



Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE UNA MARCA AUTOMOTRIZ
CHINA EN EL MERCADO ECUATORIANO. ENFOQUE
EN EL SEGMENTO PESADO, A PARTIR DE 2.5 T A 48 T
DE ARRASTRE.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado
de Licenciado en Administración de Empresas.

Autores:

Renato Alejandro Valverde Ordoñez; José Patricio Ortiz Moreno

Director:

Ing. Iván Fernando Astudillo Fernandez de Córdova

Cuenca – Ecuador

2022

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación de grado es el reflejo del esfuerzo de nuestros padres, quienes nos han preparado para una vida llena de retos, los cuales deberemos aprender a sobrellevarlos y superarlos en el ámbito personal y profesional.

Con mucho cariño para nuestros padres, hermanos y familiares por entendernos, guiarnos y apoyarnos durante estos largos años de formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer a nuestro tutor Ing. Ivan Astudillo Fernandez de Córdoba por aceptar dirigir el trabajo de titulación de tesis de grado, por su tiempo y paciencia para desarrollarlo con mucho éxito. Agradecer de igual manera a los docentes universitarios quienes nos han formado en esta carrera de manera profesional y enseñándonos las bases y conocimientos que son de suma importancia para nuestras vidas profesionales.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|------|
| DEDICATORIA | i |
| AGRADECIMIENTO | ii |
| ÍNDICE DE CONTENIDO..... | iii |
| ÍNDICE DE TABLAS | iv |
| ÍNDICE DE FIGURAS | v |
| RESUMEN:..... | viii |
| ABSTRACT: | x |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO 1 | 3 |
| ANÁLISIS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN EL ECUADOR | 3 |
| 1.1.1. Historia del comercio exterior en Ecuador..... | 3 |
| 1.1.2. El sector automotriz | 5 |
| 1.1.3. Políticas Comerciales..... | 8 |
| 1.1.4. Análisis PEST del sector automotriz | 10 |
| CAPÍTULO 2 | 20 |
| 2. METODOLOGÍA | 20 |
| 2.1. Participantes | 20 |
| 2.2. Instrumentos | 21 |
| 2.3. Procedimiento..... | 22 |
| CAPÍTULO 3 | 23 |
| 3. RESULTADOS..... | 23 |
| 3.1 Resultados de la encuesta..... | 23 |
| 3.2 Resultados de los grupos focales | 28 |

| | | |
|--------|--|----|
| 3.3 | Estudio de mercado..... | 32 |
| 3.3.1. | Análisis de la demanda | 32 |
| 3.3.2. | Análisis de la oferta | 36 |
| 3.3.3. | Estructura para la operación de manejo de la marca | 37 |
| 3.4 | Estudio técnico | 42 |
| 3.4.1. | Análisis técnico | 42 |
| 3.4.2. | Diseño de políticas de la marca | 47 |
| 3.4.3. | Análisis financiero | 48 |
| | Conclusiones..... | 63 |
| | Recomendaciones | 64 |
| | Bibliografía..... | 65 |
| | Anexos..... | 74 |
| | Cuestionario para segmento de mercado | 74 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------------|---|----|
| Tabla 1 | Marcas de neumáticos en el mercado nacional..... | 15 |
| Tabla 2 | Resultados de los grupos focales..... | 29 |
| Tabla 3 | Ventas de camiones por mes del 2020 y 2021 | 32 |
| Tabla 4 | Proyección de la demanda mensual para el año 2022 | 33 |
| Tabla 5 | Cálculo de la demanda potencial..... | 34 |
| Tabla 6 | Tasa de crecimiento de la demanda de camiones..... | 34 |
| Tabla 7 | Aplicación de fórmula de proyección de demanda | 35 |
| Tabla 8 | Calculo de la oferta..... | 36 |
| Tabla 9 | Proyección de la oferta de concesionarias de camiones | 36 |
| Tabla 10 | Cálculo de la demanda insatisfecha..... | 37 |
| Tabla 11 | Redes sociales de la marca..... | 41 |

| | |
|--|----|
| Tabla 12 Detalle de inversión | 48 |
| Tabla 13 División de la inversión | 49 |
| Tabla 14 Características para el financiamiento externo | 49 |
| Tabla 15 Tabla de amortización del crédito externo | 50 |
| Tabla 16 Resumen del pago de la deuda en cuanto a cuota e interés anual | 50 |
| Tabla 17 Rubros para el cálculo de costos directos | 51 |
| Tabla 18 Rubros para el cálculo del costo total | 51 |
| Tabla 19 Rubros para el cálculo de los costos indirectos | 52 |
| Tabla 20 Rubros para el cálculo de Gastos administrativos y de ventas | 53 |
| Tabla 21 Cálculo del precio de venta al público de los camiones | 53 |
| Tabla 22 Porcentaje de inflación proyectad por el Banco Central | 54 |
| Tabla 23 Ingresos totales proyectados | 55 |
| Tabla 24 Estado de resultados proyectado | 57 |
| Tabla 25 <i>Indicadores financieros de gestión</i> | 58 |
| Tabla 26 Flujo de caja de los productos a importar | 60 |
| Tabla 27 Indicadores de factibilidad | 62 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Tipos de importaciones | 4 |
| Figura2 Ventas de vehículos por provincias | 6 |
| Figura 3 Importaciones en neumáticos | 8 |
| Figura 4 Medidas de política tributaria | 11 |
| Figura 5 Participación de las ventas por provincia | 13 |
| Figura 6 Importaciones de neumáticos por segmento | 14 |
| Figura 7 <i>Ventas sector automotriz 2019-2020</i> | 14 |
| Figura 8. Ventas del sector automotriz 2019-2020 | 16 |

| | |
|---|----|
| Figura 9. Factores que inciden en la intención de compra del sector automotriz..... | 17 |
| Figura 10 Factores que influyen en las preferencias del consumidor | 17 |
| Figura 11 Edad..... | 23 |
| Figura 12 Sexo..... | 23 |
| Figura 13 Zona residencial..... | 24 |
| Figura 14 Nivel de ingreso | 24 |
| Figura 15 Conocimiento de una empresa importadora de camiones de 2.5 T A 48 T de arrastre..... | 24 |
| Figura 16 Donde adquiere el camión con frecuencia..... | 25 |
| Figura 17 Factores considerados al momento de adquirir un camión | 25 |
| Figura 18 Camiones adquiridos desde la percepción..... | 26 |
| Figura 19 Tiempo que prevé cambiar de camión | 26 |
| Figura 20 Disposición a adquirir un camión de marca FAW | 26 |
| Figura 21 Disposición a pagar por un camión..... | 27 |
| Figura 22 Medio publicitario de preferencia para obtener información de la nueva empresa | 27 |
| Figura 23 Recibir asesoría técnica para escoger el camión adecuado | 28 |
| Figura 24 Regresión lineal para estimar la demanda..... | 33 |
| Figura 25 Proyección de la demanda | 35 |
| Figura 26 Proyección de la oferta..... | 36 |
| Figura 27 Productos a importar | 38 |
| Figura 28 Precio de los productos a importar..... | 39 |
| Figura 29 Ubicación de la venta de camiones | 40 |
| Figura 30 Infraestructura de FAW trucks Ecuador..... | 40 |
| Figura 31 Estrategias de promoción | 41 |
| Figura 32 Página web de Faw Trucks..... | 43 |

| | | |
|------------------|---|----|
| Figura 33 | Pasos previos para la importación..... | 44 |
| Figura 34 | Proceso de importación de camiones de Faw Motors..... | 45 |
| Figura 35 | Políticas de la operación de la marca | 47 |
| Figura 36 | Proyección de ingresos por año | 56 |

RESUMEN:

Ecuador destacado por ser un país importador de diferentes tipos de vehículos dentro del segmento de la línea ligera y pesada, incluyendo accesorios y partes. Debido al acelerado crecimiento de la industria y factores de importación, como flete, impuestos y costos de importación, los precios han aumentado abruptamente en comparación con otros países de la región. Esta situación ha causado inconvenientes para los consumidores, distribuidores e importadores, quienes representan la reactivación de la economía. El sector automotriz en el Ecuador ha sido caracterizado por importar vehículos de origen chino, lo cual ha ocasionado conflictos con las marcas por tener limitados proveedores de vehículos. El siguiente análisis tiene el objetivo de definir la factibilidad de comercializar una marca china del segmento pesado en el mercado ecuatoriano. Para determinar este objetivo se realizará un estudio descriptivo, obteniendo información mediante el método de recolección y aplicando encuestas a usuarios expertos de este sector.

Palabras clave: automotriz, china, ecuador, importador



Firmado electrónicamente por:
**JOSE PATRICIO
ORTIZ MORENO**

Jose Patricio Ortiz Moreno

7918

0992036691

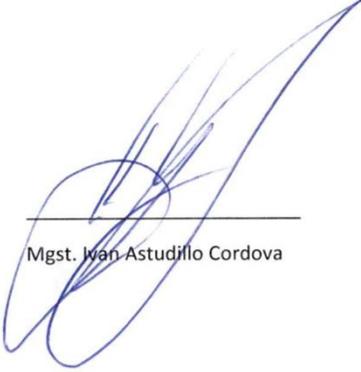
jportizm@es.uazuay.edu.ec

Renato Valverde Ordóñez

78578

0984170569

renatovalverde95@es.uazuay.edu.ec



Mgst. Ivan Astudillo Cordova

ABSTRACT:

Ecuador is considered a valuable importing country of different vehicles in the light and heavy segment, including accessories and spare parts. As a result of the accelerated development of the industry and import factors, such as freight, taxes, and import costs, the prices have been increasing abruptly compared to other countries in the region. This situation has brought inconveniences to consumers, suppliers, and importers, who represent the reactivation of the economy. Furthermore, the Ecuadorian automotive sector is characterized by importing Chinese vehicles. This feature has created competitive conflicts between brands for the limited number of suppliers from China. Therefore, the following analysis aims to determine the feasibility of trading a Chinese brand in the heavy segment in the Ecuadorian market. To determine the objective, we will realize a descriptive study. So we will obtain information through the recollection method and surveys to expert users from the industry.

Keywords: automotive, china, ecuador, importorting



Firmado electrónicamente por:
**JOSE PATRICIO
ORTIZ MORENO**

Jose Patricio Ortiz Moreno

7918

0992036691

jportizm@es.uazuay.edu.ec

Renato Valverde Ordóñez

78578

0984170569

renatovalverde95@es.uazuay.edu.ec



Firma Unidad de Idiomas

Mgst. Ivan Astudillo Cordova

INTRODUCCIÓN

El sector automotriz se torna relevante en la economía de un país ya que genera empleos y es un punto de producción industrial, por tanto, presenta regulaciones en el caso de importaciones que precisan de análisis para implementar marcas en los mercados locales (Dulcich et al., 2020). En efecto, se reconoce que la estructura del segmento comercial de automóviles está marcada por una alta competitividad con la presencia de oligopolios con altos niveles de concentración asociados a parámetros de precios, costos de fabricación y demás factores de posicionamiento estratégicos que impiden la incursión de empresas (Ríos et al., 2018).

A criterio, Lechuga (2020) el sector comercial relega la incursión de las marcas procedentes de China, dado a la falta de confianza en los productos impuestos por la tendencia internacional, que en algunos de los casos llegan a establecerse estrategias comerciales con imposiciones arancelarias. Razón por la cual, se infiere que la desconfianza interpuesta por los grandes mercados interfiere en comercio en otros países.

En lo que respecta al comercio de vehículos del segmento pesado en el contexto español, para García (2018) se advierte de una alta participación de China en el sector, dado que se perfila como un caso ejemplar de inversión extranjera, pues se hace alusión al seguimiento en el servicio postventas para la implementación en el país, debido al cumplimiento de los estándares de calidad. Al respecto, Tejedor (2021) manifiesta que en el año 2020 se observan complicaciones para el sector del transporte en cuanto a la capacidad de financiación de los automotores de tipo camión.

A nivel de Latinoamérica, se advierte sobre la expansión del mercado occidental en cuanto al comercio de vehículos mercados segmentados sobre las marcas relevantes en tres países principales como Brasil que es el principal consumidor de automotores la densidad poblacional, luego los países como Colombia, Chile y México son naciones que realizan ensamblaje que aporta a la producción local y permite la exportación a puntos de venta a lo largo de la región (Regalado et al., 2021).

Desde la perspectiva de Lui (2022) existe un incremento en las relaciones comerciales entre China-México del año 2018, puesto que se mantienen programas de promoción sectorial con contrapartidas en el caso de camiones, autobuses o tracto camiones especificados en los sistemas de información arancelaria, por ende se

evidencia una contribución al PIB mexicano de 3,7%; bajo este panorama se evidencia la viabilidad de incorporar nuevos productos de este segmento.

En el caso de Colombia, López & Pardo (2019) el transporte que involucra vehículos de 4 toneladas de arrastre tiene un gran peso en la economía ya que presenta un rango de crecimiento del 69% al 75% en el periodo 2007-2016, no obstante se considera pertinente la actualización de las marcas que aporten al dinamismo del mercado, en especial por que se busca garantizar la movilización eficiente y de calidad en los productos ofertados.

En el contexto ecuatoriano, para el año 2017 se estima que 7 de cada 10 vehículos son importados desde China, esta condición se efectúa conforme a lo establecido en los acuerdos comerciales en donde se reducen los rubros por concepto de aranceles al momento de efectuar el proceso de entrada al país, de esta forma se busca despertar el interés en los posibles compradores (Enríquez y Maldonado, 2020). A pesar de la predisposición de las entidades gubernamentales y al incremento en las ventas, Zambrano y Orellana (2018) manifiestan que el segmento pesado atraviesa problemas estructurales en cuanto a la reposición vehicular, pues se advierten de costos elevados en función de la marca de la unidad, con ello se genera especulación en precios y la ausencia de garantías en calidad-seguridad para los posibles compradores del sector automotriz.

En concordancia con lo expuesto, se observa una amplia aportación del sector automotriz en la economía de las naciones reflejado por medio de la contribución al PIB, no obstante, en el caso de los vehículos del segmento pesado se identifica que la problemática que la incursión de los productos procedentes de China generan desconfianza ocasionados por el desconocimiento de las cualidades de los bienes comerciables, esta condición se atribuye a la expansión de marcas reconocidas en los mercados automotrices.

Así, el comercio de vehículos se centra en marcas reconocidas, razón por la cual la presente investigación tiene por objetivo determina el estudio de factibilidad para la introducción en el mercado ecuatoriano automotriz de la marca FAW en el segmento de 2,5 T a 48 T de arrastre, por medio de un análisis económico-financiero.

CAPÍTULO 1

ANÁLISIS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN EL ECUADOR

1.1.1. Historia del comercio exterior en Ecuador

Se trata del ingreso de bienes y servicios foráneos, proceso que cumple con las formalidades y requisitos que establecen de manera previa las autoridades de control interno en materia de comercio exterior, después, las mercaderías ingresadas de países fuera del Ecuador pueden circular de forma libre y legal en el mercado nacional. Es decir, son todos los bienes adquiridos por una región del extranjero para distribuirlos en el interior. La conceptualización guarda diferentes puntos de vista en la economía ya que a nivel práctico y teórico presentan efectos en el crecimiento económico. Uno de ellos, que tiene importancia es por la debilidad de la industria nacional, pese a ello, los gobiernos implementan medidas para salvaguardar el mercado interno, pero las disposiciones repercuten en las relaciones comerciales con otros países, de peor forma cuando hay acuerdos de por medio (Ríos, 2018).

La globalización implica que las relaciones internacionales con el paso de los años se fortalezcan entre países, por la apertura económica que se deriva del comercio, es decir, la compra y venta de bienes y servicios que marcan la diferencia respecto a la competitividad y eficiencia, que beneficia a las partes involucradas. Cada país busca generar mayores fuentes de empleo, mejorar la calidad de vida, con ello aumentar el crecimiento. Ecuador por excelencia, es un país que importa bienes desde los más necesarios hasta los más suntuarios, dado por la disponibilidad de divisas que ofrece la dolarización y se relaciona con los estratos sociales de los ciudadanos. El consumo aumenta a través de los años, se supone que los productos importados reemplazan cada vez en mayor forma a la producción de bienes locales o nacionales (Torres y Campuzano, 2021).

En el 2014 según informes del Banco Central, entre los principales productos importados se encontraron:

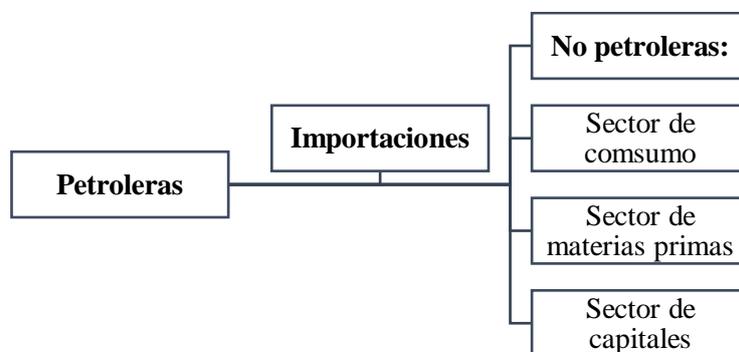
- Combustibles y lubricantes (24,3%)
- Minerales industriales (21,9%)
- Bienes de consumo (19,7%)
- Bienes de capital para la industria (17,7%)

- Equipos de transporte (7,0%)
- Materias primas agrícolas (4,8%)
- Materiales de construcción (3,9%)
- Bienes de capital para la agricultura (0,5%)
- Otros productos (0,2%)

La mayoría de importaciones en el país para el 2014 provienen de los Estados Unidos, de aquí se importó 3,722 millones de dólares CIF (teniendo en cuenta, costo, seguro y flete, aunque países como China y la Unión Europea también fueron partícipes de la subida de las importaciones en el Ecuador en este año. En el 2015, por un efecto negativo en la Balanza Comercial, el gobierno anunció la aplicación de salvaguardias para buscar el equilibrio de esta Balanza. Estas medidas se aplicaron a las importaciones de 2800 productos por un periodo de 15 meses, esto provocó una disminución en las importaciones (Ríos Á. , 2018).

Las importaciones están compuestas de sectores petroleros y no petroleros se reflejan en la figura 1:

Figura 1
Tipos de importaciones



Nota. Adaptado de Aguilar y Zambrano (2019).

Las importaciones en el país se dividen en petroleras y no petroleras (ver figura 1) de tal manera que las no petroleras a su vez se subdividen en las del sector de consumo, de materias primas y del sector de capitales. Cada uno de estos productos importados generan un porcentaje y un índice que afecta a la Balanza Comercial del país. Entre enero y mayo del 2020 la importación de bienes del país cayó un 17,1% debido a una baja del volumen del 12% y reducción en los precios del 5%. Disminuyeron las compras externas en todas las categorías de productos (CEPAL, 2020).

Durante el 2020 la Balanza Comercial registró un superávit de 3.239.8 millones USD, mientras que el en 2019 cerró con 820.1 millones USD, es decir, 2.419.6 millones USD más, que significa una recuperación comercial de 295%. En cuanto al sector de combustibles y lubricantes, en diciembre de 2019 a diciembre de 2020 el valor de la importación promedio mensual fue de 223,9 millones (Banco Central del Ecuador, 2021).

En el período entre 2010 y 2016 en el Ecuador existió un conjunto de cambios económicos a raíz de varias situaciones en el sector externo, como la crisis económica, que condujo a los organismos que regulan la política financiera adopten medidas de restricción frente a procesos y productos que incrementan la salida de dinero del país. La caída en el precio del petróleo y el déficit económico presupuestario fueron las principales causas de esta situación que se vivía año con año. Por la situación pasada el COMEX (Comité de Comercio Exterior) decidió fortalecer la situación de seguridad, con la adopción de medidas restrictivas. Del 2012 al 2014 se presentó una resolución cuantitativa que consistió en que las organizaciones que importan automóviles se les asignaría un cupo de importación límite ya sea en dólares o en cantidades, lo que provocó que las empresas comercializadoras de autos presentaran ventas bajas (Rea et al., 2020).

A finales del 2020 China, Ecuador y otros 14 países de Asia Pacífico, firmaron el tratado de libre comercio de mayor envergadura en el mundo, llamado RCEP (Asociación Económica Integral Regional. Lo que representa un tercio de la economía y de la población mundial, con un PIB de 26,2 billones de dólares en la región. El comercio entre ellos tuvo un crecimiento exponencial en la última década y el acuerdo RCEP podría ser crucial para la recuperación de la economía. Las oportunidades en la región de la existencia de una diversificación de destinos del comercio exterior son bastantes altas, es decir, siempre tendrán alta demanda materia prima y los productos de valor agregado de alta calidad (Embajada del Ecuador en China, 2020).

1.1.2. El sector automotriz

Tiene un rol significativo en la economía del Ecuador, que en los últimos 6 años mostró una serie de cambios. La eficacia del sector incrementó, en particular los años posteriores a la dolarización cuando el adquirir bienes duraderos fue una gran alternativa por la creciente desconfianza de la población en el sistema financiero de la

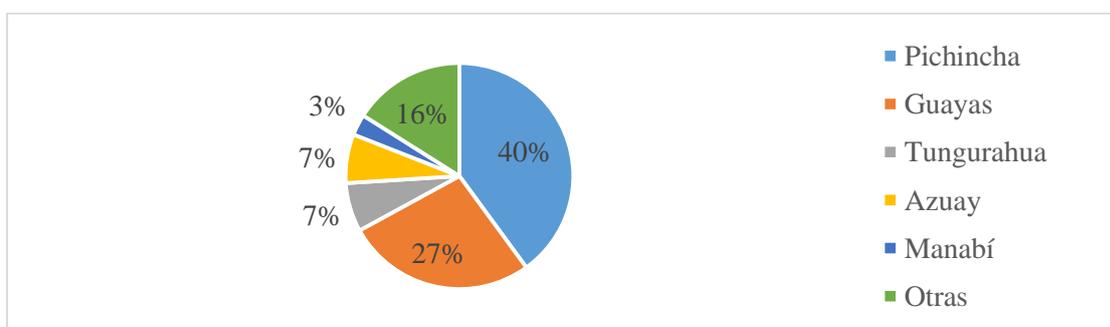
época de los 2000. La crisis derivada de la pandemia mundial también mostró grandes impactos para el sector ya que los países en donde se encuentran las matrices de General Motors, Ford y Tesla por ejemplo detuvieron sus actividades de producción automotriz para dedicarse a otras producciones diferentes, con ello el país se encontraría desabastecido de automotores, repuestos y neumáticos (Rea et al, 2020).

Un análisis en orden cronológico del sector mostro que entre 2005 y 2009 el comercio automotriz alcanzó un crecimiento promedio del 11% en las ventas totales, en el 2008 las unidades vendidas fueron de 112.684 de vehículos, insumos y repuestos mecánicos, que demuestra ser una actividad dinámica y con crecimiento significativo. La crisis económica y social generada entre 2008 y 2009 con el objetivo de salvaguardar la balanza de pagos, el gobierno ecuatoriano decide restringir las importaciones para mermar el impacto al interno del régimen (Ríos, 2018).

La actividad automovilística es una pieza relevante para el crecimiento de la economía regional e incluso nacional. Actividad que importa y promueve el ensamblaje de vehículos, la fabricación de partes e involucra artículos de otras cadenas como la metalmecánica, petroquímica encargada de los plásticos y caucho. El desarrollo genera ingresos fiscales para el Estado por medio de aranceles e impuestos. Desde el 2017 al 2018 las actividades del sector muestran desempeño positivo en comparación con años pasados. El 2018 contribuyó con \$1.633 millones en tributos para el Gobierno Central, superó con \$738 millones al 2016. El número de trabajadores nuevos que se afiliaron a las empresas de producción, comercialización y mantenimiento de vehículos motorizados fue de 3.791, crecimiento que representa un 5,9% (Quinde et al., 2021). En consecuencia, en la figura 2 se observan las ventas automotrices por provincias.

Figura2

Ventas de vehículos por provincias



Nota. Adaptado de Quinde et al. (2021)

El mercado nacional de vehículos cuenta con seis segmentos (ver figura 2) que son: automóviles, *Sport Utility Vehicle* (SUV), camionetas, camiones, Van y buses. El comportamiento que registran describe de forma clara la orientación en torno al consumo y la futura dirección. Pichincha y Guayas son las ciudades que acaparan la comercialización de vehículos, en promedio representan el 67% de las ventas totales, quedan rezagadas provincias como Tungurahua y Azuay con el 7%, Manabí con el 3% y las demás provincias con el 16%.

En septiembre de este año la comercialización de vehículos livianos presenta un mayor incremento que los vehículos comerciales. Las ventas muestran que Pichincha es la provincia con la cuota más alta, por ende, la que más importa, después se encuentra Guayas y con menores proporciones están Tungurahua, Azuay y Manabí. Los segmentos más negociados son las SUV con un 36,85% le siguen de cerca los automóviles con un 34,26%, luego las camionetas con un 15,4%, los camiones con un 9,06% y por último las VAN con un 3,84% (AEADE, 2021).

La Balanza Comercial respecto a las actividades muestra la dependencia a la compra de vehículos provenientes de otros países, a pesar de la existencia de siete marcas que realizan ensamblaje nacionalmente como General Motors Ecuador, Ciauto y Aymesa. En el periodo entre 2017 y 2019 la producción nacional declinó su proceso productivo al priorizar las importaciones pese a la presencia de las marcas de ensamblaje (Quinde et al., 2021).

En el 2019 la demanda de vehículos decreció notablemente, sin embargo, la oferta de nuevos modelos y marcas tuvo un crecimiento importante. En comparación con el 2016 que se comercializaron 66 marcas y 341 modelos, en el 2019 fueron 95 marcas y 598 diseños, con ello se evidencia que actualmente existe mayor competitividad en el sector. Las salvaguardias y los aranceles impuestos por el gobierno también han afectado al sector comercializador de llantas y accesorios para autos por ser un mercado complementario a la automotriz (Guadalupe y Granda, 2021).

Las autopartes que se importan en mayor número son los neumáticos, rastreo satelital, baterías, transmisiones cardánicas y asientos de automóviles. Las empresas importadoras de repuestos automotrices han tenido que trasladar las sobretasas por los aranceles al precio de los bienes y de esta forma al consumidor. Se debe tener en cuenta que los ecuatorianos no tienen el poder adquisitivo necesario para cubrir estos gastos, lo

que resulta en que algunos automotores y sus accesorios queden en bodegas, como resultado se generan pérdidas para las industrias de vehículos (Ríos Á. , 2018).

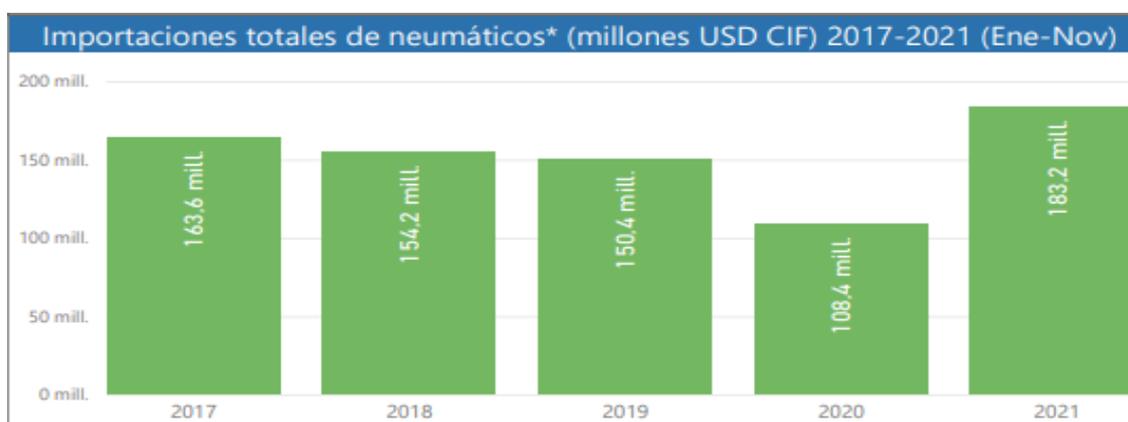
1.1.3. Políticas Comerciales

Ecuador consolidó su relación con China, la inversión se dirigió a diferentes proyectos de sectores estratégicos como la construcción de hidroeléctricas, que son claves para el desarrollo nacional y el cambio de la matriz productiva que promueve el gobierno ecuatoriano, China además de realizar inversiones en el Ecuador también es uno de los principales países donde se exporta ciertos productos, por ello las políticas públicas buscan el avance en materia de costos de producción (Rodríguez et al., 2020).

En cuanto a las importaciones, el país realiza importantes adquisiciones provenientes de China, sus mayores compras de neumáticos son para vehículos livianos, luego en menor proporción se encuentran las compras de llantas para motos y por último las necesarias para buses y camiones (Ministerio de Producción de Comercio Exterior, 2020). En efecto, las importaciones totales que realiza Ecuador en neumáticos se indica en la figura 3.

Figura 3

Importaciones en neumáticos



Nota. Adaptado de Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE, 2021)

De acuerdo a la figura 3, el Ecuador en el año 2021 importó alrededor de 183,2 millones de dólares en neumáticos, dado que se realizaron compras aproximadas de 3 millones de unidades., en relación con el 2020 en donde se adquirió 108,4 millones de dólares que de los últimos cinco años ha sido en el que menos se realizaron compras, Por otro lado, las exportaciones de este producto en el 2021 fueron de 784.610

unidades. La mayor parte de neumáticos importados por el Ecuador provienen de China con un 72,7%, le sigue México con un 6% y por último Estados Unidos con el 1,1%.

Existen diferentes reformas regulatorias que tienen repercusión en la actividad automotriz, algunas de ellas son la eliminación del ICE a las furgonetas y camiones de hasta 3.5 toneladas de capacidad de carga, en el 2020, los dedicados a las actividades productivas fueron liberados del pago del ICE, de este modo se busca contribuir a la competitividad del sector. El grupo registró un incremento en las ventas de 6,3% ya que el sector de carga estuvo activo durante la pandemia. La exoneración del impuesto generó un ahorro de aproximadamente 6,5 millones de dólares para el área de automotores. Otra de las reformas que trajo ventajas fue la reducción de las restricciones para el acceso al crédito automotriz. El mejoramiento de la calidad de los combustibles es otro reajuste del sector, en donde se busca contar con un combustible de calidad Euro V (AEADE, 2021).

La AEADE (2021) como parte de la organización de las empresas de neumáticos afiliadas impulsaron la propuesta de formalización del comercio de llantas para que los importadores de esta área cumplan con una normativa vigente y la competencia sea en igualdad de condiciones. Además, la dicha institución en colaboración con el Servicio de Contratación Pública, incitaron a la realización de un catálogo electrónico en donde se pueda encontrar la selección de proveedores para la compra de volquetas que obedezcan al principio de vigencia tecnológica.

Los acuerdos comerciales del Ecuador y la Unión Europea representan una ventana de oportunidades para el ingreso de variados productos con mejores precios y excelente tecnología. Se permitió la disminución de barreras no arancelarias, con ello, se eliminó los cupos de importación que afectaron al país en el 2016. Con la eliminación inmediata de aranceles el sector automotor se benefició, el incremento de las ventas de vehículos europeos en el 2020 representó un 9,1% del mercado con respecto al total de los vehículos vendidos. Este tipo de acuerdos representan hitos de suma importancia para la política comercial y la economía del Ecuador (AEADE, 2021)

La AEADE (2021) da a conocer el acuerdo comercial que tiene el país con los Estados Unidos, al ser el socio comercial más importante para el Ecuador. Se debe tener en cuenta que USA es el segundo productor de automóviles en el mundo después de China, los productos procedentes de este mercado cuentan con los niveles más altos de

tecnología y seguridad. No obstante, la venta de autos estadounidenses en la región decrece año tras año, a causa de las diferencias arancelarias que mantienen, es decir, paga alrededor del 40% de arancel. La diversificación de orígenes en el mercado y el ingreso de marcas chinas provocaron que las ventas de Estados Unidos pierdan participación (p.84).

1.1.4. Análisis PEST del sector automotriz

Desde la concepción de Gutiérrez (2020) el análisis PEST implica un diagnóstico estratégico del entorno de un segmento específico, que evidencia el contexto para identificar las posibles condiciones de una idea de negocio. En efecto, en la siguiente sección se evalúan los aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos vinculados con el sector automotriz ecuatoriano, con el fin de evaluar el mercado y la potencialidad de la importación y la comercialización de neumáticos de 2.5 T Y 4T de arrastre.

- **Aspectos Políticos**

Desde el punto de vista internacional, la normativa para el sector automotriz está constituida por el conjunto de reglamentos emitidas por el Foro Mundial para la Armonización de Regulaciones de Vehículos y la División de transportes Sostenible de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (2019) en función de mantener en vigencia los instrumentos para el desarrollo sostenible de la naciones establece las siguientes pautas para las políticas del sector automotriz:

- Perfeccionar la seguridad de los vehículos
- Preservar el medio ambiente
- Promover la eficiencia energética
- Incrementar el desempeño anti-robo

Es así que el marco reglamentario del sector analizado, si bien a nivel internacional se reconocen las instancias internacionales, es necesario que las regulaciones internas de los países deben guardar coherencia con las necesidades de los actores vinculados en la cadena de valor y los consumidores finales, en donde se debe procurar eliminar las barreras de los sistemas fiscales que influyen en la importación de

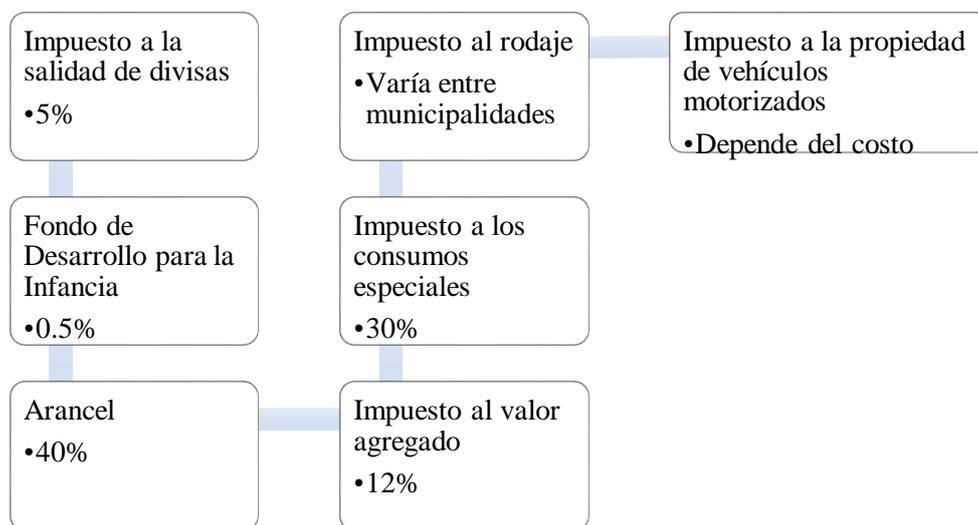
bienes, bajo la logística adecuada para establecer la competitiva en el sector (Hermann *et al.*,2020).

Por tanto, Acebo y Núñez (2017) la industria automotriz se encuentra sujeta a un gran número de regulaciones específicas relacionadas con actividades de manufactura industrial, comercio exterior de vehículos *Completely Built Up* (en adelante CBU) y *Completely Knock Down* (en adelante CKD), seguridad personal, protección medioambiental, entre otras.

Como toda actividad económica, es evidente que el sector que enfrenta un conjunto de aspectos fiscales tal como se describe en la figura 4

Figura 4

Medidas de política tributaria



Nota. Adaptado de Beltrán (2021)

Como menciona la figura 4 Ecuador cuenta con siete restricciones políticas tributarias que dificultan que el sector automotriz opere con normalidad. Sin embargo, desde la perspectiva de Pico y Coello (2016) las políticas tienen a ser un obstáculo para la comercialización, tal es el caso de la normativa aplicada en el 2012 con impactos negativos en el sector, por consiguiente se establece la restricción cuantitativa anual para la importación de vehículos terminados y de CKD que corresponden los vehículos que sirven para ser embalsamados en , que limita la oferta de las empresas importadoras y ensambladoras, aunque en el 2016 dicha ley fue eliminada, pero generó grandes pérdidas para el sector, dado que hubo una disminución de vehículos vendidos.

Por otro lado, el Ministerio de Industrias realizó una modificación al RTE INEN 017 (2016) sobre el control de emisiones contaminantes de fuentes móviles terrestres que dispone el cumplimiento de políticas internas que rigen la circulación de vehículos en el territorio nacional, por ende se estima una clasificación de automóviles en función de la capacidad de carga, funcionalidad, tipo de motor, cilindraje y otros que serán sometidos a los centros de Revisión Técnica Vehicular.

Por otra parte, la normativa Euro 3 para motores de vehículos ensamblados e importados en el país profesa la reducción de emisión de gases contaminantes, pero desde el sector se menciona que acatar las disposiciones no refleja una ventaja competitiva, ya que genera una mayor inversión para la ejecución de pruebas que se establecen desde laboratorios internacionales para ser aplicados en los motores de las unidades de transporte y por otra parte se hace énfasis en la falta de apoyo significativo del Estado al respecto (El Comercio, 2017).

Cabe mencionar que a raíz de la eliminación de Impuesto al Consumo Especial de las furgonetas y camiones de hasta 3,5 toneladas de capacidad de cargas conforme lo establece la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria (2019) en donde se establece que la base imponible será el precio de venta al público sugerido por las marcas fabricantes o del importador menos el Impuesto al Valor Agregado e ICE. Por ende, se observa el interés del gobierno en impulsar el sector automotriz, desde esta perspectiva se evidencia el fomento de la importación de accesorios como los neumáticos.

- **Económicos**

Dentro del sector económico se analiza algunos factores que afectan al sector automotriz ecuatoriano, como el empleo, pago de tributos, ventas, importación y exportación, para ello se recurre

Desde el punto de vista del empleo en el año 2021 se generó 171.118 trabajadores en el sector, de ello se distribuyen en segmentos que se dedican a la venta de vehículos, mantenimientos de vehículos, venta de autopartes, venta y mantenimiento de motocicletas, en cuanto a la fabricación de vehículos, carrocerías, remolques y semirremolques y fabricación de autopartes se generó 11.373 puestos de empleo (AEADE, 2021).

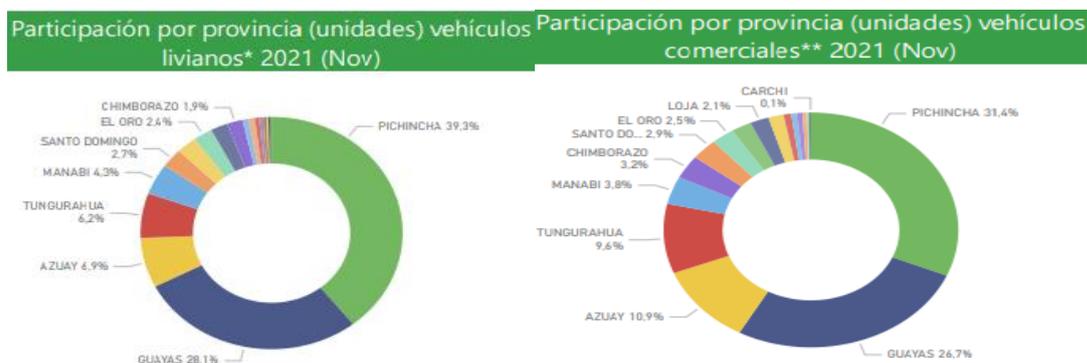
De esta manera, se evidencia una fuerza económica importante para la consolidación de las fuentes en empleo vinculados al sector automotriz, a pesar de la afectación por COVID-19, por medio del Plan de Reactivación Económica del Sector Automotor se plantea garantizar al menos el empleo de 182,000 de colaboradores, que además implica la contribución al estado por medio de impuestos que para el año 2019 se situó en 1,500 millones de USD (AEADE, 2020). Por tanto, se observa una contribución al fisco importante, con lo cual se financia la actividad económica y refleja una importante colaboración al PIB interno.

Es así que, hasta diciembre de 2020 el PIB nominal comprometió 98,08 millones de dólares con una variación de -8,0% en comparación del 2019 (AEADE, 2021). Una condición que se ve reflejado es las ventas del sector automotriz en vehículos livianos y comerciales en el año 2021 fueron de 109.770 unidades, dicha cantidad se desglosa 87.396 unidades de importación (CBU), 14.813 unidades en venta de vehículos ensamblados y 183 vehículos exportados (AEADE, 2020).

En cuanto a la participación por provincia sobre la venta de vehículos livianos y comerciales se indica en la figura 5.

Figura 5

Participación de las ventas por provincia



Nota. Adaptado de AEADE (2021)

Como indica la figura 5, la provincia con mayor aportación en la venta de vehículos livianos y comerciales es Pichincha con el 39.3% y 31,4% en los dos sectores, seguido por Guayas, Azuay, Tungurahua, es decir que el sector se desenvuelve las provincias de la región sierra, a pesar de las cifras alentadores, la figura 6 expone el panorama de las ventas del sector automotriz de manera general.

Figura 6
Importaciones de neumáticos por segmento

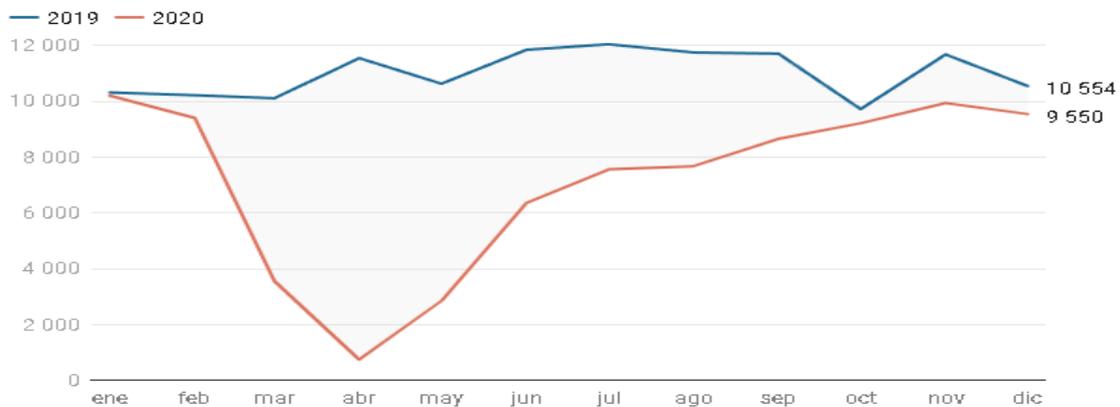


Nota. Adaptado de (AEADE, 2021)

Tal como se observación en la figura 6, se contemplan los segmentos livianos, moto y bus-camión, para efectos de la investigación se observa que los vehículos con capacidad de arrastre para los trasportes grandes cuentan con un menor número en comparación de los segmentos anteriores, en consecuencia, se observa un crecimiento el número de importadores y comercializadores de llantas en el territorio nacional.

Con la finalidad de evidenciar el impacto económico a causa de la pandemia, desde la concepción de Pozo et al. (2021) las empresas importadores de repuestos y accesorios de vehículos enfrentaron una disminución en los ingresos que se reflejó en la liquidez de las mismas, que impide cubrir los gastos debido a la paralización de las actividades económicas, efecto, en la figura 7 se pone en consideración las ventas mensuales:

Figura 7
Ventas sector automotriz 2019-2020



Nota. Adaptado de AEADE (2021)

Conforme a lo descrito en la figura 7, se observa el descenso económico del sector automotriz tuvo un mayor impacto en los meses de abril y mayo. Una condición que es reconocida por Rea et al. (2020) quienes afirman que la situación de las empresas comercializadores del sector al disminuir las ventas tomaron medidas para afrontar la crisis con la disminución de los gastos por operación reflejados en despidos, con el fin de preservar la estabilidad económicas y los ingresos necesarios para la adquisición de insumos.

En función de ello, se observa que en el año 2020 se importaron 342 miles de unidades de neumáticos una de las menores cantidades casi semejante al periodo 2016 por tanto se perciben que un sub segmento del mercado automotriz con posible potencial.

Por otra parte, entre las condiciones relevantes, se advierte sobre la participación de las marcas en la tabla 1:

Tabla 1
Marcas de neumáticos en el mercado nacional

| Marca | Unidades 2020 | % mercado nacional |
|--------------|----------------------|---------------------------|
| Chevrolet | 17,730 | 20,7% |
| KIA | 16,651 | 18,2% |
| HYUNDAI | 6,128 | 7,1% |
| Otras | 61,268 | 54,% |

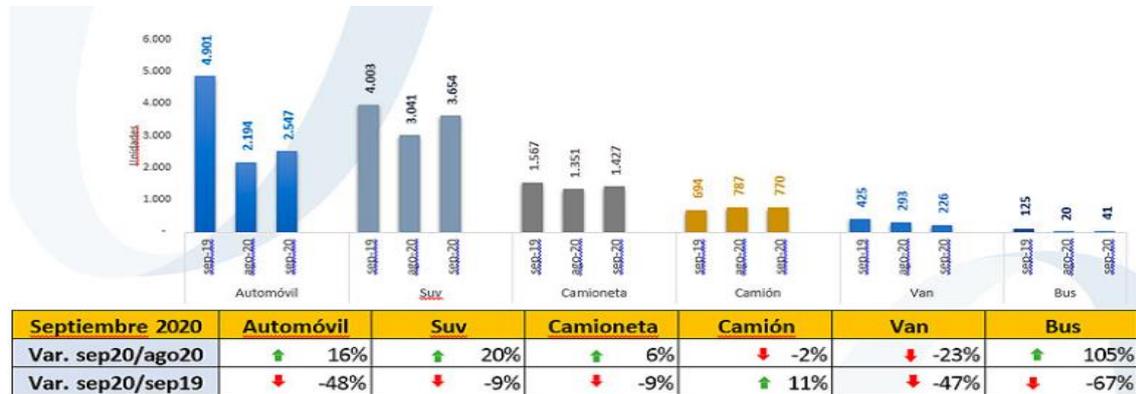
Nota. Adaptado de Nota AEADE (2021)

La Tabla 1 expone a breve rasgos las marcas con mayor impacto en el sector, es así que la Chevrolet una marca procedente de Estados Unidos para el año 2020 importó 17,730 unidades que se refleja en el 20,7% de participación en el mercado, acto seguido KIA y HYUNDAI son marcas de origen coreano con un impacto fuerte en el mercado de neumáticos en Ecuador, de esta manera se evidencia que entre estas dos corporaciones se mantiene más de la cuarta parte del sector automotriz.

Cabe mencionar que las ventas de llantas tienen estrecha relación con el comercio de vehículos, según el informe de la AEADE (2020) en un escenario de pandemia el sector presentó una recesión en las ventas que se obtuvo el movimiento económicos de 147578 millones que representa el 15,5% menos que el periodo de 2019, un hecho que

no se agravó luego de la eliminación de subsidios y las paralizaciones del sector del transporte, de esta forma las principales variaciones se observan en la figura 8.

Figura 8.
Ventas del sector automotriz 2019-2020



Nota: *Automóvil, Suv, Camioneta // **Van, Bus, Camión

Nota. Adaptado de Nota AEADE (2021)

Tal como se aprecia en la figura 8, se evidencia que en el mercado nacional se mantienen con productos como vehículos livianos, automóviles deportivos utilitarios (SUV), camionetas, camiones, VANs y buses, sin embargo, en el tema de comercio local, la tendencia para el año 2020 es la reducción del -2% por comercio de camiones y del 23% por unidades de transporte denominadas VAN. Bajo tal escenario, las condiciones para el mercado de los neumáticos cuya capacidad de arrastre implique 2.5 T a 4 T.

- **Sociales**

Dentro de los factores sociales en el análisis PEST se marcan los hábitos de consumo y compra para el sector automovilístico, a raíz de los cambios ocasionados por la pandemia por COVID-19 se observa una mayor inclinación hacia los métodos de pagos vinculados al comercio electrónico, en consecuencia, la reactivación del sector implica que de las 1,267,640 búsquedas en la web en el periodo marzo-junio de 2020, el 22% corresponde a accesorios como las llantas (OLX Autos, 2020).

Frente a lo expuesto, se precisa que el mercado actual no es indiferente al uso de medios electrónicos para la adquisición, lo que implica que este tipo de consumidores tienen una mayor afinidad para facilitar datos personas e información bancaria a las plataformas de pago.

Por otra parte, se estima que las preferencias del consumidor tienen una estrecha relación con la marca de confianza, además que requiere de gran cantidad de información y recomendaciones, ya que 9-10 compradores de Michelet (2019) el sector de automotriz es influenciado por un tercero en la decisión final de la compra, por ende, en la figura 9 se reconoce las principales variables de consumo:

Figura 9.

Factores que inciden en la intención de compra del sector automotriz



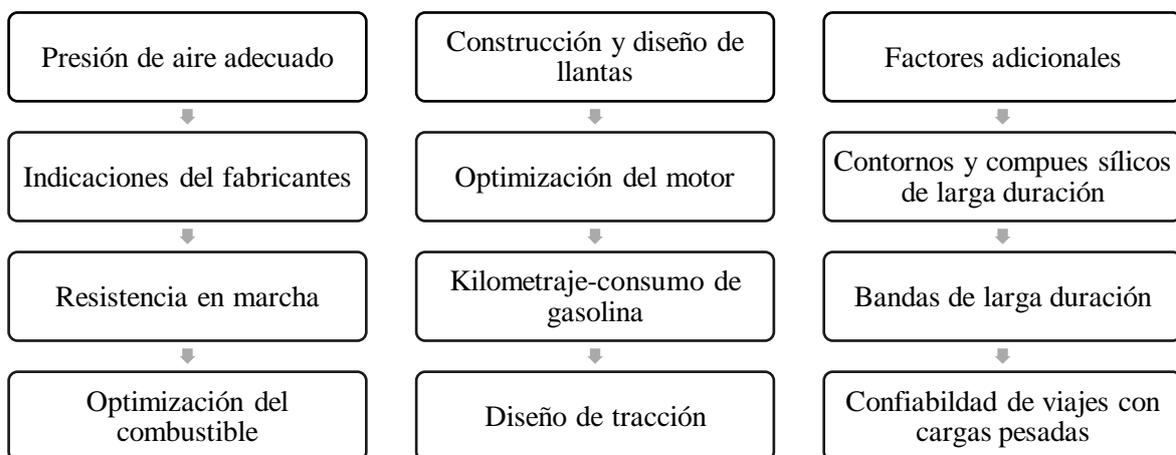
Nota. Adaptado de Michelet (2019)

Con base a lo descrito en la figura 9, se advierte que las variables de los consumidores del segmento requieren condiciones particulares vinculadas con los accesorios como los neumáticos, tales como la calidad de denota determinada marca, luego se establecen las condiciones de seguridad personal que se alinea con los tipos de modelos disponibles, de esta manera todos los aspectos deben guardar concordancia con la accesibilidad en los precios de venta al consumidor.

Además, los fabricantes no pueden interrumpir sus líneas de producción para hacer cambios de estructuras fácilmente como en la manufactura de otros productos, por ello para cumplir las preferencias del consumidor el sector automotriz tiene en cuenta tres factores claves descritos en la figura 10:

Figura 10

Factores que influyen en las preferencias del consumidor



Nota. Adaptado de Machuca (2021)

Conforme de los descrito en la figura 10, se detallan los factores principales vinculados en la intención de compra de los neumáticos, los cuales reflejan una relación entre el tipo de neumáticos y el consumo de combustible, ya que las indicaciones de los fabricantes deben ser precisas al respecto. Junto a ello, las condiciones en entes el diseño de la tracción debe mantener armonía entre el kilometraje y la optimización del motor. Por último, la composición y la resistencia establecen las condiciones necesarias para el soporte de los vehículos con mayor capacidad de arrastre.

Al respecto de la información precedente, los factores que afectan las preferencias en el sector automotriz responden a una necesidad social de recomendación de terceros al impacto de la marca en el territorio, dichas consideraciones con marcadas por Guadalupe y Granda (2021) quienes afirman que en hilo conductual para la compra compromete a ala parte cultural que identifican y analizan de forma profunda el comportamiento de las personas y por último el personal, en efecto es un aspecto que permite a las organizaciones analizar e identificar las percepciones, actividades e intereses para lograr elaborar planes de marketing.

El cambio drástico de las actividades de automotores a través del tiempo provocó que los fabricantes creen productos en base a los factores mencionados, a pesar de esto, se afirma que la tecnología es una parte importante que también influye en las decisiones de compra de los consumidores.

- **Tecnológicos**

Este sector a nivel mundial se caracteriza por estar en un constante proceso de reestructuración, por tanto desde el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2015), se establece que todo proceso de importación tiene un soporte de las TIC en los procedimientos aduaneros con el propósito de incrementar el comercio en el territorio, así como garantizar la correcta aplicación de las políticas que rigen al sector, es así que se pone a disposición del sistema ECUAPASS.

Por tanto, es preciso que para el registro de importaciones las empresas ya sean personas naturales o jurídicas requieres del portal digital ECUAPASS-VU para el registro de la actividad (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021), de esta forma es uso de plataformas en línea disminuye el tiempo en los respectivos trámites que requieren del cumplimiento obligatorio de las actividades de importación, cuyo acceso no tiene costo y se mantiene con canales de atención *online*.

Tales reconfiguraciones deben analizarse tomando en cuenta el ámbito de la innovación tecnológica en los procesos productivos y el de la reorganización del mercado automovilístico, lo cual se asocia de forma directa con la innovación y puede llegar a ser una ventaja competitiva para las organizaciones que hacen uso de ella. Es así que, Noroña y Gómez (2019) se debe considerar que en el Ecuador, la tecnología no muestra importantes avances en cuanto al sector automotriz a pesar de la integración de componentes mecatrónicas.

La dependencia de la importación de estos, además de sus complementos genera que las empresas no inviertan en nuevas tecnologías, además de resultar casi imposible competir con potencias mundiales con enormes avances como China, Japón y Estados Unidos. Por ende, Rumba (2017) las dificultades tecnológicas para la importación de las partes vehiculares como los neumáticos que frente a la industrialización instan de políticas flexibles.

Es importante en las organizaciones el uso de TIC como instrumentos de información y comunicación ya que permiten el procesamiento y control las actividades importantes de las empresas como son las transacciones contables, los controles administrativos, financieros y operativos. Como un logro se destaca que en el Ecuador se ha vuelto imprescindible el uso de internet y el teléfono celular, como forma de comunicación directa dentro de los lugares de trabajo, es decir, se minimizan los costos de mantenimiento y se mejora la planificación de producción de acuerdo a la demanda.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

La presente investigación corresponde a un enfoque mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo, en cuanto al primero se realizó mediante el análisis de datos obtenidos de un cuestionario aplicado a los posibles consumidores del mercado automotriz en la ciudad de Cuenca a través de análisis estadísticos. En lo referente al enfoque cualitativo, se realizó con base a un recorrido bibliográfico en documentos, artículos, libros cargados en revistas indexadas vinculados al sector automovilístico; además se plantean instrumentos cualitativos como la entrevista al gerente de la empresa objeto de estudio y la aplicación de grupos focales.

2.1. Participantes

Los participantes de la presente investigación corresponden a las personas naturales y jurídicas que utilizan camiones para comercializar bienes que necesiten transportarse para llegar al consumidor final. No obstante, no se reconoce una base de datos que detalle estos datos debido a que si bien se conoce a los usuarios que poseen RUC para realizar actividades comerciales no se tiene el detalle de quienes utilizan camiones.

Debido a la dificultad para acceder a toda la población de estudio, fue necesario seleccionar una muestra, para el cálculo se considera una muestra la que se calculará a través de una fórmula probabilística para población desconocida

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

z: valor para construir el intervalo de confianza 95% (1,96)

d: margen de error admitido por los investigadores 0,05

p: es la probabilidad de ocurrencia que en este caso es de 0,5

q: 1-p. Para el análisis será 0,5

n: es el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,14$$

$$n = 385$$

En consecuencia, la muestra está representada por 385 personas naturales o jurídicas que dispongan de camiones.

2.2. Instrumentos

Por otra parte, con las técnicas de tipo se pretende recolectar la información y aplicarla en un grupo selectivo, porque no se pretende generalizar los resultados del estudio, sino analizarlos intensivamente. Es así que la aplicación de cuestionarios semiestructurados responde a una fuente de información primaria, según Hernández et al. (2014) las técnicas de recolección de los datos son variadas tales como entrevistas exhaustivas, pruebas proyectivas, cuestionarios abiertos, sesiones de grupos, es así que para efectos de la presente investigación se recurre a grupos focales que involucran a expertos del sector automovilístico.

Tal como se anunció en el apartado anterior, se aplicará un cuestionario (ver anexo 1) para determinar la factibilidad de la importación y el comercio de camiones de la marca FAW, es así que se aplicó un cuestionario para el segmento liviano (usuarios)

y pesado (transportistas). Para González et al. (2017) el cuestionario o encuesta permite al investigador la recolección de información primaria para la toma de decisiones, debido a la confiabilidad de los ítems. Por ello, el cuestionario consta de tres dimensiones: datos sociodemográficos, información general y preferencias de consumo.

Para efectos de la selección de los expertos, se aplicó la técnica de muestreo por conveniencia, que a decir de Hernández et al. (2014) la técnica de recolección entre grupos involucra entre 7-10 participantes con la finalidad de discutir un tema en específico. Es así que los participantes de la investigación respondieron a los siguientes criterios de inclusión:

- Contar con un mínimo de 5 años de experiencia en el sector automotriz
- Contar con al menos dos años de experiencia en el cargo que ocupa en la actualidad
- Laborar en una empresa automotriz vinculado con la importación de neumáticos

En tal virtud, se pretende aplicar el cuestionario (ver anexo 2) a un funcionario de una empresa del sector objeto de estudio, previo a una reunión de socialización para explicar el propósito del instrumento.

2.3. Procedimiento

Por otra parte, con relación al procedimiento, el primer lugar se plantea una revisión de literatura sobre el tema, es así se aplica la técnica de análisis deductivo-inductivo, según Prieto (2017) corresponde a una estrategias de razonamiento lógico, es decir la recopilación de la información relevante de lo general a lo particular, es así que se establecen las características des sector automotriz.

Con relación a la encuesta, se mantiene el siguiente proceso:

- Diseño
- Selección de muestra
- Aplicación
- Tabulación de resultados
- Interpretación

Para el análisis de los resultados, se utilizó el software estadístico SPSS versión 2.1.

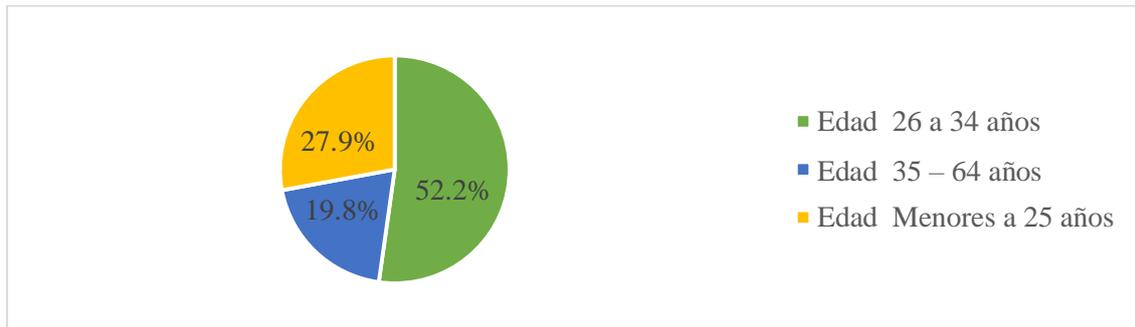
Por otra parte, los grupos focales que permiten abordar el tema de las importaciones de neumáticos a profundidad, es por ello que se diseñó un guion de interrogantes abiertas, cuya estructura aborda temas específicos; sin embargo, el moderador tiene libertad para incorporar nuevos aspectos que surjan durante la sesión.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS

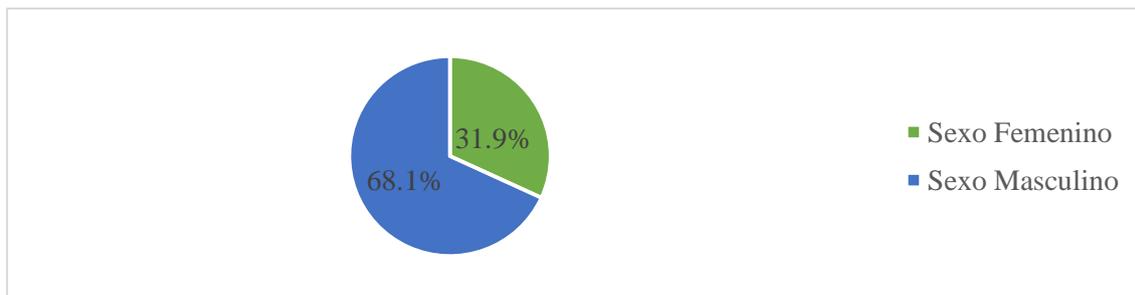
3.1 Resultados de la encuesta

Figura 11
Edad



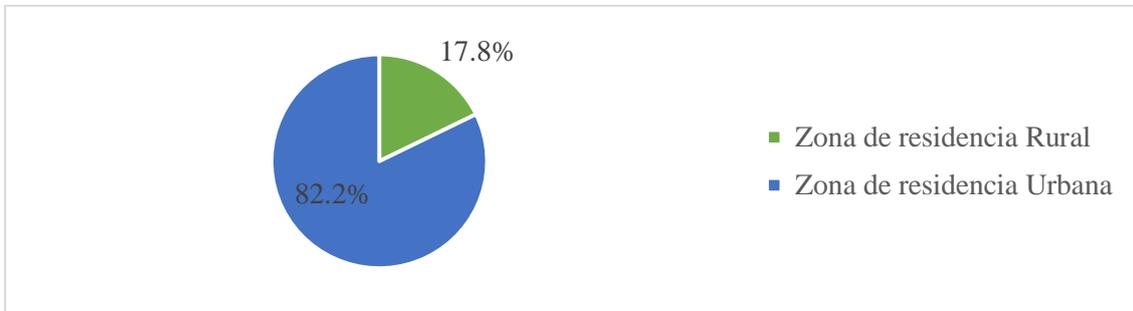
De acuerdo a la figura 11, el 52,2% de la población se encuentra entre los 26 a 34 años de edad, el 27,9% pertenece al rango de edad menores a 25 años, finalmente el 19,8% de la población pertenece una edad de 35 a 64 años.

Figura 12
Sexo



Por su parte la figura 12 indica que el 68,1% de los encuestados son hombres y el 31,95 corresponde a las mujeres.

Figura 13
Zona residencial



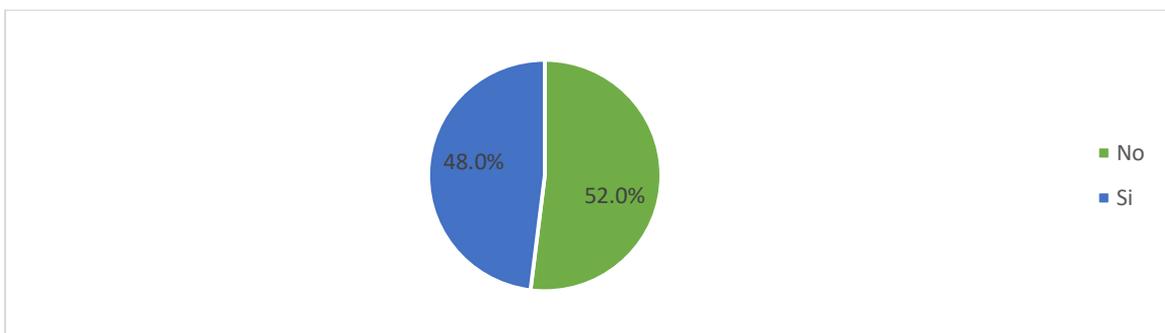
Con relación a la figura 13, el 82,2% de las personas encuestadas vive en la zona urbana, sin embargo, el 17,8% reside en la zona rural.

Figura 14
Nivel de ingreso



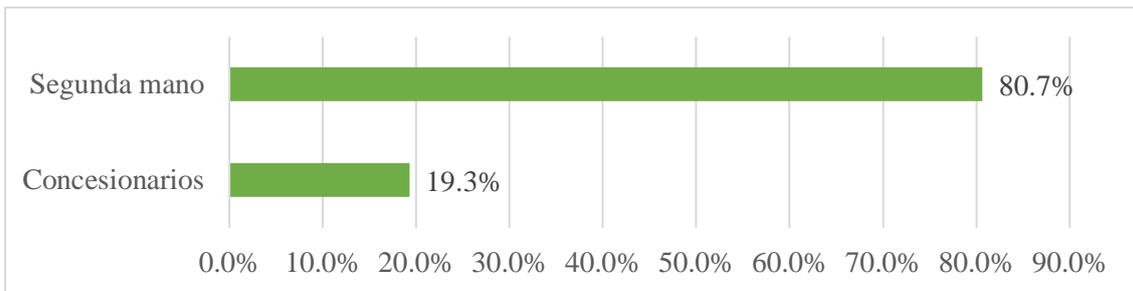
La figura 14 señala que el 35,5% de la muestra tiene un ingreso mensual 1.001 y 1.500 dólares mensuales y el 25,6% tiene ingresos entre 1.501 a 2.000 dólares de forma mensual.

Figura 15
Conocimiento de una empresa importadora de camiones de 2.5 T A 48 T de arrastre



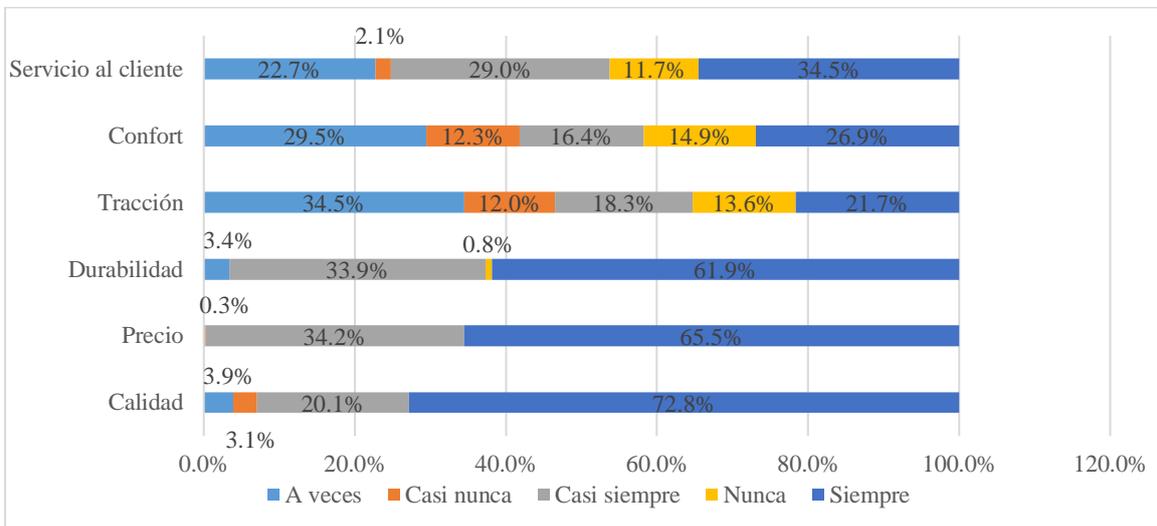
Con relación a la figura 15 el 52% de las personas no tienen conocimiento a cerca de una empresa importadora de camiones de 2,5 toneladas a 48 toneladas de arrastre. Por el contrario, el 48% de la muestra conoce empresas importadoras.

Figura 16
Donde adquiere el camión con frecuencia



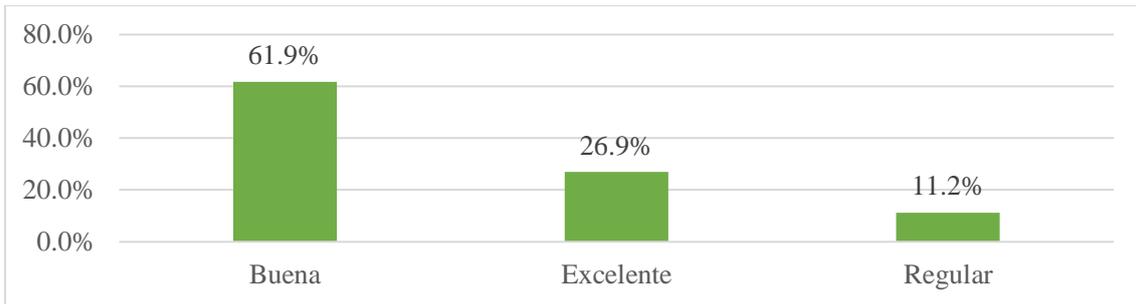
La figura 16 indica que las personas encuestadas adquieren un camión de segunda mano (80,7%) y el 19,3% de la muestra compra un camión en un concesionario, lo que implica que las personas prefieren comprar camiones usados, debido al precio establecidos para la venta.

Figura 17
Factores considerados al momento de adquirir un camión



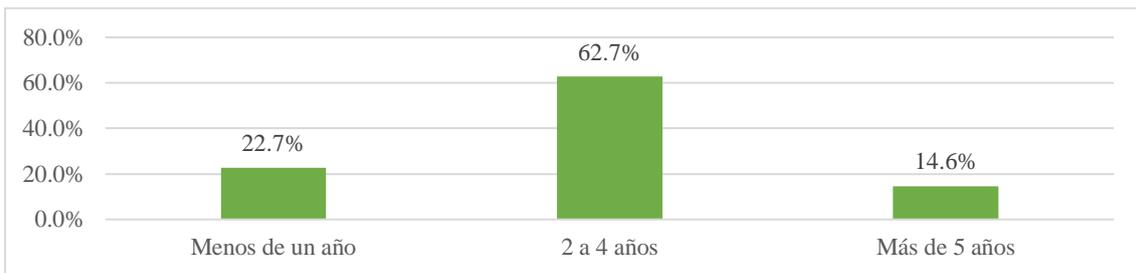
Por su parte la figura 17 menciona que siempre las personas adquieren un camión por calidad (72,8%), precio (65,5%), durabilidad (61,9%) y a veces eligen el producto por tracción (34,5%), confort (29,5%) y casi siempre las personas encuestadas compran un camión por servicio al cliente (29%).

Figura 18
Camiones adquiridos desde la percepción



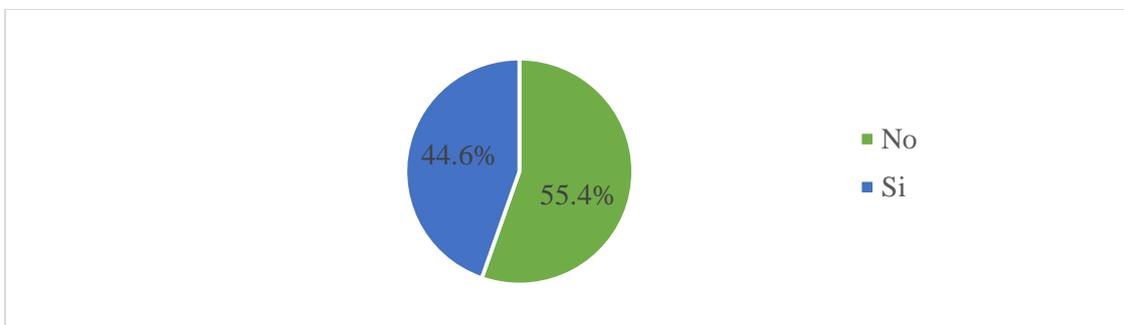
La figura 18 señala que los camiones adquiridos por las personas encuestadas desde su percepción son buenos (61,9%), en cambio el 26,95 menciona que su compra fue excelente, por el contrario, el 11,2% aluden que los camiones fueron regulares.

Figura 19
Tiempo que prevé cambiar de camión



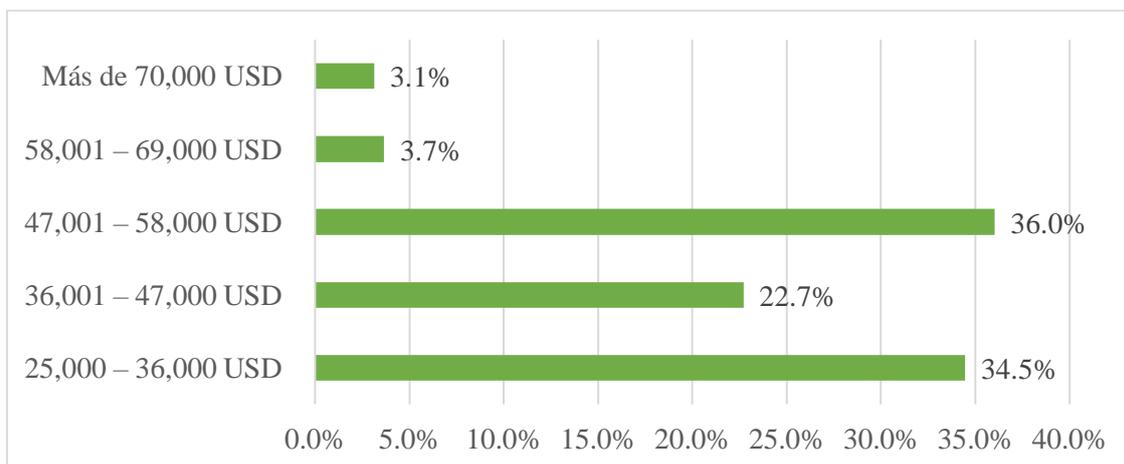
En cuanto a la figura 19, el 62,7% de la población mencionan que piensan cambiar de camión en 2 a 4 años, por otro lado, el 22,7% de la muestra espera cambiar su camión antes de un año.

Figura 20
Disposición a adquirir un camión de marca FAW



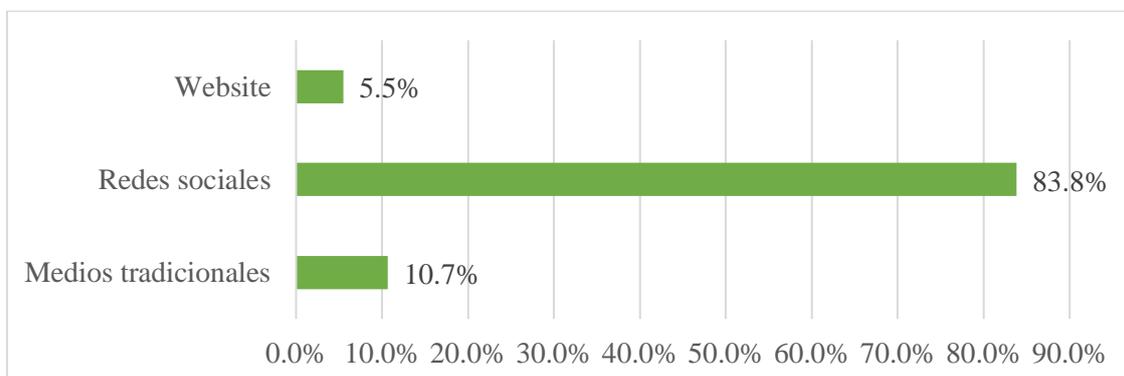
La figura 20 señala que el 44,6% de las personas encuestadas estarían dispuestas a adquirir un camión de la marca FAW.

Figura 21
Disposición a pagar por un camión



La figura 21 indica que el 36% de las personas están dispuestas a pagar por un camión entre 47.000 a 58.000 dólares, el 34,5% de la muestra está dispuesto a pagar entre 25.000 a 36.000 dólares por el vehículo, sin embargo, el 3,1% estaría dispuesta a pagar más de 70.000 dólares.

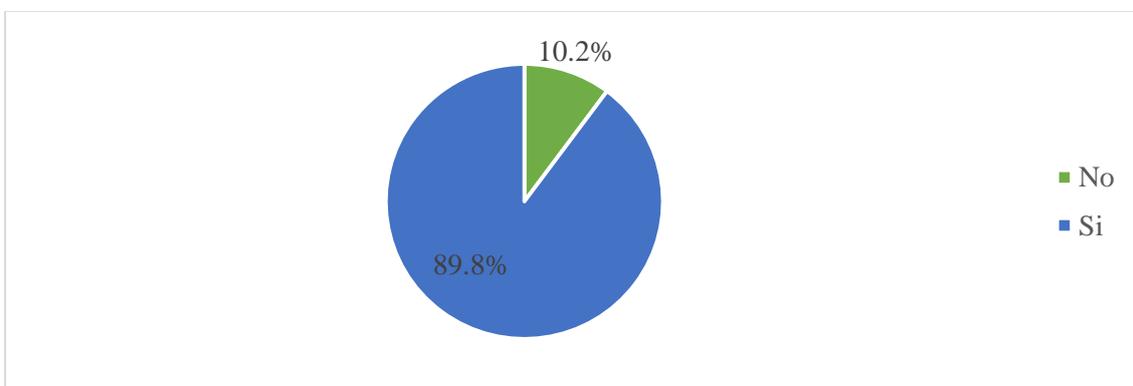
Figura 22
Medio publicitario de preferencia para obtener información de la nueva empresa



De acuerdo a la figura 22 las personas encuestadas prefieren obtener información sobre los camiones FAW que se promocionaran en la importadora a través de las redes sociales (83,8%) y por el Webside el 5,5% de la muestra.

Figura 23

Recibir asesoría técnica para escoger el camión adecuado



Por último, la figura 23 indica que 89,8% de las personas encuestadas les gustaría recibir una asesoría personalizada técnica para escoger el camión adecuado, lo que indica la necesidad de la gente por adquirir un camión con relación a las necesidades.

3.2 Resultados de los grupos focales

En la tabla 2 se exponen los resultados de los grupos focales aplicados a personas relacionadas al área de camiones.

Tabla 2*Resultados de los grupos focales*

| Pregunta | E1 | E2 | E3 | E4 | E5 |
|---|--|--|---|---|--|
| Cargo | Gerente | Chofer | Chofer | Transportista | Gerente de Logística |
| Empresa en la que labora | Trainhco | Trapeco Pacifico | TransTainer | Cartopel | Almacenes Juan Eljuri |
| Tiempo de experiencia | 6 años | 15 años | 10 años | 7 años | 15 años |
| Cuáles son las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la importación de camiones de 2,5 T a 4T de arrastre en el contexto ecuatoriano | Oportunidad (Mercado reducido), fomentar con calidad el consumo al mercado existente | Oportunidades (precio) y disponibilidad), amenaza (garantía), fortaleza (respaldo) y debilidad (calidad) | Debilidad (calidad), fortaleza (precio), oportunidad (mercado) y amenaza (garantía) | Fortaleza (precio), amenaza (competencia), oportunidad (crecer en el mercado por precio y calidad), debilidad (respaldo del producto) | Debilidad (calidad), fortaleza (precio), oportunidad (ingresar en todos los sectores por calidad y precio) y amenazas (alta competencia) |
| A raíz de la crisis por COVID-19 describa a breve rasgos los impactos significativos y cuáles son las estrategias que se aplican para la reactivación del sector automotriz | Reducción en la demanda de transporte, post pandemia el mercado se reactiva paulatinamente | Ventas a mejores precios, con mayor crédito y sin muchos atascos | Brindar oportunidades de compra con productos de calidad, crédito y repuestos a buen precio | Brindar créditos propios y mejores precios | Crear oportunidades de financiamiento |
| Considera que los proveedores para la importación de camiones tienen políticas de pago flexibles | De manera general manejan políticas flexibles | No | No | No | No |
| Los requerimientos y los trámites gubernamentales de importación de productos del sector automotriz son limitantes para las casas de importación y comercialización de accesorios | Existe flexibilidad para la importación | Si, existen aranceles de llantas, repuestos, filtros | Si | Si | Si |

| | | | | | |
|--|--|---|-------------------------------------|--|--|
| La implementación de exoneraciones impositivas para los importadores resulta favorecedora para el sector automotriz | Si | Si | Si | Si | Si |
| Es relevante que la gestión de los procesos de comercio exterior requiere que los gobiernos de turno apliquen principios estables para precautelar los procesos de importación | Si | Si | Si | Si | Si |
| En caso de que la empresa requiera financiamiento para la importación de camiones existe alguna entidad pública que brinde soporte en este aspecto | Generalmente se realiza en el sector privado | No | No | No | No |
| Cuáles son los productos que tiene mayor peso en el mercado y generan réditos económicos | Todo lo que tiene que ver con modificación de vehículos | Productos de mantenimientos preventivos | Todo lo implica repuestos | Los repuestos para los mantenimientos preventivos y correctivos como: filtros, aceites, mangueras, llantas y focos | Los mayores réditos en las casas comerciales se generan en el mantenimiento de las unidades, así como en la importación de repuesto de alta rotación |
| Considera que la importación de una marca de camiones diferente a las tradicionales tiene una oportunidad de comercio en el territorio ecuatoriano | Depende de la introducción en el mercado y la calidad precio | Si | Si | Si | Si |
| Cuáles son las estrategias con mayor impacto en los métodos de venta de los camiones en el territorio nacional | Se basa en el precio | La cobertura | Oportunidad de probar nuevas marcas | La calidad comprobada de los productos genera confianza | Otorgar créditos |

De acuerdo a la tabla 2, diferentes personas participaron en los grupos focales que laboran en varias empresas establecidas en Cuenca como Trainhco, Trapeco Pacifico, Cartopel, Almacenes Juan el Juri, los cuales cuentan con una experiencia entre 6 a 15 años.

De acuerdo al FODA que mencionan las personas sobre la importación de camiones de 2,5 toneladas a 48 toneladas señalan como fortaleza el precio que puede ser establecido para los camiones, como oportunidades establecen la posibilidad de crecer en el mercado por la calidad de los vehículos, en cuanto a la debilidad del producto está en que se debe generar un respaldo sobre el daño del camión y como amenaza establecen la alta competencia que existe en la venta de camiones.

Por otro lado, tras la pandemia de COVID-19 las empresas aplicaron estrategias para la reactivación del sector automotriz como brindar oportunidades de compra a través de créditos, para que las personas tengan la posibilidad de adquirir un camión con mejores fuentes de financiamiento. Sin embargo, la mayor parte de entrevistados coinciden en que no existen políticas de pago flexible para las importadoras de camiones.

Así mismo, afirman que son limitantes los requerimientos y tramites gubernamentales de importación de productos del sector automotriz. Sin embargo, consideran que la implementación de exoneraciones impositivas para los importadores es favorecedora para el sector automotriz. Para ello es necesario que el Estado aplique principios y políticas para precautelar lo procesos de importación.

Bajo el supuesto de que las empresas importadoras requieren financiamiento, los entrevistados mencionan que no existe ninguna entidad pública que brinde soporte a estas instituciones del sector automotriz. Entre los principales productos que tienen mayor peso dentro del mercado automotriz y generan réditos económicos esta n lo productos de mantenimiento preventivos, repuestos como filtros, aceites, mangueras, etc.

Finalmente, los entrevistados mencionan que existen oportunidades de importación de una marca de camiones diferente a las tradicionales, sin embargo, va depender de la introducción en el mercado, calidad y precio del vehículo. Entre las principales estrategias utilizadas en el mercado ecuatoriano para la venta de camiones esta la cobertura, calidad comprobada de los vehículos, otorgar créditos.

3.3 Estudio de mercado

3.3.1. Análisis de la demanda

- **Demanda potencial**

La demanda que tendrían los camiones de la marca FAW Trucks está compuesta por personas naturales o jurídicas que utilizan este tipo de transporte para realizar actividades comerciales, pero la falta de un dato exacto de la cantidad de empresas que utilizan este tipo de camiones dificulta la estimación de la demanda. Por lo que se recurrió a estimar la demanda por la cantidad de camiones vendidos en el país a partir de los datos publicados por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) sobre las ventas de camiones del sector.

Tabla 3
Ventas de camiones por mes del 2020 y 2021

| Mes | 2020 | 2021 |
|--------------|-------------|-------------|
| Enero | 695 | 731 |
| Febrero | 585 | 701 |
| Marzo | 245 | 890 |
| Mayo | 408 | 800 |
| Junio | 825 | 830 |
| Julio | 783 | 829 |
| Agosto | 787 | 811 |
| Septiembre | 770 | 1043 |
| Octubre | 857 | 871 |
| Noviembre | 874 | 898 |
| Diciembre | 785 | 675 |
| Total | 7614 | 9079 |

Nota. Adaptado de AEADE (2022)

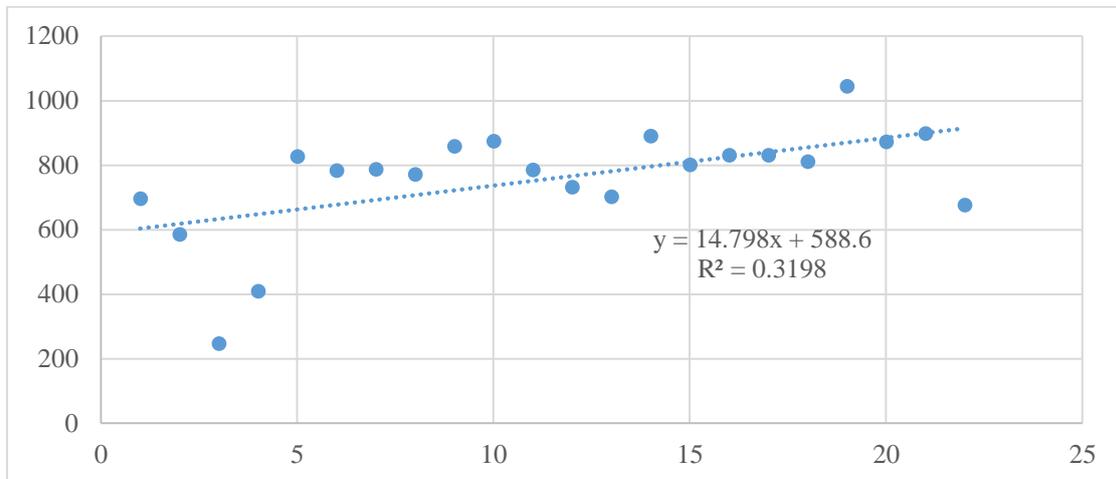
A partir de estos datos se realiza la proyección de la posible demanda en el Ecuador durante el año en curso 2022, a través de una regresión lineal simple, con la siguiente formula:

$$Y = \alpha + Bx$$

Donde y es la variable dependiente que son las ventas, mientras que x es la variable independiente que indica el tiempo que este caso es mensual, que se adjudica a un coeficiente “B” que se calcula con base a las observaciones anteriores y representa la pendiente de la renta que indica el cambio que se produce en las ventas por cada unidad de cambio en el tiempo, por último, se compone de un valor constante que representa a “α” que es el punto que corta el eje vertical que indica la cantidad de demanda en un

mes o año 0. Para el cálculo de la renta se recurrió al utilitario de Excel, a continuación, se presenta la regresión lineal calculada:

Figura 24
Regresión lineal para estimar la demanda



En la figura 24 se observa la ecuación que calculo Excel a partir de las ventas de camiones del sector en los años 2020 y 2021.

$$Y = 14,78x + 588,6$$

Con esta fórmula se procede a estimar la demanda en el Ecuador para los siguientes meses para el año 2022. A continuación, se presentan el cálculo y la proyección de la demanda:

Tabla 4
Proyección de la demanda mensual para el año 2022

| Número de mes | Forma de calculo | Mes | Cantidad de demanda proyectada 2022 |
|---------------|-------------------------|------------|-------------------------------------|
| 23 | $Y = 14,78(23) + 588,6$ | Enero | 929 |
| 24 | $Y = 14,78(24) + 588,6$ | Febrero | 944 |
| 25 | $Y = 14,78(25) + 588,6$ | Marzo | 959 |
| 26 | $Y = 14,78(26) + 588,6$ | Mayo | 973 |
| 27 | $Y = 14,78(27) + 588,6$ | Junio | 988 |
| 28 | $Y = 14,78(28) + 588,6$ | Julio | 1003 |
| 29 | $Y = 14,78(29) + 588,6$ | Agosto | 1018 |
| 30 | $Y = 14,78(30) + 588,6$ | Septiembre | 1033 |
| 31 | $Y = 14,78(31) + 588,6$ | Octubre | 1047 |
| 32 | $Y = 14,78(32) + 588,6$ | Noviembre | 1062 |

| | | | |
|----|-------------------------|-----------|--------------|
| 33 | $Y = 14,78(33) + 588,6$ | Diciembre | 1077 |
| | Total | | 11032 |

En la tabla 4 se observa que para el 2022 se pronostica que se venderán 11032 camiones, no obstante, de esta cantidad es importante que se considere la cantidad que posiblemente demandará los camiones de la marca FAW Trucks, para ello se considera el porcentaje de aceptación de la marca que se obtuvo de la encuesta en la pregunta 3.1., que se muestran los resultados en la figura 20, en la que se detalla el 44,64% estaría dispuesto a comprar los camiones de esta marca. Con ello la demanda potencial sería la siguiente;

Tabla 5
Cálculo de la demanda potencial

| Demanda potencial | Mercado objetivo * porcentaje de aceptación |
|--------------------------|--|
| Mercado objetivo | 11.032 |
| Porcentaje de aceptación | 44,64% |
| Total | 4925 |

De esta manera se prevé que la demanda potencial de los camiones de la marca FAW Trucks para el año 2022 sería de 4.925.

- **Demanda proyectada**

Con base a la demanda potencial se procede a proyectar la demanda de camiones marca FAW Trucks para los siguientes 5 años. Para ello se considera el promedio de la tasa de crecimiento real de la demanda en el 2021 frente al 2020 y de la proyectada para 2022. Así:

Tabla 6
Tasa de crecimiento de la demanda de camiones

| Año | Ventas de camiones por año | Tasa de crecimiento |
|------------|-----------------------------------|----------------------------|
| 2020 | 7614 | |
| 2021 | 9079 | 19.2% |
| 2022 | 11032 | 21.5% |
| | Tasa promedio | 20.4% |

Con esta información para la proyección de la demanda se considera la siguiente fórmula:

$$P = P_o(1 + r)^n$$

Donde:

P_o : demanda potencial de camiones

r : razón de crecimiento, dada por la tasa promedio del sector de 20,04%

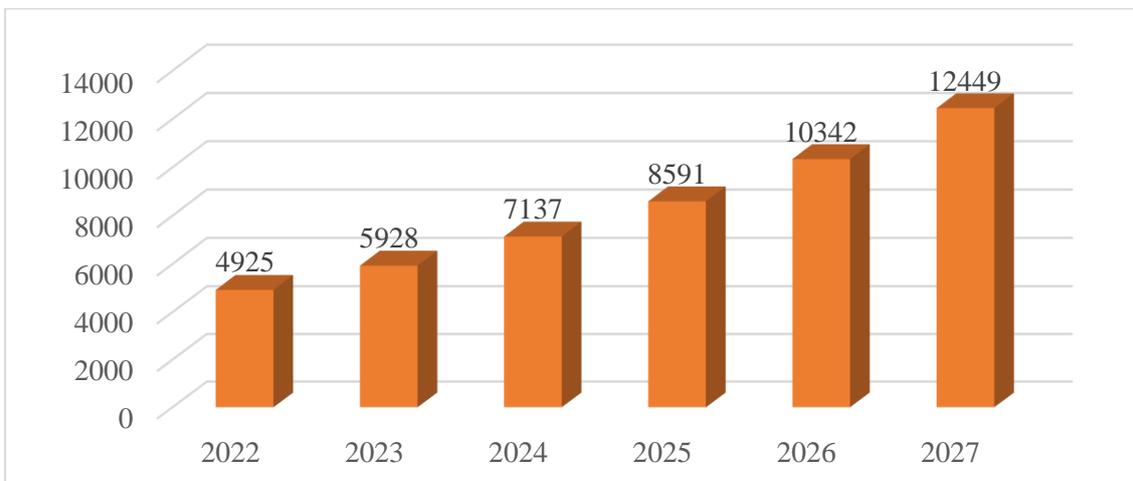
n : cantidad de años a proyectar

A continuación, se presenta una tabla y gráfico para identificar la demanda proyectada de los camiones de la FAW Trucks.

Tabla 7
Aplicación de fórmula de proyección de demanda

| Año | | Demanda proyectada |
|-----|------|--------------------|
| 0 | 2022 | 4925 |
| 1 | 2023 | 5928 |
| 2 | 2024 | 7137 |
| 3 | 2025 | 8591 |
| 4 | 2026 | 10342 |
| 5 | 2027 | 12449 |

Figura 25
Proyección de la demanda



3.3.2. Análisis de la oferta

El estudio de la oferta que estaría representada por la competencia directa e indirecta para la marca de camiones FAW Trucks, estaría compuesto por las concesionarias que ofertan este tipo de transporte de la misma marca o de otras, que a su vez abastecen al mercado, en este sentido, no se tienen datos específicos de la cantidad de empresas que venden camiones en el Ecuador.

Por tal razón, se toma como referencia la pregunta de la encuesta en la que se indaga sobre el lugar el que adquieren camiones (figura 16), donde se identifica que apenas el 19,3% lo hace en un concesionario, el 80,7% adquiere camiones usados. De tal manera que se toma el 19,3% como la porción de mercado que es captado por la competencia,

Tabla 8
Calculo de la oferta

| Oferta | Mercado objetivo * porcentaje de competencia |
|------------------------|---|
| Demanda potencial | 4925 |
| Captación de la oferta | 19% |
| Total | 950 |

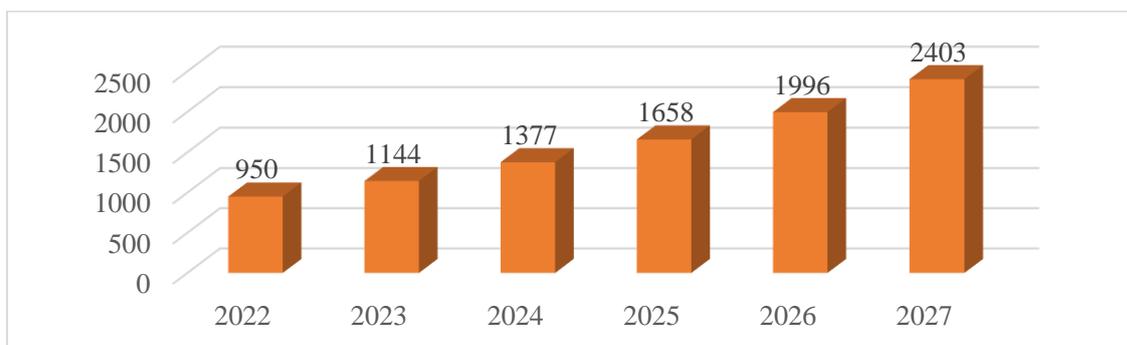
▪ **Proyección de la oferta**

Para proyectar la oferta se utilizó la mismo formula que para la demanda, incluso el mismo porcentaje que se obtuvo, debido a que se prevé que la oferta crezca conforme la demanda, con lo mencionado se presenta el cálculo de la proyección de la oferta:

Tabla 9
Proyección de la oferta de concesionarias de camiones

| Año | Oferta proyectada | |
|------------|--------------------------|------|
| 0 | 2022 | 950 |
| 1 | 2023 | 1144 |
| 2 | 2024 | 1377 |
| 3 | 2025 | 1658 |
| 4 | 2026 | 1996 |
| 5 | 2027 | 2403 |

Figura 26
Proyección de la oferta



▪ **Demanda insatisfecha**

Tabla 10

Cálculo de la demanda insatisfecha

| Año | Demanda proyectada | Oferta proyectada | Demanda insatisfecha |
|------|--------------------|-------------------|----------------------|
| 2022 | 4925 | 950 | 3974 |
| 2023 | 5928 | 1144 | 4784 |
| 2024 | 7137 | 1377 | 5759 |
| 2025 | 8591 | 1658 | 6933 |
| 2026 | 10342 | 1996 | 8346 |
| 2027 | 12449 | 2403 | 10046 |

En la tabla 10 se muestra el cálculo de demanda insatisfecha, es decir la que no se estaría cubriendo con la oferta de camiones de la marca FAW Trucks ni por las otras concesionarias, sino por otras opciones en el mercado como es la venta de transporte usados, por lo que para la propuesta se debe considerar captar la creciente demanda.

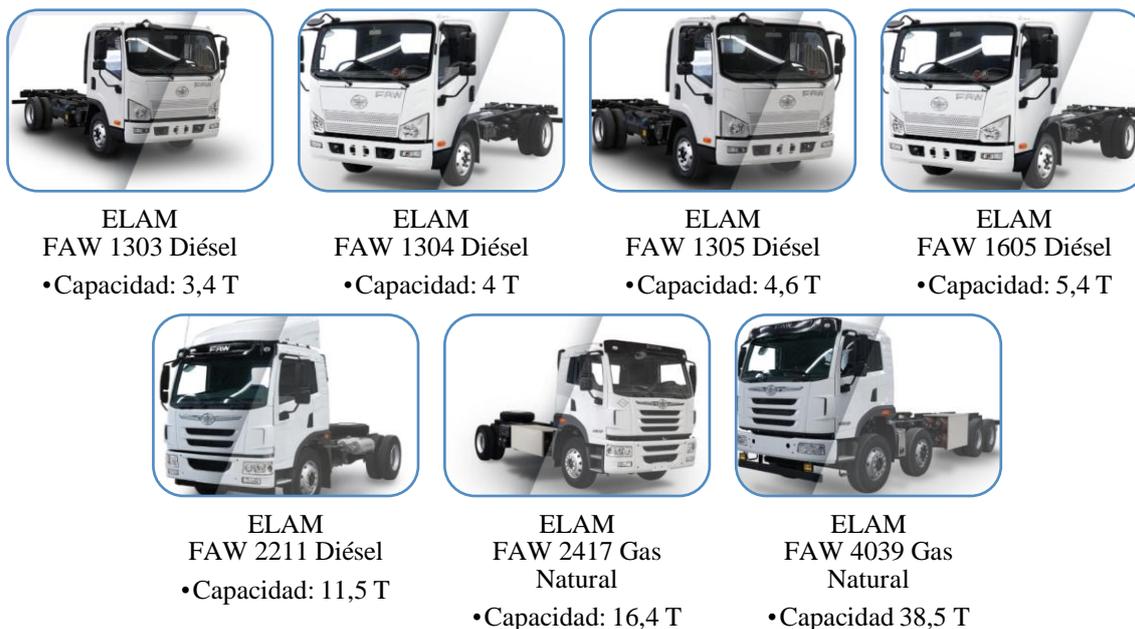
3.3.3. Estructura para la operación de manejo de la marca

Para el manejo de la marca en el presente apartado se realizará el plan de marketing con el cual se pretende posicionar a la marca FAW Trucks en el mercado ecuatoriano a través de estrategias para las 4 P's, que implica el producto, precio, plaza y promoción, a continuación, se presenta:

Producto

La marca FAW Trucks ofrece diferentes tipos de camiones para el uso comercial, sin embargo, el presente estudio se centra en los camiones del segmento pesado, a partir de 2,5 y 48 toneladas de arrastre debido a que, en el mercado ecuatoriano las empresas que ofertan este tipo de camiones lo hacen bajo pedido con pocos camiones disponibles de inmediato, por lo que la mayoría de los consumidores recurren a la compra de productos usados. A continuación, se presentan los productos disponibles para Latinoamérica del segmento pesado de la marca FAW Trucks.

Figura 27
Productos a importar



Como se puede observar en la figura 27, son siete tipos de camiones a ser importados, los cuales cuentan con una capacidad de arrastre diferente, existen vehículos con una capacidad desde 3,4 toneladas hasta 38,5 toneladas, con la finalidad de cubrir las necesidades para el transporte de bienes, con disposición inmediata.

Precio

En lo referente al precio de los productos que se pretenden importar, se toma como estrategia la fijación de precios basado en costos, donde al precio de compra se le suma todo lo necesario para ofertar al mercado, en este caso se considera todo lo que implicaría la importación, a este valor se sumaría un porcentaje de utilidad, con ello lo que se pretende es dar a conocer al consumidor el precio mínimo o máximo. Se eligió esta estrategia porque permite controlar los costos y beneficios, para evitar incurrir en pérdidas en alguno de los productos.

En los costos se incluyeron todos los costos de importación que incluye el transporte, los aranceles y el seguro para la mercancía, en los gastos se considera lo necesario para la parte administrativa, es decir, sueldos y salarios de gerentes, contadores y vendedores, así como arriendo e insumos de oficina. La suma de los costos y gastos anuales se dividieron para el total de camiones que se importarán para obtener un costo y gasto unitario, estos se sumaron al precio de compra y se agregó un 2% por

concepto de margen de utilidad. Con base a ello se presentan los precios para cada tipo de camión que se importará:

Figura 28

Precio de los productos a importar

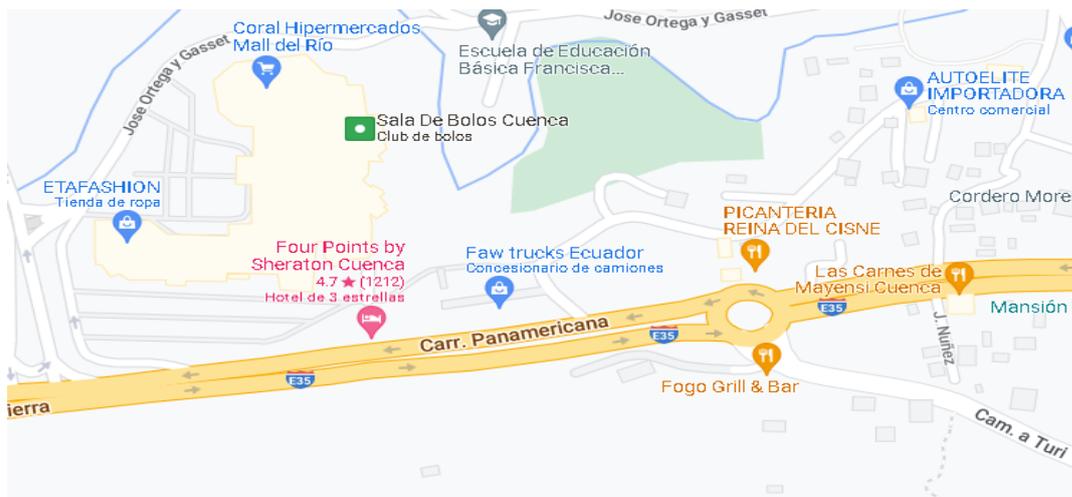
| | |
|---------------------------|---------------|
| ELAM FAW 1605 Diésel | •\$ 30.761,60 |
| ELAM FAW 1304 Diésel | •\$ 35.842,68 |
| ELAM FAW 1305 Diésel | •\$ 38.675,98 |
| ELAM FAW 1605 Diésel | •\$ 40.874,02 |
| ELAM FAW 2211 Diésel | •\$ 43.457,61 |
| ELAM FAW 2417 Gas Natural | •\$ 75.714,19 |
| ELAM FAW 4039 Gas Natural | •\$ 80.830,27 |

De acuerdo a la figura 28, existe una variación en los precios de los camiones a importar, bajo este contexto, es importante mencionar que el valor del vehículo incrementa de acuerdo a la capacidad de toneladas de arrastre, los precios están desde los 30 mil hasta los 80 mil dólares aproximadamente.

Plaza

En cuanto a la plaza, los camiones serán exhibidos y puestos en venta en la autopista Cuenca-Azogues, junto al Mall del Rio; se eligió esta localidad a razón de uno de los inversionistas del presente proyecto que pertenece al Grupo Ortiz, cuentan con un local comercial a lado del hotel tres estrellas Four Points by Sheraton en Cuenca, que al ser amplio resulta pertinente para el tipo de camiones que se ofertaran. Cabe mencionar que el local comercial se arrendará.

Figura 29
Ubicación de la venta de camiones



Nota. Adaptado de Google Maps

De acuerdo a la figura 29, el lugar de venta de los camiones será en el local FAW Trucks Ecuador, puesto que cuenta con la infraestructura adecuada para la implementación de la nueva línea de camiones, dado que cuenta con los espacios necesario para la exhibición de los vehículos (figura 30), con la finalidad de brindar un mejor servicio a los clientes.

Figura 30
Infraestructura de FAW trucks Ecuador



Nota. Adaptado de FAW Trucks (2022)

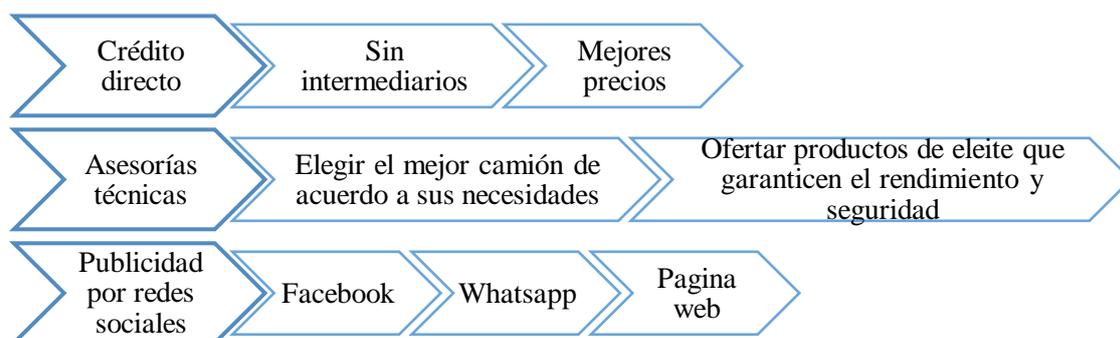
Como se puede observar en la figura 30, el consorcio de camiones cuenta con los espacios adecuados para la exhibición de los vehículos, al igual que con las áreas correspondientes para las oficinas administrativas, de tal forma que los clientes cuenten con un servicio de primer nivel.

Promoción

Para la promoción de los productos, se establecen algunas estrategias con la finalidad de atraer un mayor número de clientes potenciales, de tal forma que puedan adquirir un camión de acuerdo a las necesidades, en cuanto a capacidad, precio y calidad, dichas estrategias se plantean en la figura 31.

Figura 31

Estrategias de promoción



Como indica la figura 31, se cuenta con tres estrategias para promocionar la marca FAW, en primer lugar, se pretende otorgar crédito directo a los clientes, sin un trámite administrativo largo, dado que con base a las políticas se deberá comprobar la capacidad de endeudamiento del cliente, de tal forma que las personas puedan adquirir un camión en menor tiempo, se recurre a esta estrategia para que la rotación de ventas sea mayor y no sea necesario la intervención de un intermediario financiero en el caso de clientes que tienen la capacidad adquisitiva pero no la liquidez inmediata.

En cuanto a las asesorías técnicas, se contará con el personal capacitado para brindar un servicio al cliente de excelencia, con el propósito de que las personas cuenten con la información necesaria para elegir el mejor camión de acuerdo a sus necesidades, así también la empresa se compromete en ofertar productos de elite que garanticen el rendimiento y la seguridad del mismo como es el caso de la marca FAW Trucks. En cuanto a la publicidad por redes sociales contará con las siguientes cuentas:

Tabla 11

Redes sociales de la marca

| Nombre | Red social | Contacto |
|----------|---|--------------------|
| Facebook |  | FAW Trucks Ecuador |
| Whatsapp |  | 099 521 0366 |

Como se puede identificar en la tabla 11 la marca FAW Trucks contará con tres redes sociales, a través de las cuales se realiza la publicidad necesaria sobre los camiones en cuanto a precio, capacidad, etc., con la finalidad de que los clientes cuenten con la información necesaria para tomar decisiones en cuanto a la adquisición de un nuevo camión.

3.4 Estudio técnico

3.4.1. Análisis técnico

Dentro del presente apartado se tiene en cuenta la importación y todo lo necesario para lograr traer camiones de la marca china Faw Trucks mediante el comercio exterior. El comercio exterior representa una de las acciones principales que hacen las economías y son consideradas como un campo de cooperación internacional para que los países puedan desarrollarse, en las últimas décadas. Este tipo de comercio sirve para aportar de forma positiva al desarrollo sostenible, pero para que este sea concreto es necesario que se establezcan políticas con el fin de regular la importación y la exportación de bienes y servicios. Existen condiciones que rigen al comercio exterior como los precios internacionales de los productos, barreras arancelarias, subsidios que motivan a diferentes discusiones entre países (Cabral, 2020).

Como se menciona, existen dos direcciones dentro del comercio exterior, la importación y la exportación, en este caso se tendrá en cuenta la importación para la realización del análisis técnico. Para Gómez y Ramírez (2017) la importación se trata de la forma en que los bienes y servicios que adquiere un país o región del exterior son distribuidos en el interior del mismo. Estas transacciones tienen efecto en el crecimiento económico del sector donde se realizan. De forma general, las importaciones permiten la compra de productos que no se producen en el país de origen, lo que es un beneficio para los consumidores en cuanto a precios, variedad y calidad.

Para el análisis técnico de la importación de camiones se seleccionó de forma previa a la empresa de China que se denomina Faw Trucks que se dedica al comercio exterior de algunos tipos de camiones y automotores, la misma cuenta con página web en la cual se pueden encontrar los distintos tipos de productos que la empresa oferta. La entidad fue fundada en 1953 con la que empezó la primera planta de ensamblaje, es considerada de las organizaciones más grandes y antiguas de Changchun.

Figura 32
Página web de Faw Trucks



Por lo tanto, para poder realizar la importación de automotores de la empresa Faw Motors es necesario conocer que se necesita para realizar dicha transacción, por ende, más adelante se tiene en cuenta las capacidades de la empresa importadora, los procesos y las medidas arancelarias y no arancelarias de los países, los precios-costos de la importación.

Capacidades

- **Tamaño y localización:** el tamaño tiene que ver con la capacidad de la empresa, en este caso, para poder almacenar y exponer los camiones de manera segura y correcta, para los consumidores. Para determinar el tamaño del concesionario es importante conocer aspectos fundamentales como la oferta y demanda que existe, la tecnología disponible para presentar los productos y el personal necesario. La localización de la entidad debe ser seleccionada mediante el previo estudio de mercado, en donde se podrá conocer cuál es el mejor sector para la venta de camiones.
- **Capacidad financiera:** es relevante conocer las condiciones económicas financieras de la organización antes de la importación y los valores que se disponen para ello, es decir, hay que determinar la posibilidad de financiar tal inversión, ya sea con capital propio o por terceros, con ello es esencial conocer el mercado financiero.
- **Capacidad administrativa:** hay que tener claro que para la operación de la nueva marca es necesario conseguir personal o talento humano con el que sea

posible el funcionamiento eficiente de la entidad, es decir, las personas asignadas tienen que tener pleno conocimiento de la marca, de los productos y de la actividad que se va a realizar. El éxito de cualquier marca se basa en la combinación de habilidades y conocimientos administrativos, con ello se logran las metas de la institución.

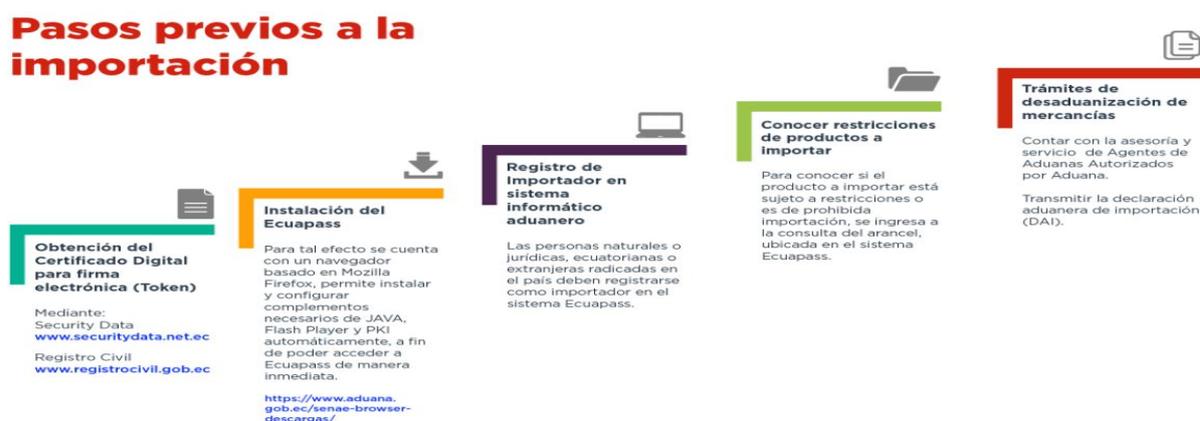
En segundo lugar, se debe tener presente los procesos que se deben seguir en el marco legal, para la importación. Hay que tener en cuenta que la importación puede ser efectuada por personas ecuatorianas o extranjeras que se encuentren residiendo en el país como personas naturales o jurídicas. Estas personas tienen que registrar la declaración aduanera con el número de RUC (Registro Único de Contribuyentes). Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021) se debe determinar:

- Si la mercancía es o no de prohibida compra de acuerdo a las regulaciones establecidas.
- Además de los documentos de acompañamiento para la presentación de la Declaración aduanera que son: original o copia del negociable del conocimiento de embarque, carta de porte o guía aérea. La factura comercial y póliza de seguro expedida conforme a la ley, certificado de origen.
- Luego de tener toda la documentación necesaria se ingresan en el Distrito aduanero de llegada de la mercancía para los trámites de nacionalización de las mercancías y pago de tributos.

A continuación, se muestran los pasos previos para realizar la importación:

Figura 33

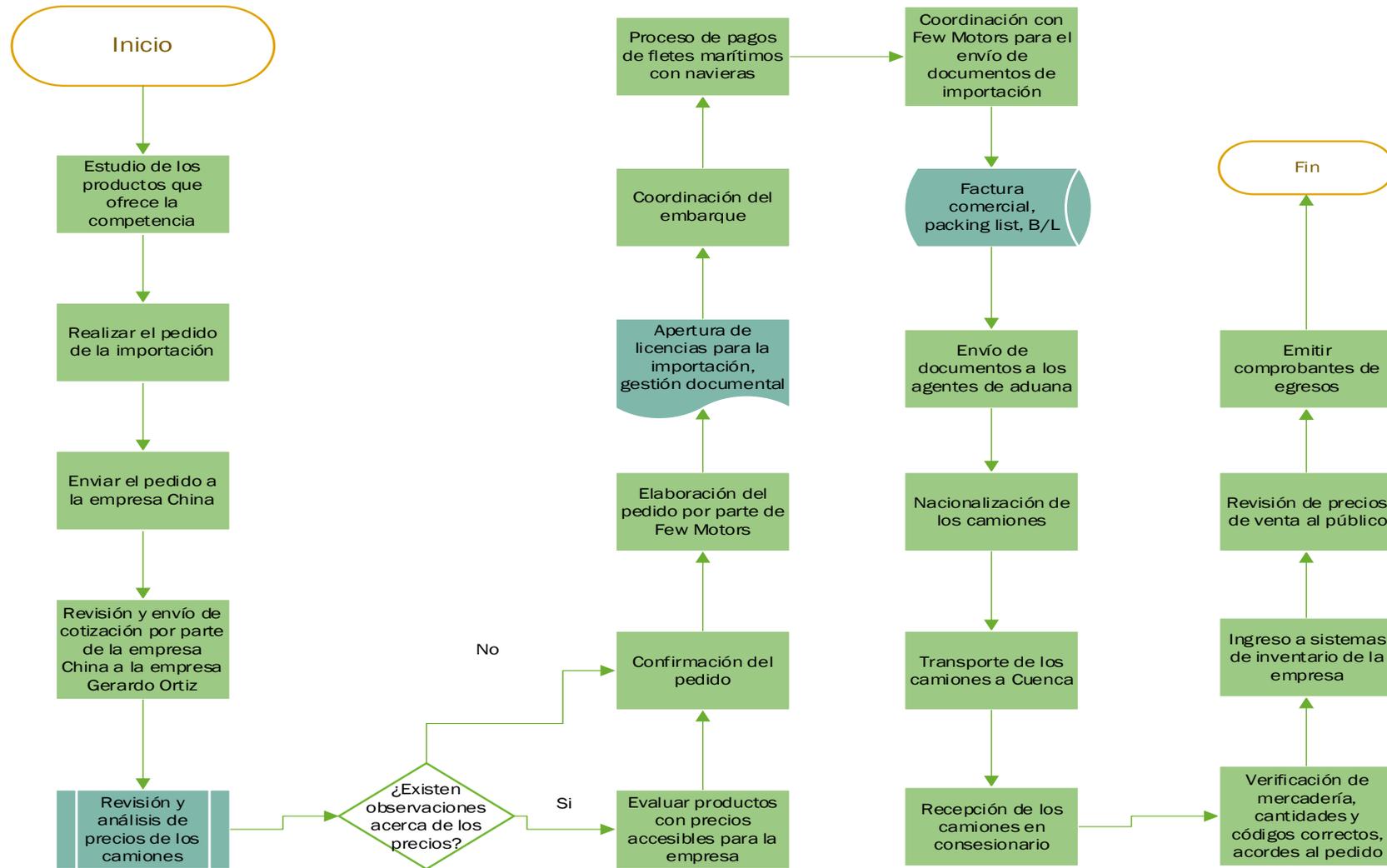
Pasos previos para la importación



Nota. Adaptado de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021).

En cambio, el proceso para la importación de camiones de la marca Faw al Ecuador se deben seguir los pasos que se detallan en el siguiente diagrama de flujo:

Figura 34
Proceso de importación de camiones de Faw Motors



Dentro del anterior diagrama se encuentra el proceso para realizar la importación de los camiones de la marca Faw Motors, en el primer punto se encuentra el estudio de los camiones que oferta la competencia, parte importante para realizar el pedido óptimo de camiones, es decir, buscar no vender lo mismo que ofrecen otras empresas y tener en cuenta las necesidades del mercado objetivo, es importante también indagar en cuanto a precios, datos y estadísticas necesarios para el correcto pedido.

Una vez que se conoce las necesidades de los consumidores y lo que ofrece la competencia se puede hacer el pedido por medio del catálogo, con esto se realiza el envío del pedido a Faw Motors. En el cuarto punto del proceso se recibe la respuesta o cotización por parte de la empresa China y con esto se evalúan los precios, cantidades y stock, si no se encuentran problemas se continúa con el siguiente paso que es la confirmación del pedido, luego de lo descrito, el proveedor elaborará el pedido.

El siguiente punto se trata de la apertura de licencia de importación, para ello, se necesita de personal capacitado que se encargue de este proceso con los trámites que corresponden, en este paso es necesario completar el formulario para la importación. Para la coordinación del embarque es necesario las cotizaciones por parte de las navieras, además de los pagos de los mismos. Casi al finalizar el proceso, es necesario solicitar a la empresa China que se realice en el envío de los documentos como la factura comercial, packing list y B/L para poder avanzar con los trámites correspondientes.

Con el envío de documentos a la empresa, se hace llegar los mismos a los agentes de aduana. Para la nacionalización de los camiones es necesario que todos los documentos estén en regla y el apoyo de un agente para proceder a la desaduanización para que puedan ser transportados a las ciudades donde se realizará la venta y recibidos en los distintos concesionarios. Luego de estos pasos es necesario ingresar los nuevos productos a los inventarios de la empresa con descripciones y código. Por último, es necesario revisar los precios para la venta al público, teniendo en cuenta todos los costos, gastos y margen de utilidad, que tienen que ver con la importación y compra de los vehículos.

Una vez explicado el proceso de la importación de los camiones, es necesario que se conozca cómo se debe realizar la declaración de los impuestos y liquidación de la mercancía.

Previo a esto, hay que conocer acerca del sistema ECUAPASS, el cual se trata de un sistema aduanero del Ecuador que permite a los Operadores de Comercio Exterior poder realizar todas las operaciones aduaneras de exportación e importación (Aduana del Ecuador, 2021). Al tener claro en que consiste el sistema ECUAPASS, se detalla a continuación los pasos para declarar impuestos y liquidar la mercancía:

- Clasificar los productos de acuerdo al funcionamiento dentro de las partidas arancelarias que corresponden.
- Se debe hacer la nota de pedido donde se especifican las cantidades, precios de la mercadería en valor FOB. En concordancia con las partidas, se tiene que revisar en el sistema ECUAPASS si estas partidas tienen restricciones.
- Elaborar la lista de empaque o en inglés packing list donde consta las cantidades, peso neto y bruto de los camiones.
- Una vez listos los pasos anteriores se debe unificar la información y llenar los campos que solicita el archivo de Excel, mismo que se exporta al sistema ECUAPASS, es ahí donde se calcula el valor de impuestos que se debe cancelar para liquidar la mercadería.

3.4.2. Diseño de políticas de la marca

El fin de entregar productos y servicios de calidad, que satisfagan las necesidades de los consumidores es el objetivo de toda empresa que está en la búsqueda de tener un fuerte posicionamiento en el mercado que labora. Las empresas que se encargan de la producción, o solo de la venta de vehículos no están fuera de esta premisa y tiene que tomar en cuenta ciertas políticas y procesos para entregar productos de excelencia para los consumidores.

Algunas políticas que se establecen sirven de ayuda para el mejoramiento continuo y el logro de las metas que se plantean como empresa. Las políticas que la marca debe tener para lograr la venta de forma adecuada son:

Figura 35

Políticas de la operación de la marca



3.4.3. Análisis financiero

▪ Inversión

En este apartado se considera los recursos necesarios para ofertar la nueva marca de camiones de China, como se detalló en uno o varios párrafos anteriores es importante que se considere un espacio específico para ofertar los camiones, bajo esta premisa se detallan los insumos necesarios para iniciar con la oferta de nuevos.

Tabla 12

Detalle de inversión

| Activos fijos tangibles | Cantidad necesaria | Costo | Costo total |
|-------------------------------|--------------------|--------------|-------------------------|
| Activos para la venta | | | \$243.601.781,65 |
| ELAM FAW 1303 Diésel | 701 | \$ 30.761,60 | \$ 21.563.879,96 |
| ELAM FAW 1304 Diésel | 704 | \$ 35.842,68 | \$ 25.233.249,25 |
| ELAM FAW 1305 Diésel | 704 | \$ 38.675,98 | \$ 27.227.889,92 |
| ELAM FAW 1605 Diésel | 704 | \$ 40.874,02 | \$ 28.775.307,00 |
| ELAM FAW 2211 Diésel | 704 | \$ 43.457,61 | \$ 30.594.157,44 |
| ELAM FAW 2417 Gas Natural | 704 | \$ 75.714,19 | \$ 53.302.788,00 |
| ELAM FAW 4039 Gas Natural | 704 | \$ 80.830,27 | \$ 56.904.510,08 |
| Infraestructura | | | \$500,00 |
| Página web | 1 | \$500,00 | \$500,00 |
| Muebles y enseres | | | \$750,00 |
| Escritorios | 3 | \$250,00 | \$750,00 |
| Equipos de computación | | | \$1.265,00 |
| Laptop HP | 1 | \$700,00 | \$700,00 |
| Tablet | 1 | \$70,00 | \$70,00 |
| Teléfono Smartphone | 1 | \$400,00 | \$400,00 |
| Teléfono inalámbrico | 1 | \$35,00 | \$35,00 |
| Impresora Canon | 1 | \$60,00 | \$60,00 |
| Total | | | \$243.604.296,65 |

La tabla 12 muestra los rubros necesarios para determinar la inversión, misma que para iniciar con la implementación de la venta de camiones es de \$243.604.296,65, dentro de este rubro se contempla los recursos necesarios en el que se detalla la cantidad, costos unitarios y totales. Entre los principales se identifican los activos para la venta, que en este caso son los camiones, así como la infraestructura que implica la página web, los muebles y enseres para el espacio que se arrendará, además de los equipos de computación.

Es importante mencionar la forma en la que se pretende financiar la inversión, que es a través de recursos propios y de un crédito externo. En cuanto a la interna, la realizará el Grupo Corporativo Gerardo Ortiz, quienes afrontaran la mayor parte de la inversión, en especial en los activos para la venta, a continuación, se divide la inversión de acuerdo a lo mencionado:

Tabla 13

División de la inversión

| Inversión de recurso | | Recursos propios | | Recursos ajenos | |
|------------------------|--------------------------|------------------|-------------------------|-----------------|------------------------|
| Detalle | Valor | % de aporte | Cantidad | % de aporte | Cantidad |
| Activos para la venta | \$ 243,601,781.65 | 70% | \$170,521,247.15 | 30% | \$ 73,080,534.49 |
| Infraestructura | \$500.00 | 100% | \$ 500.00 | 0% | \$ - |
| Muebles y enseres | \$750.00 | 20% | \$ 150.00 | 80% | \$ 600.00 |
| Equipos de computación | \$1,265.00 | 25% | \$ 316.25 | 75% | \$ 948.75 |
| Total | \$ 243,604,296.65 | | \$170,522,213.40 | | \$73,082,083.24 |
| | Porcentaje total | | 70% | | 30% |

En la tabla 13 se observa que con recursos propios se va a financiar el 70% del valor total de la importación de los camiones y el 100% de la página web, pero para los muebles y enseres, y equipos de computación solo el 20% y el 25%. Con lo mencionado el porcentaje total de la inversión que se realizara con recursos propios es el 70% y el 30% con un crédito en entidades financieras.

En cuanto al financiamiento externo a continuación se calcula el valor que implicará el pago de interés por el crédito. Para ello se consideran los siguientes datos en cuanto a la tasa, el tiempo de pago y el valor de la cuota.

Tabla 14

Características para el financiamiento externo

| Descripción | Valor |
|------------------------------|------------------|
| Cantidad total del crédito | \$ 73,082,083.24 |
| Plazo | 3 años |
| Tasa efectiva | 0.2 |
| Frecuencia de pagos | Semestral |
| Numero de pagos/Año | 2 |
| Número de cuotas (semestral) | 6 |
| Tasa periódica | 9.54% |

Valor cuota

\$16,556,822.13

En la tabla 14 se muestra que el crédito externo implica un valor de \$ 73.082.083,24 USD, el que se realizará para 3 años con una frecuencia de pagos semestral, que en total implicaría 6 cuotas, para ello la tasa efectiva implica el 20%. Los datos mencionados hacen que el valor de la cuota sea de \$16.556.822.13 USD.

Tabla 15

Tabla de amortización del crédito externo

| N° Cuota | Valor Cuota | Interés | Amortización | Saldo |
|----------|------------------|-----------------|------------------|------------------|
| 0 | | | | \$ 73,082,083.24 |
| 1 | \$ 16,556,822.13 | \$ 6,975,327.84 | \$ 9,581,494.29 | \$ 63,500,588.96 |
| 2 | \$ 16,556,822.13 | \$ 6,060,821.02 | \$ 10,496,001.11 | \$ 53,004,587.85 |
| 3 | \$ 16,556,822.13 | \$ 5,059,028.98 | \$ 11,497,793.14 | \$ 41,506,794.70 |
| 4 | \$ 16,556,822.13 | \$ 3,961,620.79 | \$ 12,595,201.33 | \$ 28,911,593.37 |
| 5 | \$ 16,556,822.13 | \$ 2,759,470.35 | \$ 13,797,351.77 | \$ 15,114,241.60 |
| 6 | \$ 16,556,822.13 | \$ 1,442,580.53 | \$ 15,114,241.60 | \$ - |

En la tabla 15 se observa la tabla de amortización del pago del crédito que contribuirá a cubrir con el 30% de la inversión. No obstante, es importante presentar el valor anual que implicaría el gasto financiero de vender la marca:

Tabla 16

Resumen del pago de la deuda en cuanto a cuota e interés anual

| AÑO | Pago interés | Pago Cuota semestral | Pago anual |
|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1 | \$ 13,036,148.86 | \$ 33,113,644.25 | \$ 46,149,793.11 |
| 2 | \$ 9,020,649.78 | \$ 33,113,644.25 | \$ 42,134,294.03 |
| 3 | \$ 4,202,050.88 | \$ 33,113,644.25 | \$ 37,315,695.14 |
| Total | \$ 26,258,849.52 | \$ 99,340,932.76 | \$125,599,782.28 |

En la tabla 16 se observa el valor del pago anual que disminuye conforme pasa el tiempo, dado que el primer año el rubro asciende a \$46.149.793,11 USD, en el segundo año a \$42.13.294,03 USD y el último a \$37.315.695,14, valores que se contemplaran en el estado de resultados como gasto financiero.

- **Costos y gastos**

Para la venta de los camiones de Faw trucks se van a incurrir en diferentes costos por el hecho de que los productos tienen que ser traídos desde China, es decir, se aplicaron costos de importación, a continuación, se detallan cada uno.

Tabla 17

Rubros para el cálculo de costos directos

| Producto | Precio del producto (\$) | Cantidad a importar | Valor FOB de cada producto |
|---------------------------|---------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| ELAM FAW 1303 Diésel | \$ 30.761,60 | 701,00 | \$ 21.563.879,96 |
| ELAM FAW 1304 Diésel | \$ 35.842,68 | 704,00 | \$ 25.233.249,25 |
| ELAM FAW 1305 Diésel | \$ 38.675,98 | 704,00 | \$ 27.227.889,92 |
| ELAM FAW 1605 Diésel | \$ 40.874,02 | 704,00 | \$ 28.775.307,00 |
| ELAM FAW 2211 Diésel | \$ 43.457,61 | 704,00 | \$ 30.594.157,44 |
| ELAM FAW 2417 Gas Natural | \$ 75.714,19 | 704,00 | \$ 53.302.788,00 |
| ELAM FAW 4039 Gas Natural | \$ 80.830,27 | 704,00 | \$ 56.904.510,08 |
| | | 4925 | \$243.601.781,65 |

En la tabla 17 se encuentran los precios de los 7 productos, en este caso los modelos de los camiones que se van a importar desde la China de la empresa Faw trucks, con las cantidades respectivas que se prevé se van a traer, en el caso del primer modelo se importan 701, a diferencia de los demás modelos por el precio bajo de este producto y lo que la empresa busca es incorporar en la línea de camiones los mejores modelos. En total para el 2022 se van a importar 4925, valor que se obtuvo por medio del cálculo de la demanda proyectada. El valor FOB (Free on board) total por los 7 productos es de \$243.601.781,65.

Costos directos

Tabla 18

Rubros para el cálculo del costo total

| ICE | IVA | FODINFA | Flete naviera | Seguro | Flete interno | Costo total directo |
|-----------------|-----------------|----------------|----------------------|-----------------|----------------------|----------------------------|
| \$ 2.156.388,00 | \$ 2.587.665,59 | \$ 107.819,40 | \$ 18.000,00 | \$ 1.078.194,00 | \$ 500,00 | \$ 5.948.566,99 |
| \$ 8.831.637,24 | \$ 3.027.989,91 | \$ 126.166,25 | \$ 18.000,00 | \$ 1.261.662,46 | \$ 500,00 | \$ 13.265.955,86 |
| \$ 9.529.761,47 | \$ 3.267.346,79 | \$ 136.139,45 | \$ 18.000,00 | \$ 1.361.394,50 | \$ 500,00 | \$ 14.313.142,21 |
| \$10.071.357,45 | \$ 3.453.036,84 | \$ 143.876,54 | \$ 18.000,00 | \$ 1.438.765,35 | \$ 500,00 | \$ 15.125.536,18 |
| \$10.707.955,10 | \$ 3.671.298,89 | \$ 152.970,79 | \$ 18.000,00 | \$ 1.529.707,87 | \$ 500,00 | \$ 16.080.432,66 |
| \$18.655.975,80 | \$ 6.396.334,56 | \$ 266.513,94 | \$ 18.000,00 | \$ 2.665.139,40 | \$ 500,00 | \$ 28.002.463,70 |
| \$19.916.578,53 | \$ 6.828.541,21 | \$ 284.522,55 | \$ 18.000,00 | \$ 2.845.225,50 | \$ 500,00 | \$ 29.893.367,79 |

\$79.869.653,59 \$29.232.213,80 \$1.218.008,91 \$126.000,00 \$12.180.089,08 \$3.500,00 \$122.629.465,38

Por lo tanto, en la tabla 18, se encuentran los rubros necesarios para el cálculo de los costos de importación, el ICE se tienen en cuenta los porcentajes del 10% para productos que tengan un costo de \$30.000 y el 35% para productos que tengan costos menores y superiores a \$70.000, con ello se obtiene que el costo del ICE para traer los 7 modelos es de \$79.869.653,59.

Del mismo modo, para el cálculo del IVA se toma en cuenta el 12% en cada uno de los productos y se obtiene en total \$29.232.213,80. En el caso del FODINFA el porcentaje para el cálculo es del 0,50%, el total de este rubro es de \$1.218.008,91. El flete de la naviera es el costo de traer el producto del exterior por medios marítimos, por cada producto se tiene el costo de \$18.000, por ende, el costo total es de \$126.000. En el caso del seguro, se calcula con el 5% del valor FOB. El costo total directo de importar los 7 modelos de camiones desde China a Ecuador es de \$122.629.465,38.

Tabla 19

Rubros para el cálculo de los costos indirectos

| Costos indirectos | Cantidad | Costo | Costo total | Costo anual |
|--|--------------------|------------------|--------------------|-------------------------|
| Arrendamiento | 1 | \$6.000,00 | \$6.000,00 | \$72.000,00 |
| Teléfono (minutos) | 500 | \$8,32 | \$4.160,00 | \$49.920,00 |
| Internet | Plan de 4 megas | \$28,50 | \$28,50 | \$342,00 |
| Energía Eléctrica | (150*kW) | \$13,00 | \$13,00 | \$156,00 |
| Mantenimiento de equipos y herramientas | 1 | \$25,00 | \$25,00 | \$300,00 |
| Mantenimiento de equipos y herramientas | 5 | \$40,00 | \$200,00 | \$2.400,00 |
| Depreciación | 1 | \$ 48.720.557,83 | \$ 48.720.557,83 | \$ 584.646.693,95 |
| Total | | | | \$584.771.811,95 |
| Costos unitarios | | | | \$118.735,39 |

Dentro de la tabla 19 se encuentran los rubros para el cálculo de los costos indirectos en la implementación de la línea de camiones, el arrendamiento del local en donde se almacenan y presentan los camiones será de \$6000 mensuales, al año será de \$72.000, de la misma manera se explican las cantidades, costos, totales y anuales de telefonía, internet, energía eléctrica, mantenimiento de equipos-herramientas, con lo que se obtuvo el total en costos

indirectos de \$118.735,39, esto por los siete modelos que se van a importar como resultado da el valor de \$831.147,75.

Tabla 20

Rubros para el cálculo de Gastos administrativos y de ventas

| Gastos de administración y de ventas | Cantidad | Costo | Costo total | Costo anual |
|---|-----------------|--------------|--------------------|--------------------|
| Jefe de ventas | 1 | \$800,00 | \$800,00 | \$9.600,00 |
| Asesor de ventas | 4 | \$600,00 | \$2.400,00 | \$28.800,00 |
| Insumos de oficina | 1 | \$950,00 | \$950,00 | \$11.400,00 |
| Total | | | | \$49.800,00 |
| Costos unitarios | | | | \$10,11 |

Del mismo modo, se obtienen los ítems para el cálculo de los gastos administrativos y de ventas, en donde se tienen en cuenta que serán contratados el jefe de ventas y cuatro asesores comerciales encargados de la venta de los camiones, además de los insumos de oficina necesarios para poner en marcha las actividades. El jefe de ventas tendrá sueldos de \$800 mensuales, en los que se incluyen los beneficios de ley, al año esta persona ganará \$9600. Los asesores de ventas tienen sueldos de \$600 mensuales, que del mismo modo se incluyen los beneficios de ley, lo que al año da como resultado \$28.800, por último, los insumos de oficina con costos de \$950 y al año de \$11400. El costo anual total de los gastos administrativos y de ventas es de \$49.800. El costo unitario será de \$10,11.

- **Precio de venta**

Tabla 21

Cálculo del precio de venta al público de los camiones

| Costo total | Costo Unitario | Margen de utilidad | Precio de venta al público |
|--------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| \$ 27.631.192,45 | \$ 39.416,82 | \$ 788,34 | \$ 40.205,16 |
| \$ 38.617.950,61 | \$ 54.855,04 | \$ 1.097,10 | \$ 55.952,14 |
| \$ 41.659.777,63 | \$ 59.175,82 | \$ 1.183,52 | \$ 60.359,34 |
| \$ 44.019.588,68 | \$ 62.527,82 | \$ 1.250,56 | \$ 63.778,38 |
| \$ 46.793.335,60 | \$ 66.467,81 | \$ 1.329,36 | \$ 67.797,16 |
| \$ 81.423.997,20 | \$ 115.659,09 | \$ 2.313,18 | \$ 117.972,27 |
| \$ 86.916.623,38 | \$ 123.461,11 | \$ 2.469,22 | \$ 125.930,34 |
| \$367.062.404,89 | \$ 521.563,52 | \$ 10.431,27 | \$ 531.994,79 |

Luego del cálculo de los rubros que se evidencian en las tablas anteriores, se obtuvo el costo total para cada modelo, se tuvo en cuenta el valor FOB, los costos totales directos, indirectos y gastos administrativos y de ventas, el costo total de los siete camiones es de

\$367.062.404,89. El costo unitario de los productos se calculó mediante la división del costo total y el número de camiones que se comprarán por modelo. El margen de utilidad será del 2% del costo unitario de cada modelo, con lo que se obtiene el precio de venta al público de cada camión con un total de \$531.994,79.

▪ **Proyección de ventas**

En el presente apartado se presenta la proyección de las ventas, para el año 2022 toma en consideración el precio de venta que se calculó con base a los costos, gastos y porcentaje de utilidad, el que se multiplica por la cantidad de demanda proyectando, dando como resultado los ingresos para el año, es decir, mediante la siguiente formula:

$$\text{Ingresos} = \text{precio} * \text{demanda proyectada para el año 2022}$$

Para los siguientes años también se considera el precio y demanda proyectados, pero al precio se incrementa el valor de la inflación proyectada por el Banco Central, que se muestra a continuación:

Tabla 22
Porcentaje de inflación proyectad por el Banco Central

| Año | Tasa de inflación |
|------|-------------------|
| 2023 | 1.83% |
| 2024 | 1.50% |
| 2025 | 1.30% |
| 2026 | 1% |
| 2027 | 0.73% |

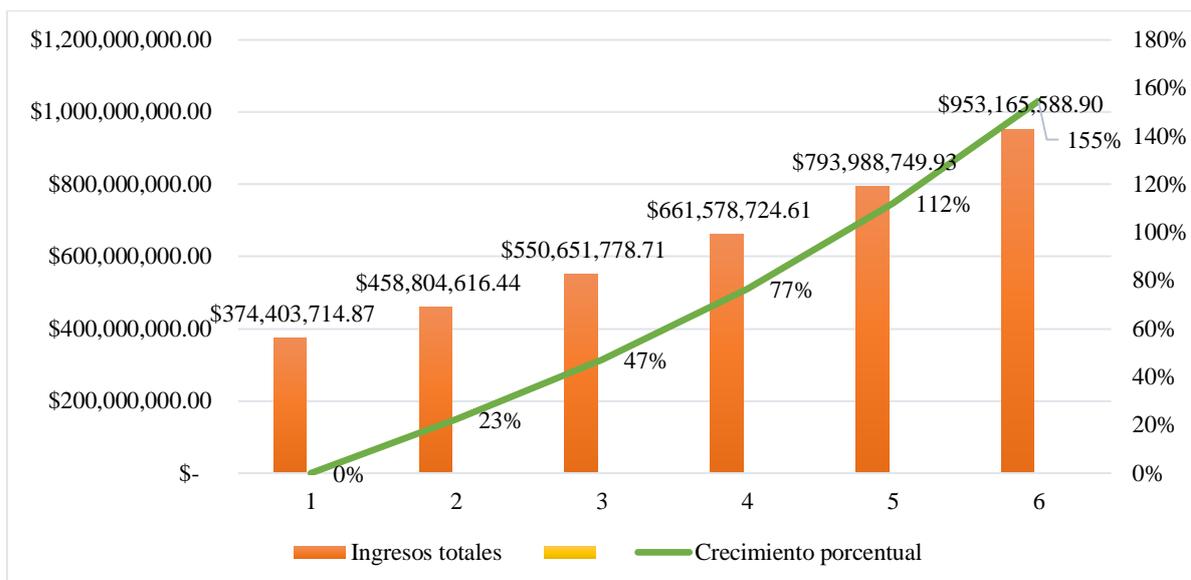
Con ello el cálculo de los ingresos proyectados se realiza con la siguiente formula:

$$\text{Ingresos} = (\text{precio} * \text{tasa de inflación}) * \text{demanda proyectada para el año X}$$

Tabla 23
Ingresos totales proyectados

| Ingresos proyectados | Año | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| ELAM FAW 1303 Diésel | \$ 28.183.816,30 | \$ 34.636.012,55 | \$ 41.501.976,17 | \$ 49.810.131,00 | \$ 59.855.028,07 | \$ 71.885.115,16 |
| ELAM FAW 1304 Diésel | \$ 39.390.309,62 | \$ 48.258.730,10 | \$ 57.927.255,05 | \$ 69.602.453,30 | \$ 83.524.242,05 | \$100.265.498,52 |
| ELAM FAW 1305 Diésel | \$ 42.492.973,19 | \$ 52.059.934,12 | \$ 62.490.021,50 | \$ 75.084.842,18 | \$ 90.103.210,95 | \$108.163.128,97 |
| ELAM FAW 1605 Diésel | \$ 44.899.980,45 | \$ 55.008.860,27 | \$ 66.029.758,19 | \$ 79.338.010,35 | \$ 95.207.092,08 | \$114.290.011,08 |
| ELAM FAW 2211 Diésel | \$ 47.729.202,31 | \$ 58.475.059,33 | \$ 70.190.402,21 | \$ 84.337.229,30 | \$101.206.248,05 | \$121.491.613,28 |
| ELAM FAW 2417 Gas Natural | \$ 83.052.477,15 | \$ 101.751.093,53 | \$122.136.689,76 | \$146.753.255,23 | \$176.106.643,24 | \$211.404.736,44 |
| ELAM FAW 4039 Gas Natural | \$ 88.654.955,84 | \$ 108.614.926,54 | \$130.375.675,83 | \$156.652.803,26 | \$187.986.285,49 | \$225.665.485,46 |
| Ingresos totales | \$ 374.403.714,87 | \$ 458.804.616,44 | \$550.651.778,71 | \$661.578.724,61 | \$793.988.749,93 | \$953.165.588,90 |

Figura 36
Proyección de ingresos por año



El ingreso proyectado para el primer año es de \$374.403.714,87 y como se observa en la figura 36 incrementa cada año, es decir, aumentan generando ganancias para la empresa, sin embargo, se debe tener en cuenta que los ingresos van a depender y está relacionados de forma directa con la demanda y la misma depende de condiciones internas y socioeconómicas del entorno.

- **Análisis de balances financieros**

Tabla 24
Estado de resultados proyectado

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ventas | \$ 374.403.714,87 | \$ 381.255.302,85 | \$ 386.974.132,39 | \$ 392.004.796,11 | \$ 395.924.844,08 | \$ 398.815.095,44 |
| (-) Costos total | \$ 123.460.613,13 | \$ 125.719.942,35 | \$ 127.605.741,48 | \$ 129.264.616,12 | \$ 130.557.262,28 | \$ 131.510.330,30 |
| Utilidad bruta | \$ 250.943.101,74 | \$ 255.535.360,50 | \$ 259.368.390,91 | \$ 262.740.179,99 | \$ 265.367.581,79 | \$ 267.304.765,14 |
| Gastos administrativos y de ventas | \$ 49.800,00 | \$ 50.711,34 | \$ 51.472,01 | \$ 52.141,15 | \$ 52.662,56 | \$ 53.046,99 |
| Utilidad operacional | \$ 250.893.301,74 | \$ 255.484.649,16 | \$ 259.316.918,90 | \$ 262.688.038,84 | \$ 265.314.919,23 | \$ 267.251.718,14 |
| Gasto financiero | \$ 46.149.793,11 | \$ 42.134.294,03 | \$ 37.315.695,14 | | | |
| Utilidad antes de participación e impuestos | \$ 204.743.508,63 | \$ 213.350.355,13 | \$ 222.001.223,76 | \$ 262.688.038,84 | \$ 265.314.919,23 | \$ 267.251.718,14 |
| 15% participación trabajadores | \$ 30.711.526,29 | \$ 32.002.553,27 | \$ 33.300.183,56 | \$ 39.403.205,83 | \$ 39.797.237,88 | \$ 40.087.757,72 |
| Utilidad antes de impuestos | \$ 174.031.982,34 | \$ 181.347.801,86 | \$ 188.701.040,20 | \$ 223.284.833,02 | \$ 225.517.681,35 | \$ 227.163.960,42 |
| 22% de impuesto a la renta | \$ 38.287.036,11 | \$ 39.896.516,41 | \$ 41.514.228,84 | \$ 49.122.663,26 | \$ 49.613.889,90 | \$ 49.976.071,29 |
| Utilidad neta | \$ 135.744.946,22 | \$ 141.451.285,45 | \$ 147.186.811,36 | \$ 174.162.169,75 | \$ 175.903.791,45 | \$ 177.187.889,13 |

El Estado de resultados para esta línea de productos, es decir, los siete modelos de camiones, se realizó en función de los ingresos y costos proyectados. En la Tabla 19 se observa que por las distintas tasas de inflación que se proyectan para los siguientes cinco años las ventas en cada año van en aumento, en el 2022 son de \$374.403.714,87 y para el año 2027 son de \$398.815.095,44. Por lo tanto, los ingresos son mayores que los gastos y las utilidades para la empresa con la implementación de los siete modelos de camiones son positivos y bastante altas en cada año, de la misma manera, para el 2022 son de \$135.744.946,22 y para el 2027 serán de \$177.187.889,13, con lo que se afianza la factibilidad del proyecto.

- **Indicadores financieros**

Tabla 25

Indicadores financieros de gestión

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Impacto gastos administración y ventas | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| Impacto de la carga financiera | 0,123 | 0,111 | 0,096 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| Margen bruto | 0,670 | 0,670 | 0,670 | 0,670 | 0,670 | 0,670 |
| Margen operacional | 0,670 | 0,670 | 0,670 | 0,670 | 0,670 | 0,670 |
| Rentabilidad neta de ventas (Margen neto) | 0,363 | 0,371 | 0,380 | 0,444 | 0,444 | 0,444 |

Con relación a los datos expuestos en la tabla anterior, sobre los mecanismos de medición financiera del proyecto, en primer lugar se advierte sobre los indicadores de gestión en donde se considera al Impacto de gastos administración y ventas cuyo valor es 0,000 debido a que la sumatoria de los costos administrativos y ventas es mayor sobre el monto de ventas, por consiguiente, el porcentaje resultante responde a la proyección de las ventas que dada las condiciones de la comercialización de mercado los gastos administrativos y las ventas en los primeros años de importación de la marca FAW.

En torno al indicador sobre el impacto de la carga financiera, se obtiene un porcentaje de 0,123 en el primer año de funcionamiento una condición que denota los gastos financieros con relación a los ingresos por operación, en otras palabras, la incidencia sobre las ventas es menor a 10% por tanto es aceptable, además al tomar como referencia la información de los estados de resultados de los años posteriores se observa una tendencia estable en el impacto financiero.

A propósito de los indicadores de rentabilidad, en el margen bruto, el valor para el primer año de operación es del 0,670 representa que la utilidad bruta es mayor a las ventas, con ello se pone en manifiesto una diferencia favorable entre el precio de venta de los automóviles FAW y el precio de costo, según los rubros proyectados esta tendencia se mantiene en los cinco periodos posteriores.

De igual forma, el margen bruto operacional reporta un valor de 0,670 que denota que la utilidad operativa es mayor a los rubros obtenidos con las ventas proyectadas, esto implica el comercio de automotores pesados de la marca FAW es un negocio lucrativo de manera indistinta a las vías de financiamiento aplicados.

Por consiguientes, la Rentabilidad neta de ventas en el caso del presente proyecto se sitúa en 0,363 como la ganancia real obtenida por cada unidad monetaria vendida al público, de tal forma que la utilidad de operación es mayor a las ventas registradas, cabe mencionar que involucra ingresos por operaciones u otras fuentes de ingresos por tanto se representan en las variaciones de los próximos periodos establecidos.

En lo que concierne a los indicadores financieros, se concluye que las condiciones son favores en cuanto a los indicadores de gestión porque los valores sobre la eficiencia para la importación de vehículos de 2.5 a 48 T de arrastre son estables y positivos con oportunidad de crecimiento en el sector con un aceptable impacto de la carga financiera. En similar tendencia, los indicadores de rentabilidad denotan efectividad en la propuesta planeada debido a que la comercializadora tiene la capacidad para controlar los costos y gastos por tanto existen utilidades positivas sobre las ventas.

- **Factibilidad**

Tabla 26*Flujo de caja de los productos a importar*

| Rubro | Inversión | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| ELAM FAW 1303 Diésel | | \$ 28,183,808.35 | \$ 34,636,002.77 | \$ 41,501,964.46 | \$ 49,810,116.94 | \$ 59,855,011.18 | \$ 71,885,094.88 |
| ELAM FAW 1304 Diésel | | \$ 39,390,301.67 | \$ 48,258,720.36 | \$ 57,927,243.35 | \$ 69,602,439.24 | \$ 83,524,225.18 | \$100,265,478.27 |
| ELAM FAW 1305 Diésel | | \$ 42,492,965.23 | \$ 52,059,924.38 | \$ 62,490,009.81 | \$ 75,084,828.13 | \$ 90,103,194.09 | \$108,163,108.72 |
| ELAM FAW 1605 Diésel | | \$ 44,899,972.50 | \$ 55,008,850.53 | \$ 66,029,746.49 | \$ 79,337,996.30 | \$ 95,207,075.21 | \$114,289,990.84 |
| ELAM FAW 2211 Diésel | | \$ 47,729,194.36 | \$ 58,475,049.59 | \$ 70,190,390.51 | \$ 84,337,215.25 | \$101,206,231.19 | \$121,491,593.03 |
| ELAM FAW 2417 Gas Natural | | \$ 83,052,469.20 | \$101,751,083.79 | \$122,136,678.07 | \$146,753,241.18 | \$176,106,626.37 | \$211,404,716.20 |
| ELAM FAW 4039 Gas Natural | | \$ 88,654,947.89 | \$108,614,916.79 | \$130,375,664.14 | \$156,652,789.20 | \$187,986,268.63 | \$225,665,465.21 |
| Total ingresos | | \$374,403,659.20 | \$458,804,548.20 | \$550,651,696.83 | \$661,578,626.24 | \$793,988,631.85 | \$953,165,447.16 |
| Costos total | | \$123,460,613.13 | \$125,719,942.35 | \$127,605,741.48 | \$129,264,616.12 | \$130,557,262.28 | \$131,510,330.30 |
| Gastos administrativos y de ventas | | \$ 11,400.00 | \$ 11,608.62 | \$ 11,782.75 | \$ 11,935.93 | \$ 12,055.28 | \$ 12,143.29 |
| Participación trabajadores | | \$ 30,711,526.29 | \$ 32,002,553.27 | \$ 33,300,183.56 | \$ 39,403,205.83 | \$ 39,797,237.88 | \$ 40,087,757.72 |
| Impuesto a la | | \$ 38,287,036.11 | \$ 39,896,516.41 | \$ 41,514,228.84 | \$ 49,122,663.26 | \$ 49,613,889.90 | \$ 49,976,071.29 |

| | | | | | | | |
|----------------------|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| renta | | | | | | | |
| Total egresos | | 192470575.5 | 197630620.6 | 202431936.6 | 217802421.1 | 219980445.4 | 221586302.6 |
| Flujo de caja | \$ -243,604,296.65 | \$181,933,083.66 | \$261,173,927.56 | \$348,219,760.18 | \$443,776,205.10 | \$574,008,186.50 | \$731,579,144.56 |

Tabla 27
Indicadores de factibilidad

| AÑO | FLUJO DE CAJA NETO |
|------------|---------------------------|
| | \$ -243,604,296.65 |
| 2022 | \$ 181,933,083.66 |
| 2023 | \$ 261,173,927.56 |
| 2024 | \$ 348,219,760.18 |
| 2025 | \$ 443,776,205.10 |
| 2026 | \$ 574,008,186.50 |
| 2027 | \$ 731,579,144.56 |
| TIR | 104% |
| VAN | \$ 2,297,086,011 |

Con la estructura del flujo de caja proyectado para los cinco años se calculó el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), en tal virtud, el valor de la TIR para la implementación de los siete modelos que ofrece la empresa China FAW Trucks es de 104%, lo que indica que la inversión en los nuevos productos genera alta rentabilidad, mayor a la esperada en el mercado.

Por otro lado, el valor del VAN es positivo y mayor a cero, lo que significa que los flujos de ingresos y egresos futuros de la implementación de la nueva línea de camiones son mayores a la tasa del mercado, también se genera un beneficio adicional que expresa la viabilidad de la instauración de los siete modelos de camiones nuevos.

Conclusiones

Una vez concluida la presente investigación que tuvo como objetivo analizar la factibilidad de introducir en el mercado ecuatoriano la marca de camiones Faw Trucks de China de 2.5 a 48 toneladas de arrastre, se concluye:

- En lo referente a la situación actual del mercado automotriz, se identificó que en el país el sector se fundamenta en la importación y comercialización de vehículos motorizados, así como de repuestos, existe un incipiente desarrollo de la manufactura. A pesar de que la plaza automotriz crece en un ritmo acelerado, por tanto, la demanda es creciente. En cuanto a la venta de camiones, se evidenció que no se vio afectado por la pandemia de COVID-19, debido a las restricciones de movilidad.
- Dentro del análisis técnico se dio especial atención a la logística para importar los camiones. Para la implementación, se estudiaron las capacidades con las que debe contar la empresa, como tamaño y localización, la capacidad financiera y la administrativa. Por último, se tienen en cuenta los procesos para la importación de los siete modelos de camiones, por ende, se debe conocer los pasos previos, además de las fases para importar, lo que implica los trámites e inscripciones legales antes, durante y después de la importación. Es importante diseñar políticas en cuanto a las ventas de los productos con el fin de otorgar productos de calidad a los consumidores.
- En cuanto al análisis económico y financiero que se realizó en cuanto a la importación de los camiones, se identificó una alta demanda insatisfecha en el mercado por las concesionarias, la que se cubre por la venta de camiones usados. Por lo que, la proyección de la demanda implica iniciar con una cuota de mercado del 44,64%, que parte de la aceptación de la marca por los participantes de la encuesta. Con ello, si bien la inversión es alta, los réditos que se obtienen de la venta de los camiones son positivos que se prevé que los ingresos incrementen en un 23% en el primer año y en el quinto y sexto año sea mayor al 100%. Con ello se concluye que es factible introducir la marca en el mercado ecuatoriano.

Recomendaciones

En función de las conclusiones planteadas, se establecen las siguientes conclusiones:

- Se recomienda fomentar al sector automotriz, en especial a la industria, para evitar los costos de importación que hacen que los precios de los vehículos motorizados sean altos, incluso de los repuestos para dar mantenimiento. Lo anterior en función de la creciente demanda.
- En el caso de implementación de la marca de camiones en el Ecuador, es importante que se dé seguimiento a las políticas con el objetivo de garantizar el pleno cumplimiento.
- Por último, se recomienda a los inversionistas como es el Grupo Ortiz, que invierta en la importación de los productos de la marca FAW Trucks debido a la factibilidad y la capacidad para recuperar la inversión debido a los altos réditos que implicarían las ventas.

Bibliografía

- Acebo, M., & Nuñez, A. (2017). *Estudios industriales, orientación estratégica para la toma de decisiones. Industria automotriz*. ESPAE. Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/industriaautomotriz.pdf>
- Aduana del Ecuador. (2021). Aduana del Ecuador. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/cla/2012/DGN-DNR-DTA-JCC-OF-2011-0070.pdf>
- AEADE. (2020). *Sector Automotor en cifras*. Obtenido de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2020/07/Boletin-Sector-en-cifras-45-resumen-en-espanol.pdf>
- AEADE. (2021). *Sector Automotor en cifras*. Obtenido de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2022/01/12.-Sector-en-Cifras-Resumen-Diciembre.pdf>
- AEADE. (2021). *Sector automotoz en cifras*. Quito: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador. Obtenido de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2022/01/12.-Sector-en-Cifras-Resumen-Diciembre.pdf>
- AEADE. (2022). Obtenido de <https://www.aeade.net/boletin-sector-automotor-en-cifras/>
- Aguilar , S., & Zambrano, A. (2019). Impacto de la aplicación de las salvaguardias en las importaciones en el Ecuador 2014-2017. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38971/1/IMPACTO%20DE%20LA%20APLICACI%c3%93N%20DE%20LAS%20SALVAGUARDIAS%20EN%20LAS%20IMPORTACIONES%20DEL%20ECUADOR%20EN%20EL%20PERIODO%202014.pdf>
- Asamblea Nacional. (2019). Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria. *Registro Oficial Suplemento 111 de 31-dic*. Obtenido de https://gobiernoabierto.quito.gob.ec/Archivos/Transparencia/2019/12diciembre/A2/ANEXOS/PROCU_LOSPT.pdf

- Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador. (2020). *Anuario 2020*. AEADE. Obtenido de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2021/06/ANUARIO-2020-AEADE.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Evolución de la Balanza Comercial 2020*. Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica, Subgerencia de Programación y Regulación, Quito. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202102.pdf>
- Beltrán, J. (junio de 2021). Los siete impuestos que hacen que en Ecuador se vendan los carros más caros. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/los-siete-impuestos-que-hacen-que-en-ecuador-se-vendan-los-carros-mas-caros-de-la-region-nota/>
- Beltrán, J., Maldonado, j., & Gallegos, S. (2020). Análisis del principio de concurrencia en la subasta inversa electrónica en el cantón Santo Domingo utilizando análisis Pestel combinado con AHP de Satty. *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000600366
- Cabral, M. (2020). Comercio exterior como campo de la cooperación internacional al desarrollo en Paraguay. *Estudios internacionales*. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rei/v52n195/0719-3769-rei-52-195-00033.pdf>
- Cedeño, A., Quiñonez, E., & Balas , J. (Noviembre de 2020). Los certificados de calidad ecuatoriano y su incidencia en las importaciones. *Universidad y sociedad*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-282.pdf>
- CEPAL. (2020). *Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45877/1/S2000497_es.pdf
- Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa. (2019). Foro Mundial para la Armonización de la Reglamentación sobre Vehículos (WP.29). *CEPE*.

Obtenido de https://unece.org/sites/default/files/2021-03/ECE_TRANS_289_S.pdf

Dulcich, F., Otero, D., & Canzian, A. (2020). Trayectoria y situación actual de la cadena automotriz. *Ciclos en la historia, la economía y la sociedad*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-37352020000100093

El Comercio. (2017). Ajuste en los motores por regla ambiental. Ecuador. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ajuste-motores-reglaambiental-autos.html>

Embajada del Ecuador en China. (2020). *Ecuador-China Nuevas perspectivas*. Quito. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/china/wp-content/uploads/sites/78/2021/03/REVISTA-SEMESTRAL-EECUCINA-JULIO-DICIEMBRE.pdf>

Embajada del Ecuador en China. (2020). Embajada del Ecuador en China. *Ecuador - China Nuevas perspectivas*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/china/wp-content/uploads/sites/78/2021/03/REVISTA-SEMESTRAL-EECUCINA-JULIO-DICIEMBRE.pdf>

EMOV. (2020). Obtenido de <https://www.emov.gob.ec/mas-de-77-mil-vehiculos-matriculados-a-un-mes-de-finalizar-el-ano/>

Enriquez, C., & Maldonado, P. (2020). 7 de cada 10 vehículos vendidos en el 2018 son importados. *Líderes*.

FAW Trucks. (2022). *FAW Trucks*. Obtenido de <https://fawtrucksecuador.com.ec>

García, R. (2018). Proceso de reconfiguración de la industria automotriz tras la crisis económica de 2009. *Journal of Economic Literatura (JEI)*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v16n48/1665-952X-eunam-16-48-191.pdf>

García, W. (2015). Proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de llantas para vehículos livianos. Obtenido de

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8399/1/Wellington%20Manuel%20Garc%c3%ada%20Ar%c3%a9valo.pdf>

Gómez, A., & Ramírez, Z. (2017). Causalidad entre las importaciones y el crecimiento económico. *Facultad de ciencias económicas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90952679004.pdf>

González, D., Alvarado, C., & Marín, C. (2017). Diseño y Validación de una Encuesta para la Caracterización de Unidades de Producción Caprina. *Revista de la Facultad de Ciencias Veterinarias*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0258-65762017000200003

Guadalupe , R., & Granda, G. (Marzo de 2021). Preferencia de los consumidores en el sector automotriz de la ciudad de Guayaquil, periodo 2019. Quito: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4575/1/T-UIDE-1410.pdf>

Guayaqui, D. (2018). Análisis de la implementación del Convenio de complementación industrial del sector automotor de la comunidad andina de naciones. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12804/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DEL%20CONVENIO%20DE%20COMPLEMENTACI%C3%93N%20INDUSTRIAL%20DEL%20SECTOR%20AUTOMOTOR%20DE%20.pdf?sequence=1>

Guzmán, D. (2021). Asesoramiento integral en los procesos logísticos de importación y exportación para emprendedores en el cantón Cuenca. Universidad del Azuay [Tesis maestría]. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11131/1/16669.pdf#page=45&zoom=100,148,94>

Hermann, K., Salazar, F., Garzón, H., & Rodríguez, B. (2020). Administración eficiente de impuestos para el acceso a las cadenas globales de suministro del sector automotriz en Colombia: una visión contable. *Información tecnológica*.

Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642020000600027

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Lechuga, J. (2020). Diplomacia comercial China-Estados Unidos: enfoques metodológicos y sistémicos. *UTADEO(9)*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6458/645868986002/html/>

López, C., & Pardo, S. (2019). El transporte de carga terrestre en el . Análisis comparativo entre Bogotá, Colombia y Santa Cruz de la Sierra. *Ensayos de Economía*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/enec/v29n54/2619-6573-enec-29-54-89.pdf>

Lui, X. (2022). *Comercio bilateral del sector automotriz China-México y sus perspectivas ante lass fricciones comerciales*.

Machuca, M. (diciembre de 2021). ¿Qué relación tienen las llantas con el consumo de gasolina? Continental Tire Andina S.A. Obtenido de <https://www.continentaltire.com.ec/car/media-services/noticias/relacion-entre-las-llantas-con-el-consumo-de-gasolina>

Michelet, J.-P. (2019). El perfil de un comprador de autos en la actualidad. *Patio de autos.com*. Obtenido de <https://www.patiodeautos.com/jean-pierre-michelet/el-perfil-tipico-de-un-comprador-de-autos-en-la-actualidad/>

Ministerio de Producción de Comercio Exterior, I. y. (2020). Informe mensual de Comercio Exterior.

Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca. (2020). *Ficha Técnica de China* . Quito .

- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021). Emisión de Registro de importadores de neumáticos. Obtenido de <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-registro-importadores-neumaticos#location>
- Noroña, M., & Gómez, M. (2019). Desarrollo e innovación de los sistemas mecatrónicos en un automóvil: una revisión. *Enfoque UTE*. Obtenido de http://ingenieria.ute.edu.ec/enfoqueute/public/journals/1/html_v10n1/art010.html
- Oleas, J. (2016). Ecuador 1980-1990: crisis, ajuste y cambio de rpejimen de desarrollo. Quito. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/alhe/v24n1/2007-3496-alhe-24-01-00210.pdf>
- OLX Autos. (Julio de 2020). Plataformas digitales contribuyen a la reactivación del sector automotriz. Obtenido de <http://www.autosecuador.com/plataformas-digitales-contribuyen-a-la-reactivacion-del-sector-automotriz/>
- Pico, L., & Coello, R. (2016). Vista de Análisis de la restricción a las importaciones del sector automotriz en el Ecuador periodo 2010 – 2015 y su impacto en la economía | INNOVA Research Journal. *UIDE*. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/170/961>
- Pozo, F., Aldaz, O., & Vega, D. (2021). Influencia de la Covid-19 en la liquidez de las importadoras automotrices de Santo Domingo. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000600035&script=sci_arttext_plus&tlng=es
- Prieto, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n46/0123-1472-cuco-18-46-00056.pdf>
- Quinde , V., Vera, N., Ordeñana, A., & Silvera , C. (2021). El sector automotriz en Ecuador: antecedentes, situación actual y perspectivas. *Universidad, ciencia y*

- tecnología*. Obtenido de <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/443/854>
- Quinde, V., Vera, N., Ordeñana, A., & Silvera, C. (2021). El sector automotriz en Ecuador: antecedentes, situación actual y perspectivas. *Universidad, ciencia y tecnología*. Obtenido de <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/443/854>
- Rea , D., Paltín, C., & Piedra , M. (2020). Análisis Financiero del sector automotriz, un estudio aplicado a las empresas pertenecientes a una ciudad intermedia de un país en vías de desarrollo. Obtenido de <http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/pdf/eca/v11n1/v11n1a04.pdf>
- Rea, D., Paltín, C., & Piedra, M. (2020). Análisis financiero del sector automotriz: un estudio aplicado a las empresas pertenecientes a una ciudad intermedia de un país en vías de desarrollo. *Escritos Contables y de Administración*. Obtenido de http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-20552020001100004&lng=es&nrm=iso
- Regalado, O., Montoya, M., & Zapata, G. (2021). Modos de distribución de de vehículos chinos en los países de Alianza del Pacífico. *Revista Mundo Asia Pacífico*, 10(19). Obtenido de <https://doi.org/10.17230/map.v10.i19.01>
- Ríos, Á. (2018). Impacto por la implementación de cupos de importaciones en el sector automotriz del Ecuador. Quito: Universidad internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2744/1/T-UIDE-1955.pdf>
- Ríos, E., Carbajal, D., & Hernández, M. (2018). ¿El poder de mercado está asociado a variaciones positivas de precios en estructuras oligopólicas? El caso de las marcas líderes por sus ventas en la industria automotriz mexicana (2018). *Revista de economía regional y sectorial*.
- Rodriguez , A., Benalcázar , M., Pozo , F., & Soza , K. (2020). China una alianza favorable o desfavorable para América Latina. *Universidad y sociedad*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-275.pdf>

- Rodríguez, D., Benalcázar, E., Hernández, M., & Mero, D. (2020). China una alianza favorable o desfavorable para América Latina y su influencia en la economía de Ecuador. *Revista Universidad* y. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-275.pdf>
- Rumbea, J. (2017). Estudios Industriales. Orientación estratégica para la toma de decisiones. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/industriaautomotriz.pdf>
- Servicio ecuatoriano de Normalización. (30 de diciembre de 2016). RTE INEN 017 “Control de emisiones contaminantes de fuentes móviles terrestres”. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/reglamentos/M1-RTE-017.pdf>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2015). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Plan Estratégico. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/k_ago_2015_PlanEstrategico.pdf
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2021). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Sossa, L., & Castro, K. (2021). Viabilidad para la importación de llantas para la empresa CentroAutos. Univerisidad Católica de Pereira [Tesis pregrado]. Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/8144/1/DDMNI82.pdf>
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2016). *Estudio de Mercado “Sector automotriz en el ecuador - normativa, comercialización y principales marcas de vehículos”*. Quito: Superintendencia de Control del Poder de Mercado. Obtenido de https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/02/Concentracion-marcas-de-autos-y-vinc.acc_.pdf
- Tejedor, P. (2021). Volvo Trucks lidera el mercado español de vehículos pesados en 2020. *AB Volvo*. Obtenido de <https://www.volvotrucks.es/es-es/news/press-releases/2021/jan/volvo-trucks-lidera-el-mercado-espanol-de-vehiculos-pesados-en-2.html>

- Torres, J. (2014). PLAN DE NEGOCIOS DE UNA COMERCIALIZADORA MULTIMARCA DE NEUMÁTICOS PARA SUV'S EN LA CIUDAD DE OTAVALO. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11720/Disertaci%C3%B3n%20Final.pdf?sequence=4>
- Torres, M., & Campuzano, J. (2021). Imoacto de la Balanza comercial en el crecimiento económico Ecuatoriano, período 1990 2019. *Revista científica y tecnológica UPSE*. Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/554/506>
- Zambrano, N., & Orellana, C. (2018). Factores que influyen en la calidad del servicio de transporte pesado en Guayaquil. *Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500224

Anexos

Cuestionario para segmento de mercado



Objetivo: el presente instrumento plantea analizar la factibilidad para la comercialización de una marca automotriz FAW en el mercado de la ciudad de Cuenca. La información proporcionada responde a fines académicos y se guardará total confidencialidad. Por favor, responda cada una de las preguntas que se planea, marque con una X la alternativa que considere oportuna.

1. Datos demográficos

1.1. Edad

Menores a 25 años _____ 26 a 34 años _____ 35 – 64 años _____

1.2. Sexo

Masculino _____ Femenino _____

1.3. Zona de residencia

Urbana _____ Rural _____

1.4. Nivel de ingresos

| | |
|-------------|--|
| 0-\$425 | |
| \$426-\$850 | |

| | |
|--------------------|--|
| \$851- \$1000 | |
| \$1001 - \$1500 | |
| \$1501 - \$2000 | |
| \$2001 en adelante | |

2. Información general

2.1. ¿Ud. tiene conocimiento de una empresa importadora de camiones de 2.5 T A 48 T de arrastre?

Sí _____ No _____

2.2. ¿De las siguientes opciones, señale donde adquiere su camión con frecuencia? (marque una opción)

Concesionarios _____ Segunda mano _____

2.3. Marque con una X según corresponda ¿con qué frecuencia, Ud. considera los siguientes factores al momento de adquirir un camión?

| | 1. Nunca | 2. Casi nunca | 3. A veces | 4. Casi siempre | 5. Siempre |
|---------------------|----------|---------------|------------|-----------------|------------|
| Calidad | | | | | |
| Precio | | | | | |
| Durabilidad | | | | | |
| Tracción | | | | | |
| Confort | | | | | |
| Servicio al cliente | | | | | |

2.4. Marque con una X según corresponda ¿los camiones que Ud. adquiere en la actualidad, dese su percepción son? (seleccione una opción)

Mala _____ Regular _____ Buena _____ Excelente _____

2.5. ¿En cuánto tiempo prevé cambiar de camión?
Menos de un año ____ 2 a 4 años ____ más de 5 años _____

3. Preferencias de consumo

3.1. ¿En caso de implementarse una empresa de importación de camiones de 2,5 T A 48 T de arrastre, como una alternativa en cuanto a calidad y precio, estaría dispuesto a adquirir el producto de marca FAW?

Sí ____ No ____

3.2. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por su camión?

25,000 – 36,000 USD _____

36,001 – 47,000 USD ____

47,001 – 58,000 USD ____

58,001 – 69,000 USD ____

Más de 70,000 USD ____

3.2. ¿Cuál sería el medio publicitario de su preferencia para obtener información de la nueva empresa? (seleccione una opción).

Redes sociales ____ Website _____ Medios tradicionales _____

3.3. Cuando Ud. busca un camión, ¿Desearía recibir asesoría técnica para escoger el camión adecuado según sus necesidades?

Sí ____ No _____

¡Gracias por su colaboración!

Nota. Adaptado Torres (2014) y García (2015)

Grupos focales a gremios de trasportistas



Objetivo: el presente instrumento implica una guía para la participación especialistas en el sector automotriz por medio de grupos focales con el propósito de determinar la factibilidad para la comercialización de una marca automotriz FAW en el mercado en la ciudad de Cuenca.

1. Preguntas demográficas

Nombre: _____

Cargo: _____

Empresa en la que labora _____

Tiempo de experiencia _____

2. Dimensión 1 (situación actual)

2.1. ¿Desde su opinión personal, describa a breve rasgos cuáles son las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la importación de camiones de 2,5 T a 4T de arrastre en el contexto ecuatoriano?

2.2. ¿Desde su percepción, a raíz de las crisis por COVID-19 describa a breve rasgos los impactos significativos y cuáles son las estrategias que se aplican para la reactivación del sector automotriz?

2.3. ¿Dadas las condiciones actuales del mercado, desde su experiencia considera que los proveedores para la importación de camiones tienen políticas de pago flexibles?

3. Dimensión (Gobernanza y los procesos de importación)

3.1. ¿Desde su percepción, los requerimientos y los trámites gubernamentales de importación de productos del sector automotriz son limitantes para las casas de importación de camiones?

3.2. ¿Con base a su experiencia, la implementación de exoneraciones impositivas para los importadores resulta favorecedor para el sector automotriz?

3.3. ¿Con base a su experiencia, es relevante que la gestión de los procesos de comercio exterior requiere que los gobiernos de turno apliquen principios estables para precautelar los procesos de importación?

3.4. ¿En caso de que la empresa requiera financiamiento para la importación de camiones existe alguna entidad pública que brinde soporte en este aspecto?

4. Dimensión (Potencialidad)

4.1. ¿De acuerdo a su experiencia en la importación cuáles son los productos que tiene mayor peso en el mercado y generan réditos económicos?

4.2. A su criterio, ¿Considera que la importación de una marca de camiones diferente a los tradicionales tiene una oportunidad de comercio en el territorio ecuatoriano?

4.3. Detalle a breves rasgos ¿Cuáles son las estrategias con mayor impacto en los métodos de venta de camiones en el territorio nacional?

Nota. Adaptado de Guzmán (2021) y Sossa y Castro (2021)

