIA CUADRA DE LA AVICOLA FERNANDEZ
ROY STEVEN	CORONEL LUCERO WASHINGTON EDMUNDO	4 DE NOVIEMBRE # 2707 Y CALLEJON GALLEGOS LARA
S/N	HERRERA MORENO HUGO ABELARDO	LA 38AVA 2720 E/LA CH Y LA D
S/N	FRANCISCA AUXILIADORA SALTOS CARRENO	VILLAVICENCIO 1501 Y VENEZUELA
SALAZAR GUERRERO MEDARDO SEFERINO	SALAZAR GUERRERO MEDARDO SEFERINO	PARROQUIA XIMENA. COOP. VIVIENDA CUATRO DE MARZO ISLA TRINITARIA NO. SOLAR 10B MZ. 1 OFICINA LOCAL 3 FRENTE A GASOLINERA MASGAS
SALVATIERRA TUBAY JAIRO JHONNY	JAIRO JHONNY SALVATIERRA TUBAY	PARROQUIA TARQUI. COOP. GUAYAQUIL MAPASINGUE OESTE NO. SOLAR 1 MZ. A JUNTO AL COMERCIAL HERBALIVE
SANDOYA GORDILLO ROBERTO GIOVANNI	ROBERTO GIOVANNI SANDOYA GORDILLO	PARROQUIA TARQUI. PARAISO LOS CIRUELOS NO. 101 FRENTE A LA FARMACIA 911
SERVICIO DE VULCANIZACION	AVILA SALTOS BOSCO ELEUTERIO	CALLE 17AVA. 1214 E/ MALDONADO Y CALICUCHIMA
TALLER ARTESANAL "DON POLO".	POLO ZAMBRANO LUIS ALBERTO	LA 29AVA. 21 Y GARCIA GOYENA
TALLER CINCO HERMANOS	BARRO VERA JEMMY YOLANDA	PARROQUIA TARQUI. SAUCES VI NO. SOLAR 1 MZ. 259 F-7 A LADO DE LA FARMACIA 911
TALLER VULCANIZADORA "TECNICENTRO PEREZ"	CARLOS ANDRES PEREZ PONCE	PARROQUIA TARQUI. COOP. FICOA DE MONTALVO NO. SOLAR 1-A MZ. 427 CARRETERO VIA DAULE KM 8.5 FRENTE A LA FARMACIA CRUZ AZUL
TECNICENTRO PARCHAUTO	MARIA DE LOURDES TENEN TAMAY	PARROQUIA XIMENA. COOP. PROLETARIO SIN TIERRA 1 AV. ABDON CALDERON NO. SOLAR 4 MZ. 4 A CUATRO CUADRAS DE CABINAS TELEFONICAS
TEJENA MENDOZA JAIRO IVAN	TEJENA MENDOZA JAIRO IVAN	PARROQUIA GARCIA MORENO. JOSE MASCOTE NO. 4803 Y FRANCISCO SEGURA OFICINA LOCAL16-17 FRENTE A LA PANADERIA JOSELITO
TRES HERMANOS	FREDDY JACINTO GRIJALVA YZAGUIRRE	COOP. SANTIAGUITO ROLDOS MZ. 65 SL.# 1159, GUASMO O
VIEJO ALTAMIRANO DANIEL ELIAS	VIEJO ALTAMIRANO DANIEL ELIAS	CALLE 25AVA Y MARACAIBO #2231
VULCAN TECH	DE LA TORRE VILLALOBOS ELIANA	MAPASINGUE OESTE, AV. TERCERA # 137 VIA A DAULE
VULCANIZADORA	SORNOZA BRAVO LIDER ANTONIO	P.P. GOMEZ Y LA 9NA.
VULCANIZADORA	ALCIVAR ZAMBRANO VICTOR	HUANCAVILCA #3005 Y H.B. BRIONES
VULCANIZADORA	BRIONES ACOSTA MARIANA DE JESUS	CALLE 9NA 402 Y COLON
VULCANIZADORA "2 HERMANOS"	ZAMBRANO MENDOZA PEDRO PABLO	CDLA.SAUCES 1 MZ.F-29 VILLA # 20 LOCAL # 4
VULCANIZADORA "24 HORAS"	JOSE STALIN NUNEZ HENRIQUEZ	PARROQUIA XIMENA. COVIEM NO. SOLAR 14 MZ. 36 A DOS CUADRAS DE LA FARMACIA LA VICTORIA
VULCANIZADORA "CEVALLOS"	CEVALLOS INTRIAGO HOLGUER RICAURTE	LEONIDAS PLAZA 2302 Y VENEZUELA
VULCANIZADORA "EL CABEZON"	RIPALDA NOE TIRZO EMILIO	MANUEL GALECIO # 514 Y LORENZO DE GARAICOA
VULCANIZADORA "SAN LUCAS"	PALQUIBAY CASTANEDA VICENTE MANUEL	CALLE 36 S/N Y GOMEZ RENDON

VULCANIZADORA (WISTHON COLON ALCIVAR)	WISTHON COLON ALCIVAR ZAMBRANO	COLON 313 Y ASISCLO GARAY
VULCANIZADORA AMIGO FELIX	PONCE GARCIA LUIS GILBERTO	COOP.QUISQUIS MZ.O-3 SL.5
VULCANIZADORA ANDRES	SHIRLEY ELIZABETH RODRIGUEZ ARAGUNDI	COOP. TECHO PARA TODOS MZ. "A" SOLAR # 1
VULCANIZADORA AROM	VILLAMAR MARTILLO ANGEL	PARROQUIA XIMENA. COOP. TECHO PARA TODOS NO. SOLAR 1 MZ. G FRENTE A LA ESTACION DE BUSES DE LA LINEA NOVENTA
VULCANIZADORA AUTOMATICA	MACIAS MORA TAYRON	COOP.13 DE FEBRERO MZ.264 SL.1 GUASMO NORTE
VULCANIZADORA BARCELONA	ANGEL VICENTE CHIQUITO LOOR	PARROQUIA TARQUI. ALBORNOR NO. SOLAR 20 MZ. 1 A TRES CUADRAS DE LA GARITA DE SEGURIDAD
VULCANIZADORA BARTOLO	BARTOLO MEDARDO PINCAY PEREZ	COOP. FICOA MONTALVO SL.21 MZ.411
VULCANIZADORA BELLA AURORA	ESTACIO HERNANDEZ JULIO ALBERTO	PARROQUIA TARQUI. BELLA AURORA NO. SOLAR 11 MZ. D FRENTE AL HOSPITAL LORENZO PONCE
VULCANIZADORA BOZADA	BOZADA GUTIERREZ JOFFRE VICENTE	COOP.BASTION POPULAR MZ.30 SL.6 BLOQUE:1-A
VULCANIZADORA CEPILLIN	INTRIAGO CHAVEZ JOSE DEMETRIO	PARROQUIA FEBRES CORDERO. VENEZUELA NO. 4016 Y CALLEJON 15 AVA. Y 16 AVA. DIAGONAL A OXIGAS
VULCANIZADORA DAYANA	LORENZA PAQUITA MATIAS CHOEZ	COOP.LAS BRISAS, GUASMO SUR SL.9 MZ.2052
VULCANIZADORA DON GUILLO	LUIS GULLERMO REYES GARCIA	PARROQUIA GARCIA MORENO. TULCAN NO. 4001 Y 4 DE NOVIEMBRE - MARACAIBO A UNA CUDRA DE CLINICA AZUJAY
VULCANIZADORA DON JORGE	JORGE RENE BRITO CHACHO	COOP. JACOBO BUCARAM, MZ. 304 - SL. 4
VULCANIZADORA DON POLLITO	MARIA VITALINA GUAMAN MIRANDA	PARROQUIA OLMEDO (SAN ALEJO). NOGUCHI NO. 339 Y C. ROMERO - AYACUCHO A UNA CUADRA DE LA CAJA DEL SEGURO
VULCANIZADORA DOS HERMANOS	ARANA GONZALEZ ROBERTO	38AVA. 2020-B Y FCO. SEGURA
VULCANIZADORA EL CAT	ROSERO SANCHEZ MIRIAM DEL ROCIO	PARROQUIA XIMENA. COOP. SANTIAGO GUAYAQUIL UNO NO. SOLAR 15 MZ. B FRENTE A CABINAS TELEFONICAS DE PORTA
VULCANIZADORA EL COLORADO	CEDENO MISTER WILFRIDO	CDLA EL PARAISO AV.C. JULIO AROSEMENA Y LOS MANGOS
VULCANIZADORA EL COLORADO	ALCIVAR ZAMBRANO AQUILES EFREN	COLON 805 Y GUERRERO MARTINEZ
VULCANIZADORA EL GATO	VICTORIA DE JESUS ORELLANA NARVAEZ	PRECOOP.HOGAR PARA LOS POBRES MZ.8 SL.22
VULCANIZADORA EL NIÑO	CEDENO VERA ARMANDO KLEVER	PARROQUIA XIMENA. COOP. 12 DE OCTUBRE ISLA TRINITARIA NO. SOLAR 3 MZ. 345 FRENTE A ALMACENES TIA
VULCANIZADORA EL OSITO	NARANJO DEL CASTILLO OMAR ERNESTO	CDLA SANTA ADRIANA MZ.3 SL.9 SECTOR A
VULCANIZADORA EL PANA REYES	ASCENCIO PIZARRO ESPANA	CDLA. MAPASINGUE OESTE, MZ. 10-A - SL. 4
VULCANIZADORA FREIRE	FREIRE ASDRUAL LUIS	KM.17 VIA A LA COSTA RCTO.PTO.HONDO MZ-N S.4
VULCANIZADORA HIMALAYA	ORLANDO JAVIER VERGARA MORENO	COOP.MARIUXI FEBRES CORDERO, GUASMO SUR MZ.13A SL15
VULCANIZADORA J.C	JOSE MARIA CASTILLO MONTESINOS	COOP.ABDALA BUCARAM MZ.1 SL.3
VULCANIZADORA JORGE	GARCIA ENDARA JORGE NARCISO	4 DE NOVIEMBRE 1931 E/LOS RIOS Y TULCAN
VULCANIZADORA KAREN	MACIAS CHEVEZ FRANCISCFO LORENZO	PARROQUIA FEBRES CORDERO. ISMAEL PEREZ CASTRO NO. SOLAR 1 Y CALLE K MZ. 899 A MEDIA CUADRA DE LA ESTACION DE BUSES TREINTA Y SEIS
VULCANIZADORA LA ATARAZANA	CAMPANA AMORES VICTOR ANIBAL	AV.SUFRAGIO LIBRE MZ.123 SL.# 1 Y CIUDAD DE LA PAZ
VULCANIZADORA LA RAPIDA	PACURUCU JUSTO ABEL	GARCIA GOYENA 2309-2313 Y BABAHOYO
VULCANIZADORA MAFERCITA	JOSE BENEDICTO SILVA ALVARADO	PARROQUIA XIMENA. COOP. UNION DE BANANEROS NO. SOLAR 3 MZ. 28 BLOQUE 1 JUNTO A FERRETERIA NEIRA
VULCANIZADORA MIGUELITO	MACIAS REYES MIGUEL ALEX	COOP.29 DE ABRIL,ISLA TRINITARIA MZ.A-(583) SL.7-1
VULCANIZADORA NARCISITA DE JESUS	ROBERT EDISON MERCHAN MERCHAN	COOP. STA. MONICA MZ. 5 SOLAR # 30-A, GUASMO OESTE
VULCANIZADORA PARAISO	DAZA MURILLO RONMEL FRANCISCO	AV. C. J. AROSEMENA, CDLA. EL PARAISO, MZ."K" V#5

VULCANIZADORA PARAISO 2	ROMMEL STALYN DAZA MONTOYA	PARROQUIA TARQUI. MAPASINGUE ESTE AV. 9NA. NO. 328 Y CALLEJON TERCERO A MEDIA CUADRA DEL COLEGIO AUGUSTO MENDOZA
VULCANIZADORA PAREDES	PAREDES LEMA JORGE	PARROQUIA FEBRES CORDERO. 34 AVA. NO. 1701 Y GARCIA GOYENA - BOLIVIA FRENTE A LA PANADERIA PASTIPAN
VULCANIZADORA POPULAR	MILAN PAUCAR DOROTEO LUIS	PARROQUIA FEBRES CORDERO. VEINTINUEVE NO. 4605 Y CALLE K - CALLE L JUNTO AL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO TASAMBAK
VULCANIZADORA RAMONCITO	MARGARITA DEL ROCIO RAMOS RAMIREZ	PARROQUIA XIMENA. COOP. SIETE LAGOS ROBERTO SERRANO NO. SOLAR 8 Y DOMINGO COMIN MZ. 1452 A MEDIA CUADRA DE LA FARMACIA SANA SANA
VULCANIZADORA RIO CHICO	LAURA MARIA GONZALEZ MURQUINCHO	LA 16 # 1631 E/. SAN MARTIN Y ARGENTINA
VULCANIZADORA SAN JOSE	FLORES VELEZ MANUEL	PARROQUIA AYACUCHO. VILLAVICENCIO NO. 1412 Y VENEZUELA A TRES CUADRAS DEL ESTADIO CAPWELL
VULCANIZADORA TRES HERMANOS	HERRERA MARTINEZ LUIS TEODORO	PARROQUIA TARQUI. FORTIN DE LA FLOR NO. SOLAR 13 MZ. 1557 BLOQUE 11 FRENTE A LA FERRETERIA NIÑO DIEGO
VULCANIZADORA VILLAMAR	VILLAMAR AROCA MANUEL GERARDO	LA 24AVA 1222 E ARGENTINA Y PORTETE
VULCANIZADORA VOLUNTAD DE DIOS #2	BONE CABRERA MARIA LUCINDA	FRANCISCO SEGURA 722 Y LA 17AVA
VULCANIZADORA YAHVE YIRETH	LUISA MARIA SIGUENCIA VERA	ARGENTINA 6013 E/LA 38AVA Y CALLEJON 38
YAGUAL PARRALES MARGOTH NARCISA	MARGOTH NARCISA YAGUAL PARRALES	PARROQUIA XIMENA. COOP. ECUADOR GUASMO CENTRAL NO. SOLAR 1 MZ. 1 FRENTE ALMACENES TIA
TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS		100

Guayaquil, 28 julio del 2016

Licenciada
Celeste Viteri
Directora de Recursos Humanos
Interagua

De mis consideraciones

Yo, PINGEL CUEVA JOSE LUIS con Ci. # 0908254048, estudiante y aspirante a obtener mi título de tercer nivel, en la facultad de Ingeniería Comercial de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitarle me facilite información, la misma que serán utilizado para el proyecto que estoy desarrollando:

- Trampa de grasa, en especial para las lubricadoras, lavadoras de automóviles y vulcanizadoras de neumáticos
- Los procesos para obtener o solicitar los permisos correspondientes para los negocios antes mencionados
- El manejo de desperdicios, como se los hace y quien los recolecta
- En cuanto al manejo de desperdicios por el cambio de aceite de los automóviles, su recolección la hace Interagua o existe empresas encargadas para ello?

Adicionalmente si considera alguna otra información importante que sirva para el proyecto de implementación de negocio de Lubricadora, lavadora de automóviles y vulcanizadora de neumático le agradezco mucho.


Cabe mencionar que el día 3 de Junio del 2016 presente una solicitud, solicitando información sobre las trampas de grasa, pero el día 27 de julio de informan que debo dirigirme a usted, es por ello que reitero mi pedido.

Atentamente



JOSE LUIS PINGEL CUEVA
CI 0908254048
CELL 0992628157
EMAIL: billypingel@yahoo.com - jpgel@supercias.gob.ec

RECIBIDA
28/7/2016
9:41

	SOLICITUD PARA PERMISOS DE DESCARGAS (CERTIFICADO DE APROBACION DE LOS SS-TG)	CÓDIGO: FO- OPC- 0205
		FECHA DE ELABORACIÓN:
		CÓDIGO DEL REGISTRO: NA
RESTAURANTES, COMEDORES, PICANTERIAS, FUENTES DE SODA Y SIMILARES	TALLERES MECANICOS, LAVADORAS, LUBRICADORAS, ESTACIONES DE SERVICIO Y SIMILARES	INDUSTRIAS, CENTROS COMERCIALES, COMISARIA HOSPITALES, BODEGAS Y SIMILARES
Producción Diaria	Unidad	TALLER / LAVADORA / BODEGA <input type="checkbox"/>
		LUBRICADORA / GASOLINERA <input type="checkbox"/>
Inspección inicial <input type="checkbox"/>	Inspección inicial <input type="checkbox"/>	Inspección inicial <input type="checkbox"/>
Renovación de certificado <input type="checkbox"/>	Renovación de certificado <input type="checkbox"/>	Seguimiento del usuario <input type="checkbox"/>
Seguimiento del usuario <input type="checkbox"/>	Seguimiento del usuario <input type="checkbox"/>	
REVISION DE PROYECTOS (RESTAURANTES, TALLERES E INDUSTRIAS)		
Inspección inicial <input type="checkbox"/>	Aprobación de proyecto <input type="checkbox"/>	Inspección final <input type="checkbox"/>
SOLICITUD DE ANALISIS DE LABORATORIO		
Restaurantes y similares (parametro A & G) <input type="checkbox"/>	Talleres y similares (parametro TPH) <input type="checkbox"/>	
INFORMACION GENERAL		
Propietario o representante legal del local (RUC): _____		
Razón social de la compañía (RUC): _____		
Nombre comercial y numero del establecimiento (RUC): _____		
Dirección del establecimiento motivo de la inspeccion (RUC): _____		
Numero de cuenta planilla de agua del establecimiento: _____		
Tiempo de funcionamiento del establecimiento: _____		
Horario y dias de atencion : _____		
Numero de telefono convencional y celular para ubicar al usuario: _____		
Correo o direccion electronica: _____		
Nombre de contacto y numero de telefono: _____		
CROQUIS DE UBICACIÓN (Si es necesario, incluir más detalles en la página posterior)		
		Parroquia: _____
		Sector: _____
		Ciudadela: _____
		Cooperativa: _____
		Manzana _____
		Solar, villa _____
FIRMA AUTORIZADA _____		Nº CEDULA DE IDENTID _____
NO ESCRIBIR, ESPACIO A SER LLENADO POR INTERAGUA		
¿El usuario adjunta documentación de acuerdo a la guía para obtener permiso de descargas?		
		SI <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
Observaciones: _____		

ANEXO 18 CARTA Y RESPUESTA AL DIRECTOR ATM SOLICITANDO VEHÍCULOS MATRICULADOS 2015

Guayaquil, 12 de Abril del 2016

Sr. Abogado
Andres Roche Pesantes
Gerente General
Autoridad de Tránsito Municipal de Guayaquil
Presente

Yo, PINGEL CUEVA JOSE LUIS, CI # 0908254048, estudiante y aspirante a obtener mi título de Ingeniería en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil me dirijo a usted respetuosamente, para solicitarle me facilite la siguiente información, la misma que servirá para desarrollar mi proyecto de investigación:

- ✓ Vehículos matriculados en Guayaquil el año 2015
- ✓ Cantidad de vehículos livianos
- ✓ Cantidad de Vehículos pesados
- ✓ Cantidad de compañía de transporte existente en Guayaquil
- ✓ Adicionalmente, un listado o archivo indicando las cooperativas de transporte y su dirección,

De antemano pido disculpas por las molestias causas y agradezco por gentil atención

Atentamente



José Luis Pingel Cueva
CI, 0908254048
Cell 0992628157
Email: billypingel@yahoo.com

RE: solicitud de estadísticas vehículos

Christian Rochina christian.rochina@atm.gob.ec

viernes 29/04/2016 15:25

Estimado José Pinel buenas tardes,

En atención a su solicitud, comunico lo siguiente:

- Cantidad total de vehículos matriculados en la ciudad de Guayaquil en el año 2015**
 - Cantidad de vehículos livianos matriculados
 - Cantidad de vehículos pesados matriculados:
 - Cantidad de vehículos de transporte urbanos
 - Cantidad de vehículos de transporte intercantonales
 - Cantidad de vehículos de transporte interprovinciales
 - Cantidad de vehículos de transporte varios

Nº	TIPO DE TRANSPORTE	Cantidad de Vehículos Matriculados 2015
1	CARGA LIVIANA	359
2	CARGA PESADA	3,337
3	SERVICIO ALTERNATIVO EXCEPCIONAL	1
4	TAXI CONVENCIONAL	15,718
5	TAXI EJECUTIVOS	693
6	TRANSPORTE COLECTIVO	2,055
7	TRANSPORTE ESCOLAR E INSTITUCIONAL	3,409
8	TRANSPORTE MASIVO	6
9	TRANSPORTE MIXTO	41
10	TURISMO	99
11	OTROS TIPO DE TRANSPORTE	275,615
	TOTAL	301,333

- Archivo o listado de compañías o cooperativa de transporte existente en Guayaquil (si fuese posible el RUC, el nombre de la compañía o cooperativa de transporte, y su dirección)

COOPERATIVA	TIPO DE TAXI
CHONGON	TAXI CONVENCIONAL
RIBERAS DEL GUAYAS	TAXI CONVENCIONAL
CAP.LUIS NIETO PICO	TAXI CONVENCIONAL
PLAZA VICENTE ROCAFU	TAXI CONVENCIONAL
11 DE SEPTIEMBRE	TAXI CONVENCIONAL
LIBRES DEL GUAYAS	TAXI CONVENCIONAL
TAXI COL	TAXI CONVENCIONAL
GRALVERNAZA	TAXI CONVENCIONAL
GQUIL. INDEPENDIENT COOP. TRANSP EN TAXI	TAXI CONVENCIONAL

COOPERATIVA DE TRANSPORTE COMERCIAL EN T	TAXI CONVENCIONAL
GLEND ALCIVAR DE BUCARAM	TAXI CONVENCIONAL
JAGUAR	TAXI CONVENCIONAL
CABALLEROS DEL VOLAN	TAXI CONVENCIONAL
GLEND ALCIVAR DE BU	TAXI CONVENCIONAL
ASTIG	TAXI CONVENCIONAL
GENERAL SEMBLANTES	TAXI CONVENCIONAL
COOP. DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS GENERAL SEMBLANTES	TAXI CONVENCIONAL
URDANETA	TAXI CONVENCIONAL
LOS SAUCES	TAXI CONVENCIONAL
CASTROL	TAXI CONVENCIONAL
COOPETRANS Z-1	TAXI CONVENCIONAL
ALBO LADA	TAXI CONVENCIONAL
DR. ESTEBAN AMADOR	TAXI CONVENCIONAL
LA GUARDIANA	TAXI CONVENCIONAL
CORTE SUPERIOR DE JU	TAXI CONVENCIONAL
RADIO SUCRE	TAXI CONVENCIONAL
5 DE FEBRERO	TAXI CONVENCIONAL
4 DE ABRIL	TAXI CONVENCIONAL
POLICENTRO	TAXI CONVENCIONAL
REPUBLICA DEL ECUADO	TAXI CONVENCIONAL
EXXON	TAXI CONVENCIONAL
PRIMERO DE OCTUBRE	TAXI CONVENCIONAL
EL EJECUTIVO	TAXI CONVENCIONAL
LAS PEÑAS	TAXI CONVENCIONAL
HOSPITAL GUAYAQUIL	TAXI CONVENCIONAL
NICANOR QUIROZ	TAXI CONVENCIONAL
CORDILLERA DEL CONDOR	TAXI CONVENCIONAL
CONTRAYMAN S.A.	TAXI CONVENCIONAL
GUIL AL SERVIC T.T.	TAXI CONVENCIONAL
KAFKA S.A.	TAXI CONVENCIONAL
RADIO CARAVANA	TAXI CONVENCIONAL
HOTEL HUMBOLDT	TAXI CONVENCIONAL
AEROPUERTO	TAXI CONVENCIONAL
UNION PALLATANGUEÑA	TAXI CONVENCIONAL
UNITAXI	TAXI CONVENCIONAL
LEON DE FEBRES CORDE	TAXI CONVENCIONAL

MAURICIO LANIADO	TAXI CONVENCIONAL
HERMANO GREGORIO	TAXI CONVENCIONAL
SUPERIOR	TAXI CONVENCIONAL
CORDILLERA CONDOR	TAXI CONVENCIONAL
CDLA. LA CHALA	TAXI CONVENCIONAL
COOP. JAGUAR	TAXI CONVENCIONAL
PUENTE UNIDAD NAC.	TAXI CONVENCIONAL
COOP. DESARROLLO COMUNAL II #5 MZ 384 GYE	TAXI CONVENCIONAL
COOP. UNITAXI	TAXI CONVENCIONAL
COOP. 4 DE ABRIL	TAXI CONVENCIONAL
JORWASH	TAXI CONVENCIONAL
COOP. COOPETRANS Z-1	TAXI CONVENCIONAL
COOP. ASTIG	TAXI CONVENCIONAL
COOP. Z1	TAXI CONVENCIONAL
COOP. POLICENTRO	TAXI CONVENCIONAL
COOP. GQUIL AL SERVICIO DEL TERMINAL TERRESTRE	TAXI CONVENCIONAL
LIBERTADORES DE AMER	TAXI CONVENCIONAL
SIMON BOLIVAR Y TURI	TAXI CONVENCIONAL
LUJO S.A.	TAXI CONVENCIONAL
TAXI - COL	TAXI CONVENCIONAL
COOP. GQUIL AL SERVICIO D	TAXI CONVENCIONAL
GUAYAQUIL AL SERVICIO DEL TERMINAL TERRESTRE LTDA	TAXI CONVENCIONAL
COOP. DE TRANSP. EN TAXIS GUAYAQUIL AL SERVICIO DEL TERMINAL	TAXI CONVENCIONAL
GRAL VERNAZA	TAXI CONVENCIONAL
CINCO DE JUNIO LTDA.	TAXI CONVENCIONAL
MAURICIO J. LANIADO	TAXI CONVENCIONAL
HOTEL ORO VERDE	TAXI CONVENCIONAL
SUCRE NACIONAL	TAXI CONVENCIONAL
COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS COOPETRANS Z-1	TAXI CONVENCIONAL
COOP. TAXI-COL TERMINAL TERRESTRE	TAXI CONVENCIONAL
COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS PRIMERO DE OCTUBRE	TAXI CONVENCIONAL
RUTAS SALITREÑAS COOP. TRANSP. INTERPRO	TAXI CONVENCIONAL
DR. ESTEBAN AMADO	TAXI CONVENCIONAL
COOP. ASTIG	TAXI CONVENCIONAL
POLICENTRO LTDA.	TAXI CONVENCIONAL
REPUBLICA DEL ECUADOR	TAXI CONVENCIONAL
TRANSMUNDOCAR S.A.	TAXI CONVENCIONAL

UNIVERSITY SERVICE'S CAR S.A. UNISERCAR	TAXI CONVENCIONAL
INTERCONTINENTAL	TAXI CONVENCIONAL
TRAVENJULI S.A.	TAXI CONVENCIONAL
COOP. PLAZA VICENTE ROCAFUERTE	TAXI CONVENCIONAL
COOPERATIVA DE TRANSPORTES TAXISTAS CINCO DE JUNIO LTDA.	TAXI CONVENCIONAL
COOP. CABALLEROS DEL VOLA	TAXI CONVENCIONAL
COOP. REPÚBLICA DEL ECUADOR.	TAXI CONVENCIONAL
COOP. CORDILLERA DEL CONDOR	TAXI CONVENCIONAL
COOP. RADIO CARAVANA	TAXI CONVENCIONAL
CONDORCAR S.A.	TAXI CONVENCIONAL
COOPERATIVA 23 DE JULIO	TAXI CONVENCIONAL
COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS 4 DE ABRIL	TAXI CONVENCIONAL
DR. ESTEBAN AMADOR BAQUERIZO	TAXI CONVENCIONAL
REPÚBLICA DEL ECUADOR	TAXI CONVENCIONAL
COOP. LA GUARDIANA	TAXI CONVENCIONAL
MANUEL ANDRADE ACUÑA	TAXI CONVENCIONAL
COOP. AEROPUERTO DE GUAYAQUIL	TAXI CONVENCIONAL
COOP. 05 DE FEBRERO	TAXI CONVENCIONAL
VENCEDORES	TAXI CONVENCIONAL
CONFORTMOVIL S.A.	TAXI CONVENCIONAL
COOP. CINCO DE JUNIO LTDA	TAXI CONVENCIONAL
TAXI-COL TERMINAL TERRESTRE LTDA	TAXI CONVENCIONAL
SERVICIOS DE TAXI EJECUTIVO SERTAEJ S.A.	TAXI CONVENCIONAL
COOP.TAXIS PRIMERO DE OCTUBRE	TAXI CONVENCIONAL
EL EJECUTIVO LTDA.	TAXI CONVENCIONAL
ROBQUE EASY CAR S.A.	TAXI CONVENCIONAL
10 MATERNIDAD	TAXI CONVENCIONAL
CINCO ESTRELLAS	TAXI CONVENCIONAL
COOP. LAS PEÑAS	TAXI CONVENCIONAL
9 ABRIL	TAXI CONVENCIONAL
SEDISCA S.A SERVICIO DE DISCAPACITADOS	TAXI CONVENCIONAL
POLICENTRO LTDA	TAXI CONVENCIONAL
CIA EDENAZUL S.A	TAXI CONVENCIONAL
DR.ESTEBAN AMADOR BAQUERIZO	TAXI CONVENCIONAL
GUAYAQUIL AL SERVICIO TT	TAXI CONVENCIONAL
CIA FUERZA 23 DE SEPTIEMBRE	TAXI CONVENCIONAL
LA CHALA	TAXI CONVENCIONAL

PLAZA VICENTE ROCAFUERTE N. 81 GUAYAQUIL	TAXI CONVENCIONAL
AEROPUERTO DE GUAYAQUIL	TAXI CONVENCIONAL
CINCO DE JUNIO LTDA	TAXI CONVENCIONAL
CHONGON INTERNACIONAL	TAXI CONVENCIONAL
JULIO VITERI GAMBOA	TAXI CONVENCIONAL
COOP BRISA AZUL	TAXI CONVENCIONAL
CIA TAXBRIMAR S A	TAXI CONVENCIONAL
CIA BRISA DEL MAR	TAXI CONVENCIONAL
GQUIL AL SERVICIO DEL T.TERRESTRE LTDA	TAXI CONVENCIONAL
TAXISTAS ALFARISTA LTDA	TAXI CONVENCIONAL
UNION PALLATANGUEÑA LTDA	TAXI CONVENCIONAL
RUTA EXXON	TAXI CONVENCIONAL
AB. MARTHA BUCARAN	TAXI CONVENCIONAL
HUMBOLDT INTERNACIONAL	TAXI CONVENCIONAL
ESTEBAN AMADOR BAQUERIZO	TAXI CONVENCIONAL
COOP. 11 DE SEPTIEMBRE	TAXI CONVENCIONAL
GQUIL AL SERVICIO DEL T TERRESTRE	TAXI CONVENCIONAL
HOTEL HUMBOLDT INTERNACIONAL	TAXI CONVENCIONAL
LUIS G. NIETO PICO	TAXI CONVENCIONAL
COOP. CIUDADELA LA CHALA	TAXI CONVENCIONAL
COOP. LUIS G. NIETO PICO	TAXI CONVENCIONAL
UNOIN PALLATANGUEÑA LTDA.	TAXI CONVENCIONAL
COOP. PRIMERO DE OCTUBRE	TAXI CONVENCIONAL
CASTROL S.A.	TAXI CONVENCIONAL
JAGUAR	TAXI CONVENCIONAL
MAURICIO J LANIADO	TAXI CONVENCIONAL
RIBERAS DEL GUAYAS	TAXI CONVENCIONAL
CAPITAN LUIS G. NIETO PICO	TAXI CONVENCIONAL
SAN FRANCISCO DE MILAGRO	TAXI CONVENCIONAL
MAXICAR S.A.	TAXI CONVENCIONAL
PRIMERO DE SEPTIEMBRE	TAXI CONVENCIONAL
IVANCARSA S.A.	TAXI EJECUTIVOS
CONFORTMOVIL S.A.	TAXI EJECUTIVOS
SERVICAREN S.A.	TAXI EJECUTIVOS
KAFKA S.A.	TAXI EJECUTIVOS
SERVICIOS DE TRANSPORTE DE TAXI EJECUTIV	TAXI EJECUTIVOS
TAX. EJEC. COMSTRANA S.A.	TAXI EJECUTIVOS
CARSERVIRENT S.A.	TAXI EJECUTIVOS
SEDISCA S.A SERVICIO DE DISCAPACITADOS	TAXI EJECUTIVOS
SOCIO EJECUTIVO S.A.	TAXI EJECUTIVOS

TRANSMUNDOCAR S.A.	TAXI EJECUTIVOS
MOVILSAT S.A.	TAXI EJECUTIVOS
ROBQUE EASY CAR S.A.	TAXI EJECUTIVOS
SUPERINTER S.A.	TAXI EJECUTIVOS
NEGOCLASIC S.A.	TAXI EJECUTIVOS
LUXURY RENT A CAR S.A. LUXURYCAR	TAXI EJECUTIVOS
RUEDA CAR GUAYAQUIL RUCAGU S.A.	TAXI EJECUTIVOS
OPTIMUSTRANS S.A.	TAXI EJECUTIVOS
DICUYTRANS S.A.	TAXI EJECUTIVOS
UNIVERSITY SERVICE'S CAR S.A. UNISERCAR	TAXI EJECUTIVOS
ANALYSYSTEM S.A.	TAXI EJECUTIVOS
SERVICIOS DE TAXI EJECUTIVO SERTAEJ S.A.	TAXI EJECUTIVOS
SOLEDCAR S.A.	TAXI EJECUTIVOS
ANDESCAR S.A.	TAXI EJECUTIVOS
CONDORCAR S.A.	TAXI EJECUTIVOS
TAX.EJEC.FRIENDS CARS	TAXI EJECUTIVOS
NANCYCAR S.A.	TAXI EJECUTIVOS
MOSKYTRANS S.A.	TAXI EJECUTIVOS
TAXI EJECUTIVO SOCIO EJECUTIVO S.A. TEJS	TAXI EJECUTIVOS
TRANSPORVIP S.A.	TAXI EJECUTIVOS
TAX.EJEC.FRIEND SCARS	TAXI EJECUTIVOS
TAX.EJEC.FRIENDSCARS	TAXI EJECUTIVOS
CONDORCARS S.A.	TAXI EJECUTIVOS
LINANFER S.A.	TAXI EJECUTIVOS
TRANSPORVIP	TAXI EJECUTIVOS
GRAL. ELOY ALFARO	TAXI EJECUTIVOS
SEDISCA S.A.	TAXI EJECUTIVOS
TRANSPORVIP	TAXI EJECUTIVOS
MAXICAR S.A.	TAXI EJECUTIVOS
RUCAGU S.A.	TAXI EJECUTIVOS
SERTAEJ S.A.	TAXI EJECUTIVOS
CONFORTMOVIL	TAXI EJECUTIVOS

Nombre Asociación, Cooperativa o Empresa
Compañía Trici Green S.A
15 DE MAYO S A
2 DE SPTIEMBRE
21 DE FEBRERO
21 DE NOVIEMBRE
24 de Mayo
25 DE JULIO"TRICI CARRIEL"
30 de Enero
Afroculturismo
AGRUPACION CARLOS BRAVO
AGRUPACION DE TRICIMOTOS S.A. TRINIDAD DE DIOS
Agrupación Entrada al Valle
Agrupacion Pascualeña
AGRUPACION TRICIMOTOS EL CISNE II
Ali Trans ATSFL S.A
ASO CRISTO DEL CONSUELO
ASOCIACION PEDRO BAILON
Asociación Torre Fuerte
BATALLON DEL SUBURBIO
Bicitrici
C A RED WHITE
CCOP TRANSPORTE MOTO ASED "TRICICAR"
CCOP. 21 DE FEBRERO

Che Guevara S.A.
CIA CON CRISTO MAS QUE VENCEDORES
CIA COSTA Y MAR S A
CIA TRICIGUASUR
Cia. City Montalvo S.A
CIA. CON CRISTO MÁS QUE VENCEDORES

Nota: Este listado obedece al último censo realizado a las tricimotos en el 2016 con el objetivo de comenzar a poner orden en este tipo de transportación pública. Es importante mencionar esto, por lo que este listado NO necesariamente significa que todas están regularizadas.

ANEXO 19 LISTADO DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DE TALLERES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Compañía	Objeto Social	Calle	Número	Intercepción	Edificio	Barrio
RECTIFICADORA DE MOTORES CEDEÑO S.A. RECTMOCEDESA	rectificación de motores...	ASISCLO GARAY	511	COLON		
MARSOLMIEL C.A. MARIA CECILIA SOLORZANO		AV. PEDRO MENENDEZ	SL: 02	MZ: 7		NORTE
DENT WIZARD ECUADOR S.A.	actividades de reparación de vehiculos.. etc	AV FRANCISCO BOLOÑA	S/N	AV. CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN		KENNEDY
TECNOCLEAN S.A.	Art.2º.- Dar servicio de mantenimiento y reparación mecánica y/o eléctrica de automotores y enderezada y pintada de los mismos....etc.	AV. LAS AMERICAS	510	AV. LAS AMERICAS	CENTRO DE NEGOCIOS EL TERMINAL PB	
ALULEMA TRUCK MOTORS ALUTRUCKMOTORS S.A.	ART. 3.- DEDICARSE AL MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE TODO TIPO DE TRÁILER, PUDIENDO PARA SU CUMPLIR SU ACTIVIDAD IMPORTAR, EXPORTAR, FABRICAR, COMPRAR, VENDER AL POR MAYOR Y MENOR, RECICLAR, DISTRIBUIR Y COMERCIALIZAR TODO TIPO DE REPUESTOS PARA TRÁILER	S/N	7	MZ 3238		GUASMO SUR
GERBAYCORP S.A.	Artículo Tercero.- ...mantenimiento e instalación técnico industrial de sistemas mecánicos...	CAPTAN NAJERA	2500	CARCHI		FRENTE A YEYO URAGA
TECNICENTRO LA CASA DEL AMORTIGUADOR S.A. TECAMORTI	Tendrá por objeto dedicarse a la actividad de servicio en cuanto a cambio de amortiguadores, bandas, resortes llantas, tubos, aros etcétera, así como también a la importación compra venta distribución de amortiguadores	GARCIA MORENO	1509	SUCRE	LA CASA DEL AMORTIGUADOR	CENTRO
MAREPCARWASH S.A.	TENDRÁ POR OBJETO DEDICARSE A DAR SERVICIO DE LAVADORA, LUBRICADORA, VULCANIZADORA DE LLANTAS, ALINEACIÓN Y BALANCES DE LLANTAS PARA TODO TIPO DE VEHÍCULOS AUTOMOTRIZ, ASÍ MISMO A COMPRA, VENTA, DISTRIBUCIÓN DE ACEITES, LÍQUIDOS, LUBRICANTES, FILTROS, ADITIVOS, BATERÍAS, LLANTAS, AROS, EQUIPO DE ILUMINACIÓN, PARTES Y PIEZAS ELÉCTRICAS, REPUESTOS Y ACCESORIOS DE TODO TIPO PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	CDLA. LA GARZOTA	SOLAR 16	MZ 114 A		
MAREPCARWASH S.A.	TENDRÁ POR OBJETO DEDICARSE A DAR SERVICIO DE LAVADORA, LUBRICADORA, VULCANIZADORA DE LLANTAS, ALINEACIÓN Y BALANCES DE LLANTAS PARA TODO TIPO DE VEHÍCULOS AUTOMOTRIZ, ASÍ MISMO A COMPRA, VENTA, DISTRIBUCIÓN DE ACEITES, LÍQUIDOS, LUBRICANTES, FILTROS, ADITIVOS, BATERÍAS, LLANTAS, AROS, EQUIPO DE ILUMINACIÓN, PARTES Y PIEZAS ELÉCTRICAS, REPUESTOS Y ACCESORIOS DE TODO TIPO PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.	CDLA. LA GARZOTA	SOLAR 16	MZ 114 A		
REENCAUCHADORA DEL PACIFICO S.A. RENPACIFSA	Art. 3.- La compañía se podrá dedicar a: UNO) Reencauche, reparación y comercialización de ruedas usadas y/o renovadas, y sus accesorios complementarios para todo tipo de automotores y la prestación del servicio integral de gomería...	AVDA JUAN TAMCA MARENGO KM 3,5	NA	FRENTE A UNIVERSIDAD DE ING. INDUSTRIAL	MAVESA	
LA CASA DEL PARABRISA S.A. (CASABRISA)	2.-Se dedicará a la industrialización, importación, exportación, compraventa, comercialización de parabrisas, vidrios de puertas, ventoleras, cauchos, automotores, farmacéuticos, etc...	HUANCAVILCA	1500	MACHALA	LA CASA DEL PARABRISAS	
SERVICIO TÉCNICO SANGURIMA & MOSCOSO ASOCIADOS STSM CIA.LTDA.	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores reparación: mecánica, eléctrica, reparación de sistemas de inyección eléctricos reparación de carrocerías, reparación de partes de vehículos automotores parabrisas, ventanas, asientos y tapicerías. Incluy	AV. 9 DE OCTUBRE	429	CHIMBORAZO	EL MORRO	
ACCESORIOS, REPUESTOS Y MANTENIMIENTO DE VEHICULOS ACREMAVE S.A.	LA COMPAÑIA SE DEDICARA A LA COMERCIALIZACION, IMPORTACION, EXPORTACION, FABRICACION, O INDUSTRIALIZACION, COMPRA, VENTA, ELABORACION, TRANSFORMACION, RECICLAJE, EMPAQUE, CONSIGNACION, REPRESENTACION, Y DISTRIBUCION DE TODA CLASE DE ACCESORIOS Y REPUESTOS DE VEHICULOS EN GENERAL.....	SAUCES 9	S/N	saucés 9, bloque 13		PARROQUIA TARQUI
PRUSING S.A.	Reparación mecánica, hidráulica, eléctrica de automotores, enderezada y pintada...	PROSPERINA COOP.29 DE ABRIL MZ.5	SL. 1	CARRTERO VIA A DAULE KM. 6.5	EDIFICIO	TARQUI
BEST-CONSTRU S.A.	SE DEDICARA A LA REPARACION, MANTENIMIENTO DE VEHICULOS, AUTOMOTORES...	COSTANERA	1350	CALLE 2DA Y 3RA.		
SERVICIOS Y TALLERES STP S.A.	2.-...a)La importación, exportación, distribución, compra, venta, comercialización, elaboración, intermediación de repuestos partes, piezas de automotores equipos pesados, e tc.	LEOPOLDO IZQUIETA	502	ALCEDO Y P.P.GOMEZ		
IMPORTADORA JSD S.A.	A LA IMPORTACION, EXPORTACION, PRODUCCION, MANOPFACTURA, MANIPULACION, ELABORACION, VENTA, DISTRIBUCION, INDUSTRIALIZACION, COMERCIALIZACION, FABRICACION, ENSAMBLAJE DE PARTES, PIEZAS, REPUESTOS, MOTORES DE COMBUSTION INTERNA TODA CLASE DE ACOPLÉS DE MANGUERA Y CONEXIONES PARA MAQUINARIA Y EQUIPOS MECANICOS.....	VIA A DAULE	11	BODEGA 4	LA FLORIDA	
RENOVACARCORP S.A.	ACTIVIDADES DE SERVICIO DE ENDEREZADA Y PINTADA AUTOMOTRIZ	AV. FCO. DE ORELLANA Y AGUSTIN FREIRE	LOTE 5	MZ 05		NORTE

PLAZA DE VEHICULOS Y MOTORES PLAZA DE VEHICULOS PLAZAMOTOR S.A.	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES: REPARACIÓN MECÁNICA, ELÉCTRICA, SISTEMAS DE INYECCIÓN ELÉCTRICOS, CARROCERÍAS, PARTES DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES: PARABRISAS, VENTANAS, ASIENTOS Y TAPICERÍAS. INCLUYE EL TRATAMIENTO ANTI ÓXIDO, PINTURAS A PISTOLA O BROCHA A LOS VEHÍCULOS Y AUTOMOTORES, LA INSTALACIÓN DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS QUE NO SE REALIZA COMO PARTE DEL PROCESO DE FABRICACIÓN (PARLANTES, RADIOS, ALARMAS, ETCÉTERA).	QUINTA	405	AVENIDA MIRAFLORES	MIRAFLORES
DIGITUXCAR CIA.LTDA.	ART 2.- EL OBJETO SOCIAL DE LA COMPAÑIA ES DEDICARSE: A)... DAR MANTENIMIENTO Y REPARAR... TODA CLASE DE VEHICULOS AUTOMOTORES (...)	QUITO	526	PADRE SOLANO Y LUIS URDANETA	
TECNICETMA S.A.	SE DEDICARÁ A LA IMPORTACIÓN, DISTRIBUCIÓN, Y VENTA DE TODA CLASE DE REPUESTOS, NEUMÁTICOS Y ACCESORIOS DE AUTOMOTORES, DE AMORTIGUADORES, CRUCETAS, RULIMANES, KIT DE EMBRAGUE, ZAPATAS, Y ZAPATILLAS, RETENEDORES, BOMBA DE AGUA, RESORTES,	MALDONADO	3425	15 AVA	SUR OESTE
MUNDICABLES S.A.	SE DEDICARÁ A LA VENTA DE CABLES DE MANO AUTÓMOTRICES, AGRÍCOLA, INDUSTRIAL Y NAVIERO, CABLES DE EMBRAGUE, CABLES DE VELOCÍMETRO, CABLES DE ACELERADOR, CABLES DE FRENO DE MANO, CABLES DE CAMBIO, CABLES DE SOBREMARCHA, CABLES DE CAPOT, PORTAMALETA, COMPUERTAS, RELANTIN, AHOGADOR.	TENIENTE GUSTAVO LEDESMA	621	PEDRO PABLO GOMEZ Y AYACUCHO	
AUToFACIL S.A.	Venta al por mayor y al por menor de vehículos nuevos y usados: vehículos de pasajeros, incluidos vehículos especializados, como ambulancias y minibuses, camiones, remolques y semirremolques, vehículos de acampada, como caravanas y autocaravanas, vehículos para todo terreno (jeeps, etcétera).	Avenida Isidro Ayora	7-8		
COMPAÑIA DE LUBRICACION Y MANTENIMIENTO DE VEHICULOS LUBRIMANSA S.A.	La compañía tendrá por objeto dedicarse a cualquiera de las operaciones comprendidas dentro del Nivel 2 del CIU: COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; así como también podrá comprender las etapas o fases de PRODUCCIÓN DE BIENES / SERVICIOS, COMERCIALIZACIÓN, ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN, INTERMEDIACIÓN, IMPORTACIÓN de la actividad antes mencionada. Para cumplir con el objeto social descrito en el presente Estatuto Social, la compañía podrá ejecutar actos y contratos conforme a las Leyes Ecuatorianas y que tengan relación con el mismo.	AV. MACHALA	1727	COLON-ALCEDO	
COMPAÑIA DE LUBRICACION Y MANTENIMIENTO DE VEHICULOS LUBRIMANSA S.A.	La compañía tendrá por objeto dedicarse a cualquiera de las operaciones comprendidas dentro del Nivel 2 del CIU: COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; así como también podrá comprender las etapas o fases de PRODUCCIÓN DE BIENES / SERVICIOS, COMERCIALIZACIÓN, ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN, INTERMEDIACIÓN, IMPORTACIÓN de la actividad antes mencionada. Para cumplir con el objeto social descrito en el presente Estatuto Social, la compañía podrá ejecutar actos y contratos conforme a las Leyes Ecuatorianas y que tengan relación con el mismo.	AV. MACHALA	1727	COLON-ALCEDO	
COMPAÑIA DE LUBRICACION Y MANTENIMIENTO DE VEHICULOS LUBRIMANSA S.A.	La compañía tendrá por objeto dedicarse a cualquiera de las operaciones comprendidas dentro del Nivel 2 del CIU: COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; así como también podrá comprender las etapas o fases de PRODUCCIÓN DE BIENES / SERVICIOS, COMERCIALIZACIÓN, ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN, INTERMEDIACIÓN, IMPORTACIÓN de la actividad antes mencionada. Para cumplir con el objeto social descrito en el presente Estatuto Social, la compañía podrá ejecutar actos y contratos conforme a las Leyes Ecuatorianas y que tengan relación con el mismo.	AV. MACHALA	1727	COLON-ALCEDO	
TALLER Y AUTOSERVICIO FRECHA S.A. FRECHASA	Lubricadoras de vehículos, tecnicentros en mecánica automotriz....	MANZANA 2619	6	MANZANA 2620	MUCHO LOTE
FULLSPEED S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	LUQUE	1515	AV. DEL EJERCITO	
FULLSPEED S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	LUQUE	1515	AV. DEL EJERCITO	
FULLSPEED S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	LUQUE	1515	AV. DEL EJERCITO	
TECHWORKS S.A.	A LA INSTALACIÓN, CONSTRUCCIÓN, MANTENIMIENTO, ESTUDIO Y FISCALIZACIÓN DE OBRAS DE INGENIERÍA, VIALIDAD,ELECTROMECAÑICAS, METALMECANICAS,...	LIZARDO GARCIA	4040	SEDALANA	CRISTO DEL CONSUELO
OPENSERVICES S.A.	Art 2) Lit a) Se dedicará a dar mantenimientoa toda clase de vehículos automotores sus repuestos, accesorios y lubricantes....	ALBORADA IV	SOLAR 2	MZ. FG	
DECARPA S.A.	Taller electromecánico, automotriz, reparación y mantenimiento de toda clase de vehículo...	234	1	234	
BESTMUNDIALSA S.A.	IMPORTACION Y EXPORTACION, COMPRA Y VENTA, DISTRIBUCION Y ASESORAMIENTO DE EQUIPOS Y ELEMENTOS PARA CONTROL Y SEGURIDAD DE VEHICULOS	AV. LUIS ORRANTIA MZ. 109 SOLAR 4	109	NAHIM ISAIAS	LAS PIRAMIDES KENNEDY NORTE
AUTOMOTRIZ D&K S.A. AUDKSA	REPARAR CAMBIAR ENSAMBLAR PINTAR AUTOMOTORES,IMPORTACION,COMPRA,VENTA DE AUTOMOTORES ETC ETC	URB. LA GARZOTA	SOL. 10-11	MZ#103	
SERVICES MMS-BROTHERS S.A.	BRINDAR SERVICIOS RELACIONADOS A LA ACTIVIDAD AUTOMOTRIZ, COMO EL SERVICIO DE LAVADO, ENGRASADO, PULVERIZADO, ENCERADO. (...)	CDLA. GERANIOS	24	3007	

SERVICES MMS-BROTHERS S.A.	BRINDAR SERVICIOS RELACIONADOS A LA ACTIVIDAD AUTOMOTRIZ, COMO EL SERVICIO DE LAVADO, ENGRASADO, PULVERIZADO, ENCERADO. (...)	CDLA. GERANIOS	24	3007		
CONSTRUSUMI S.A.	Art. 2º.- mantenimiento, reparación de vehículos... etc	AV. JUAN TANCA MARENGO	SOLAR 26	MZ. 9		
TECNOLOGIA DE PERFORMANCE BGT S.A.	LA COMPAÑI SE DEDICARA A BRINDAR MANTENIMIENTO...	AV PRIMERA	300	CALLE 2DA.		MAPASINGUE OESTE
FAROSIGMA S.A.	Art 3.- m) A la instalación de servicios de lubricadoras, lavadoras, vulcanizadoras, talleres mecánicos	VELEZ	616	GARCIA AVILES		
GRUAS & CANASTAS S.A. GRUCSA	Al alquiler, fabricación, compra, venta...materiales, equipos, herramientas...	LETAMENDI	203	ELOY ALFARO		CENTRO
DISBATRI S.A.	comercialización de repuestos mecanicos y maquinarias industriales	URB. SANTORINI	V.41	MZ.10		PROSPERINA
UNIDAD DE EXTRACCION PETROLERA UNIPETROL S.A.	ARTÍCULO SEGUNDO.- 3) Importación, distribución, compra, venta, elaboración, reparación producción, industrialización, exportación de: vehículos automotores,	GRAL. CORDOVA	810	VICTOR MANUEL RENDON	LA MERCED	
SERVICIOS MECÁNICOS MECASERVI S.A.	Artículo Segundo: La compañía tiene por objeto trealizar: a.1) Mantenimiento de vehículos automotores; a.2) Reparación mecánica, eléctrica, de sistemas de inyección eléctricos, de carrocerías, de partes de vehículos automotores como, parabrisas, ventanas, asientos y tapicerías; a.3) Tratamiento antióxido, pinturas a pistola o brocha a los vehículos y automotores. Así como también en todas las actividades relacionadas a su objeto social...	1ERA	128	AVENIDA STA		
IMPORSEEK S.A.	La importación, exportación, distribución...repuestos parte y piezas de automotores...	CDLA. LA GARZOTA	MZ. 138	SL 19-20		
TALLERES GARZOCAR S.A. TAGARSA	SU ACTIVIDAD PREDOMINANTE ES EL ARREGLO Y PINTURA DE VEHICULOS MOTORIZADOS DE TODO TIPO Y MARCA.....	LA GARZOTA MZ.25 ESQ.	S.13	AV. GUILLERMO PAREJA		GARZOTA
AUTOGALARZAEXPRESS S.A.	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores reparación: mecánica, eléctrica, reparación de sistemas de inyección eléctricos reparación de carrocerías, reparación de partes de vehículos automotores parabrisas, ventanas, asientos y tapicerías. Incluye tratamiento anti óxido, pinturas a pistola o brocha a los vehículos y automotores.	VIA TERMINAL PASCUALES	1887	Av.Terminal Pascuales		
SERVICIOS AUTOMOTRICES AUTOQUIL S.A.	ARTÍCULO SEGUNDO: La reparación de vehículos, votes, motos y todo tipo de motores.	CDLA. ADACE CALLE C	401	ENTRE LA SEPTIMA Y LA NOVENA	ENTRANDO POR ECUAVIA	CDLA ADACE
LAVADORA VALERO VILLAMAR MUJICA AUTOLAVADOLATRINIDAD S.A.	SERÁ DEDICARSE A LAS ACTIVIDADES DE LAVADORA DE AUTOMOTORES, COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MANTENIMIENTO, REPARACIÓN INSTALACIÓN, CAMBIO DE NEUMÁTICOS (LLANTAS) Y TUBOS (VULCANIZADORAS), SERVICIOS DE LAVADO (...)	AVE 2A NE	2A NE	2DA HERRADURA NE		
LAVADORA VALERO VILLAMAR MUJICA AUTOLAVADOLATRINIDAD S.A.	SERÁ DEDICARSE A LAS ACTIVIDADES DE LAVADORA DE AUTOMOTORES, COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MANTENIMIENTO, REPARACIÓN INSTALACIÓN, CAMBIO DE NEUMÁTICOS (LLANTAS) Y TUBOS (VULCANIZADORAS), SERVICIOS DE LAVADO (...)	AVE 2A NE	2A NE	2DA HERRADURA NE		
LAVADORA VALERO VILLAMAR MUJICA AUTOLAVADOLATRINIDAD S.A.	SERÁ DEDICARSE A LAS ACTIVIDADES DE LAVADORA DE AUTOMOTORES, COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MANTENIMIENTO, REPARACIÓN INSTALACIÓN, CAMBIO DE NEUMÁTICOS (LLANTAS) Y TUBOS (VULCANIZADORAS), SERVICIOS DE LAVADO (...)	AVE 2A NE	2A NE	2DA HERRADURA NE		
MOTCINO S.A.	ACTIVIDADES DE REPARACION Y MANTENIMIENTO DE PARTES DE VEHICULOS AUTOMOTORES	LEOPOLDO BENITES	19	MZ 11		
TALLER CORANSA S.A.	Se dedicará a la mecánica automotriz, pintura y enderezada, de todo tipo de vehículo, etc....	LETAMENDI	1315	E' PEDRO MONCAYO Y PIO MONTUFAR		CERCA DEL CAPWELL
ODISFAR S.A.	Venta al por mayor y al por menor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores, como: neumáticos (llantas) cámaras de aire para neumáticos (tubos). Incluye bujías, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas.	AYACUCHO	3304	LA 7MA		
ALIANZA CENTRO DE MULTISERVICIOS ACMULTI S.A.	BRINDAR SERVICIO DE LAVADO, ENGRASADO, PULVERIZADO, ENCERADO, CAMBIO DE ACEITE, CAMBIOS DE NEUMÁTICOS, INSTALACIÓN DE PARTES Y ACCESORIOS YTUBOS, A VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN GENERAL. (...)	AV. LEON FEBRES CORDERO	LOCAL 4	S/N		
ALIANZA CENTRO DE MULTISERVICIOS ACMULTI S.A.	BRINDAR SERVICIO DE LAVADO, ENGRASADO, PULVERIZADO, ENCERADO, CAMBIO DE ACEITE, CAMBIOS DE NEUMÁTICOS, INSTALACIÓN DE PARTES Y ACCESORIOS YTUBOS, A VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN GENERAL. (...)	AV. LEON FEBRES CORDERO	LOCAL 4	S/N		
ALIANZA CENTRO DE MULTISERVICIOS ACMULTI S.A.	BRINDAR SERVICIO DE LAVADO, ENGRASADO, PULVERIZADO, ENCERADO, CAMBIO DE ACEITE, CAMBIOS DE NEUMÁTICOS, INSTALACIÓN DE PARTES Y ACCESORIOS YTUBOS, A VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN GENERAL. (...)	AV. LEON FEBRES CORDERO	LOCAL 4	S/N		
KERALYNG S.A.	REPARACION MECANICA E HIDRAULICA, DE VEHICULOS AUTOMOTORES ENDEREZADA Y PINTADA...	AV FRANCISCO BOLOÑA	sn	CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN		CDLA. KENNEDY NORTE
SUNTA S.A.	actividades de mantenimiento de vehículos automotores...	CDLA. MIRAFLORES, CALLE 4TA	211	AV. PRINCIPAL		
IMPENETRA S.A.	Art. 3º.- Prestar servicios de instalación y venta de blindaje automotriz, renta de equipos o automotores blindados, venta e instalación de accesorios automotrices...etc.	AV. JUAN TANCA MARENGO	SL 21	MZ. 19	CERRAMIENT O REJAS BLANCAS	COOP VIVIENDA GUAYAQUIL JUNTO A JUCAFI

FONDEN S.A.	lavado engrasado encerado	: MIGUEL H. ALCIVAR	SL: 1	JOSE ALAVEDRA MZ: 7	CAR FULL SERVICE	
SUSFRENOS S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	ISMAEL PEREZ PAZMIÑO	814	AYACUCHO /HUANCAVILCA		
SUSFRENOS S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	ISMAEL PEREZ PAZMIÑO	814	AYACUCHO /HUANCAVILCA		
SUSFRENOS S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	ISMAEL PEREZ PAZMIÑO	814	AYACUCHO /HUANCAVILCA		
TALLER INDUSTRIAL ECUADOR MOTOR CIA LTDA	3.-Se dedicará a la fabricación y producción de guías de válvulas, camisas de cilindros, válvulas, pines, bocines, pernos, tuercas, rectificación de cigüeñales;reparación de maquinarias de todo tipo.....y repara motores automotrices de todo tipo.	PADRE SOLANO	525	E/XIMENA Y RIOBAMBA		
EXNER INTERNACIONAL S.A.	Art. 2º.- Se dedicará: 1) La importación, compraventa, consignación, exportación de toda clase de vehículos y automotores livianos o pesados, sus repuestos, equipos e accesorios; 2) A la reparación con pintura en vehículos chocados y averiados.....etc.	AVDA. FCO BOLOÑA	SN	CARLOS LUIS PLAZADAÑIN ESQUINA	(PATIO DE CARROS9	
RENILUI S.A.	ARTICULO TERCERO.- EL OBJETO SOCIAL DE LA COMPAÑIA ES DEDICARSE A LA INSTALACION DE TECNICENTROS PARA LA COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION COMPRA Y VENTA DE TODA CLASE DE REPUESTOS COMO LLANTAS, AROS Y DEMAS ACCESORIOS PARA VEHICULOS;.....	URB. LAGUNA CLUB	SL 25	14		VIA A LA COSTA KM. 12.5
LA CASA DEL FILTRO FILCASA S.A.	DEDICARSE A: A) LAVADA, PULVERIZADA, ENGRASADA, Y ASPIRADA PARA TODO TIDO DE VEHICULO Y MOTOR PEQUEÑOS, ETC..	10 DE AGOSTO	1712	AV. DEL EJERCITO		
MISBELL S.A.	ACOPLES DE MANGUERAS Y CONEXIONES, PARA MAQUINARIAS Y MAS EQUIOS MECANICOS, TODA CLASE DE VEHICULOS AUTOMOTORES , RESPUESTOS Y ACCESORIO...	AVENIDA 2A NE	MZ 63	SOLAR 26		
CENMANTCAR S.A.	Mantenimiento Automotriz y reparación parcial o total de vehículos.	LOTIZACION LOS RANCHOS	SOLAR 1A	MANZANA 81		
F&F MOTORS S.A.	Desarrollo de actividades relacionadas a la industria automotriz. Desarrollar e implementar actividades relacionadas a esta como lo son la reparación, ensamblaje, pintura, alineación, balanceo, lubricación, lavado y demás actividades afines a la industria automotriz en general.	AV. JORGE RODRIGUEZ BONIN	51	CALLE DEL BOMBERO		
ENDELCAZ ENDEREZADORA DE CARROS S.A.	ART 2 Podrá dedicarse a la soldadura de alta presión y especie la construcción y reconstrucción de equipos camionero elaboración fabricación instalación construcción de estructuras metálicas etc etc	S/N	MZ 3	MZ. 3	1	COOP 28 DE AGOSTO
TIREMOTION S.A.	IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN, COMPRA, VENTA, REVENTA, DISTRIBUCIÓN, MANTENIMIENTO O COMERCIALIZACIÓN DE LLANTAS, BATERÍAS, ACCESORIOS...	VIA DAULE	7	64		
AUTO REPUESTOS GUZMAN S.A.	3.-Se dedicará a la distribución, importación, comercialización y venta de repuestos para vehículos, motores y automotores, etc...	10 DE AGOSTO	1319	E/ MACHALA Y QUITO		
ITEGMOTORS S.A.	Se dedicará al servicio de todo tipo de reparación, y mantenimiento automotriz, fabricación, compra, venta, importación, exportación, distribución al por mayor y menor de partes, piezas de repuestos, vehículos y accesorios automotrices, etc....	LOS RIOS	3208	E' ARGENTINA Y GENERAL GOMEZ		
MAQUINAS Y MOTORES S.A.MAQUINMOTORS	a) La compra - venta, locación, consignación, distribución, representación, importación y exportación de maquinarias en general, vehículos, equipos, motores, instrumentos, accesorios para la automatización industrial, ...	KM. 2.5 AVE. J.T. MARENGO MZ 245	21	AV. RODRIGO CHAVEZ	SURMAQ	
TECNICENTRO AUTOMOTRIZ TECNOCAR AUTOMOTRIZ-TECNOCAR S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	GUARANDA	2211	BOLIVIA Y VACAS GALINDO		
SALVALASTRE S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	9 DE OCTUBRE	1703	AV EL EJERCITO	LA CONCORDIA OFICINA-402	
VIFANSEB S.A.	ART.4.- FABRICAR, ESAMBLAR, IMPORTAR, EXPORTAR, COMERCIALIZAR, ARRENDAR MANTENER Y REPARAR TODO TIPO DE BIENES DE TRANSPORTE, CARGA, RECREO O DEPORTE, TALES COMO AUTOS, CAMIONES, ETC...	LAS MONJAS Y BALSAMOS LOCAL 123 C	123C	LAS MONJAS		NORTE
TALLER INTEGRAL AUTOMOTRIZ A&M TAINAU S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	S/N	SOLAR - A	UNO - E		
TALLER INTEGRAL AUTOMOTRIZ A&M TAINAU S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	S/N	SOLAR - A	UNO - E		
TALLER INTEGRAL AUTOMOTRIZ A&M TAINAU S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	S/N	SOLAR - A	UNO - E		
MOTORPRINSA S.A.	A) A la compra venta, importación y distribución de toda clase de repuestos y accesorios para vehículos livianos, pesados a diesel o gasolina, maquinaria y motos (...)	9 DE OCTUBRE	1101	E/ LUQUE Y AGUIRRE		
PERSECADOR S.A.	TODA CLASE DE MANTENIMIENTO DE AUTOMOTORES, SUS REPUESTOS ACCESORIOS, LUBRICANTES...	LEONIDAS PLAZA	328	COLÓN		
RECAMBIO A DIESEL C LTDA	Se dedicará principalmente a comprar, vender y distribuir repuestos y accesorios para maquinarias a diesel, a comprar, vender y distribuir toda clase de sistema eléctrico vehicular, y a la celebración de cualquier acto o contrato civil o mercantil permitidos por la ley.	AV. ANTONIO PARRA VELASCO	8.9.10	MZ 1125		
ASISTENCIA ESPECIALIZADA DEL ECUADOR GEAEQUADOR S.A.	ACTIVIDADES DE ASISTENCIA MECANICA AUTOMOTRIZ	9 DE OCTUBRE	100	MALECON	LA PREVISORA	

AFIRMATICORP S.A.	Art. 2º.- Dedicarse a dar mantenimiento y reparar toda clase de vehículos automotores sus repuestos, accesorios y lubricantes, así como para vehículos o herramientas para taller mecánico y para taller de lubricadoras...etc.	CORMORAN Y PASAJE DARWIN	117	MZ # 4 SL #9		
POJAMAN CIA.LTDA.	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores reparación: mecánica, eléctrica, reparación de sistemas de inyección eléctricos reparación de carrocerías, reparación de partes de vehículos automotores parabrisas, ventanas, asientos y tapicerías. Includy	COOP. EL CEIBAL	SOLAR 18	MZ. 2245		EL CEIBAL
TALLERES Y SERVICIOS AUTOMOTRICES TASERAUTO S.A.	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores reparación: mecánica, eléctrica, reparación de sistemas de inyección eléctricos reparación de carrocerías, reparación de partes de vehículos automotores parabrisas, ventanas, asientos y tapicerías. Includy	MIRADOR DEL NORTE	4	MZ. 31		
MASCO S.A.	Prestación de servicios de todo lo relacionado con las ramas mecánica automotriz, electro-mecánica, metal-mecánica; instalación, asistencia en todo tipo de motores ya sea de gasolina, diesel, kerox o cualquier otro tipo de combustibles.	TERCERA	121	KM. 5.2 VIA A DAULE		
METAL MECANICA AUTOMOTRIZ METALAUTO S.A.	Dedicarse principalmente a la mecánica automotriz en general, pudiendo por lo tanto efectuar reparación, adaptación, y/o rectificación de motores..	COOP. AGUIRRE ABAD	MZ.7	OSCAR POSADA Y NICASIO SAFADI		
ANGLOFLOTAS S.A.	La prestación de toda clase de servicios de talleres mecánicos, para mantenimiento.etc	PRESIDENTE CORDERO	10	SUFRAGIO LIBRE	ANGLO AUTOMOTRIZ	
SUPERSERVICE SERVICIOS AUTOMOTRICES SERVIATSA S.A.	SERVICIOS AUTOMOTRICES	AV. ISIDRO AYORA	SL 6	AV. BENJAMIN CARRION, MZ. 953 SOLAR 6		
TECNICENTRO AUTOCLEAN C.A.	Dedicarse a la explotación de talleres para dar servicios de mantenimiento, lavado, engrasado, pulverizado, afinamiento, reparación, reconstrucción, reforma, pintura y montaje de toda clase de automotores en general; así como de maquinaria y equipos especiales....etc.	AV. JUAN TANCA MARENGO	S/N	AV. CONSTITUCION	MALL DEL SOL	
POWER ASSISTANCE SERVICE WESER S.A.	REPARACIONES DE VEHICULOS (DE TODA CLASE)	AV. CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN	9	AV. ELIAS MUÑOZ VICUÑA / 133		
IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES AGROILECOM S.A.	Venta al por mayor de maquinaria y equipo agropecuarios: arados, esparcadoras de estiércol, sembradoras, cosechadoras, trilladoras, máquinas de ordeñar, máquinas utilizadas en la avicultura y la apicultura, tractores utilizados en actividades agropecuarias y silvícolas.	FEBRES CORDERO	2427	ENTRE ABEL CASTILLO Y ANDRES MARIN		GARAY
ECUATORIANA DE SOLDADORES SOLDAECUA S.A.	ART 2 Podrá dedicarse a la enderezada y pintada en general de equipos automotores en especial equipo camionero administración de talleres mecánicos etc etc	CALLE 46 -A		CALLE A Y B		SAN EDUARDO
SANCHEZ FIERRO FERSAN S.A.	A dar servicios de sistemas de inyección automotriz como bombas,turbos,inyectores y todo lo relacionado con afines de su objeto social..	GOMEZ RENDON	3501	DOCEAVA		
CAR WORKSHOP HADRIEL S. A.	Reparación de vehículos automotores y motocicletas. (...)	AV. PEDRO MENENDEZ GILBERT	S/N	AV. CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN		
CENTRO AUTOMOTRIZ EL AMIGO ARTURO SERVARTU S.A.	ART 3.- A) SERVICIO, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, REPARACIÓN, MECÁNICA, ELÉCTRICA, SISTEMAS DE INYECCIÓN ELÉCTRICOS, CARROCERÍAS, PARTES DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES	FRANCISCO DE MARCOS	4115	E/ LA 15 AVA Y 16 AVA		
CENTRO AUTOMOTRIZ EL AMIGO ARTURO SERVARTU S.A.	ART 3.- A) SERVICIO, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, REPARACIÓN, MECÁNICA, ELÉCTRICA, SISTEMAS DE INYECCIÓN ELÉCTRICOS, CARROCERÍAS, PARTES DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES	FRANCISCO DE MARCOS	4115	E/ LA 15 AVA Y 16 AVA		
MOTO REPUESTO S.A. MOTOREPUESA	Art 3.- f) Sistemas de refrigeración partes y repuestos; vehículos, sus motores, equipos, accesorios, partes y repuestos	SAUCES VI	SL: 1	MZ: 259-F-16		SAUCES VI
NUEVAS VERDADERAS ACTUALES LLANTAS NOVALLANTAS S.A.	Importación, Exportación y Fabricación de toda clase de neumáticos y llantas.	CARLOS JULIO AROSEMENA	KM2,5	BODEGA 7	COMPLEJO DE BODEGAS	
MOTRISA S.A.	Mecánica automotriz en general...Actividades de reparación de vehículos automotores...	AVENIDA PRIMERA	S/N	AV. MARTHA BUCARAM DE ROLDOS		MAPASINGUE OESTE
HUMBERVIT S.A.	ARTICULO TERCERO: OBJETO.-j) Importar, exportar, comprar y vender autos, automóviles y maquinarias como sus accesorios y repuestos;.....	AV 9 DE OCTUBRE	1021	GENERAL CORDOVA	SAN FRANCISCO 300 OF. 2	CENTRO
MALUVIC S. A.	A LA RENTA O ALQUILER DE VEHICULOS, Y AUTOMOTORES EN GENERAL SI CHOFER....	HERMANO MIGUEL	SOLAR 16	MANZANA 2		PARROQUIA TARQUI
TECNICENTRO MAX-UNION S.A.	ART 3.- AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN, LAVADO, ENGRASADO, PULVERIZADO, ENCERADO, CAMBIOS DE ACEITE, CAMBIOS DE NEUMÁTICOS Y TUBOS	PRIMERO DE MAYO	710	JOSE MASCOTE Y ESMERALDAS		
TECNICENTRO MAX-UNION S.A.	ART 3.- AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN, LAVADO, ENGRASADO, PULVERIZADO, ENCERADO, CAMBIOS DE ACEITE, CAMBIOS DE NEUMÁTICOS Y TUBOS	PRIMERO DE MAYO	710	JOSE MASCOTE Y ESMERALDAS		
TECNICENTRO MAX-UNION S.A.	ART 3.- AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN, LAVADO, ENGRASADO, PULVERIZADO, ENCERADO, CAMBIOS DE ACEITE, CAMBIOS DE NEUMÁTICOS Y TUBOS	PRIMERO DE MAYO	710	JOSE MASCOTE Y ESMERALDAS		
IMPORTADORA DE REPUESTOS MARTINEZ IMPREPMARTZ S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	AV. RODRIGO BONIN	SOL - 06	MZ - 194		

MECANICA TECNICA DODGE CIA LTDA	Se dedicará a la armada, reparación, ensamblaje, montaje, pintura e instalaciones en mecánica automotriz y todas las demás actividades comerciales relacionadas con el objeto indicado.	GARCIA GOYENA	304	ELOY ALFARO		
SEIBRA S.A.	Art 2.- Dedicarse al alquiler, mantenimiento, abastecimiento y reparación mecánica, hidráulica y/o eléctrica de todo tipo de automotores, livianos y pesados	EUGENIO ALMAZAN	SOLAR 1Y2	MIGUEL H.ALCIVAR MZ.207	INRAPALLO	CDLA KENNEDY NORTE
GLOBAL LOGISTIC S.A. POZO MOLINA	Podrá dedicarse a: mantenimiento, reparación, alquiler, venta de insumos, respuestos, llantas, accesorios, etc...	URB. COLINAS DEL SOL	13	MZ 2009		NORTE
COMERCIAL AUTOMOTRIZ TITANIO AUTOTITANIO CIA.LTDA.	Venta al por mayor y al por menor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores, como: neumáticos (llantas) cámaras de aire para neumáticos (tubos). Incluye bujías, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas.	AV. AGUSTIN FREIRE	27			
COMERCIAL AUTOMOTRIZ TITANIO AUTOTITANIO CIA.LTDA.	Venta al por mayor y al por menor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores, como: neumáticos (llantas) cámaras de aire para neumáticos (tubos). Incluye bujías, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas.	AV. AGUSTIN FREIRE	27			
COMERCIAL AUTOMOTRIZ TITANIO AUTOTITANIO CIA.LTDA.	Venta al por mayor y al por menor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores, como: neumáticos (llantas) cámaras de aire para neumáticos (tubos). Incluye bujías, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas.	AV. AGUSTIN FREIRE	27			
OIL CHECK S. A. OILCHECKSA	LA COMPAÑIA SE DEDICARA A DAR SERVICIOS DE CAMBIO DE ACEITES A DOMICILIO DE TODO TIPO DE VEHICULOS, SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE TODO TIPO DE VEHICULOS A DOMICILIO,.....	S/N	10	955		
TALLERES ORIGINALES AUTONEW S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	AV CARLOS JULIO AROSEMENA	S/N	ENTRANDO POR TALLERES MAZDA		
TALLERES ORIGINALES AUTONEW S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	AV CARLOS JULIO AROSEMENA	S/N	ENTRANDO POR TALLERES MAZDA		
TALLERES ORIGINALES AUTONEW S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	AV CARLOS JULIO AROSEMENA	S/N	ENTRANDO POR TALLERES MAZDA		
LAGUSA S.A.	Mantenimiento preventivo y reparaciones de equipos industriales, de refrigeración, de automotores, motores de diversa clase, equipos metalmecánicos y electrónicos, de galpones industriales, de inmuebles.	AVENIDA SEGUNDA	143	CALLE PRIMERA		MAPASINGUE OESTE
DIESEL POWER S.A.	El chequeo, mantenimiento, reparación y adecuación técnica de bombas de inyección y de los sistemas eléctricos de motores de inyección a diesel, ...	AV. MARTHA BUCARAM	SOLAR 1	QUINTA TRANSVERSAL	DIESEL POWER	
AUTO PARTES DEL LITORAL AULIT S.A.	SE DEDICARÁ AL COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULO AUTOMOTORES: REPARACIÓN MECÁNICA, ELÉCTRICA, SISTEMAS DE INYECCIÓN ELÉCTRICOS, CARROCERÍAS; PARTES DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES (...)	PARQUE INDUSTRIAL INMACONSA	S/N	12.5 VIA A DAULE		
AUTO PARTES DEL LITORAL AULIT S.A.	SE DEDICARÁ AL COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULO AUTOMOTORES: REPARACIÓN MECÁNICA, ELÉCTRICA, SISTEMAS DE INYECCIÓN ELÉCTRICOS, CARROCERÍAS; PARTES DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES (...)	PARQUE INDUSTRIAL INMACONSA	S/N	12.5 VIA A DAULE		
ENDEAVOUR S.A.	LA VENTA DE TODO TIPO DE PARTES, COMPONENTES, SUMINISTRO, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES COMO: NEUMÁTICOS (LLANTAS) CÁMARAS DE AIRE PARA NEUMÁTICOS.....	CALLE 16 C	S/N	4C-4		
ENDEAVOUR S.A.	LA VENTA DE TODO TIPO DE PARTES, COMPONENTES, SUMINISTRO, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES COMO: NEUMÁTICOS (LLANTAS) CÁMARAS DE AIRE PARA NEUMÁTICOS.....	CALLE 16 C	S/N	4C-4		
ENDEAVOUR S.A.	LA VENTA DE TODO TIPO DE PARTES, COMPONENTES, SUMINISTRO, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES COMO: NEUMÁTICOS (LLANTAS) CÁMARAS DE AIRE PARA NEUMÁTICOS.....	CALLE 16 C	S/N	4C-4		
INASOTEC S.A.	Art 2.- Mantenimiento, reparación, instalación eléctrica, automatización, control electrónico industrial y automotriz	COOP. MADRIGAL	SL: 9	MZ: 231		
MORÁN MOTORS COMERCIALIZADORA MORÁN MOTORS S.A.	SE DEDICARÁ A COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULO, AUTOMOTORES Y VENTA DE VEHÍCULOS NUEVOS Y USADOS: VEHÍCULO DE PASAJEROS, INCLUIDOS VEHÍCULOS ESPECIALIZADOS COMO: AMBULANCIAS Y MINIBUSES, CAMIONES, REMOLQUES Y SEMIREMOLQUES, VEHÍCULOS DE ACAMPADA COMO: CARAVANAS Y AUTOCARAVANAS, VEHÍCULOS PARA TODO TERRENO (JEEPS, ETCÉTERA), INCLUIDO LA VENTA AL POR MAYOR Y MENOR POR COMISIONISTAS.	SC	SN	25		
SUFASA SU FANTASIA S.A.	Arrendamiento, compra, venta, consignación, distribución, representación, importación, exportación, reparación y comercio, en general, de vehículos automotores exótico y de lujo.	SEXTA	S/N	AV. LAS LOMAS-DATILES		
QUILPAINT CIA. LTDA.	ARTICULO SEGUNDO.- EL OBJETO SOCIAL...ésta se dedicará a prestar servicios para el sector automotriz de lavado, engrasado, pulverizado, cambio de aceite, mantenimiento preventivo y correctivo, pintura, encerado, etc...	AV. FRANCISCO DE ORELLANA	s/n	114 ANTES M SOLAR 7		
APOLO HERRERA AVILUBERTH S.A.	Art. 2º.- Brindar servicios de lubricación, lavado y engrasado de vehículos...etc.	URBANOR	11	PA		
RECTIGAMOS RECTIFICADORA INGENIEROS GABRIEL MOSQUERA S.A.	ART 2 La compañía tendrá por objeto, a la metalmecánica en general, rectificación de cigueñales, cilindros y más piezas de motores de combustión etc etc	COSME RENELLA	S/N	AV. DE LAS AMERICAS		
CORPORACION CORDOVA S.A. CORPOCORSA	Art 1.- a) A la mecánica automotriz	MALDONADO	2424	LEONIDAS PLAZA ESQ. NE		

PINTOCAR S.A.	ARTICULO SEGUNDO.-A) IMPORTAR, EXPORTAR, COMPRAR, VENDER AL POR MAYOR Y MENOR,.....TODA CLASE DE VEHICULOS AUTOMOTORES SUS REPUESTOS, ACCESORIOS Y LUBRICANTES,.....PINTADA DE VEHICULO;.....	AV. PEDRO MENENDEZ GILBERT MZ. F SL. 10-	SL10-11	F		COOP. 29 DE JUNIO
TALLERES E. GUZMAN S.A. T.E.G.S.A.	PRIMERA.-.....TENDRA POR OBJETO DEDICARSE AL ENSAMBLAJE, ENLANTAJE, ALINEACION, BALANCEO, PINTADA Y ENDEREZADA DE VEHICULOS EN GENERAL,.....	AV. GUILLERMO PAREJA ROLANDO MZ. 102	MZ102		AV. HERMANO MIGUEL, MZ. 102 SOLAR 17	
SERVICIOS Y PROPIEDADES SEPROPISA SA	brindar servicios técnicos en la rama de la mecánica en general, para todo tipo de vehículo, maquinarias agrícolas e industriales, y embarcaciones...etc...	AV. JUAN T MARENGO	KM 3.5		LOTIZACION ZATIRTION	NORTE
SERVICIOS AUTOMOTRICES INTEGRALES REPARTECSA S.A.	Tendrá por objeto dedicarse a enderezar, pintar tapizar, alinear y balancear, remolcar dentro del territorio nacional todo tipo de automotores...	ALIANZA	402		VEHICULAR	
ERPA MANAGEMENT S.A.	Se dedicará a la importación, exportación, compraventa, distribución de toda clase de insumos, materiales y suministros para la industria metalmecánica, tales como: rulimanes, tuercas, pernos, etc...	MZ. 119	28		MZ119	TECNOCAÑA COOP. AGUIRRE ABAD
MEGA & MEGA SERVICIOS MESERIMPOR S.A.	Actividades relativas a la venta de combustibles sólidos, líquidos, gaseosos y productos conexos en todas sus fases y sus actividades vinculadas y/o complementarias, ésto es distribución y comercialización.	CHILE	2500		argentina	
MATVA S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	URB. CIUD. COLON	1		MZ. 277 SOL. 1	COND. C1
MATVA S.A.	COMERCIO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	URB. CIUD. COLON	1		MZ. 277 SOL. 1	COND. C1
DEBALLERES S.A.	al montaje y operación, sea por administración directa o delegada, de talleres para prestación de servicios profesionales de mecánica,...	AV. DE LAS AMERICAS	500		CALLE SEPTIMA	ECUAVIA
AUTOIMPORTADOR PP AUTOPP S.A.	Venta al por mayor y al por menor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores, como: neumáticos (llantas) cámaras de aire para neumáticos (tubos). Incluye bujías, baterías, equipo de iluminación partes y piezas eléctricas.	5to. paseo 4a ne	189		Guayacanes	nORTE
INGENIERIA Y MECANICA PRODUCTIVA MECANPRO S.A.	Prestación de servicios de instalación, mantenimiento, reparación y restauración por medio de la aplicación de pinturas, solventes, etc.	BOGOTA	1001		C	CENTENARIO
IMPORTACIONES Y DISTRIBUCIONES BALABAR C LTDA	art 3ero.- Podrá dar mantenimiento y reparación de vehículos automotores en general	TUNGURAHUA	928		CLEMENTE BALLEEN	
PRIME INJECTION CIA. LTDA. PRIJECT	Art.2do.- se dedicará a la prestación de servicios en diagnóstico, mantenimiento reparación, reconstrucción y en general todo tipo de vehículos, etc...	AV. JOSE RODRIGUEZ BONIN	S/N		SANTA RITA	SERVICIO GRUAS QUINTANA
"SERVICIOS" "WALTER PEREZ TORRES" "MONTACARGASTORRES" COMPANIA ANÓNIMA	COMERCIALIZACIÓN (ADMINISTRACIÓN), COMPRA VENTA, MANTENIMIENTOS CORRECTIVOS Y PREVENTIVOS PARA MONTACARGAS; PUDIENDO IMPORTAR PARTES Y REPUESTOS PARA LA ACTIVIDAD.	CAMILO DESTRUJE	503		CORONEL	
EXPOMANIJAS ECUADOR S.A.	ACTIVIDADES DE VENTA DE TODO TIPO DE PARTES, COMPONENTES, SUMINISTROS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES COMO: NEUMÁTICOS (LLANTAS), CAMARAS DE AIRE PARA NEUMÁTICOS (TUBOS), INCLUYE BUJIAS, BATERIAS, MANIJAS, EQUIPO DE ILUMINACIÓN PARTES Y PIEZAS ELÉCTRICAS, ETC...	BABAHOYO	814		AYACUCHO YHUANCAVILCA	
SISTEMAS Y POTENCIA SISTPOWER S.A.	Diseño, fabricación, capacitación, compra, venta, importación, exportación, instalación, mantenimiento, reparación y servicio técnico en electrónica, electricidad y mecánico.	AV. LAS AMERICAS	510		FRENTE OROMOTO	EL TERMINAL, LOCAL 23

TOTA EMPRESAS ACTIVAS 150

ANEXO 20 COTIZACIÓN PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN




Venta de Equipos de Computación y Copiadoras
Sistemas Continuos - Cartuchos & Toner - Recargas
Matriz: Pedro Carbo #810 e/, C. Ballen y 10 d Agosto

Telf: 2320105

Francisco Gabriel Espinoza Llaguno Ruc. #0921573440001 **Cotización**

Empresa:		Ruc. /	
Contacto:		Fecha:	31/08/16
Dirección:		Telf:	

Cant.	Descripción	V. Unit.	V. Total
1	Multifunción Epson L220 Copia - Imprime - Scanea	\$290.00 + IVA	
PRECIOS NO INCLUYEN IVA			


 Vendedor

Los precios estan sujetos a cambios sin previo aviso.

Sub Total	
Iva 0 %	
Iva 14%	
Total	



Venta de Equipos de computación y Copiadoras
Sistemas Continuos- Cartuchos & Toner-Recargas
Matriz: Pedro Carbo #810 y Clemente Ballen
Telf. 2320105 – 2531763 – 0988346580

COMBO # 1 ESCOLAR
COMPUTADOR INTEL
CELERON – DUAL CORE N 3050
1.60 GHZ

MONITOR LED AOC 19".
 CASE COMBO FUENTE 400W. VARIOS DISEÑOS.
 MAINBOARD BIOSTAR DH81 SOCKET 1155.
 PROCESADOR INTEL CELERON – DUAL CORE N3050 1.60 GHZ.

MEMORIA SO-DIM DDR3 PC1066 **4GB**(EXPANDIBLE 8GB)
 DISCO DURO SATA 7200RPM **500GB**.
 DVD RWITER SATA 24X (LECTOR Y QUEMADOR).
 TARJETA SONIDO INTEGRADA 3.1.
 TARJETA VIDEO INTEGRADA.
 TARJETA DE RED.

MULTIFUNCION HP 2135
(ADAPTABLE A SISTEMA CONTINUO).
 REGULADOR VOLTAJE 6 TOMAS CORRIENTE
 AUDIFONO CON MICROFONO INCORPORADOS.
 MOUSE XSROLL, TECLADO Y PARLANTES.
 COBERTORES Y PORTA MOUSE.
 MESA COMPUTADORA PORTA TECLADO.
 CAMARA WEB CAM.
 PENDRIVE HP 8GB.

\$495

OFERTA EFECTIVO....

Acceptamos... todas las tarjetas de crédito



OFERTAS

ANEXO 21 COTIZACIÓN DE INSUMOS Y EQUIPOS PARA LAVADORA

COMERCIAL KYWI S.A.

AUTOIMPRESORES-AUTORIZACION S.R.L.- 1116449266 DEL 23/FEB/2015
CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL.SRI. 5368

AGENCIA 28 (ALMENDROS) GYE
RUC : 1790041220001
TELF : 626127
CIUDAD: GUAYAQUIL

PROFORMA No. 361428
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

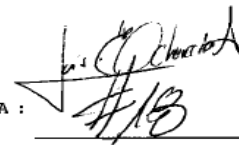
FECHA DE EMISION : 2016/09/04 Pag.: 1
VALIDO HASTA : 2016/09/28

RUC : 99999999001 Cod.Cliente: 888885 0
Sr.(s) : JOSE LUIS FINGEL
DIRECCION: VAL PARAISO
TELEFONO : 2345367
VENDEDOR : LOIS ECHEVERRIA

PORFORMA

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PREC-UNIT	TOTAL
458147	LIMPIADORA A VAPOR KARCHER 4002 110V 60H	1	1.942,859648	1.942,86
489697	HIDROLAV GASO PORTEN 6.5HP 3000PSI M/POR	1	571,491228	571,49
491594	TALADRO DEWALT 1/2" PVVR 650W INDUSTRIAL	1	192,938596	192,94

* ---> CODIGOS EXENTOS DE IVA	SUBTOTAL	:	2.707,29
	IVA	:	379,02
PAGUE COMO PAGUE KYWI LE OFRECE LOS MEJORES PRECIOS	TOTAL	:	3.086,31

FIRMA : 
COMERCIAL KYWI S.A.

FIRMA : _____
CLIENTE

Esta Proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A.

En el caso de existir cambios en los precios de nuestros proveedores nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.

C O R P O R A C I O N E L R O S A D O S . A .
P R O F O R M A No. C-051844

ALMACEN.....: 0055 FERRISARIATO AV.DRELLANA
NOMBRE DEL CLIENTE: 929972 FINGEL JOSE LUIS
CEDULA / R.U.C.....: 0908254048
DIRECCION.....: 0
TELEFONO.....: 0
FECHA DE EMISION...: Lun 17/Octubre/2016
DETALLE.....: 929972

PAG.

ARTICULO	DESCRIPCION	COLOR	REFERENCIA	MARCA	TAMNO	UMC	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
0089984887	HIDROLAVADORA DE ALTA PRESION 1 1.601-850.0 K9			KARCHER		1	1.00	258.77	258.77 I
0016349421	DESCO AMB DISCO FRUTILLA			FRESITA		24	1.00	0.94	0.94 I
0044064983	AMBIENTADOR DE AUTOS CARRO NUEV XA009202921			3M	120ML	12	1.00	1.84	1.84 I
0044064989	SILICONA PARA AUTOS SPRAY 300 M XA009202905			3M	300ML	12	1.00	3.75	3.75 I
0044495364	SHAPPO CAR WASH		906017	FERRISARIA	500 ML.	12	1.00	1.87	1.87 I
0044866815	DERA RALLY 400GRS	BEIGE	0018	RALLY	40GR	12	1.00	5.04	5.04 I
0044935884	LIMPIEZA Y CUIDADO DEL CUERO 50 50031			WEIR	500 ML.	12	1.00	5.35	5.35 I
0025067997	LIMPIADOR P/INTERIOR CARRO 651M 326-BC			PRO POWER	651ML	12	1.00	2.10	2.10 I
0016884325	PAGO LUSTRE CARRO BRILLO EXTREMO X1			LUSTRE	X1	20	1.00	2.19	2.19 I
0044345049	ESPONJA MULTIJUSO PARA CARRO		900275			12	1.00	1.42	1.42 I
0089054278	BOQUILLA DISIFICADORA ESPUMA FJ 2.643-147.0			KARCHER		1	1.00	15.78	15.78 I
No. ITEMS: 11	TOTAL ITEMS: 11			SUBTOTAL:				299.05	
<A>				IVA 14.00%				41.87	
				TOTAL:				340.92	

LA EMPRESA SE RESERVA EL DERECHO DE VARIAR LOS PRECIOS SIN PREVIO AVIS

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

TRABJO EN MATERIAL PARA LA INDUSTRIA Y LA CONSTRUCCIÓN



ACERO COMERCIAL ECUATORIANO S.A.
www.acerocomercial.com


PROFORMA No. CTZ-00033450

MATRIZ: Av. De la Prensa N45-14 y Calle Telégrafo 1
PBX: (593-2) 245 4333/245 4334. FAX: (593-2) 245 4455
SUCURSAL: Gualberto Pérez E1-88 y Av. Napo
TELF: (593) 261 3120/261 3220. FAX: (593-2) 261 2704
e-mail: info@acerocomercial.com
QUITO-ECUADOR
CONTRIBUYENTE ESPECIAL 5368 02-VI-95
RUC: 179008955001

NUMERO:	SERMENS S.A.	VENDEDOR:	SISALIMA SARANGO DAVID
RUC/CEDULA:	1791213382601	FECHA DE EMISION:	19/04/2016
DIRECCION:	COLA NAVAL PORTIF. MZ.G V 6	FECHA VENCIMIENTO:	04/05/2016
TELEFONO:	8003054	FORMA DE PAGO:	CHEQUE
GRUPO DE CLIENTE:	CL_002600		

CODIGO	DESCRIPCION	UNI.	MARCA	CANT.	P. UNITARIO	% DTO.	SUBTOTAL
1791213382601	BOMBA CM3 7 ARGÉ 1"X1" 2HP 220V/60C/1F ACCE (57563948)	UND	GRUNDFOSS	1.00	1,399.39	10.00	7,399.39

No tiene efecto a fecha de vencimiento y disponibilidad de stock	Subtotal	1,399.39
	Descuento	139.94
	Subtotal 0%	
	Subtotal 12%	1,259.45
	12% I.V.A.	151.13
	TOTAL	1,410.58

Posición	Contar	Descripción
	1	<p>CM3-6 A-S-G-E-AVBE</p>  <p><i>370000 m. l. u. n. ...</i></p> <p>Código: 96935597</p> <p>CM es una bomba centrífuga horizontal multicelular compacta, de acoplamiento cerrado con: 1-fases, 115/230 V, 60 Hz. Motor en base. Es de aspiración axial y descarga radial con un cierre especialmente diseñado, AVBE. Eje, impulsores, cámaras y tapones de llenado fabricados en acero inoxidable. Aspiración y descarga fabricados en Acero inoxidable.</p> <p>CM puede también funcionar como una CME conectado un CUE al motor. Consultar Win/WebCAPS para más información sobre CUE.</p> <p>Líquido: Líquido bombeado: Agua Rango de temperatura del líquido: -20 .. 40 °C Temp. líquido: 20 °C Densidad: 998.2 kg/m³</p> <p>Técnico: Velocidad para datos de bomba: 3480 rpm Caudal nominal: 3.7 m³/h Altura nominal: 59.8 m Código del cierre. 1: Tipo 2: Cara giratoria 3: Cara estacionaria 4: Cierre secunda.: AVBE Homologaciones en placa: CE, CULUS, WRAS, ACS, TR, EAC Tolerancia de curva: ISO9906:2012 3B</p> <p>Materiales: Cuerpo hidráulico: Acero inoxidable DIN W.-Nr. 1.4401 316 Impulsor: Acero inoxidable DIN W.-Nr. 1.4401 AISI 316 Caucho: EPDM</p> <p>Instalación: Temperatura ambiental máxima: 55 °C Presión de trabajo máxima: 10 bar Presión máxima a la temp. declarada: 10 bar / 40 °C Tipo de brida: ROSCA INTERNA NPT Aspiración: NPT 1 Descarga: NPT 1</p> <p>Datos eléctricos: Tipo de motor: 90CC Clase eficiencia IE: IE1 Potencia nominal - P2: 1.5 kW Frecuencia de alimentación: 60 Hz Tensión nominal: 1 x 115/230 V</p>


VadoCorps.A. Snap-on Equipment



Señor: JOSE LUIS PINGEL CUEVA
 C.I. 0908254048
 Telf. 2345367-0992628157
 Fecha. 3 de Agosto del 2016

Equipos	Caracteristicas	Cant	Precio Normal	IVA	TOTAL
	PALANCA TNT-10 <u>STOCK</u>	1	750.00	105.00	855.00
	Desmontadora de Llantas ATLAS: Modelo TC229. 30 DIAS LABORABLES	1	2205.00	308.70	2513.70
	EMBAQUE DE 6 TON PAR <u>STOCK</u>	1	75.00	10.50	85.50
	Compresor ATLAS de 5 HP motor de 220V. 30AMP. Monofasico 60Hz con tanque de 80GLN vertical. 175 LIBRAS DE PRESION	1	2500.00	350.00	2850.00
	Gata tipo lagarto 3 toneladas <u>STOCK</u>	1	180.00	25.20	205.20
	Recolector de aceite quemado, capacidad 60lt. con vaciado neumático, bandeja recolectora de altura regulable ATLAS <u>STOCK</u>		280.00	39.20	319.20

	Recolector y extractor de aceite quemado, capacidad 65 lt. con vaciado neumático, bandeja recolectora, cambiador de aceite a traves de sondas, con camara, funciona con aire comprimido y totalmente movil, adaptadores para diferentes marcas, bandeja con altura ajustable para trabajar con elevador. ATLAS <u>STOCK</u>	1	650.00	91.00	741.00
	ASPIRADORA MICHELIN VCX 70-3000 <u>STOCK</u>	1	750.00	105.00	855.00
	Placha Vulcanizadora De Auto <u>STOCK</u>	1	450.00	63.00	513.00
	Placha Vulcanizadora De Camion 30 DIAS LABORABLES	1	750.00	105.00	855.00
	Hidrolavadora AR Italiano. Uso profesional 1900 PSI 30 DIAS LABORABLES	1	1400.00	196.00	1596.00
	Elevador de 2 postes Marca MAXIMUS, MAX-9K procedencia ASIA, Capacidad 9.000 lbs, ideal para trabajos de mecánica, reparación de frenos, cambio de aceites, reparación de cajas de cambio, desmontajes de tanque de combustible, todo tipo de mecánica en general, Motor electro hidráulico, Volt 220, Altura máxima de elevación 1.89 mt. <u>STOCK</u>	1	2300.00	322.00	2622.00
	Elevador de piso Marca ATLAS, Capacidad 6.000 lbs, ideal para cambio de neumáticos, reparación de frenos, Motor electro hidráulico, Volt 110, Altura máxima de elevación 66cm. 30 DIAS LABORABLES	1	2100.00	294.00	2394.00

	<p>Elevador de piso Marca ATLAS, Capacidad 6.000 lbs, ideal para cambio de neumáticos, reparación de frenos, Motor electro hidráulico, Volt 110, Altura máxima de elevación 1.00 mt. 30 DIAS LABORABLES</p>	<p>1</p>	<p>2587.00</p>	<p>362.18</p>	<p>2949.18</p>
---	---	----------	----------------	---------------	----------------

NIEMEN FRENO

784⁰²

Forma de Pago: AL CONTADO

Nota: El elevador necesita 5 galones de aceite cada elevador, no precio incluye el aceite.

El cliente debe proteger su equipo con breaker independiente bifásico de 30 amperios, para el elevador

El cliente deberá contratar un montacarga o personal de apoyo para el desembarque.

Atentamente,

 Esperanza Mendoza
 VADOCORP S.A.
 042284030+0981607517

VADOCORP S.A.

Distribuidor de Equipos y Herramientas
 Servicio Técnico Profesional

Ing. Fernando X. Centeno Vásquez
 Gerente General
 fcenteno@vadocorp.com

Guayaquil
 Correo L. Pizarro Dofin #1302
 y Magdalena Cabezas
 Tel: 04 2284030 Ext.: 135
 Telefax: 04 2390214
 Cel: 0994991187



oficial de crédito: Freddy Ruiz
 Agencia Matriz, 3er piso
 telefono: 3731500
 ext: 41428



CHECK LIST DE RECEPCION/REVISION DOCUMENTOS PARA LA CALIFICACION DE CREDITOS

CLIENTE:	
NUMERO DE IDENTIFICACION:	
FUNCIONARIO:	
FECHA:	

DESCRIPCION DE REQUISITOS Y DOCUMENTOS:

SOLICITUD DE CREDITO COMPLETAMENTE LLENA Y FIRMADA	
SOLICITUD DE AVALUO COMPLETAMENTE LLENA Y FIRMADA	
CUESTIONARIO DE SALUD COMPLETAMENTE LLENO Y FIRMADO	
FOTOCOPIA DEL CONTRATO DE RESERVA DEL BIEN O DOCUMENTO HABILITANTE POR LA COMPRA DE LA VIVIENDA	
CENTRAL DE RIESGOS IMPRESA	

DOCUMENTACION REQUERIDA DEL CLIENTE Y CONYUGE:

DOS FOTOCOPIAS A COLORES DE CEDULA DE CIUDADANIA ACTUALIZADA (VALIDEZ HASTA 12 AÑOS DESDE LA FECHA DE EMISION EN CASO DE NO TENER ACTUALIZADO SU ESTADO CIVIL EN LA CEDULA, PRESENTAR LOS CERTIFICADOS RESPECTIVOS: PARTIDA DE MATRIMONIO, DIVORCIO, DECLARACION JURADAMENTADA DE UNION DE HECHO, ENTRE OTROS.	
DOS FOTOCOPIAS A COLORES DE CERTIFICADO DE VOTACION DE LAS ULTIMAS ELECCIONES ELECTORALES	
DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA DE LOS ULTIMOS 3 AÑOS (SI CUMPLE CON LA BASE IMPONIBLE)	
FOTOCOPIA DE ESTADOS DE CUENTAS DE LOS ULTIMOS 3 MESES (CUENTAS CORRIENTES, TARJETAS DE CREDITO Y MOVIMIENTOS DE CUENTAS DE AHORROS)	
FOTOCOPIA DE TABLA DE AMORTIZACION EN CASO DE EXISTIR PRESTAMOS CON OTRAS INSTITUCIONES	
SOPORTE DE PATRIMONIO, SI TUVIERE (FOTOCOPIA DE MATRICULA DE VEHICULOS, CERTIFICADOS DE IMPTO. PREDIALES EN CASO DE BIENES INMUEBLES, CERTIFICADOS DE DEPOSITOS A PLAZO, ETC.)	

DOCUMENTOS ADICIONALES:

COMO DEPENDIENTE (DEUDOR Y CONYUGE):

ESTABILIDAD LABORAL MINIMA 1 AÑO	
CERTIFICADO DE TRABAJO, EL CUAL DEBERA CONTENER: TIEMPO DE LABORES, FUNCIONES QUE DESEMPEÑA E INGRESOS	
ROLES DE PAGO DE LOS ULTIMOS 3 MESES, SI LOS INGRESOS PROVIENEN DE COMISIONES U OTROS VALORES PRESENTAR LOS ROLES O COMPROBANTES DE PAGO DE LOS ULTIMOS 6 MESES	
SOPORTE AFILIACION AL IESS, IMPRESION DE HISTORIAL LABORAL O APORTACIONES	
EN CASO DE TENER OTROS INGRESOS COMO ARRIENDOS, DEBERA PRESENTAR CONTRATOS INSCRITOS EN EL JUZGADO INQUILINATO	

COMO INDEPENDIENTE O NEGOCIO A TITULO PERSONAL (DEUDOR Y CONYUGE):

ESTABILIDAD MINIMA 2 AÑOS	
FOTOCOPIA DE RUC	
FOTOCOPIA DE FACTURAS DE LOS 6 ULTIMOS MESES (APLICABLE SOLO PARA PROFESIONALES INDEPENDIENTES)	
FOTOCOPIA DE DECLARACION DE IVA DE LOS 6 ULTIMOS MESES O DEL RISE	
FLUJO DE CAJA PROYECTADO POR UN AÑO	
FOTOCOPIA DE COMPROBANTES DE PAGO DE COMISIONES U OTROS VALORES QUE GENEREN INGRESOS DE LOS 6 ULTIMOS MESES (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE)	

SI LOS INGRESOS DEL CLIENTE, PROVIENEN DE COMPAÑIAS DONDE MANTIENE PARTICIPACION ACCIONARIAL DEBE INCLUIR:

SOPORTE DE LOS PAGOS DE LOS DIVIDENDOS COMO ACCIONISTA, VALOR QUE DEBE SER DECLARADO EN EL IMPUESTO A LA RENTA COMO PERSONA NATURAL	
DECLARACION DEL IMPPTO. A LA RENTA DE LA EMPRESA DE LOS ULTIMOS TRES AÑOS	
BALANCES INTERNOS DE LA EMPRESA CON CORTE A LA FECHA DE PRESENTACION DEL CREDITO CON SUS RESPECTIVOS ANEXOS	
LISTADO DE ACCIONISTAS DE LA EMPRESA	
RUC DE LA EMPRESA	
DECLARACION DE IVA DE LA EMPRESA DE LOS ULTIMOS 6 MESES	
REFERENCIAS BANCARIAS DE LA EMPRESA	
REPORTE BASICO DE INFORMACION	
COPIA DE LA ULTIMA PLANILLA DE APORTACION AL IESS	

Construcción (aporte terreno)
 hasta 70% financiamiento, tasa 10%

Construcción (no aporte terreno)
 hasta 80% financiamiento, tasa 10,50%
 plazo: 12 años

DATOS PERSONALES					
NOMBRE PROYECTO:		CASA / DPTO #:		PLAZO SOLICITADO:	
VALOR VIVIENDA:		VALOR CREDITO:		FECHA NEGOCIACION:	
FECHA ENTREGA INMUEBLE		FECHA NEGOCIACION:			
DATOS DEL INTERESADO			DATOS DEL INMUEBLE A FINANCIAR		
Nombre:			Ciudad de localización del bien a financiar:		
Cédula de identidad:			Teléfono domicilio:		
Fecha de nacimiento:			Años de uso del bien a financiar:		
Tipo de vivienda: Propia <input type="checkbox"/> Arrendada <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>			Tipo de bien a financiar:		
Dirección:			Casa <input type="checkbox"/>		
Estado Civil:			Departamento <input type="checkbox"/>		
Cargas familiares:			Tipo de parroquia de localización del bien a financiar:		
Nivel de Estudios: Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Técnica <input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/>			Urbana <input type="checkbox"/>		
Profesión:			Vacacional <input type="checkbox"/>		
Nombre de la Empresa donde trabaja:			Rural <input type="checkbox"/>		
Actividad de la empresa donde trabaja:			Estado del bien a financiar:		
Cargo que ocupa:			Otro <input type="checkbox"/>		
Teléfono del trabajo:			Nuevo <input type="checkbox"/>		
Fecha de Ingreso y # del RUC:			Usado <input type="checkbox"/>		
DATOS FINANCIEROS (sociedad conyugal)			DATOS DEL CONYUGE		
Ingreso mensual:			Nombre:		
Otros ingresos fijos:			Cédula de identidad:		
Otros ingresos variables:			Fecha de nacimiento:		
Origen de otros ingresos:			Número de inmuebles:		
TOTAL INGRESOS			Número de vehículos:		
EGRESOS MENSUALES			Número de propiedades:		
Arriendo o Hipoteca:			Activo		
Alimentación:			Pasivo		
Educación:			Patrimonio		
Movilización:			OBSERVACIONES:		
Vestuario:					
Servicios Básicos:					
Cuota Tarjeta de Crédito:					
Cuota Deudas Bancos:					
Otros Egresos:					
TOTAL EGRESOS					
BANCO		POLIZA		BANCO	
CTA.No:		TARJETAS DE CREDITO		No.	
Referencias Bancarias:					
AUTORIZACION: Autorizamos al Banco del Pacifico S.A. para que revise la información contenida en el presente documento, para efectos exclusivamente de investigación y análisis. Asimismo, autorizo(mos) a cualquier Banco para que pueda revisar en la C.					
NOTA: El presente documento NO constituye en sí mismo solicitud de préstamo, sino tan sólo la entrega de información de los datos personales para efectos exclusivamente de investigación y análisis					

FIRMA DEL INTERESADO

FIRMA DEL CONYUGE

P