



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

“El impacto de las marcas automotrices chinas, su venta y participación de mercado en el segmento de automóviles del Azuay en los años 2015-2020”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial

Autores:

Diego Joel Aguilar Aguilar

Lourdes Angélica Coyago Loja

Director:

MBA. Xavier Esteban Ortega Vásquez

Cuenca - Ecuador

2021

DEDICATORIA

Queremos dedicar la presente tesis a todos quienes creyeron en nosotros y nos apoyaron, especialmente a nuestros padres que supieron inculcarnos valores y brindarnos sus buenos consejos, los cuales han hecho de nosotros personas responsables; a todos nuestros amigos y maestros por habernos enseñado y motivado durante estos años de estudio.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la Universidad del Azuay por habernos formado en todos estos años de estudiantes; a nuestros amigos y maestros por habernos llevado por el buen camino y a todos quienes, de una manera u otra, colaboraron en el desarrollo del presente proyecto de investigación, especialmente a nuestro tutor de tesis Xavier Ortega Vásquez por brindarnos su tiempo, apoyo y aportar con sus conocimientos para realizar este trabajo de investigación.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
INDICE DE CONTENIDO	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN EL MERCADO AZUAYO ENTRE 2015-2020	2
1.1. Evolución del sector	2
1.2. Marcas automotrices en el país	5
1.3. El mercado automotriz en Azuay	7
1.4. Análisis del entorno en el sector automotriz en el Ecuador	8
1.4.1. Análisis del Macroentorno	8
1.4.1.1. Análisis Peste	8
1.4.1.2. Fuerzas de Porter	13
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO DIRIGIDO A LOS CONSUMIDORES PARA DETERMINAR LAS MARCAS DE PREFERENCIA DE AUTOMÓVILES Y FACTORES QUE INCIDEN EN SU COMPRA	21
2.1. Definición del problema.....	21
2.2. Objetivos	21
2.3. Metodología de la investigación	22
2.4. Entrevistas a profundidad.....	22
2.5. Diseño de cuestionario	34
2.6. Procesamiento y análisis de los datos	40
2.7. Conclusiones del análisis de datos	55

CAPÍTULO III: CONOCER LAS ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO Y CRECIMIENTO DE LAS MARCAS CHINAS EN AZUAY EN EL PERIODO ESTUDIADO	56
3.1. Marcas posicionadas en el mercado azuayo.....	56
3.2. Mapas de posicionamiento	58
3.3. Análisis de las estrategias de marketing de las empresas posicionadas de marcas chinas	63
3.3.1. Diferenciación	63
3.3.2. Alianzas estratégicas	68
3.3.3. Plaza / Distribución	69
3.3.4. Financiamiento	71
3.3.5. Servicio post venta	71
3.3.6. Promoción Digital (Comunicacional)	72
3.3.7. Prueba de conducción	72
3.4. Análisis comparativo (evolución, tendencia y perspectivas) de marcas chinas y tradicionales	72
CONCLUSIONES.....	76
RECOMENDACIONES.....	78
BIBLIOGRAFÍA.....	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Total, de automóviles vendidos en el país entre los años 2013 y 2019	2
Gráfico 2. Participación por clase de vehículos en porcentaje y unidades a diciembre 2020.....	3
Gráfico 3. Edad de automóviles en porcentaje y unidades a diciembre 2020.....	4
Gráfico 4. Producción, exportación e importación de vehículos en unidades	4
Gráfico 5. Principales marcas de vehículos en porcentaje y unidades.....	5
Gráfico 6. Principales orígenes de vehículos en unidades a diciembre 2020	6
Gráfico 7. Lugar de venta y años de antigüedad en vehículos en unidades a diciembre 2020.....	7
Gráfico 8. Unidades de vehículos vendidas en Azuay en los años 2015 - 2019.....	7
Gráfico 9. Ventas de vehículos chinos en Azuay (unidades).....	8
Gráfico 10. Total de trabajadores del sector automotriz	11
Gráfico 11. Total de vehículos matriculados en el país 2008 - 2017.....	19
Gráfico 12. Edad	41
Gráfico 13. Sexo.....	41
Gráfico 14. Estado civil.....	42
Gráfico 15. Ocupación	43
Gráfico 16. Nivel Académico	44
Gráfico 17. Ingresos mensuales	44
Gráfico 18. Cantón en el cual reside	45
Gráfico 19. Personas que aportan económicamente en el hogar.....	46
Gráfico 20. Marcas de automóvil de procedencia China que posee	47
Gráfico 21. Atributos considerados para adquirir un automóvil chino.....	47
Gráfico 22. Factores que motivaron a adquirir un automóvil chino	48
Gráfico 23. Grado de acuerdo sobre aspectos de los automóviles chinos	49

Gráfico 24. Criterios sobre los automóviles chinos	50
Gráfico 25. Probabilidad de reemplazar un automóvil chino por uno tradicional	51
Gráfico 26. Forma de adquisición de automóviles chinos	52
Gráfico 27. Tiempo que mantiene el mismo vehículo antes de ser cambiado	52
Gráfico 28. Razones por las cuales se adquiere un automóvil chino	53
Gráfico 29. Tiempo que se tarda en cambiar de vehículo	53
Gráfico 30. Probabilidad de volver a adquirir un automóvil chino	54
Gráfico 31. Número de Vehículos Vendidos a Nivel Nacional por las marcas en Estudio	57
Gráfico 32. Número de Vehículos de las marcas en Estudio Matriculados en la Provincia del Azuay	57
Gráfico 33. Mapa de posicionamiento, calidad - precio	58
Gráfico 34. Mapa de posicionamiento, diseño - confort	59
Gráfico 35. Mapa de posicionamiento, seguridad - tecnología	60
Gráfico 36. Mapa de posicionamiento, servicio post venta - disponibilidad de repuestos	61
Gráfico 37. Mapa de posicionamiento, calidad – desempeño	61
Gráfico 38. Mapa de posicionamiento, moda – precio	62
Gráfico 39. Mapa de posicionamiento, tecnología – confort	63
Gráfico 40. Plaza de distribución del concesionario Automekano	69
Gráfico 41. Plaza de distribución del concesionario Cuencauto	70
Gráfico 42. Plaza de distribución del concesionario Nexumcorp	70
Gráfico 43. Ventas de Vehículos en Unidades de las Marcas Chinas en Estudio	73
Gráfico 44. Ventas de Vehículos en Unidades de Marcas Tradicionales	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Rivalidad entre competidores del mismo sector	14
Tabla 2. Amenaza de nuevo competidores	15
Tabla 3. Amenaza de productos sustitutos	17
Tabla 4. Poder de negociación de los proveedores	18
Tabla 5. Poder de negociación de los clientes.....	20
Tabla 6. Proyección de la población azuaya por cantones.....	22
Tabla 7. Edad	40
Tabla 8. Sexo.....	41
Tabla 9. Estado civil.....	42
Tabla 10. Ocupación	42
Tabla 11. Nivel académico.....	43
Tabla 12. Ingresos	44
Tabla 13. Cantón en el cual reside	45
Tabla 14. Personas que aportan económicamente en el hogar.....	46
Tabla 15. Marcas de automóvil de procedencia China poseídos	46
Tabla 16. Atributos considerados para adquirir un automóvil chino	47
Tabla 17. Factores que motivaron a adquirir un automóvil chino	48
Tabla 18. Grado de acuerdo sobre aspectos de los automóviles chinos.....	49
Tabla 19. Criterios sobre los automóviles chinos	50
Tabla 20. Probabilidad de reemplazar un automóvil chino por uno tradicional	51
Tabla 21. Forma de adquisición de automóviles chinos	51
Tabla 22. Tiempo que mantiene el mismo vehículo antes de ser cambiado	52
Tabla 23. Razones por las cuales se adquiere un automóvil chino	53
Tabla 24. Tiempo que se tarda en cambiar de vehículo	53
Tabla 25. Probabilidad de volver a adquirir un automóvil chino.....	54
Tabla 26. Vehículos vendidos a nivel nacional por marcas en estudio.....	56

RESUMEN

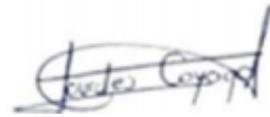
El principal objetivo de esta tesis es informar cómo la industria automotriz china se ha ido posicionando en el mercado azuayo a través de una investigación fundamentada en referencias bibliográficas que hablan sobre el desarrollo que ha tenido esta industria en la provincia en estudio, información que se verá respaldada por un estudio de mercado realizado a los consumidores de las mismas donde se podrá conocer cuáles son las marcas de automóviles chinos más consumidas, algunas de las estrategias de marketing que usan y como se posicionan frente a la competencia de acuerdo a sus atributos, además de un análisis comparativo de la evolución, perspectivas y tendencias entre las marcas en estudio y las tradicionales (Chevrolet, Kia, Hyundai, Toyota).

ABSTRACT

The main objective of this thesis was to inform how the Chinese automotive industry has been positioning itself in the Azuay market. It was performed through an investigation based on bibliographic references that spoke about the development that this industry has had in the province under study. The information was backed up by a market study carried out on their consumers where it was possible to know which were the most consumed Chinese car brands. Some of the marketing strategies they used and how they positioned themselves against the competition according to their attributes. In addition to a comparative analysis of the evolution, perspectives and trends between the brands under study and the traditional ones (Chevrolet, Kia, Hyundai, Toyota).



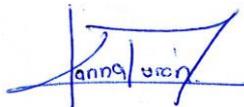
Diego Joel Aguilar Aguilar
Código: 76395
Número celular: 0993111129
Dirección correo electrónico:
diego.aguilar@es.uazuay.edu.ec



Lourdes Angélica Coyago Loja
Código: 74871
Número celular: 0961801452
Dirección correo electrónico:
luly93@es.uazuay.edu.ec



Ing. Xavier Esteban Ortega Vásquez
Tutor de tesis



Unidad de Idiomas

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación es de carácter informativo y tiene la finalidad de dar a conocer el impacto que ha tenido la introducción de marcas de la industria automotriz china (Great Wall, Chery, Soueast, Changan, etc.) al mercado Azuayo, además de determinar cuáles han sido los factores que le han permitido llegar a sitios importantes con respecto a las marcas tradicionales, en el periodo 2015 – 2020.

Para llevar a cabo esta investigación se tomó en cuenta la revisión bibliográfica de artículos e informes, de carácter científico y académico, publicados sobre o en relación al tema en estudio, tales como los boletines presentados por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), la Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE), el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), etc.

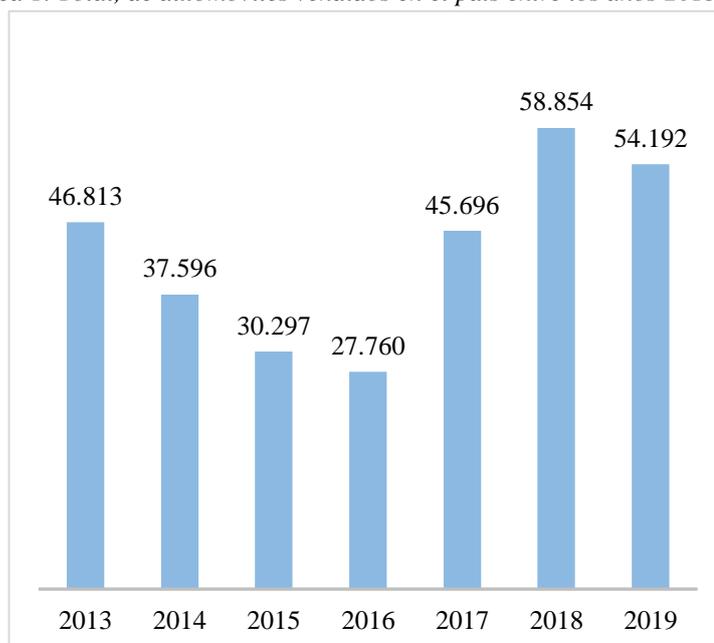
En cuanto al desarrollo, los objetivos planteados describen como se ha venido comportando el sector Automotriz en el mercado azuayo en el periodo de estudio, donde se podrá destacar la evolución del sector, las marcas, el mercado y un análisis del entorno inmediatamente también se podrá observar un estudio de mercado dirigido a los consumidores para determinar las marcas de preferencia de automóviles y factores que inciden en su compra, el cual se realizó a través de entrevistas a profundidad y la aplicación de un cuestionario, finalmente, se podrá conocer las estrategias de posicionamiento y crecimiento de las marcas en estudio, punto en el cual se informará sobre cuáles son las marcas que han logrado mantenerse exitosamente en el mercado, como se encuentran posicionadas de acuerdo a sus atributos, análisis de algunas de sus estrategias de marketing y un análisis comparativo (evolución, tendencia y perspectivas).

CAPÍTULO I: CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN EL MERCADO AZUAYO ENTRE 2015-2020

1.1. Evolución del sector

El segmento de automóviles del sector automotriz, ha venido creciendo exitosamente desde el año 2016, donde alcanzó su punto más bajo con 27.760 unidades vendidas a nivel nacional. Durante el 2019 se vendieron 54.192 unidades, que representan casi el doble con respecto al 2016, aunque se registró un decremento del 8% en comparación al 2018.

Gráfica 1. Total, de automóviles vendidos en el país entre los años 2013 y 2019

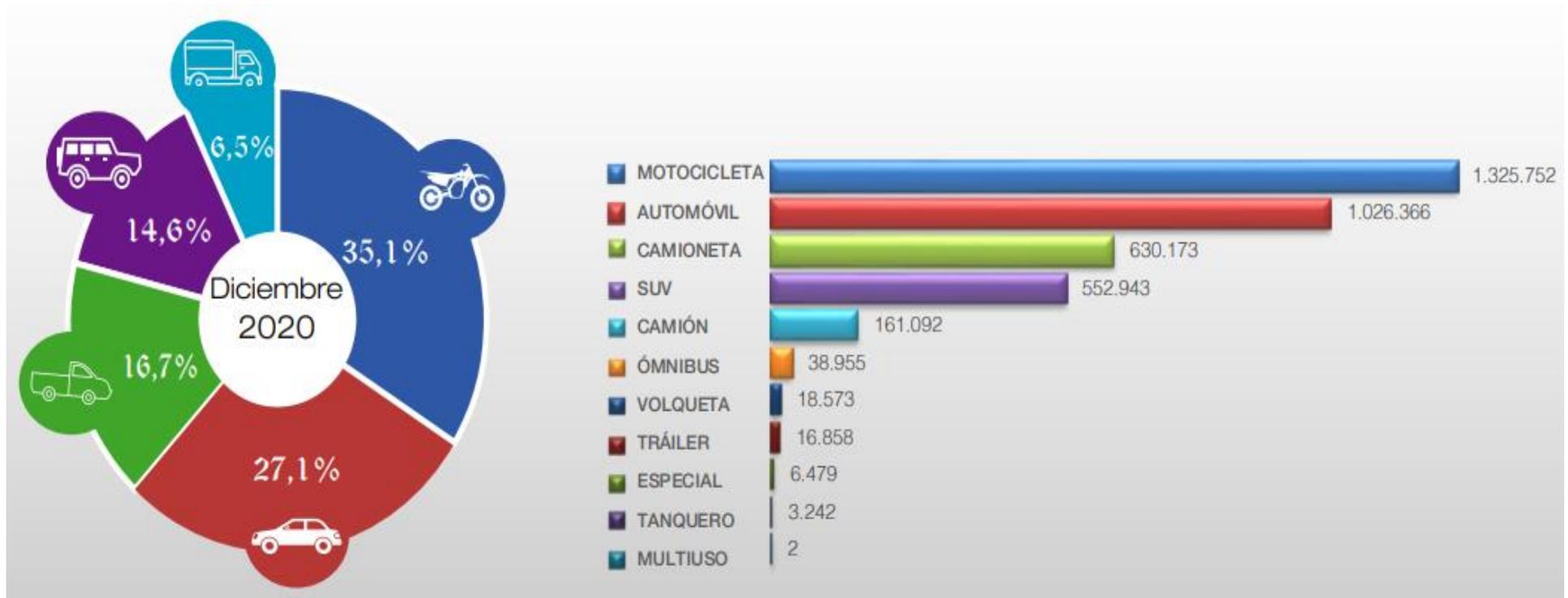


Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE
Elaborado por: Los Autores

Este crecimiento se dio a partir de la eliminación de restricciones como el establecimiento de cupos de importación y salvaguardias establecidas por el Gobierno anterior (periodo 2007 - 2017), las cuales limitaban la comercialización de vehículos nuevos en el país. (Prado Díaz, 2019).

Por otra parte, según datos de la CINAIE a diciembre de 2020, los automóviles ocupan el segundo lugar de los tipos de vehículos más usados en el país con un total de 1'026.366 unidades registradas en la base de datos del SRI. Esto representan el 27,1 % de participación sobre el resto de tipos de vehículos.

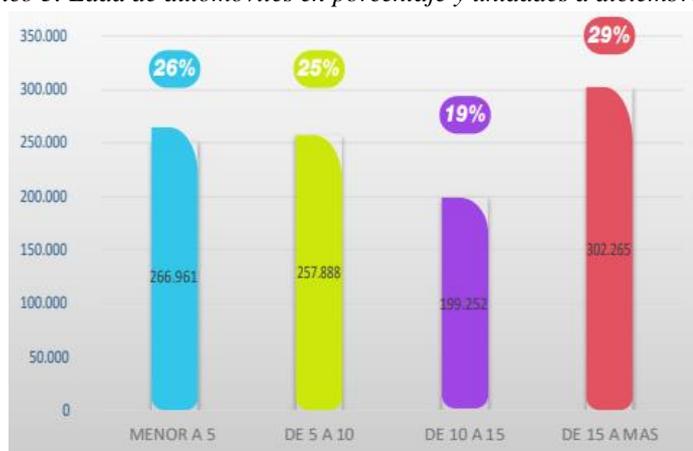
Gráfico 2. Participación por clase de vehículos en porcentaje y unidades a diciembre 2020



Fuente: Registro de Vehículos Base SRI
Elaborado por: CINA E

También se puede destacar que, del total de automóviles registrados, solo el 26 % de ellos ha sido adquirido en los últimos 5 años.

Gráfico 3. Edad de automóviles en porcentaje y unidades a diciembre 2020



Fuente: Registro de Vehículos Base SRI
Elaborado por: CINAIE

Por otro lado, la producción, importación y exportación de vehículos por parte de las ensambladoras nacionales, tales como Omnibus BB, Ciauto, Aymesa, Neohyundai, Armacar y Fisum, han venido de mal en peor desde el año 2015, donde tuvieron sus puntos más altos, con 50.584 unidades producidas y 3.274 de exportación. Por su parte las importaciones habían venido creciendo exponencialmente hasta el año 2018 donde se alcanzaron las 103.386 unidades. Para el año 2020, la producción, exportación e importación decreció agresivamente, situándose la producción en 10.766, la exportación en 1.024 y las importaciones en 58.775 unidades respectivamente.

Gráfico 4. Producción, exportación e importación de vehículos en unidades

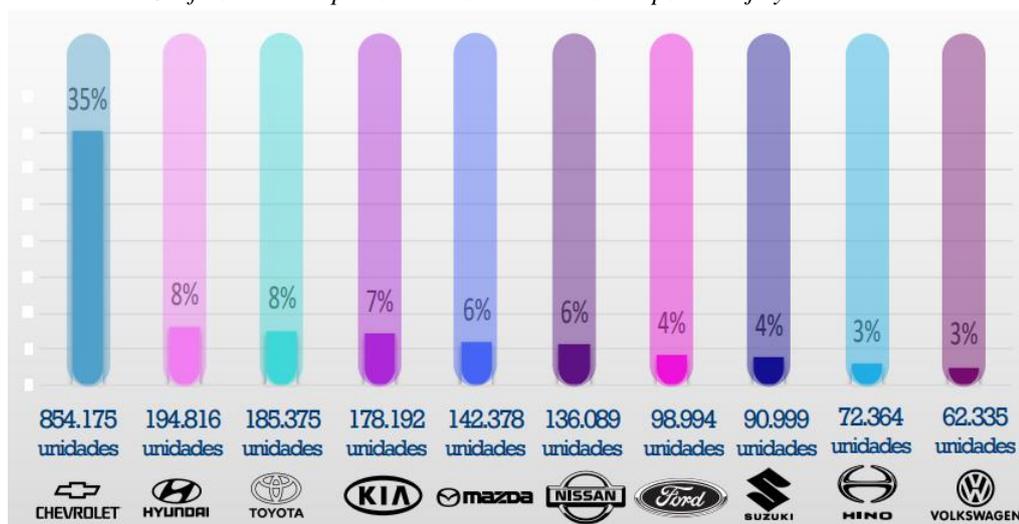


Fuente: Ensambladoras, Senae, Veritrade
Elaborado por: CINAIE

1.2. Marcas automotrices en el país

Según datos de la AEADE hasta febrero de 2019 se comercializan 36 marcas automotrices chinas, entre algunas de las cuales constan: BAIC, Brilliance, BYD, Changan, Changhe, Chery, Dayang, Lifan, Foton, Great Wall, JAC, JMC, Lifan, Shineray, entre otras más, sin embargo en base a datos de la CINAIE, hasta diciembre de 2020, se puede establecer que las principales marcas de vehículos que han sido adquiridas en el país son: Chevrolet, Hyundai, Toyota, Kia, Mazda, Nissan, Ford, Suzuki, Hino y Volkswagen, de las cuales destaca Chevrolet, con 854.175 unidades registradas a nivel nacional, con un grado de participación del 35 % sobre el resto de las principales marcas mencionadas.

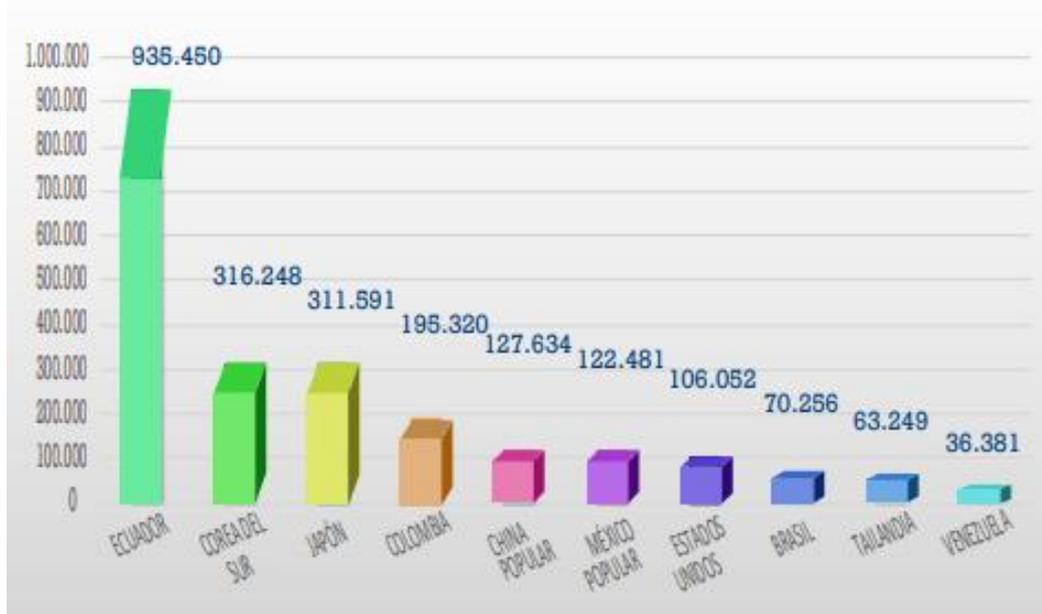
Gráfico 5. Principales marcas de vehículos en porcentaje y unidades



Fuente: Registro de Vehículos Base SRI
Elaborado por: CINAIE

Por otra parte, del total de vehículos que circulan en el país en su mayoría han sido ensamblados en él mismo, sin embargo, también existen otros lugares de origen tales como, Corea del Sur, Japón, China, Colombia, México, EE. UU, Brasil Tailandia y Venezuela.

Gráfico 6. Principales orígenes de vehículos en unidades a diciembre 2020



Fuente: Registro de Vehículos Base SRI
Elaborado por: CINAIE

Durante el 2020, China se consolidó como el primer país de origen de los vehículos comercializados en Ecuador. Arrebató la posición de los carros ensamblados en el país. Autolasa, tradicional concesionario que por durante 36 años vendió vehículos Chevrolet, decidió cambiar la estrategia, pasando a vender vehículos de procedencia china, pues pasó a ser un concesionario multimarca. Entre las marcas que comercializa se encuentran: Chery, Dongfeng, GAC, JAC. Su gerente, Wilson Galarza, explica que las preferencias en el mercado ecuatoriano han cambiado. El consumidor está apostando más por vehículos que llegan del mercado chino. “Lo que hemos hecho es adaptarnos a lo que el público demanda, a la situación del mercado”, dice Galarza, quien cree que hoy hay marcas chinas al mismo nivel que las tradicionales. Los carros de origen chino, que hace cinco años tenían una cuota pequeña, dominan el mercado, por encima de los ensamblados en Ecuador.

Por otro lado, según datos de la CINAIE, se conoce que entre enero y septiembre de 2019 se vendieron 100.628 vehículos, de los cuales el 17,7 % (17 820) se importaron desde China, cifra que ha representado un crecimiento desde el año 2016, donde era el 5,9 %, y en el último año ha incrementado más de 6 %. En las ventas de los vehículos importados, China representa el 22,5 % del total, donde las marcas que mayor participación tienen en el mercado son Chery, Great Wall y Jac. (UNIVERSO, Noticias , 2019)

Del mismo modo en el año 2020 los vehículos chinos alcanzaron el 25,6% del total de las ventas del mercado ecuatoriano con 20.871 unidades. Los vehículos ensamblados en Ecuador presentan una participación del 16%, es decir, han perdido 2 puntos en relación con diciembre 2019, que fue 18%. (UNIVERSO, 2021)

1.3. El mercado automotriz en Azuay

A diciembre de 2020 Azuay ocupa el 6% sobre el total de vehículos vendidos a nivel nacional, esto equivale a un total de 151.967 unidades, sin embargo, solo 30.857 fueron adquiridas en los últimos 5 años.

Gráfico 7. Lugar de venta y años de antigüedad en vehículos en unidades a diciembre 2020

PROVINCIA	Menos de 1	de 1 a 5	de 5 a 10	de 10 a 15	de 15 a 20	de 20 a 25	de 25 a 30	de 30 a 35	más de 35	TOTAL GENERAL	% POR PROVINCIA
AZUAY	9.181	30.857	30.614	27.484	19.323	14.070	10.892	3.115	6.431	151.967	6%

Fuente: Registro de Vehículos Base SRI

Elaborado por: CINA E

Por otro lado, en 2015, en la provincia del Azuay se vendieron 4.986 vehículos, de los cuales 1.346 correspondieron al segmento de automóviles, mientras que en 2019 la cifra de vehículos vendidos alcanzó las 9.100 unidades, de las cuales 2.933 correspondieron al segmento de automóviles. Esto refleja que la industria automotriz en esta provincia incremento su participación en el mercado en un 83% y específicamente en cuanto al segmento de automóviles un 118%.

Gráfico 8. Unidades de vehículos vendidas en Azuay en los años 2015 - 2019

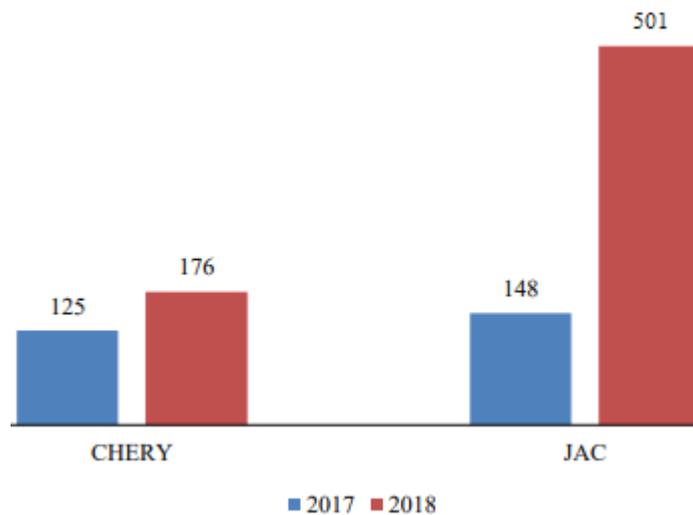


Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE

Elaborado por: Los Autores

Las marcas chinas más vendidas en la provincia del Azuay son Chery y Jac, durante el 2018 Chery creció en un 48% respecto al año anterior mientras que la marca china Jac creció en un 239%, pasando de vender 148 unidades en el 2017 a comercializar 501 en el 2018, logrando posicionarse como la marca china más vendida en esta provincia, con una participación del 5,1% de las ventas de vehículos en Azuay en el último año finalizado. (Galarza Cordero & Vanegas Galindo, 2020)

Gráfico 9. Ventas de vehículos chinos en Azuay (unidades)



Fuente: Comportamiento del consumidor en la compra de vehículos de procedencia China, en la ciudad de Cuenca en los años 2016, 2017 y 2018.
Autores: Galarza Cordero & Vanegas Galindo, 2020

1.4. Análisis del entorno en el sector automotriz en el Ecuador

1.4.1. Análisis del Macroentorno

1.4.1.1. Análisis Peste

1.4.1.1.1. Análisis Político

Actualmente el mercado automotriz del Ecuador atraviesa por dos situaciones totalmente diferentes. La llegada de autos importados al país ha venido creciendo constantemente desde el año 2017, debido a la eliminación de restricciones como el establecimiento de cupos de importación y salvaguardias, que se dio a través del acuerdo comercial con la Unión Europea en este mismo año. Esto impacta notablemente a la industria nacional ya que los vehículos ensamblados en nuestro país, mantienen un costo de producción más alto, puesto que la importación de las partes para ensamblar o CKD que equivalen al 15% de aranceles, se refleja en un encarecimiento del vehículo, lo que claramente les resta competitividad frente a los

vehículos importados bajo preferencias arancelarias, ya que estos tienen precios más competitivos.

Prado Díaz José Antonio (2019) menciona que:

Actualmente entre el 39 y el 49% del precio de venta de un vehículo que se comercializa en el país corresponde a tributos, de acuerdo con datos de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, AEADE (2019). Un vehículo está gravado con cinco tributos en el país, el cual está sujeto a impuestos y aranceles desde que ingresa al país hasta su compraventa en un concesionario. Uno de los primeros impuestos que pagan los importadores es el arancel a las mercancías conocido como ad valorem, que es del 35 y 40% sobre el precio CIF (incluye costo de mercancía, flete y seguro) de acuerdo al tipo de auto. Luego está el Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA), que es del 0,5% sobre el precio CIF. Los vehículos también están gravados con el impuesto a la salida de divisas (ISD), cuyo trámite y pago se debe cumplir el mismo día de la nacionalización. Después viene el llamado el impuesto a los consumos 13 especiales (ICE) que oscila entre el 5 y 35%, según el precio del automotor. Y, finalmente, pagan el 14% del impuesto al valor agregado (IVA).

Uno de los principales factores por los cuales la industria nacional no puede competir es el arancel del 15% para la importación de partes y piezas (CKD) el cual únicamente a venido beneficiando a las empresas importadoras y por otro lado según información propuesta en la AEADE un fuerte competidor de la industria local es Colombia, ya que los vehículos que provienen de su mercado ingresan al país con 0% de arancel. Además, la industria colombiana no paga impuestos por la importación de CKD.

Por la pérdida de participación de la industria local El Comité de Comercio Exterior (Comex), de carácter técnico interinstitucional, aprobó el pasado 20 de noviembre del 2018 la “Política arancelaria para la importación de vehículos en CKD”, incluida en un informe del Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones, con el objetivo de impulsar el ensamblaje de vehículos en el Ecuador. La propuesta consiste en establecer una tarifa arancelaria de 0% para la importación de piezas y partes (CKD) para nuevos proyectos de ensamblaje de autos. Además, incluye la desgravación

progresiva del 15% actual en pago de aranceles para importación de CKD en proyectos vigentes, hasta llegar al 0% en el 2023. La desgravación se irá cumpliendo en función del incremento de piezas locales incorporadas en la producción de autos. (González, 2018)

Para concluir este punto, los vehículos de energía limpia o eléctricos se suman a los beneficios tributarios, los que este dentro USD 35.000 están liberados de tributos (IVA, ICE y aranceles).

1.4.1.1.2. Análisis Económico

El mercado automotriz tiene un rol muy importante dentro de la economía del país, su desarrollo genera ingresos fiscales para el estado vía aranceles e impuestos y crea fuentes de empleo durante los procesos de producción y las actividades relacionadas al comercio del mismo (mecánicas y talleres de servicio, producción de combustibles y lubricantes y las de servicios financieros y de seguros). (Carrillo, 2009)

Entre enero y septiembre de 2019 en Ecuador se fabricaron 17.704 automotores, mientras que el número de unidades importadas llegó a 79.932. De las unidades importadas un 74,3% corresponde al segmento de automóviles, como se señaló anteriormente esta situación no ayuda a la economía local, ya que el país está sacando divisas, lo que puede llegar incluso a generar una desestabilización en el funcionamiento de la dolarización.

(Porter, 2008) Si bien es cierto no existen datos específicos del nivel de empleo por rama de actividad del sector automotriz, esta industria se la puede incluir en la actividad del comercio, donde según datos de la INEC corresponde a la segunda actividad con mayor número de trabajadores a nivel nacional, pues alcanza el 18.1 % sobre otras actividades.

Según datos de la AEADE en cuanto al empleo que generó el sector en el año 2018, se puede constatar que existen 4.941 trabajadores dentro de la fabricación de vehículos y 63.214 en comercio y reparación.

Gráfico 10. Total de trabajadores del sector automotriz



Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE
 Elaborado por: Los Autores

1.4.1.1.3. Análisis Social

Hoy en día, tener un automóvil puede llegar a ser tan importante como tener una vivienda.

Según un estudio realizado sobre el comportamiento del Consumidor por Prado Díaz José Antonio (2019):

En Ecuador para el año 2018 cuenta con aproximadamente 17 millones de habitantes; a su vez también se produjo un crecimiento en el parque automotor nacional con 2.237.264 de unidades de vehículos matriculados en este último año. Además, se ha presentado un aumento en el número de vehículos que se han vendido en los últimos años en el país, pudiendo también observar las preferencias de los ecuatorianos en la elección del tipo de vehículo de su preferencia, en este caso pudiendo destacar que los automóviles con el 44% de participación de ventas son los preferidos por los ecuatorianos, seguido de las SUV con el 29% de participación y las camionetas con 27% de participación. Además, los ecuatorianos prefieren adquirir vehículos de fabricación extranjera puesto que solo en el año 2018 se han importado 101.416 unidades. Además, se puede inferir que la población ecuatoriana prefiere los vehículos provenientes de China, Colombia y Corea del Sur ya que, de las unidades importadas en el último año, provienen de esos países. En cuanto a la preferencia por los vehículos ensamblados en el país en el año 2018 se ha vendido 36.818 unidades presentando un decrecimiento en las ventas respecto a años anteriores.

1.4.1.1.4. Análisis Tecnológico

En la actualidad, la demanda de vehículos responde a requerimientos cada vez más exigentes por parte del cliente que aspira satisfacer sus necesidades con un vehículo chino, del cual espera un precio bajo, mejor presentación y que incluya garantía. Marcas como Chery, Soueast, Changan, Foton, Shineray, Dongfeng, Faw y otras, buscan de ofrecer estos tres requisitos en sus autos para captar la atención del consumidor. A diferencia de los autos de otros países, los vehículos chinos además de sus precios competitivos, poseen otros atractivos tales como altos estándares en

normativas internacionales, tecnología de punta, diseño, ingeniería, confort y seguridad. (Galarza Cordero & Vanegas Galindo, 2020)

Entre la tecnología que utiliza la industria automotriz extranjera y nacional, no existe una diferencia muy grande, ambas tienen variedad de diseños y precios, muchos de ellos cuentan con controles de audio y velocidad integrados en el volante, además, tienen espejos eléctricos, control a distancia integrado en la llave, frenos ABS que brindan máxima seguridad a todos los pasajeros, etc. Este es otro punto a favor de los vehículos extranjeros, además de ser más baratos.

1.4.1.1.5. Análisis Ecológico

Diversos estudios ambientales han revelado que las principales fuentes de contaminación a la atmósfera son los vehículos a gasolina y diésel.

En Ecuador se han tomado medidas al respecto como la implementación de políticas estatales en materia de reducción de consumo de combustibles fósiles y disminución de emisiones contaminantes por parte del ministerio del ambiente. Además, ante esta situación el Gobierno Nacional de Ecuador por medio de políticas que incentivan la importación de vehículos eléctricos busca que se incremente la oferta de este tipo de vehículos en el mercado creando conciencia en la población sobre los beneficios de su uso sobre el medio ambiente (Prado Díaz, 2019)

El primer paso hacia un transporte más limpio es el metro y, el segundo, la compra de vehículos 100% eléctricos.

1.4.1.2. Fuerzas de Porter

1.4.1.2.1. La rivalidad entre competidores del mismo sector (ALTA)

En el Ecuador dentro del sector automotriz se encuentran diversas empresas que se dedican a la comercialización e importación de vehículos de diferentes segmentos, así como también la fabricación o ensamblaje de vehículos automotores, las mismas que usan la metodología del ensamble en donde se usan autopartes CKD por sus siglas en inglés Completely Knocked Down que en español significa que los automóviles están completamente desmontados.

Entre las empresas que se dedican a la importación y comercialización de vehículos se encuentran: Álvarez Barba quienes importan vehículos de las marcas BMW y Porsche; Autofénix con la marca Mazda; Quito Motors con la marca Ford; Lavca que

comercializa la marca Chevrolet. Estas empresas que operan de esta manera presentan una alta ventaja con respecto a las empresas que fabrican y ensamblan en el país, ya que éstas tienen que pagar impuestos por los CKD que importan. Así mismo los vehículos chinos importados ingresan al país con mejor equipamiento y con precios competitivos. (Prado Díaz, 2019)

Tabla 1. Rivalidad entre competidores del mismo sector

	Factores	Análisis comparativo	Valoración
1	El número de competidores es alto, o similar en influencia o tamaño.	El número de competidores en esta industria es alto, cada una busca diferenciarse con marcas de vehículos y precios competitivos dentro del mercado	ALTA
2	Crecimiento lento de la industria	El crecimiento del sector automotriz es alto	ALTA
3	Las barreras de salida son elevadas	Las barreras de salida no son elevadas, ya que, cada vez salen nuevos modelos de carros que atraen a los clientes, así como también los aranceles se han disminuido.	ALTA
La rivalidad entre competidores es alta.			

Fuente: 5 Fuerzas de Porter
Elaborado por: Los Autores

1.4.1.2.2. La amenaza de nuevos competidores (ALTA)

Ecuador firmó un acuerdo con la Unión Europea, y tras el mismo la recarga impositiva bajó al 30,6% y, al momento, se importan con un 15% menos de arancel. “No hay duda de que los autos europeos han mejorado su participación en el mercado ecuatoriano”, dice Jaime Cucalón, presidente de la Asociación Ecuatoriana Automotriz (AEA). (Pesantes, 2019)

Así mismo la entrada de vehículos chinos ha incrementado notoriamente con mejor equipamiento y a precios llamativos para el público. Al disminuir los aranceles, las marcas europeas comercializadas en el Ecuador incrementarán presentando una ventaja competitiva, por la tecnología empleada al momento de su fabricación, así como con los precios, que en el caso de las ensambladoras serán más altos debido a los impuestos de los CKD utilizados en su fabricación.

Tabla 2. Amenaza de nuevo competidores

	Factores	Análisis comparativo	Valoración
1	Economías de escala por parte de la Oferta.	En la industria automotriz si existe, debido a que las empresas importadoras se abastecen de la mejor manera para satisfacer las necesidades de los clientes	ALTA
2	Beneficios de escala por parte de la Demanda.	SI existen beneficios al adquirir vehículos a menores precios y con mejor equipamiento	ALTA
3	Costes por el cambio de Proveedores.	Existen varios proveedores, por lo tanto, los consumidores eligen el vehículo que mayor confort, seguridad que le brinde y de acuerdo a sus gustos o preferencias.	ALTA
4	Requisitos de Capital	Para entrar a la industria automotriz se necesita de una inversión y capital fuerte ya que los costos de fabricación o de importación son elevados y se necesita que la empresa tenga un capital bastante alto para poder importar o fabricar vehículos y de esta forma satisfacer las necesidades de los clientes.	ALTA
5	Beneficios para los miembros	Las ensambladoras o fábricas, así como las empresas importadoras se han establecido en lugares estratégicos del país, por lo que los clientes son los que los buscan por su	ALTA

	independientemente del tamaño.	prestigio y adquieren su vehículo según cumpla las expectativas que tienen los mismos.	
6	Acceso desigual a los canales de distribución.	Las empresas desarrollan sus estrategias de marketing adecuadas, así como la publicidad adecuada para captar nuevos clientes, y conservar los clientes actuales. Los precios dependen del carro que elija el cliente, por supuesto que las importadoras ofrecerán vehículos con mejor equipamiento y con precios competitivos, debido a la disminución en el pago de aranceles.	BAJA
7	Política restrictiva del gobierno	Los impuestos que se pagan por los CKD son altos, pero así mismo desde que se firmó el acuerdo con la Unión Europea, las empresas importan con menos arancel	BAJA
La amenaza de nuevos competidores es alta siendo el resultado 5/7.			

Fuente: 5 Fuerzas de Porter
Elaborado por: Los Autores

1.4.1.2.3. La amenaza de productos sustitutos. (BAJA)

La industria automotriz a lo largo de la historia ha venido fabricando vehículos que funcionan a gasolina o a diésel, lo que provoca emanación de gases contaminantes al ambiente produciendo smoke y por lo tanto generando daños a la salud. Ante esto las empresas en el mundo están desarrollando vehículos eléctricos para mitigar el daño que causan los vehículos de combustión. En cuanto a la movilidad el producto sustituto sería la motocicleta, la misma que tiene una limitada capacidad para transportar a las personas, si bien es cierto puede recorrer unos cuantos kilómetros llevando a las personas a su lugar de destino dentro de una ciudad, pero no ofrece la capacidad y confort que puede dar un vehículo, así como también el número de pasajeros se encuentra reducida, al poder transportar una o dos personas mientras que los automóviles o SUV tienen una capacidad de llevar de cinco a siete personas, además

de la comodidad que estos conllevan, además de poder transportar a las personas a varios kilómetros dentro y fuera de la ciudad. Es por eso que la amenaza de que lleguen productos sustitutos es realmente baja, al hacer comparaciones entre un vehículo con las demás opciones de medios de transporte.

Tabla 3. Amenaza de productos sustitutos

	Factores	Análisis Comparativo	Valoración
1	Es atractiva la relación precio vs prestaciones, el margen de beneficio es más estrecho para la industria.	Los clientes son los que eligen los vehículos de acuerdo a sus gustos o preferencias, están dispuestos a pagar el valor establecido y sentirse a gusto con su nueva adquisición.	BAJA
2	Para el cliente el costo de elegir un sustitutivo es bajo.	No existe sustituto que pueda darle confort y seguridad en un viaje, así como transportar a su familia o amigos.	BAJA
La amenaza de productos sustitutos es baja siendo el resultado 2/2			

Fuente: 5 Fuerzas de Porter
Elaborado por: Los Autores

1.4.1.2.4. El poder de negociación de los proveedores (MEDIO)

El poder de negociación que tienen los proveedores es medio, debido a que existe un interés en ambas partes en el caso de las empresas ensambladoras buscan disminuir costos comprando CKD de producción nacional en vez de adquirir los CKD importados que están gravados con el 15% de arancel; además estas empresas fabricantes de autopartes CKD buscan vender su producción ya que forma parte de su giro de negocio.

Muchas empresas nacionales fabrican vehículos de marcas internacionales bajo los estrictos lineamientos y procesos de producción y tecnológicos; además utilizan CKD desarrollados por estas marcas, el ensamblador local sólo debe importar estas piezas para utilizarlas en la fabricación del vehículo. En el caso de Imfrisa que es un fabricante de suspensiones bajo los lineamientos de calidad de General Motors; tiene un contrato exclusivo con GM-OBB empresa ensambladora de vehículos para la marca Chevrolet; que no le permite comercializar con otras empresas ensambladoras. (Prado Díaz, 2019)

Tabla 4. Poder de negociación de los proveedores

	Factores	Análisis Comparativo	Valoración
1	Está más concentrado que al sector al cual provee.	Existen varios proveedores en el país	ALTA
2	El grupo de proveedores no dependen netamente de la industria automotriz.	Los proveedores dependen del sector para obtener beneficios	BAJA
3	Los participantes de una industria se enfrentan a fluctuaciones en los costes y a proveedores inestables.	Si el cliente opta por otro proveedor la empresa no presenta problema alguno, ya que hay más proveedores en el mercado que ofrecen los mismos productos que varían en modelos de vehículos, así como precios y equipamiento.	BAJA
4	Los productos que ofrecen se diferencian en el mercado.	En la industria se diferencian los fabricados en el país de los importados a precios accesibles y con mejor equipamiento y hechos con mejor tecnología	BAJA
5	No existe sustituto alguno en comparación a lo que ofrece el proveedor.	Existen varias empresas que importan o fabrican vehículos, en este caso no existe sustituto que pueda reemplazar al vehículo, si bien pueden estar los buses o transporte público, pero no se compara con el confort y seguridad que brinda un vehículo propio	ALTA

6	El grupo de proveedores se siente atraído si observan que las ganancias del sector son mayores, lo cual se convertiría en una amenaza.	La cantidad de empresas que se integren a la industria es baja, ya que para empezar se necesita de una inversión muy grande, ya sea para fabricar o importar vehículos de otros países	BAJA
EL poder de negociación de los proveedores es bajo siendo el resultado 4/6, debido a que los clientes son quienes eligen donde comprar y qué modelo o marca comprar.			

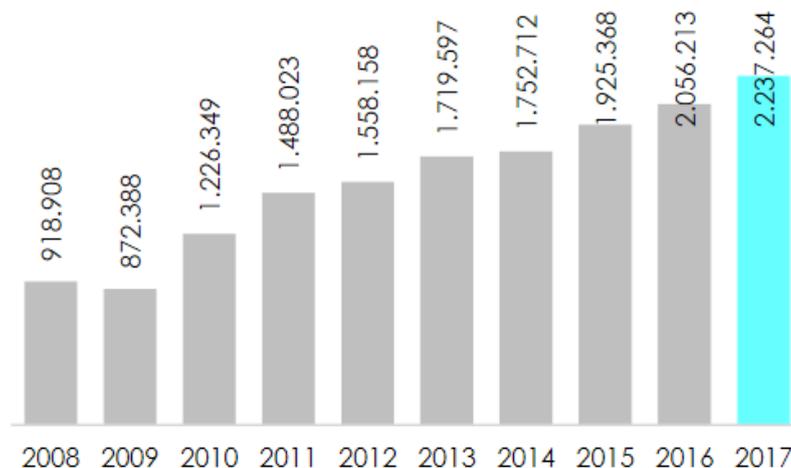
Fuente: 5 Fuerzas de Porter
Elaborado por: Los Autores

1.4.1.2.5. El poder de negociación de los clientes (ALTO)

El poder de negociación de los clientes es alto debido a que los consumidores tienen toda la libertad de elegir entre diferentes fabricantes o comercializadoras, de acuerdo a su presupuesto, gustos o preferencias de vehículos.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017) en el país existen 2.237.264 vehículos matriculados, el parque automotor ha crecido significativamente, pues las cifras que vienen creciendo entre el año 2008 y 2017.

Gráfico 11. Total de vehículos matriculados en el país 2008 - 2017



Fuente: INEC
Elaborado por: Los Autores

Tabla 5. Poder de negociación de los clientes

	Factores	Análisis Comparativo	Valoración
1	Hay pocos compradores, o si cada uno desea comprar en grandes volúmenes, en comparación con el tamaño de un solo vendedor.	Existe una gran cantidad de compradores que siempre buscan un vehículo que le brinde confort y equipamiento seguro.	ALTA
2	Los productos del sector se encuentran estandarizados o no se diferencian entre sí.	Hay diferencia entre los vehículos, ya sea por la marca, precio, equipamiento y confort que brindan.	ALTA
3	Los clientes asumen las variaciones en cuanto a costos, cuando optan por otro vendedor.	Los clientes asumirán la variación de los precios ya sea importado o fabricado en el país	ALTA
<p>EL poder de negociación de los consumidores es alto, ellos son los que se deciden por cualquier marca, ante esto las empresas buscan brindar siempre la calidad y el buen servicio al cliente.</p>			

Fuente: 5 Fuerzas de Porter
 Elaborado por: Los Autores

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO DIRIGIDO A LOS CONSUMIDORES PARA DETERMINAR LAS MARCAS DE PREFERENCIA DE AUTOMÓVILES Y FACTORES QUE INCIDEN EN SU COMPRA

2.1. Definición del problema

La entrada de nuevas marcas de vehículos al país dada por la eliminación de restricciones, tales como el establecimiento de cupos de importación y salvaguardias, ha tenido un fuerte impacto sobre las marcas tradicionales, disminuyendo su participación en el mercado.

Great Wall, Chery, Faw, Soueast y Changan, son algunas de las marcas chinas más comunes en el mercado, las cuales han logrado mantenerse y crecer exitosamente hasta la fecha actual, aunque las marcas tradicionales, tales como Chevrolet siguen siendo líder en el mercado a pesar de venir perdiendo en promedio 4,93 puntos de participación cada año, entre 2015 y 2019.

En general esto se debe a que los vehículos de la industria automotriz china tienen precios muy competitivos en relación a los de las marcas tradicionales, además de diseños atractivos y un buen equipamiento tecnológico, que brindan confort y seguridad al consumidor. Gracias a estas particularidades se ha incrementado su participación en el mercado.

Es por ello que esta investigación busca llegar a determinar cuál es el grado de acogida de las marcas automotrices chinas en el mercado azuayo y cuáles han sido los factores por los que los consumidores las prefieren en lugar de las marcas tradicionales.

2.2. Objetivos

General

- Determinar las marcas de preferencia de automóviles de procedencia china en el Azuay y factores que inciden en su compra.

Específicos

- Identificar los perfiles de clientes de automóviles chinos.
- Reconocer la imagen actual de los automóviles chinos para mercado azuayo.
- Analizar el comportamiento del Consumidor.

2.3. Metodología de la investigación

Para realizar el presente estudio de mercado se ha decidido realizar 4 entrevistas a profundidad a diferentes concesionarios de la provincia que oferten marcas de la industria automotriz china.

Por otro lado, la muestra para la encuesta será de 300 personas, este número se ha determinado usando el método de muestreo no probabilístico por cuotas, los informantes serán personas que se encuentren en un rango de edad de 18 a 70 años, que dispongan de automóvil y residan en la provincia del Azuay.

En base a las proyecciones poblacionales propuestas por la INEC para 2020 (Grafico 2.1) se ha propuesto que al representar el cantón Cuenca el 72% de la población total del Azuay, 216 encuestas irán dirigidas a este mismo y los 84 restantes al resto de Cantones.

Tabla 6. Proyección de la población azuaya por cantones

CANTÓN	2020
CUENCA	636.996
GUALACEO	49.104
CAMILO PONCE ENRIQUEZ	36.423
SIGSIG	30.509
PAUTE	29.214
SANTA ISABEL	20.935
NABON	17.292
CHORDELEG	15.176
GIRON	13.037
PUCARA	10.584
SEVILLA DE ORO	6.890
SAN FERNANDO	4.156
OÑA	4.128
GUACHAPALA	3.859
EL PAN	3.091
POBLACIÓN TOTAL	881.394

Fuente: INEC
Elaborado por: Los Autores

2.4. Entrevistas a profundidad

Entrevista a profundidad #1: David Jaramillo, Gerente de la empresa “Automekano” que comercializa las marcas de vehículos chinos Soueast, DFSK y Great Wall. Dependiendo la marca comercializa las líneas de automóviles, SUV, camionetas.

1. ¿Como se ha venido integrando la industria automotriz china en el mercado ecuatoriano como es la aceptación, la participación, el crecimiento que ha tenido?

Los vehículos chinos han crecido bastante en el mercado ecuatoriano por el precio y las características que tienen los autos, actualmente la calidad ya no es lo que se esperaba antes, han mejorado muchísimo en lo que es la calidad, las prestaciones y la tecnología.

El crecimiento del mercado automotriz chino primero es constante y es paulatino, es más o menos unos 10 años en los que el mercado de vehículos chinos ha ido ganando espacio hasta la actualidad que realmente ya son competitivos con las marcas premium o las marcas líderes.

Se da un mayor crecimiento desde el año 2016 por un tema de hábito de consumo de la población, en el Ecuador ha ido creciendo el consumo, la adquisición de vehículos año a año, el 2019 fue un año récord de ventas se vendieron cerca de 122000 unidades a nivel nacional y después con la pandemia se redujo, para el ecuatoriano tener un vehículo es sinónimo de prestigio de superación, entonces eso ha ayudado que la compra de vehículos sea mayor

2. ¿La industria automotriz es cada vez más exigente, mucho más innovadora, ¿qué ventajas competitivas ofrecen los vehículos de marcas chinas a sus usuarios a comparación de las marcas tradicionales que encontramos en nuestro mercado?

Hay varias razones por las que un cliente se decide por un carro chino la primera es que ya la tecnología está a la par de las otras marcas que podemos llamar a las marcas líderes o las marcas tradicionales. Segundo está en que tiene un mucho menor costo. Estamos diciendo de que igualamos la tecnología, pero tenemos un mucho menor costo. No solamente del vehículo sino costo menor del mantenimiento. Lo que ha hecho que el cliente se beneficie del costo total de uso del vehículo.

3. En el mercado se comenta mucho sobre la calidad de los vehículos chinos, se dice que es complicado para el cliente conseguir repuestos de estos vehículos y también que se deprecian rápidamente, ¿que nos puede decir sobre ello?

El tema de los vehículos chinos que tengan o no tenga repuestos no depende de que el vehículo chino en sí sino depende del representante en el país hay algunas marcas que ha sido mal representadas y mal manejadas. Entonces del cliente ha sido afectado en nuestro caso, Ambacar y Automekano no es así, el cliente está respaldado al 100% y no solo en temas de repuestos sino también en el tema de recompra del vehículo entonces el cliente siempre está satisfecho.

Nosotros tenemos Great Wall que es una marca líder a nivel mundial, tenemos DSFK que igual es una marca bastante grande, DSFK se conoce por la producción de camiones y motores para camiones pero ahora tiene marcas de vehículos livianos que tienen ingreso en Europa y en Latinoamérica y estar presente en el mercado europeo quiere decir que los estándares de producción están a la par con las marcas tradicionales como habíamos mencionado y tenemos otras marcas como es Soueast que son vehículos Mitsubishi ensamblados en la China , Mitsubishi puso una fábrica en la China y puso a fabricar estos vehículos entonces los estándares de calidad y las partes y piezas utilizadas son de primera.

En vehículos livianos nos referimos a SUV, autos, camionetas, y en lo que son vehículos pesados estamos hablando de camiones, furgonetas escolares y buses, entonces en el segmento de vehículos livianos están todos los que son usados por personas comunes que pueden utilizar para la familia o para el trabajo. Los que producen automóviles son Great Wall, Soueast, DSFK el cual no se trae al Ecuador, el segmento de automóviles es un segmento que no ha tenido mucho crecimiento en los últimos años el segmento que más crecimiento ha tenido es el SUV que tiene el 50% de participación de mercado mensual en un solo tipo de vehículo.

- 4. En los últimos años se ha visto, que cada vez aumenta el número de vehículos chinos en el país, como se proyecta su crecimiento a futuro, ¿seguirá aumentando el número de vehículos? ¿su participación tendrá mayor incidencia que las marcas tradicionales? ¿Cree que el número de ensambladores en nuestro país podrían aumentar?**

No solo que los vehículos tendrán más participación sino que ya tienen, las marcas tradicionales al mencionar éstas por decir Chevrolet ya son ensambladas en la China y muchas empresas tradicionales están poniendo fábricas en la China o en Tailandia , el mercado chino va a estar en un crecimiento constante no solamente con la

participación de vehículos chinos sino que hay muchas fábricas de vehículos tradicionales que son adquiridas por los vehículos chinos, en el caso de Great Wall compró recientemente una fábrica de Mercedes Benz en Brasil y compró la fábrica de Chevrolet en Tailandia entonces hay un crecimiento no solamente en la producción de vehículos sino en la adquisición de las fábricas de las marcas tradicionales. El tema de las ensambladoras no creo que tengan un crecimiento adicional porque no se les da ningún beneficio a las ensambladoras, tiene mayor beneficio el realizar importación del vehículo, en el caso de Chevrolet decidieron producir las camionetas en Colombia porque era más económico producir en Colombia y luego importarlo con un tratado de libre comercio que producir en el país pagando aranceles de importación, entonces el tema de que haya más ensambladoras en el país yo creo que no es tan viable, no es tan rentable para los comercializados de vehículos. Solamente en el caso de nosotros Great Wall es ensamblado en el país las camionetas y los vehículos M4 a pesar de que no es competitivo, pero es una marca que apunta a generar fuentes de trabajo, apunta a generar respaldo para sus clientes y apunta a mejorar la economía del país.

5. ¿Qué tan competitivos son los precios de los vehículos de marcas chinas en relación a las tradicionales? ¿Cómo incide esto en el usuario al momento de realizar una compra?

En esto podríamos hacer un símil en lo que son los vehículos con lo que son los celulares tú puedes encontrar un celular chino con las mismas características y un celular tradicional como Samsung o como es Apple de las mismas características pero a un mucho menor precio, lo mismo pasa en el tema de los celulares pasa en el tema de los vehículos, encuentras carros con las mismas características que un vehículo premium a un mucho menor precio entonces eso ya está haciendo que el cliente tenga una compra inteligente y esto es pagar un precio justo por un vehículo que le da las mismas prestaciones o las mismas características. Según mi punto de vista yo no veo por qué un cliente tiene que pagar tres veces o 4 veces más por un vehículo o una marca cuando en un vehículo chino está pagando un precio justo tanto del vehículo como del mantenimiento. Los precios altos que tienen las marcas tradicionales de cierto modo se deben más que todo por la marca que poseen.

6. ¿Cuál es el perfil de un cliente que busca un vehículo chino? (profesionales, jóvenes, nivel de ingresos, etc.)

Por la alta gama de productos que tenemos, tenemos más de 40 modelos diferentes, abarcamos a todo el mercado tenemos estudiantes, recién egresados, tenemos amas de casa, tenemos en el caso de camionetas empresas tenemos sectores automotrices del taxismo, sectores del turismo entonces yo creería que abarcamos prácticamente a todas las personas que tienen una necesidad de moverse dentro de la ciudad o dentro del país.

7. Cuando una persona decide comprar un vehículo en este establecimiento ¿qué facilidades se le da para pagar?

En el caso de facilidades de financiamiento nosotros aplicamos con crédito bancario, con instituciones bancarias y cooperativas gestionamos el crédito del cliente y le damos bastantes opciones no manejamos el tema del crédito directo, nuestro enfoque es la comercialización de vehículos y es en lo que nos especializamos y el tema del crédito es manejado por las instituciones que se especializan en el crédito.

Entrevista a profundidad #2: Emilio Abad, Sub Gerente de la empresa “Automotores del Sur” que comercializa las marcas de vehículos Jetour, Jac y Faw. Dependiendo la marca comercializa las líneas de automóviles, SUV, camionetas y camiones.

1. ¿Como se ha venido integrando la industria automotriz china en el mercado ecuatoriano como es la aceptación, la participación, el crecimiento que ha tenido?

Yo creo que la integración china comenzaron realmente las marcas ya conocidas como la Chevrolet que comenzaron a traer carros con marca Chevrolet de procedencia China como el Sail, la Captiva los n300 los n200 y algunas más, entonces la gente cuando ya comenzó a comprar los carros Chevrolet y vieron que era chinos entonces como que comenzó a aceptar más el carro chino, al momento veo que la mayoría acepta el carro chino como un igual a cualquier otra marca, lo único que les preocupa es la posventa.

2. ¿La industria automotriz es cada vez más exigente, mucho más innovadora, ¿qué ventajas competitivas ofrecen los vehículos de marcas chinas a sus usuarios a comparación de las marcas tradicionales que encontramos en nuestro mercado?

Una de las cosas que hicieron las marcas chinas fue realmente es de subir el estándar a las marcas tradicionales que estaban enseñadas primero a cobrar lo que les daba la gana porque no había competencia segundo nos daban con los servicios más básicos porque como no había competencia no tenían con quien competir entonces no tenían la necesidad, los carros chinos primero los que hicieron es les pusieron los precios les hicieron que bajen ellos también, las marcas tradicionales tuvieron que bajar para poder competir y lo que tienen las marcas chinas es que tienen todos los accesorios que un carro podría necesitar. Entonces los carros chinos lo que hicieron es eso les exigieron a las marcas tradicionales a mejorar un poco en precios y mejorar también en los extras que tiene un carro para poder competir con un chino.

3. En el mercado se comenta mucho sobre la calidad de los vehículos chinos, se dice que es complicado para el cliente conseguir repuestos de estos vehículos y también que se deprecian rápidamente, ¿que nos puede decir sobre ello?

La verdad eso es un mito, en estos últimos cuatro años subió las ventas de carros chinos y vinieron muchas marcas, amigos me preguntan qué tal el chino, los repuestos, les digo que como en todas marcas y todo el mundo hay marcas y marcas entonces en China hay marcas buenas y también malas , una persona que ha ido a china a comprar lámparas por ejemplo va a la fábrica donde hay A, AA, AAA, entonces también hay marcas nuevas u otras que no la conocen nadie y hay otras como la Cherry la Faw la Jac que ya son marcas reconocidas y están por varios años y en China mismo ya son monstruos como la Cherry, Holding Company como la Jac Company, Faw q es la número 1 en China, pero hay un montón de marcas que vienen y desaparecen después de un tiempo, cierran la compañía y se fueron, el caso de un señor que compró una marca china luego se fueron y se quedó con un carro sin marca representativa, sin repuestos, y nadie quiere y el señor me regaló una furgoneta 2012.

4. En los últimos años se ha visto, que cada vez aumenta el número de vehículos chinos en el país, como se proyecta su crecimiento a futuro, ¿seguirá aumentando el número de vehículos? ¿su participación tendrá mayor incidencia que las marcas tradicionales? ¿Cree que el número de ensambladores en nuestro país podrían aumentar?

Si las marcas tradicionales no hacen algo como para poder competir con las marcas chinas realmente las marcas chinas van a comerse el mercado ecuatoriano como hizo en un tiempo las coreanas aquí hay la Hyundai, la tecnología de la marca china no la quita ninguna marca, ya están probadas, entonces ya la gente ya oye que a los demás les fue bien con esa marca, de este modo va a haber un tiempo en donde las marcas chinas dominen el mercado ecuatoriano.

5. ¿Qué tan competitivos son los precios de los vehículos de marcas chinas en relación a las tradicionales? ¿Cómo incide esto en el usuario al momento de realizar una compra?

Los precios son muy competitivos en relación a las marcas tradicionales. por ejemplo, una Toyota está a \$60000 y una Jac está a \$30000 entonces la gente opta por la marca china. El precio es un factor muy importante a la hora de adquirir un vehículo porque en nuestro país estamos acostumbrados primero el precio y después al ver todas las cosas llamativas que tiene el carro, que solo antes se podía encontrar en un Mercedes Benz o un Audi, eso llama la atención, pero el precio es lo principal.

6. ¿Cuál es el perfil de un cliente que busca un vehículo chino? (profesionales, jóvenes, nivel de ingresos, etc.)

Vienen de toda clase social, vienen a dejarme un Explorer como parte de pago, una Ranger, entran de todo tipo, hasta me han dejado Mercedes, lo que antes ese tipo de gente no optaba por un carro chino, pero ahora viene todo tipo de gente.

7. Cuándo una persona decide comprar un vehículo en este establecimiento ¿qué facilidades se le da para pagar?

Nosotros no trabajamos con crédito directo, a través de bancos y cooperativas, nosotros le ayudamos a encontrar el crédito, eso del crédito directo es muy complicado. Todo se hace a través de bancos y cooperativas especialmente con los créditos de consumo.

Entrevista a profundidad #3: Natasha Cuenca, Asistente Administrativa en la empresa “Changan” que comercializa las líneas de automóviles, SUV y camionetas.

1. ¿Como se ha venido integrando la industria automotriz china en el mercado ecuatoriano como es la aceptación, la participación, el crecimiento que ha tenido?

El ingreso de las marcas chinas al país ha sido demasiado lento hay marcas chinas que tienen tantos años en el país y realmente lo que ha ayudado que nosotros Changan se adelante a las otras marcas es el hecho de que es una marca segura porque hay el mito de que el chino es malo pero tenemos todo chino en nuestra casa, entonces ha ingresado tan lento porque se supone que el carro es algo usted compra y quiere que le dure mucho tiempo y sea super económico super seguro, entonces Kia Chevrolet Hyundai Nissan están tan bien establecidos. Chevrolet ha sido casi tan difícil de derribar que realmente el ingreso de las marcas chinas ha sido lento pero bueno nosotros tenemos tres años en Cuenca y actualmente debíamos vender por encima de los 20 carros fuera de la pandemia, pero con pandemia si estamos vendiendo 15 entonces estamos avanzando poco a poco, pero la gente si acepta la marca china. El crecimiento que ha tenido es por la tecnología que poseen, más que los de las marcas tradicionales y súper económico, entonces si la gente puede comprar lo mismo a mitad de precio lo van a comprar, porque es un carro de lujo en 20000 con 3 filas de asientos. En Changan tenemos un carro de lujo de lujo en 13990 eso es lo que ha dado paso a los carros chinos. Se ha podido lograr demostrar y convencer de que el carro chino es bueno más que nada si usted se acerca al carro y le toca va a ver que es un carro seguro.

2. ¿La industria automotriz es cada vez más exigente, mucho más innovadora, ¿qué ventajas competitivas ofrecen los vehículos de marcas chinas a sus usuarios a comparación de las marcas tradicionales que encontramos en nuestro mercado?

Lo más importante que nosotros tenemos en comparación con las otras marcas es la posventa si usted viene y se compra un repuesto como el guardachoques el genérico del Chevrolet le cuenta lo mismo que un original de un chino y no solo eso, los mantenimientos de un chino son mucho más económicos que los mantenimientos de un Kia de un Hyundai, la posventa influye mucho porque usted se compra un carro y se casa con la casa comercial al menos por unos cinco años que dura la garantía si después usted sigue haciendo los mantenimientos realmente es porque le gusta, si usted va a Kia va a ver que la gente no hace los mantenimientos allí, ya después busca otros

talleres porque es muy caro en cambio aquí es muy fácil venir a pagar \$50 por el mantenimiento de \$5000 que le ofrecen en otros lugares.

- 3. ¿En el mercado se comenta mucho sobre la calidad de los vehículos chinos, se dice que los vehículos tienden a perder ciertas condiciones en los acabados o en los materiales, ¿que nos puede decir sobre ello?**

Que eso es realmente un mito, obviamente hay chinos de categoría A, como también de categoría B, C, D, pero en autos por suerte el país regula la calidad de los vehículos que ingresan al país, en nuestro caso Changan es una marca de lujo y nosotros le garantizamos 4 a 5 estrellas de seguridad, motores marca changan, es decir la calidad de los chinos es muy alta, la población china mismo están a la vanguardia de la tecnología, entonces de que la calidad de los chinos es mala, es un mito.

- 4. En los últimos años se ha visto, que cada vez aumenta el número de vehículos chinos en el país, como se proyecta su crecimiento a futuro, ¿seguirá aumentando el número de vehículos? ¿su participación tendrá mayor incidencia que las marcas tradicionales? ¿Cree que el número de ensambladores en nuestro país podrían aumentar?**

Sí, en cuanto al aumento de número de vehículos chinos en el país, claro que sí, porque ahorita mismo estamos viendo que ya le estamos ganando Jac, Changan, Jetur, Soweast, Cherry les estamos ganando a las otras, ahorita la competencia es entre chinos, porque la gente que sabe de la calidad de los autos chinos ya no va a irse por un auto muy caro, y hemos visto en todas las estadísticas que a nosotros nos comparten del mercado automotriz, que a comparación de otros años las marcas tradicionales ya no venden como antes y es por los chinos, entonces nosotros proyectamos siempre crecimiento aparte de que traemos nuevos modelos. En cuanto a que el número de ensambladoras en nuestro país puedan aumentar eso si es difícil es muy difícil, no le conviene por los aranceles y aparte traer un chino ya es económico, hasta por el tema de la tecnología en el país porque China son los maestros.

- 5. ¿Qué tan competitivos son los precios de los vehículos de marcas chinas en relación a las tradicionales? ¿Cómo incide esto en el usuario al momento de realizar una compra?**

Cuando el cliente viene pensando que el vehículo chino si vale, realmente se compra un chino, eso es imbatible, pero hay clientes solo para ver y dicen me da miedo mejor me voy por otro de las marcas tradicionales, pero los precios aquí son demasiado económicos, el precio es muy importante para el cliente.

6. ¿Cuál es el perfil de un cliente que busca un vehículo chino? (profesionales, jóvenes, nivel de ingresos, etc.)

De todo porque en nuestro caso tenemos un carro de 30000 y un carro de 14000 entonces vienen papas que quieren comprarles carros a sus hijos doctores gentes de todo se endeudan en un SUV económico entonces tenemos un amplio perfil de profesionales aquí viene cualquier persona, también vienen por recomendaciones.

7. Cuándo una persona decide comprar un vehículo en este establecimiento ¿qué facilidades se le da para pagar?

Aquí hay crédito directo revisando el perfil del cliente, pagos con tarjeta, pagos con cheque, los diferidos hay algunas financieras que nos dan bastantes meses de diferido también trabajamos con bancos con cooperativas hacemos todo el trámite.

Entrevista a profundidad #4: Diana Matute, Asesor comercial en la empresa “Jac Impartes” que comercializa las líneas de automóviles SUV.

1. ¿Como se ha venido integrando la industria automotriz china en el mercado ecuatoriano como es la aceptación, la participación, el crecimiento que ha tenido?

La marca Jac es una marca que ya está establecida en el mercado desde 1964 entonces ya estamos algún tiempo en el mercado no somos nuevos estamos ya establecidos en el mercado estamos instalados con los camiones y camionetas y ahora ya estamos de manera fuerte con los SUV

2. ¿La industria automotriz es cada vez más exigente, mucho más innovadora, ¿qué ventajas competitivas ofrecen los vehículos de marcas chinas a sus usuarios a comparación de las marcas tradicionales que encontramos en nuestro mercado?

En el tema del mercado chino , el vehículo que nosotros ofrecemos si son bastantes superiores en temas de equipamiento y demás a las marcas tradicionales ,, nosotros ya

veníamos con las 5 estrellas de seguridad que debería tener todo vehículo en el tema de aire acondicionado alógenos cámara de reversa sensores nuestros vehículos son bastantes completos y con todas las medidas ,, para nosotros poder vender los vehículos tenemos que pasar por todas las normas que piden para que podamos llegar al mercado entonces si estamos creciendo fuertes por el tema del producto que vendemos y ofrecemos al cliente. Las ventajas competitivas son: seguridad, confort tecnología.

3. En el mercado se comenta mucho sobre la calidad de los vehículos chinos, se dice que es complicado para el cliente conseguir repuestos de estos vehículos y también que se deprecian rápidamente, ¿que nos puede decir sobre ello?

Es verdad porque no todas las marcas chinas que se encuentran en el mercado ofrecen la seguridad el confort y el diseño que ofrecemos por ejemplo nosotros como Jac, Cherry, Faw que son marcas que ya están bastante fuertes en el mercado , en cambio hay marcas que recién están incorporándose al mercado marcas que de pronto ni siquiera están establecidos y van a desaparecer, y son los que se han convertido en una objeción para nosotros porque por el tema de estas marcas que no cumplen con los parámetros o con las exigencias del cliente por el tema de posventa ingreso de lo q son repuestos y todo lo demás entonces nos ha hecho quedar mal al mercado chino sin embargo estamos muy bien con nuestros SUV estamos muy bien como marca. También aquí se puede decir q hay marcas chinas que son buenas y q también son malas, claro por eso hay marcas q han desaparecido, han venido han probado mercado y han desaparecido.

4. En los últimos años se ha visto, que cada vez aumenta el número de vehículos chinos en el país, como se proyecta su crecimiento a futuro, ¿seguirá aumentando el número de vehículos? ¿su participación tendrá mayor incidencia que las marcas tradicionales? ¿Cree que el número de ensambladores en nuestro país podrían aumentar?

Bueno sí, porque estamos en crecimiento incluso Jac es una de ellas , nosotros estamos liderando el mercado chino y estamos en el cuarto puesto a nivel mundial , comienza Kia como los primeros en vender los SUV, luego está Hyundai luego está Chevrolet que ha tenido un decrecimiento bastante notable y luego ya estamos nosotros como

Jac entonces seguimos creciendo, si pienso yo que se debería filtrar algunas marcas que nos están para competencia todavía o que están haciendo quedar mal al mercado chino pero en si las marcas establecidas como es Jac y las otras marcas antes mencionadas tienen todas las oportunidades de seguir creciendo y de seguir avanzando porque los productos que damos son de calidad por eso la recepción.

En cuanto si habrá con el tiempo ensambladoras en nuestro país diría que si el Ecuador más adelante a futuro presenta las condiciones óptimas como para que los vehículos se puedan ensamblar en el país no hay problema, pero ahorita por tema de estándares de calidad nosotros tenemos que reírnos netamente a las importaciones tal como llega el vehículo nosotros entregamos acá en las agencias. Nosotros vendemos bastante porque nuestros vehículos son 100% importados no tenemos ensamblaje aquí en el Ecuador.

5. ¿Qué tan competitivo son los precios de los vehículos de las marcas chinas en comparación a las marcas tradicionales?

En realidad creo que nosotros vendemos por nuestra calidad y también por el precio de nuestros carros, por ejemplo el vehículo más económico que tenemos en una marca tradicional costaría unos 5000 a 6000 dólares como la Chevrolet como Hyundai que por ser marcas ya establecidas o con tanta trayectoria en el mercado a veces podría decir abusan de los precios, carros que no vienen con tecnología, no vienen con seguridad que no vienen tan equipados sin embargo solo por tener una marca o por tener un slogan de una marca reconocida suben demasiado los precios de los vehículos, entonces si nosotros en esa relación por ahí tenemos bastante ventaja nosotros nos mantenemos con precios racionales y no vendemos cosas del otro mundo todo vehículo debería venir con las condiciones que nuestros vehículos Jac ofrecen no es un tema de lujo sino un tema de seguridad y de confort. Se puede decir que los vehículos chinos tienen una relación calidad precio muy buena.

6. ¿Cuál es el perfil de un cliente que busca un vehículo chino? (profesionales, jóvenes, nivel de ingresos, etc.)

Nosotros manejamos un buen target en relación a los clientes tenemos muy buenos clientes tenemos médicos profesores abogados también tenemos independientes comerciantes en realidad podemos decir que todo cliente aplica con nosotros, hemos vendido a concejales, alcaldes, entonces de pronto no podría decir que el mercado

chino es para clientes informales al menos los vehículos que nosotros ofrecemos, tanto para clientes formales e informales está dentro de nuestra cartera de clientes.

7. Cuándo una persona decide comprar un vehículo en este establecimiento ¿qué facilidades se le da para pagar?

Nosotros somos facilitadores le damos todas las alternativas al cliente si el cliente tiene o no entrada, les ayudamos con el tema del crédito pueden ser crédito directo puede ser crédito de consumo o prendario nosotros tenemos convenios con bancos con cooperativas nosotros tratamos de hacerle la vida fácil al cliente y de apoyarle en todo momento hasta la entrega del vehículo.

2.5. Diseño de cuestionario

Preferencia de automóviles de procedencia China

Esta encuesta tiene el objetivo de recolectar información con el fin de llegar a determinar las marcas de preferencia de automóviles de procedencia China en el Azuay y, los factores que inciden en su compra. Toda la información que usted proporcione es muy importante para el desarrollo de este proyecto. La información se manejará de manera confidencial. Agradecemos por gentil colaboración.

Primera sección (preguntas filtro)

1. ¿El vehículo que posee es de procedencia china? Por ejemplo: Great Wall, Chery, Faw, Soueast, Changan, etc.)

<input type="checkbox"/>	Sí
<input type="checkbox"/>	No

2. ¿Usted reside en la provincia del Azuay?

<input type="checkbox"/>	Sí
<input type="checkbox"/>	No

Segunda sección (datos sociodemográficos)

3. Edad

<input type="checkbox"/>	18 – 25 años
--------------------------	--------------

	26 – 35 años
	36 – 45 años
	46 – 55 años
	55 – 70 años

4. Género

	Femenino
	Masculino

5. Estado civil

	Soltero/a
	Casado/a
	Divorciado/a
	Unión libre
	Viudo/a

6. Ocupación

	Jubilados
	Estudiantes
	Ama de casa
	Oficios
	Profesiones

7. Nivel académico

	Primario
	Universidad
	Posgrado
	Doctorado
	Otros

8. Ingresos

	Menos de 1000
	Entre 1000 y 2000
	Entre 2001 y 3000
	Más de 3000

9. Cantón en el cual reside

	Cuenca
	Camilo Ponce Enríquez
	Chordeleg
	El Pan
	Girón
	Guachapala
	Gualaceo
	Nabón
	Oña
	Paute
	Pucará
	San Fernando
	Santa Isabel
	Sevilla de Oro
	Sígsig

10. ¿Cuántas personas aportan económicamente en el hogar?

	1
	2
	Más de 2

Tercera sección (preguntas sobre el vehículo)

11. ¿Qué marca de automóvil de procedencia China usted posee?

	Great Wall
	Chery
	Soueast
	Changan
	Otras

12. ¿Cuáles son los atributos que usted consideró para adquirir su automóvil chino?

	Muy importante	Importante	Neutral	Poco importante	Nada importante
Marca					
Precio					
Color					
Modelo					
Cilindrada					
Tamaño					

13. ¿En qué medida está de acuerdo que los siguientes factores le motivaron adquirir su automóvil chino?

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Publicidad					
Recomendaciones					
Precio					
Financiamiento					

14. ¿En relación a su automóvil chino ¿en qué grado está de acuerdo con los siguientes criterios?

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Los repuestos son difíciles de encontrar					
Existen pocas mecánicas especializadas en su reparación					
Se deprecian rápidamente					
El automóvil es difícil de revender					

15. Complete las siguientes frases en base a su criterio

	Muy buena	Buena	Más o menos	Mala	Muy mala
La calidad de automóviles chinos es:					
A nivel general el desempeño de los					

automóviles de marcas chinas es:					
La relación calidad precio de los vehículos de procedencia China es:					

16. ¿Qué tan probable es que reemplace su vehículo actual de procedencia China, por un vehículo de las marcas tradicionales?

	Muy probable
	Probable
	No muy probable
	Nada probable

17. El vehículo que posee: ¿De qué forma lo adquirió?

	Adquirí de un dueño anterior
	Adquirí en un concesionario

18. ¿Cuánto tiempo tiene el vehículo?

	Menos de 5 años
	Más de 5 años
	Más de 10 años

19. ¿Por qué razón adquirió un automóvil chino?

	Servicio post venta
--	---------------------

	Seguridad
	Moda
	Confort
	Precio
	Repuestos

20. ¿Cada que tiempo realiza un cambio de vehículo?

	Cada año
	De entre 2 a 5 años
	Más de 5 años

21. ¿Qué tan probable es que usted vuelva a adquirir un vehículo de procedencia China?

	Muy probable
	Probable
	No muy probable
	Nada probable

2.6. Procesamiento y análisis de los datos

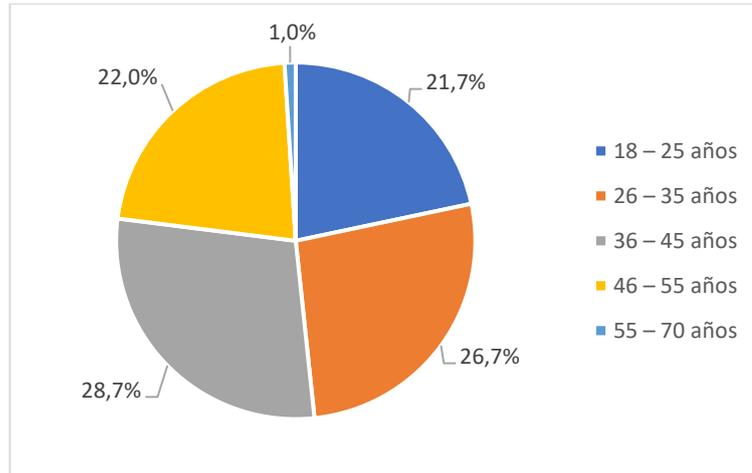
Edad

Tabla 7. Edad

3. Edad		
Opción	No.	%
18 – 25 años	65	21,7%
26 – 35 años	80	26,7%
36 – 45 años	86	28,7%
46 – 55 años	66	22,0%
55 – 70 años	3	1,0%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 12. Edad



Elaborado por: Los autores

La edad del total de la población encuestada se encuentra distribuida en un 28,7% por personas que están en el rango de 36 a 45 años, seguido de, un 26,7% que está dentro de los 26 a 35, un 22% que tienen de 46 a 55, un 21,7% de 18 a 25 y un 1% que esta entre los 55 a 70.

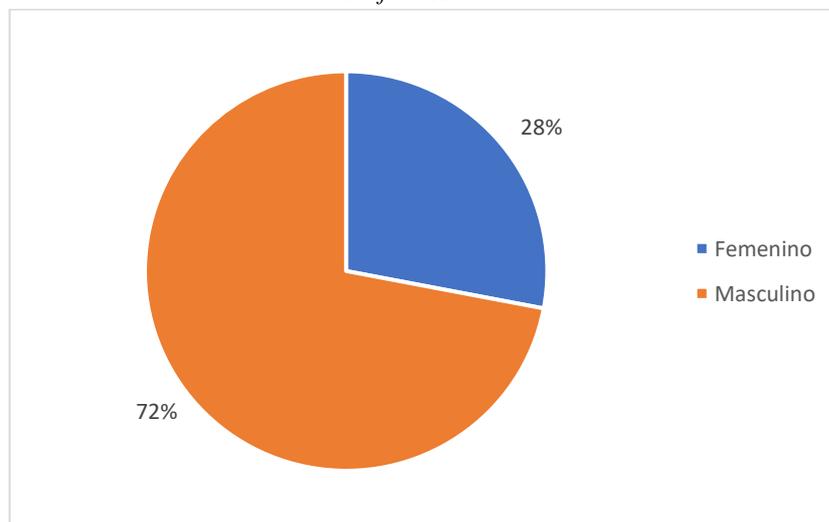
Sexo

Tabla 8. Sexo

4. Sexo		
Opción	No.	%
Femenino	84	28%
Masculino	216	72%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 13. Sexo



Elaborado por: Los autores

El sexo del total de la población encuestada se encuentra distribuida en un 72% por personas que pertenecen al sexo masculino, y el 28% restante al sexo femenino.

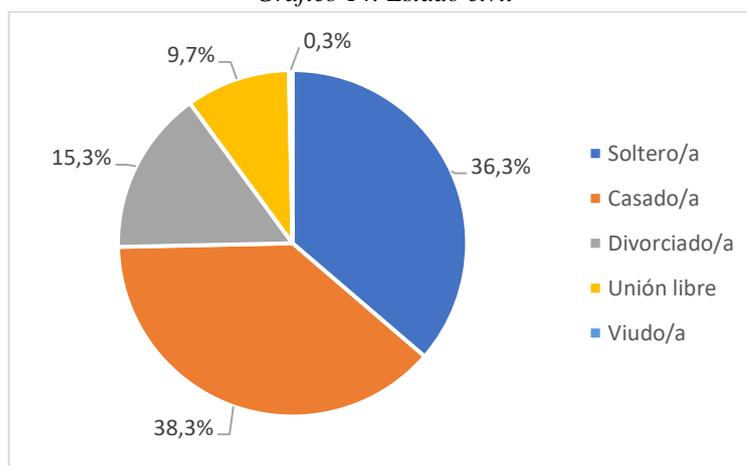
Estado Civil

Tabla 9. Estado civil

5. Estado Civil		
Opción	No.	%
Soltero/a	109	36,3%
Casado/a	115	38,3%
Divorciado/a	46	15,3%
Unión libre	29	9,7%
Viudo/a	1	0,3%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 14. Estado civil



Elaborado por: Los autores

El 38,3% de la población encuestada se encuentra casada, seguido de los solteros con un 36,3%, los divorciados con un 15,3%, las parejas en unión libre con un 9,7%, y los viudos/as con un 0,3%.

Ocupación

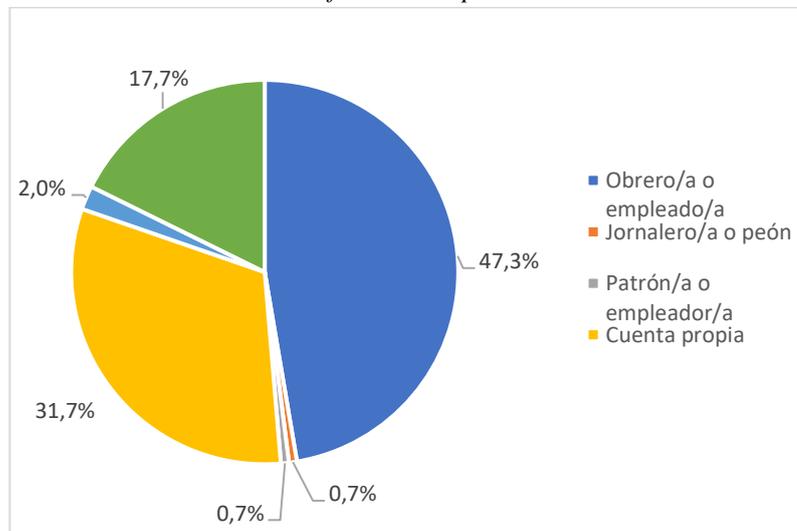
Tabla 10. Ocupación

6. Ocupación		
Opción	No.	%
Obrero/a o empleado/a	142	47,3%
Jornalero/a o peón	2	0,7%
Patrón/a o empleador/a	2	0,7%
Cuenta propia	95	31,7%
Trabajador/a de su propia finca	0	0,0%

Empleado/a domestico/a	0	0,0%
Quehaceres del hogar	0	0,0%
Rentista	6	2,0%
Estudiante	53	17,7%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 15. Ocupación



Elaborado por: Los autores

La ocupación del total de encuestados se distribuye en un 47.3% para el segmento de obrero/a o empleado/a, seguido de, 31.7% de cuenta propia, 17,7% de estudiante, 2% de rentista y 0,7% tanto para jornalero/a o peón como para patrón/a o empleador/a.

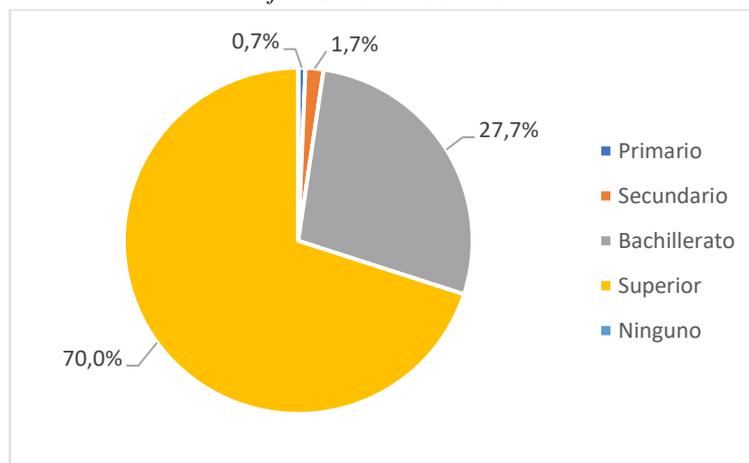
Nivel Académico

Tabla 11. Nivel académico

7. Nivel Académico		
Opción	No.	%
Primario	2	0,7%
Secundario	5	1,7%
Bachillerato	83	27,7%
Superior	210	70,0%
Ninguno	0	0,0%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 16. Nivel Académico



Elaborado por: Los autores

El nivel académico de la población encuestada corresponde a un 70% que tiene un nivel académico superior, seguido de, un 27% correspondiente a bachillerato, un 1,7% a secundario y un 0,7% a primario.

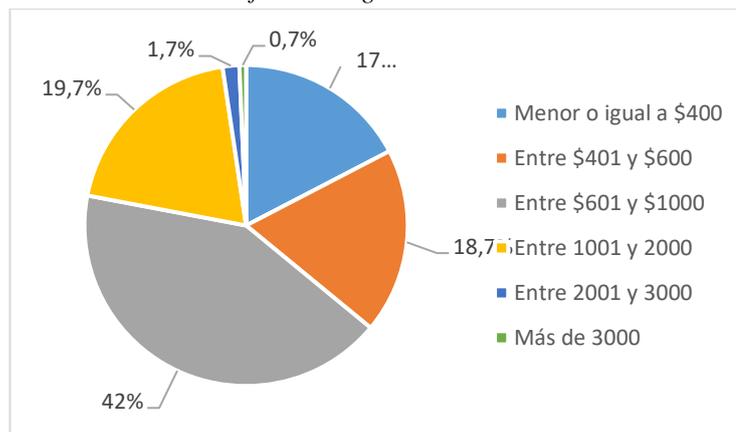
Ingresos

Tabla 12. Ingresos

8. Ingresos		
Opción	No.	%
Menor o igual a \$400	52	17,3%
Entre \$401 y \$600	56	18,7%
Entre \$601 y \$1000	126	42%
Entre 1001 y 2000	59	19,7%
Entre 2001 y 3000	5	1,7%
Más de 3000	2	0,7%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 17. Ingresos mensuales



Elaborado por: Los autores

Los ingresos mensuales de la población encuestada se encuentran distribuidos en un 42 % que gana de \$ 601 a \$ 1000, seguido de, 19,7 % de \$1001 a \$2000, 18,7 % de \$ 401 a \$ 600, 17,3 % de menor o igual a \$ 400, 1,7 % de 2001 a 3000 y 0,7 % de más de \$ 3000.

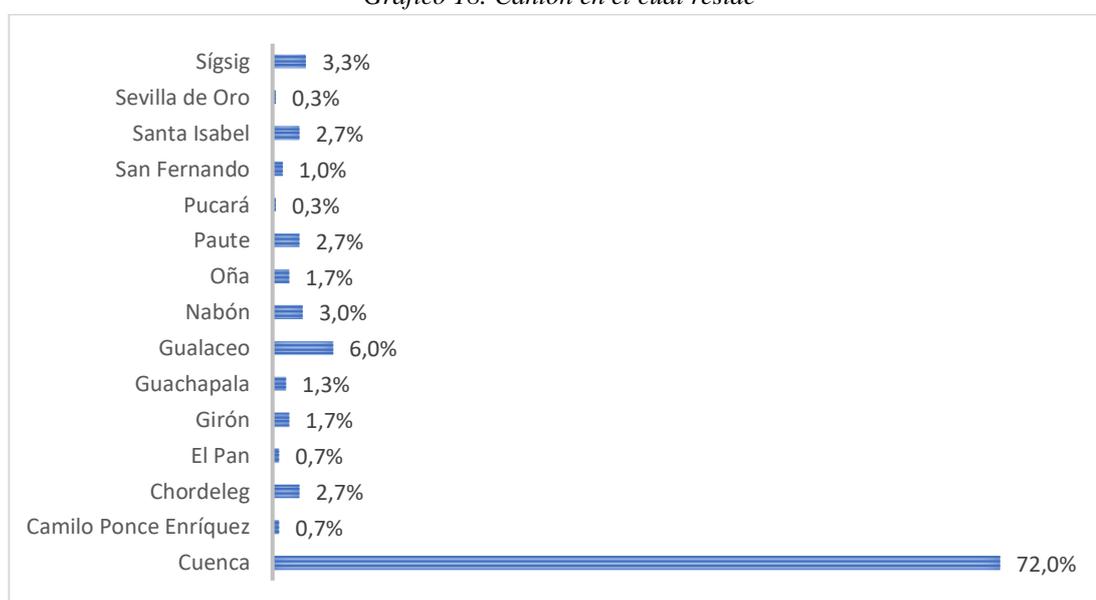
Cantón

Tabla 13. Cantón en el cual reside

9. Cantón en el cual reside		
Opción	No.	%
Cuenca	216	72,0%
Camilo Ponce Enríquez	2	0,7%
Chordeleg	8	2,7%
El Pan	2	0,7%
Girón	5	1,7%
Guachapala	4	1,3%
Gualaceo	18	6,0%
Nabón	9	3,0%
Oña	5	1,7%
Paute	8	2,7%
Pucará	1	0,3%
San Fernando	3	1,0%
Santa Isabel	8	2,7%
Sevilla de Oro	1	0,3%
Sígsig	10	3,3%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 18. Cantón en el cual reside



Elaborado por: Los autores

El 72% de la población encuestada se encuentra residiendo en el cantón Cuenca y la sumatoria del 18% restante corresponde a los demás cantones pertenecientes a la provincia del Azuay.

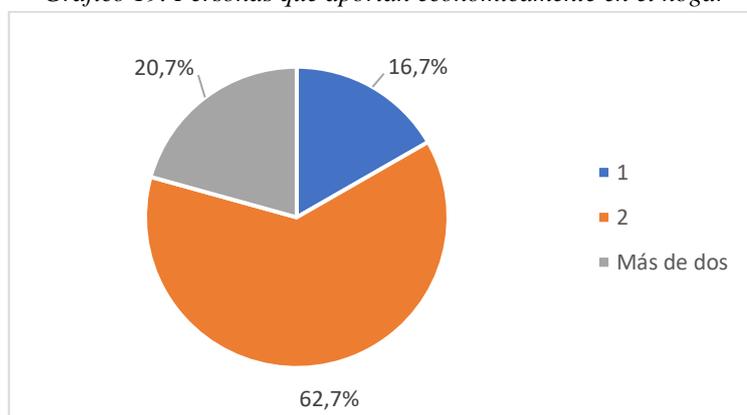
Personas que aportan económicamente en el hogar

Tabla 14. Personas que aportan económicamente en el hogar

10. ¿Cuántas personas aportan económicamente en el hogar?		
Opción	No.	%
1	50	16,7%
2	188	62,7%
Más de dos	62	20,7%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 19. Personas que aportan económicamente en el hogar



Elaborado por: Los autores

En los hogares de la población encuestada el 62,7 % tiene aportaciones económicas de 2 personas, seguido de, un 20,7 % de más de dos, y un 16.7% donde aporta solo una.

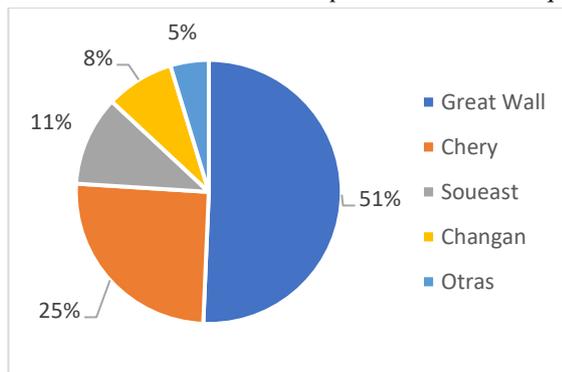
Marcas de automóviles de procedencia China poseídos

Tabla 15. Marcas de automóvil de procedencia China poseídos

11. ¿Qué marca de automóvil de procedencia China usted posee?		
Opción	No.	%
Great Wall	152	51%
Chery	76	25%
Soueast	33	11%
Changan	25	8%
Otras	14	5%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 20. Marcas de automóvil de procedencia China que posee



Elaborado por: Los autores

El 51% de la población encuestada posee un automóvil de la marca Great Wall, seguido de, un 25% de Chery, un 11% de Soueast, un 8% de Changan y un 5% correspondiente a otras marcas, tales como FAW, BYD, entre otras más.

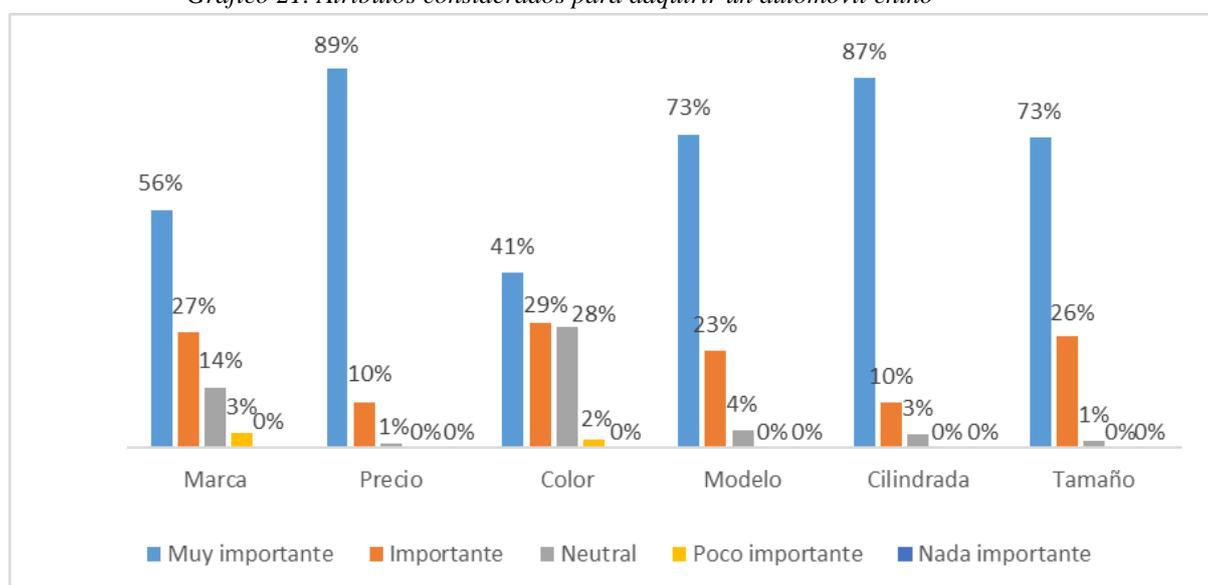
Atributos considerados para adquirir un automóvil chino

Tabla 16. Atributos considerados para adquirir un automóvil chino

12. ¿Cuáles son los atributos que usted consideró para adquirir su automóvil chino?					
Opción	Muy importante	Importante	Neutral	Poco importante	Nada importante
Marca	56%	27%	14%	3%	0%
Precio	89%	10%	1%	0%	0%
Color	41%	29%	28%	2%	0%
Modelo	73%	23%	4%	0%	0%
Cilindrada	87%	10%	3%	0%	0%
Tamaño	73%	26%	1%	0%	0%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 21. Atributos considerados para adquirir un automóvil chino



Elaborado por: Los autores

El grado de importancia que tienen los atributos de los automóviles chinos para la población encuestada es la siguiente:

- Marca: El 56% concuerda en que es muy importante.
- Precio: El 89% concuerda en que es muy importante.
- Color: El 41% concuerda en que es muy importante.
- Modelo: El 73% concuerda en que es muy importante.
- Cilindrada: El 87% concuerda en que es muy importante.
- Tamaño: El 73 % concuerda en que es muy importante.

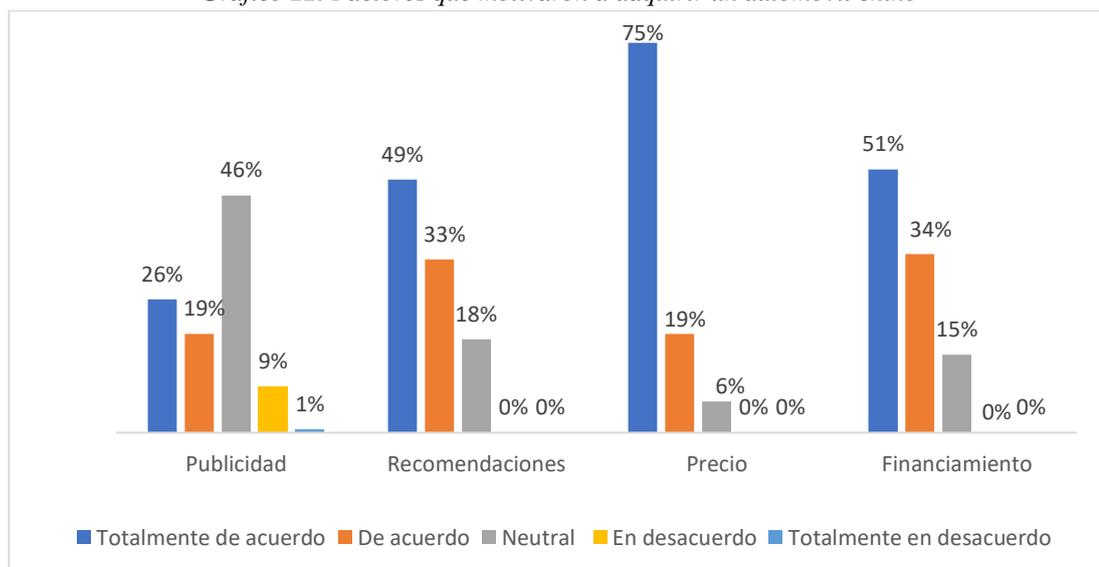
Factores que motivaron a adquirir un automóvil chino

Tabla 17. Factores que motivaron a adquirir un automóvil chino

13. ¿En qué medida está de acuerdo que los siguientes factores le motivaron adquirir su automóvil chino?					
Opción	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Publicidad	26%	19%	46%	9%	1%
Recomendaciones	49%	33%	18%	0%	0%
Precio	75%	19%	6%	0%	0%
Financiamiento	51%	34%	15%	0%	0%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 22. Factores que motivaron a adquirir un automóvil chino



Elaborado por: Los autores

El grado de concordancia de los factores que motivaron a adquirir un automóvil chino a la población encuestada es la siguiente:

- Publicidad: Para el 46% es neutral.

- Recomendaciones: El 89% está totalmente de acuerdo.
- Precio: El 75% está totalmente de acuerdo.
- Financiamiento: El 51% está totalmente de acuerdo.

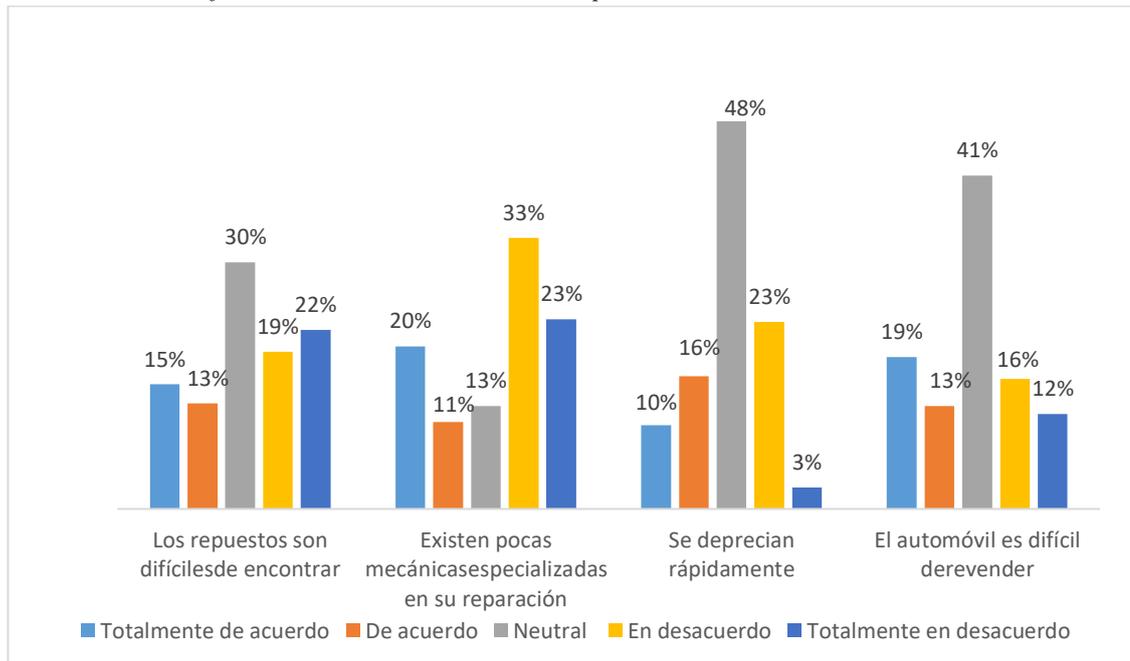
Grado de acuerdo sobre aspectos de los automóviles chinos

Tabla 18. Grado de acuerdo sobre aspectos de los automóviles chinos

14. ¿En relación a su automóvil chino ¿en qué grado está de acuerdo con los siguientes criterios?					
Opción	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Los repuestos son difíciles de encontrar	15%	13%	30%	19%	22%
Existen pocas mecánicas especializadas en su reparación	20%	11%	13%	33%	23%
Se deprecian rápidamente	10%	16%	48%	23%	3%
El automóvil es difícil de vender	19%	13%	41%	16%	12%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 23. Grado de acuerdo sobre aspectos de los automóviles chinos



Elaborado por: Los autores

El grado de concordancia respecto a los criterios que tiene la población encuestada sobre los automóviles chinos es la siguiente:

- Los repuestos son difíciles de encontrar: El 30 % tiene una posición neutral.

- Existen pocas mecánicas especializadas en su reparación: El 33 % está en desacuerdo.
- Se deprecian rápidamente: El 48 % tiene una posición neutral.
- El automóvil es difícil de revender: El 41 % tiene una posición neutral.

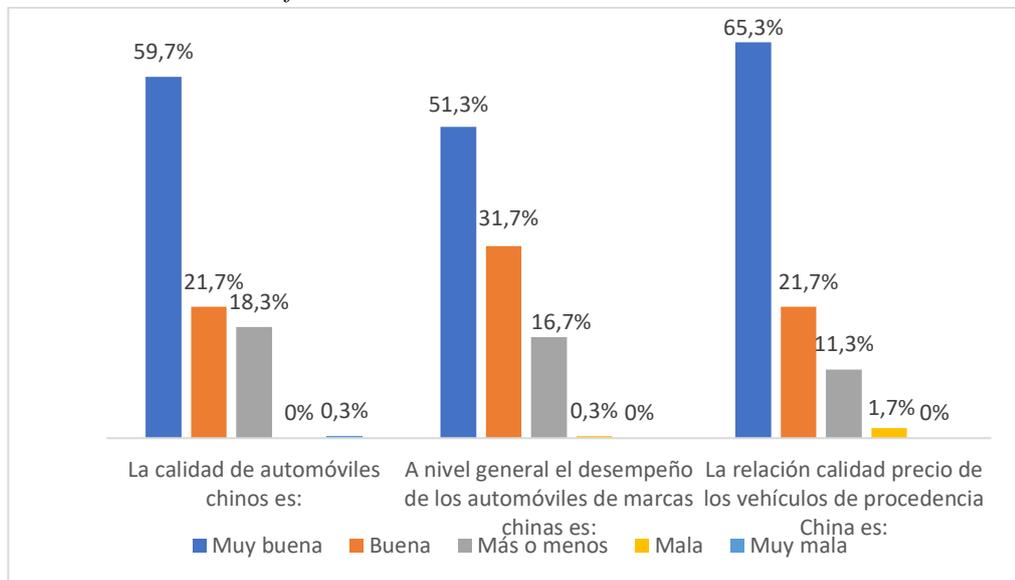
Criterios sobre los automóviles chinos

Tabla 19. Criterios sobre los automóviles chinos

15. Complete las siguientes frases en base a su criterio					
Opción	Muy buena	Buena	Más o menos	Mala	Muy mala
La calidad de automóviles chinos es:	59,7%	21,7%	18,3%	0%	0,3%
A nivel general el desempeño de los automóviles de marcas chinas es:	51,3%	31,7%	16,7%	0,3%	0%
La relación calidad precio de los vehículos de procedencia China es:	65,3%	21,7%	11,3%	1,7%	0%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 24. Criterios sobre los automóviles chinos



Elaborado por: Los autores

El grado de concordancia respecto a los criterios que tiene la población encuestada sobre los automóviles chinos es la siguiente:

- La calidad de automóviles chinos es: El 59,7 % piensas que es muy buena.
- A nivel general el desempeño de los automóviles de marcas chinas es: El 51,3 % piensas que es muy buena.
- La relación calidad precio de los vehículos de procedencia China es: El 65,3 % piensas que es muy buena.

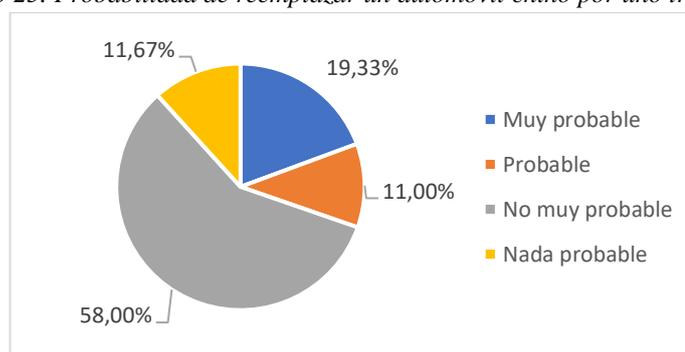
Probabilidad de reemplazar un automóvil chino por uno tradicional

Tabla 20. Probabilidad de reemplazar un automóvil chino por uno tradicional

16. ¿Qué tan probable es que reemplace su vehículo actual de procedencia China, por un vehículo de las marcas tradicionales?		
Opción	No.	%
Muy probable	58	19,33%
Probable	33	11,00%
No muy probable	174	58,00%
Nada probable	35	11,67%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 25. Probabilidad de reemplazar un automóvil chino por uno tradicional



Elaborado por: Los autores

Para la mayoría de la población encuestada (58%) no es muy probable que reemplacen su automóvil actual por uno de las marcas tradicionales.

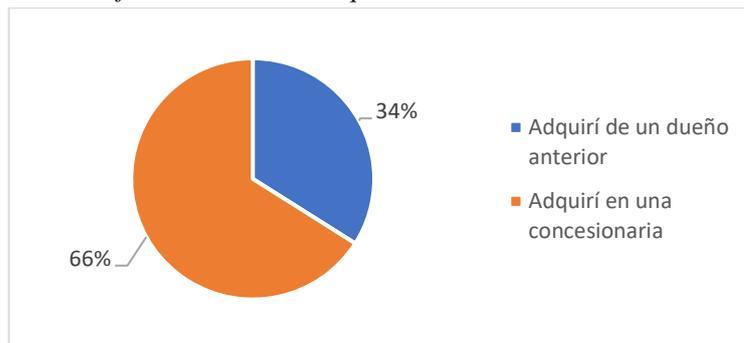
Forma de adquisición de automóviles chinos

Tabla 21. Forma de adquisición de automóviles chinos

17. El vehículo que posee: ¿De qué forma lo adquirió?		
Opción	No.	%
Adquirí de un dueño anterior	102	34%
Adquirí en un concesionario	198	66%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 26. Forma de adquisición de automóviles chinos



Elaborado por: Los autores

El 66% de la población encuestada adquirió el automóvil a través de un concesionario y el 34% restante a través de un dueño anterior.

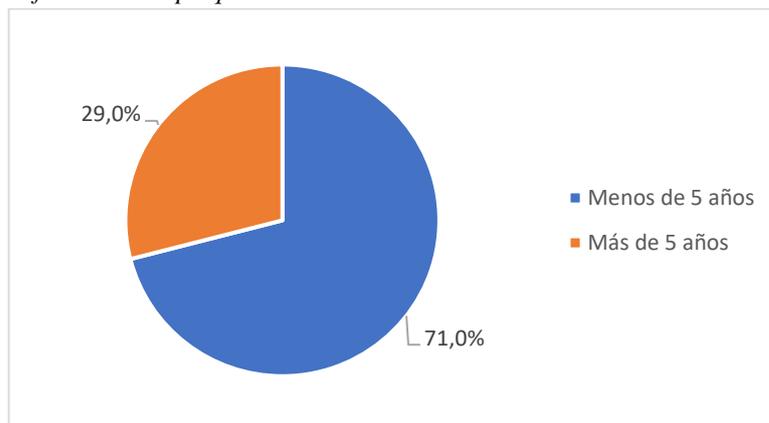
Tiempo que mantiene el mismo vehículo antes de ser cambiado

Tabla 22. Tiempo que mantiene el mismo vehículo antes de ser cambiado

18. ¿Cuánto tiempo tiene el vehículo?		
Opción	No.	%
Menos de 5 años	213	71,0%
Más de 5 años	87	29,0%
Más de 10 años	0	0,0%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 27. Tiempo que mantiene el mismo vehículo antes de ser cambiado



Elaborado por: Los autores

Del total de encuestados el 71% tienen un automóvil menos de 5 años, mientras que el 29% restante más de 5 años.

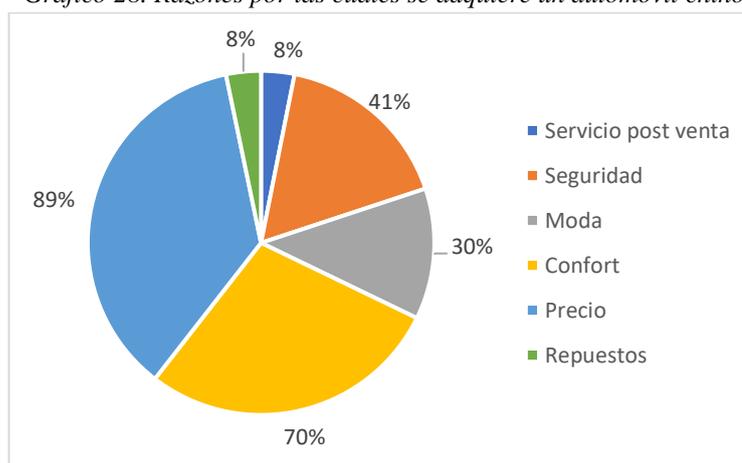
Razones por las cuales se adquiere un automóvil chino

Tabla 23. Razones por las cuales se adquiere un automóvil chino

19. ¿Por qué razón adquirió un automóvil chino?		
Opción	No.	%
Servicio post venta	23	8%
Seguridad	124	41%
Moda	91	30%
Confort	209	70%
Precio	268	89%
Repuestos	24	8%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 28. Razones por las cuales se adquiere un automóvil chino



Elaborado por: Los autores

Los aspectos más representativos por los cuales la población encuestada adquirió el automóvil son: precio con un 89%, confort con 70% y seguridad con 41% de concordancia respectivamente.

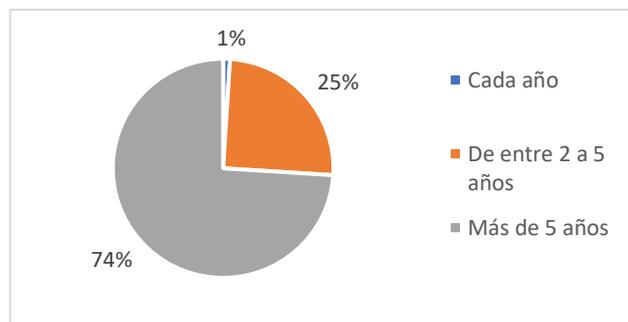
Tiempo que se tarda en cambiar de vehículo

Tabla 24. Tiempo que se tarda en cambiar de vehículo

20. ¿Cada que tiempo realiza un cambio de vehículo?		
Opción	No.	%
Cada año	3	1%
De entre 2 a 5 años	75	25%
Más de 5 años	222	74%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 29. Tiempo que se tarda en cambiar de vehículo



Elaborado por: Los autores

El 74% de los encuestados tardan en cambiar de automóvil más de 5 años, seguido de, un 25% que lo hacen de entre 2 a 5 años y el 1% cada año.

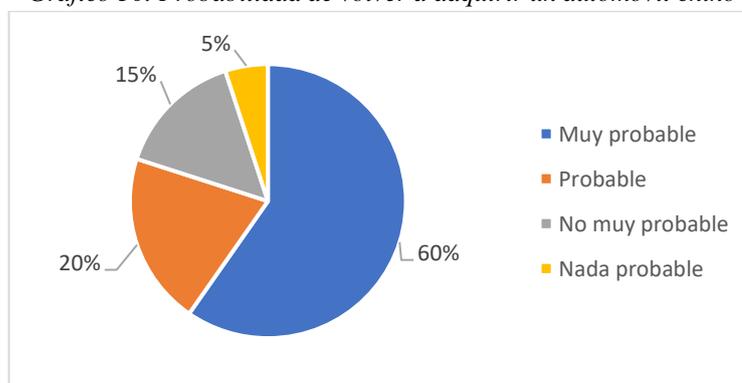
Probabilidad de volver a adquirir un automóvil chino

Tabla 25. Probabilidad de volver a adquirir un automóvil chino

21. ¿Qué tan probable es que usted vuelva a adquirir un vehículo de procedencia China?		
Opción	No.	%
Muy probable	179	60%
Probable	61	20%
No muy probable	45	15%
Nada probable	15	5%
TOTAL	300	100%

Elaborado por: Los autores

Gráfico 30. Probabilidad de volver a adquirir un automóvil chino



Elaborado por: Los autores

La mayoría de la población encuestada (60%) volvería a adquirir un automóvil de marcas chinas.

2.7. Conclusiones del análisis de datos

El mercado de la industria automotriz china en Azuay, se caracteriza por tener una mayor acogida por parte de los clientes que están entre las edades de 26 a 35 y 36 a 45 años, en su mayoría son del sexo masculino, con un estado civil de soltero o casado y cuya ocupación es de Obrero/a o empleado/a, por lo que tienen ingresos de entre \$ 601 a \$ 1 000.

En el cantón Cuenca, se encuentran ubicadas la mayoría de concesionarios que pertenecen a este mercado, uno de los principales motivos es que aquí reside la mayor parte de la población azuaya, quienes en base a este estudio prefieren principalmente las marcas automotrices de Great Wall y Chery, aunque también se destacan otras como Soueast y Changan. El mayor porcentaje de los encuestados establece que los atributos que tienen más influencia a la hora de adquirir un automóvil chino son: precio, modelo, cilindrada y tamaño, aunque están de acuerdo que el precio es el más significativo, además del financiamiento que genera una mayor capacidad adquisitiva.

En cuanto a algunos escenarios posteriores a la adquisición del automóvil, tales como la disponibilidad de repuestos, mecánicas especializadas, depreciación en el tiempo y la dificultad para revender este tipo de vehículos, se pudo conocer que la posición de los encuestados ante estos aspectos es neutral, por lo que se puede interpretar que no hay mayores inconvenientes. Por otro lado, también se pudo identificar que otros factores como su calidad y desempeño se estiman como muy buenos.

Por último, se pudo establecer que la mayor parte de la población encuestada que ha adquirido un automóvil chino se ha visto atraída por razones donde no solo el precio predomina, sino también otros aspectos como la seguridad y el confort, por lo que estos clientes aseguran que a futuro es muy probable que vuelvan a adquirir otro vehículo de estas marcas.

CAPÍTULO III: CONOCER LAS ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO Y CRECIMIENTO DE LAS MARCAS CHINAS EN AZUAY EN EL PERIODO ESTUDIADO

3.1. Marcas posicionadas en el mercado azuayo

En la provincia del Azuay existen diversos concesionarios que distribuyen una gran y variada cantidad de vehículos procedentes de marcas automotrices chinas que se han introducido al mercado en los últimos años, sin embargo, no todas han logrado crecer y mantenerse en el tiempo. Algunas eventualmente tuvieron que retirarse dejando a sus clientes sin una marca que los represente, de esta forma generando desconfianza en el consumidor al momento de adquirir los productos de esta industria.

En base al estudio de mercado realizado en el capítulo anterior, las marcas chinas más relevantes en la provincia del Azuay que ofertan por lo menos un modelo de automóvil son: Great Wall, Chery, Soueast y Changan.

Estas marcas han logrado mantenerse y posicionarse en el mercado en los últimos años, su amplio portafolio cubre además del segmento de automóviles, el de camionetas y SUV.

El éxito de estas marcas se ve reflejado a nivel nacional y se puede constatar a través de los anuarios presentados por la AEADE en la sección de marcas de vehículos más vendidas por año:

Tabla 26. Vehículos vendidos a nivel nacional por marcas en estudio

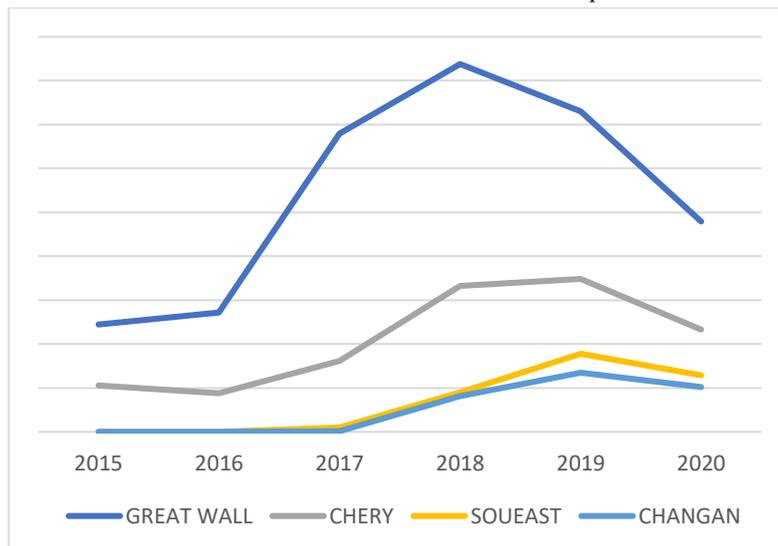
MARCA	2015	2016	2017	2018	2019	2020
GREAT WALL	2.445	2.717	6.792	8.380	7.305	4.791
CHERY	1.059	878	1.614	3.330	3.483	2.332
SOUEAST	0	0	101	901	1.779	1.291
CHANGAN	0	0	8	820	1.347	1.025

Fuente: AEADE

Elaborado por: Los autores

Como se puede observar en la gráfica 3.1, las marcas que más vehículos han vendido a nivel nacional en los últimos años, son Great Wall y Chery, aunque han tenido pérdidas considerables en 2020 producto de la pandemia por COVID por la que paso el país.

Gráfico 31. Número de Vehículos Vendidos a Nivel Nacional por las marcas en Estudio

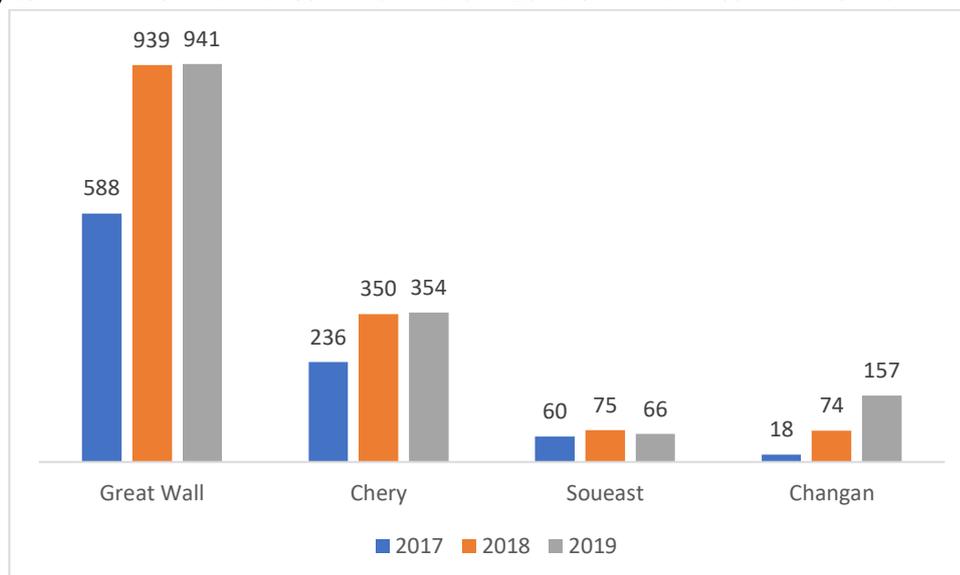


Fuente: AEADE

Elaborado por: Los autores

Por otro lado, gracias a otros datos proporcionados por la INEC, en los anuarios de estadísticas de transporte de los años 2017, 2018 y 2019, se puede concluir que las marcas de la industria automotriz china, mejor posicionadas en la provincia del Azuay son, Great Wall y Chery, ya que estas son las marcas que registran un mayor número de vehículos matriculados por la sociedad.

Gráfico 32. Número de Vehículos de las marcas en Estudio Matriculados en la Provincia del Azuay



Fuente: AEADE

Elaborado por: Los autores

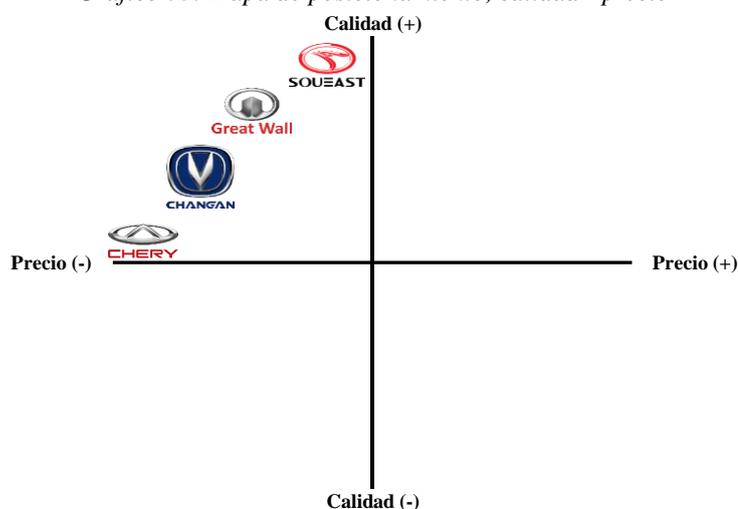
3.2. Mapas de posicionamiento

Un mapa de posicionamiento permite interpretar y comprender de manera visual el panorama general de marcas y productos en términos de competitividad desde el punto de vista de los clientes. El mismo contiene dos ejes X y Y, estos se refieren a los atributos que una empresa compara con sus competidores, de esta manera, se visualiza la percepción que tienen los clientes acerca de las empresas rivales y como ha sido el posicionamiento en su mente de acuerdo a los diferentes atributos.

Considerando la importancia de un mapa de posicionamiento se procede a realizar un breve análisis de la industria de vehículos en el Azuay. Para ello, ha sido necesario identificar distintas variables, que se detallan a continuación:

Calidad – Precio

Gráfico 33. Mapa de posicionamiento, calidad - precio



Elaborado por: Los autores

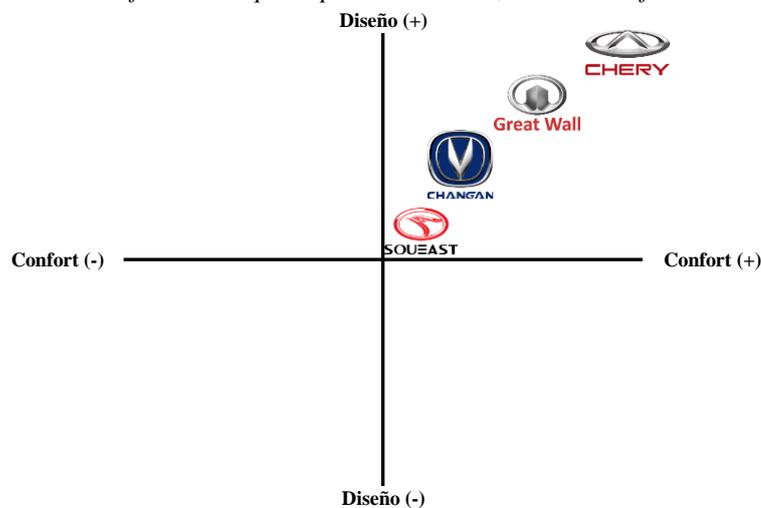
Las marcas de automóviles chinas, se encuentran en el cuadrante de calidad alta a un precio bajo, éstas se han esforzado por mejorar la calidad de sus productos, manteniendo sus precios bajos, de esta manera ofrecen al cliente un vehículo a un precio más accesible en comparación con las marcas tradicionales, con una excelente calidad, y con todo el equipamiento que un auto de lujo podría tener. Según las entrevistas realizadas los gerentes de los concesionarios que venden vehículos de procedencia china, afirman que sus vehículos son de muy alta calidad, y han logrado demostrar y convencer al público que realmente un vehículo chino es de buena calidad, es por eso que cada día crecen estas empresas porque las experiencias de los clientes

con la calidad de dichos vehículos no han dado de que hablar, y han recomendado a sus amigos y familiares para que consuman estos productos.

Por otro lado, los dueños de las empresas que comercializan estos vehículos procedentes de la China, opinan que las marcas tradicionales mantienen precios altos, más por estatus que por la calidad de sus productos, sino más bien por la marca, se han posicionado tanto con el nombre de su marca, y por lo tanto alteran sus precios, pero con la llegada de los vehículos chinos ellos también han tenido que controlarse en alterar sus precios, porque la industria automotriz china va en crecimiento año tras año, y es por la calidad de sus vehículos a precios bajos, lo que permite un ahorro para el consumidor al tener un vehículo de excelente calidad a precios sumamente accesibles.

Diseño – Confort

Gráfico 34. Mapa de posicionamiento, diseño - confort



Elaborado por: Los autores

Diseño y confort, de alto nivel son algunos de los atributos que han reforzado el posicionamiento de los vehículos de las marcas automotrices chinas en estudio.

En cuanto a su diseño, ha sido tanto el éxito que han logrado tener las marcas automotriz chinas a nivel mundial que incluso han llegado a tener en su equipo de trabajo a reconocidos diseñadores que antes trabajaban para otras marcas tradicionales de prestigio, que atraídos por sueldos mucho más altos y la oportunidad de dejar su huella en toda una línea de vehículos han decidido dejar su antiguo puesto de trabajo y mudarse a la industria automotriz china.

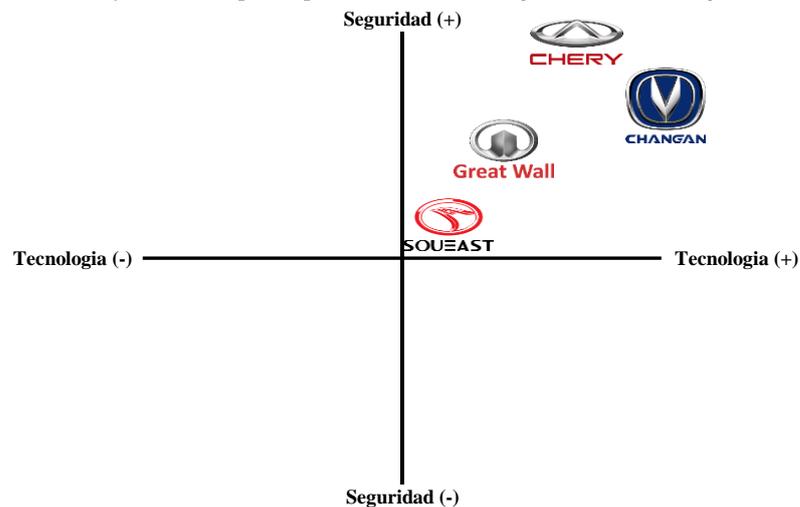
Por otro lado, los automóviles chinos vienen bien equipados para generar un buen nivel de confort en él o los ocupantes, la mayoría cuenta con una radio para puertos

USB/AUX/SD, espejos retrovisores con luz direccional incorporada, centro multimedia para entretener a la familia en viajes largos, además de sistemas de conexión bluetooth, asientos eléctricos y cámara con sensor de retro.

Estos son algunos de los motivos por los cuales los clientes cada vez prefieren más a estas marcas.

Seguridad – Tecnología

Gráfico 35. Mapa de posicionamiento, seguridad - tecnología



Elaborado por: Los autores

Después del precio, la seguridad y la tecnología representan algunos de los atributos más relevantes al momento de adquirir un vehículo, según los resultados obtenidos en la investigación de mercado realizada en el capítulo anterior.

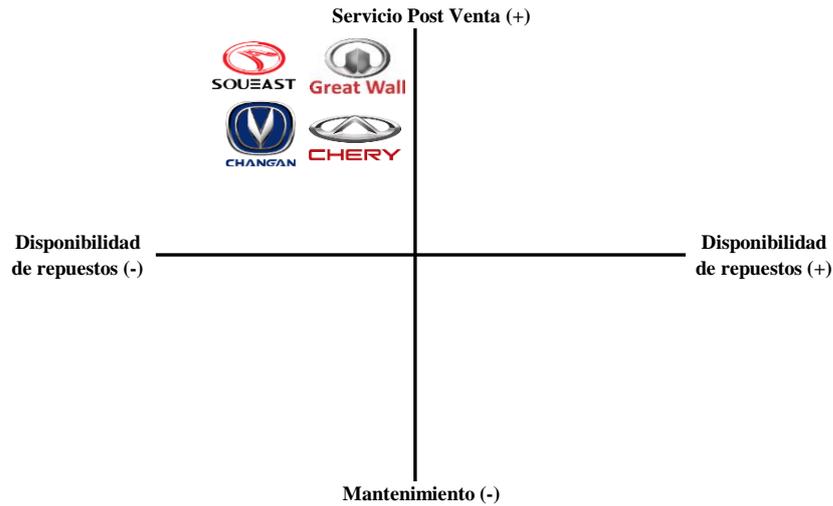
Durante un tiempo se creía que el avance tecnológico de la industria automotriz china no estaba a la altura de las marcas tradicionales por su corta edad en este mercado, sin embargo, ha demostrado todo lo contrario, pues compite par a par con la europea y norteamericana.

Las marcas de la industria automotriz china en estudio cuentan con algunos de los sistemas de seguridad más reconocidos para proteger la vida del o los ocupantes del vehículo, pudiéndose destacar entre ellos las carrocerías con deformación programada, barras laterales de absorción de impacto y de dirección colapsable, frenos ABS o EBD y airbag.

Estas y entre otras medidas de seguridad hacen que él o los integrantes de cualquier vehículo se sientan seguros.

Servicio Post Venta - Disponibilidad de repuestos

Gráfico 36. Mapa de posicionamiento, servicio post venta - disponibilidad de repuestos



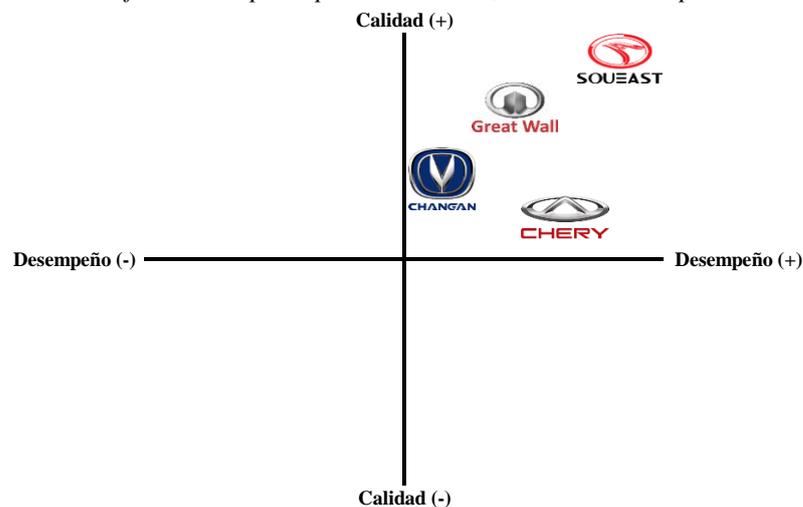
Elaborado por: Los autores

Las marcas de la industria automotriz china en estudio, se encuentran en el cuadrante de un buen servicio post venta ya que todas cuentan con una agencia donde los clientes pueden acceder al mantenimiento del vehículo a precios más amigables en comparación de las marcas tradicionales.

En cuanto a la disponibilidad de repuestos es baja, ya que, si el cliente desea realizar el mantenimiento en una mecánica particular, esto puede verse afectado en caso de que se necesite cambiar ciertas piezas, pues al ser marcas que tienen poco tiempo en el mercado, no se puede encontrar fácilmente los repuestos en cualquier almacén, por lo que necesariamente debe acudir a la agencia representante de su marca más cercana.

Calidad – Desempeño

Gráfico 37. Mapa de posicionamiento, calidad – desempeño

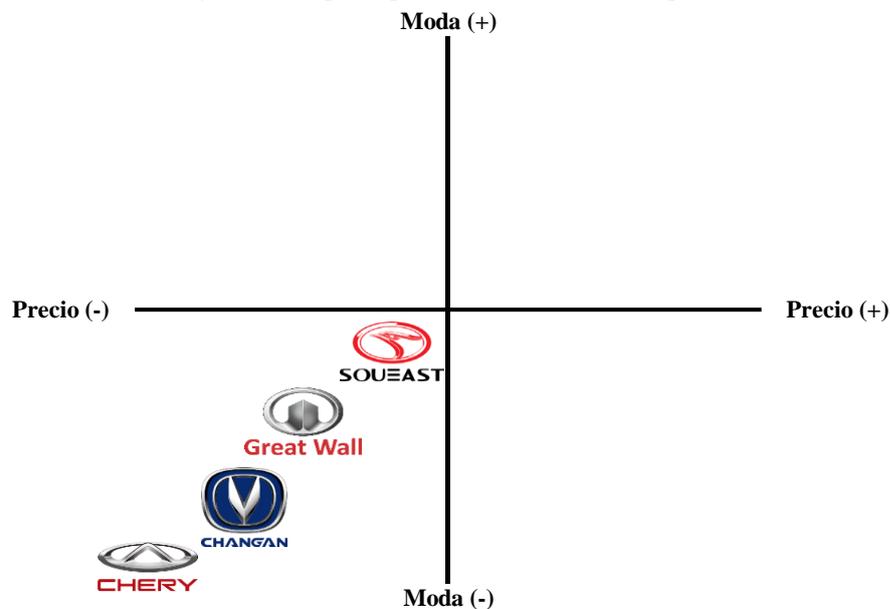


Elaborado por: Los autores

En cuanto a la calidad y el desempeño de los vehículos de procedencia china, los mismos se encuentran en el cuadrante de calidad alta con un desempeño alto, y esto se debe a que estos vehículos vienen con todo el equipamiento que el cliente pueda necesitar, y esto le asegura un buen desempeño a nivel general del vehículo, el equipamiento y la tecnología con que cuentan dichos vehículos, garantizan una gran durabilidad, los dueños de los concesionarios que venden vehículos de marcas chinas aseguran que al país ingresan solamente vehículos de buena calidad debido a las regulaciones del Ecuador, así afirman que sus vehículos tienen de 4 a 5 estrellas de seguridad, lo que asegura un buen desempeño y durabilidad.

Moda – Precio

Gráfico 38. Mapa de posicionamiento, moda – precio

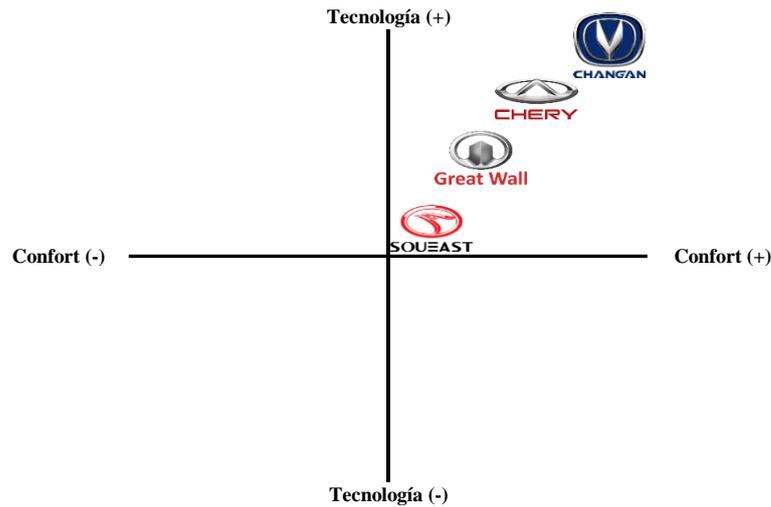


Elaborado por: Los autores

Los vehículos de procedencia china, se encuentran en la cuadrante moda bajo, y esto se debe a que su reconocimiento por parte de la sociedad ha ido creciendo lento, debido a muchos mitos que existen en la sociedad ya que se comenta que estos vehículos no son de buena calidad o que no pueden brindar la seguridad que el cliente pueda necesitar. Pero estos han sido solamente mitos que poco a poco las marcas automotrices chinas se han esforzado por demostrar todo lo contrario, si bien cuentan con precios bajos, que le posicionan en un cuadrante ventajoso, esto no está asociado con la mala calidad, o por un bajo desempeño, al contrario, cuentan con la mejor tecnología que un vehículo pueda tener a precios accesibles.

Tecnología – Confort

Gráfico 39. Mapa de posicionamiento, tecnología – confort



Elaborado por: Los autores

En cuanto a la tecnología los vehículos de procedencia china se encuentran en el cuadrante de un alto nivel de tecnología y confort, esto se debe a que la industria automotriz china equipa sus vehículos con tecnología de punta. Cuentan con una conservación excelente de la pintura, tapices e interior, sistemas prácticos de entretenimiento de audio / video, vidrios y asientos eléctricos, cámara con sensor de retro, dirección hidráulica, entre otros detalles que brindan a él o los ocupantes la mayor satisfacción y comodidad.

3.3. Análisis de las estrategias de marketing de las empresas posicionadas de marcas chinas

Entre las estrategias desarrolladas por parte de los concesionarios que venden vehículos de la industria automotriz china, se pueden destacar las siguientes:

3.3.1. Diferenciación

Los automóviles de cada marca tienen diferentes características, volviéndoles únicos en cuanto a su diseño, equipamiento, seguridad, tecnología y precio frente a sus competidores.

A continuación, se detallan las especificaciones de los automóviles ofertados actualmente por las marcas en estudio.

Great Wall

Producto: Automóvil modelo Voleex C30 Confort

Precio: 15.990

Tabla 27. Automóvil Great Wall, modelo Voleex C30 Confort

Motor	
Cilindrada 1,5 L	
Potencia 103 HP	
Torque 138 Nm	
Seguridad	
Doble Airbag	3 cinturones traseros de 3 puntas
Frenos ABS con EBD	Seguro de niños en puertas traseras
Frenos de discos en las 4 ruedas	Anclaje Isofix
Sensor de retroceso	Barras laterales en puertas
Alarma de cinturón de seguridad	Seguro embrague de partida
Cinturones delanteros pretensados y regulables en altura	Columna de dirección colapsable
Cinturones delanteros con limitador de tensión	Inmovilizador antirrobo
Equipamiento	
Interior	
Parabrisas traseros con desempañador	Asiento conductor regulable en 4 posiciones
Llave plegable multifunción	Asiento copiloto regulable en 4 posiciones
Regulación de altura de luces	Asientos traseros abatibles 60:40
4 parlantes	Múltiples espacios portaobjetos
Volante ajustable en altura	Espejo cortesía piloto
Espejo retrovisor central anti-encandilamiento	Espejo cortesía copiloto
Tapiz de tela	Luz de equipaje
Exterior	
Neblineros delanteros	Espejos retrovisores laterales color carrocería
Neblineros traseros	Espejos retrovisores laterales con señalizador de viraje
Llantas de aleación bicolor	Parachoques color carrocería
Manillas exteriores color carrocería	Aros de aleación R15
Tecnología	
Aire acondicionado	Espejos retrovisores laterales eléctricos
Computador a bordo	Radio CD / MP3 con entrada USB y SD
Alza vidrios eléctricos	Volante con control Bluetooth (llamada)
Cierre centralizado con comando a distancia	

Fuente: Ambacar
Elaborado por: Los Autores

Chery

Producto: Automóvil Modelo arrizo 3

Precio: \$ 14590

Tabla 28. Automóvil Chery, modelo arrizo 3

Motor	
Cilindrada 1,5 L	
Potencia 107 HP	
Torque 140 Nm	
Seguridad	
Seguro de niños en las puertas traseras	Control electrónico de estabilidad (ESP)
Sistema de luces de conducción diurnas LED	Cámara de retro
Nivelador electrónico de la altura de las luces de faros delanteros	Sistema Safe Cage de protección de habitáculo de pasajeros
Frenos de disco ventilado	Columna de dirección colapsable
Frenos de disco sólido	2 airbags conductor y pasajero
Sistema antibloqueo de frenos (ABS)	5 cinturones de seguridad 3 puntos
Sensores de reversa	Sistema de anclaje ISOFIX para sillas de bebé
Sistema de distribución electrónica de presión de frenado (EBD)	Barras de acero protección lateral en las puertas conductor y copiloto
Luces de encendido automático.	Pedal de freno colapsable
Control de tracción (ASR)	Testigo sonoro de cinturón de seguridad desabrochado para conductor
Equipamiento	
Interior	
Asientos con tapicería de cuero y tela	Alarma de fábrica - Bloqueo central
Apertura de la tapa de combustible desde el interior	Reproducción puerto USB
Desempañador trasero	Sistema de audio de 4 parlantes
Inmovilizador de motor con llave antirrobo	Apoyabrazos delantero entre conductor y pasajero
Apertura del baúl desde el interior del vehículo	Volante ergonómico de cuero ajustable en la altura
Asiento del piloto y pasajero con ajuste manual en 4 posiciones	Palanca de cambios de cuero
Asientos traseros abatibles 60/40	
Exterior	
Faros halógenos	Luz de tercer stop LED
Guardachoques delanteros del color de la carrocería	Molduras laterales del color de la carrocería
Llantas de aleación bicolor	Retrovisores del color de la carrocería
Luces de freno LED	Aros de aleación R15

Tecnología	
vidrios eléctricos	Llave con mandos de apertura remota de seguros de puertas
Computador a bordo con indicadores de consumo de combustible y recordatorio de mantenimiento	Radio touch LCD de 7"
Ajuste eléctrico de retrovisores	Conectividad Cloud Drive (replicador de pantallas celulares Android vía USB)
Panel de instrumentos con pantalla LCD	Aire acondicionado
Indicador de combustible y mantenimiento	Sincronización Bluetooth (llamadas telefónicas y audio stream)

Fuente: Chery
Elaborado por: Los Autores

Soueast

Producto: Automóvil Modelo A5

Precio: \$ 16490

Tabla 29. Automóvil Soueast, modelo A5

Motor	
Cilindrada 1.5 L	
Potencia 118 HP	
Torque 143 Nm	
Seguridad	
2 airbags	Dirección electrónica
Cámara de Retroceso	Control electrónico de estabilidad y control de tracción
4 frenos de disco y sistema ABS, EBD y ESS	monitoreo de presión de llantas
Sistema de anclaje ISOFIX	Asistente de salida en pendiente
Sistema de seguro de niños	Sistema de frenado emergente
Equipamiento	
Interior	
Asientos de tela	Puertos USB
Volante ajustable en altura	Parlantes
Asientos regulables	Apertura remota de baúl
Palanca de cambios de cuero	
Exterior	
Sensores de parqueo	Llave tipo navaja con cierre centralizado
Luces diurnas LED	Retrovisores ajustables electrónicamente
Aros de aleación R15	Maletero con 510 litros de capacidad
Lunas eléctricas en las 4 puertas	

Tecnología	
Radio Tactil Android de 9"	Sistema de calefacción
Bluetooth + MP3 + USB	Control de velocidad crucero
Aire Acondicionado	
vidrios eléctricos	

Fuente: Ambacar
Elaborado por: Los Autores

Changan

Producto: Automóvil Modelo V3

Precio: \$ 15990

Tabla 30. Automóvil Changan, modelo V3

Motor	
Cilindrada 1.4 L	
Potencia 92 HP	
Torque 131 Nm	
Seguridad	
Control de estabilidad (ESP)	ISOFIX (Anclaje para silla de niños)
Asistencia de arranque en pendiente (HHC)	Barras de protección lateral
Distribución electrónica de frenado (EBD)	Inmovilizador
Sistema antibloqueo de frenos (ABS)	Bloqueo central
Asistencia de frenado de emergencia (BAS)	Sensores de reversa
Sistema de control de tracción (TCS)	Cámara de reversa con asistente
Freno delantero Disco ventilado Freno posterior Tambor	Cámara de punto ciego
Airbags delanteros 2	Columna de dirección con absorción de impacto
Alerta de cinturón de seguridad para conductor	
Equipamiento	
Interior	
Volante forrado en cuero	Apertura remota de baúl
Asientos mixtos (eco-cuero y tela)	Portavasos centrales
Asiento conductor regulable en altura	Parlantes
Puertos USB	
Exterior	
Neblineros posteriores	Antena externa tipo aleta tiburón

Luces LED diurnas	R15 (Aros de aluminio)
Tecnología	
Computador a bordo	Retrovisores externos eléctricos con desempañables y luz direccional
Sistema de dirección electrónica asistida (EPS)	Radio touch
Control de velocidad crucero	Bluetooth
Mando al volante multifunción	Vidrios eléctricos delanteros
Sistema de calefacción	Vidrios eléctricos posteriores
Aire acondicionado	Luces ajustables en altura
Sunroof eléctrico	

Fuente: Changan
Elaborado por: Los Autores

3.3.2. Alianzas estratégicas

La industria automotriz china, ha venido acarreado muchos mitos en cuanto a la calidad del automóvil, disponibilidad de repuestos, seguridad y entre otras cosas más que le han dado una mala fama, es por este motivo que algunas marcas chinas han optado por hacer convenios o alianzas con corporaciones, redes de concesionarios y marcas de prestigio, las cuales han tenido una fuerte trayectoria en la industria automotriz del país:

- Great Wall respaldada por el grupo de concesionarios Ambacar con más de cinco décadas de experiencia en la comercialización de vehículos en el Ecuador y respaldada además por la ensambladora nacional CIAUTO.
- Chery respaldada por el concesionario Cuencauto con más de 14 años de experiencia en el mercado y además por la corporación Maresa la cual se dedica por más de cuatro décadas al ensamblaje de vehículos y su comercialización en el país.
- Soueast, respaldada por el grupo Ambacar y además por los motores de la famosa marca Japonesa Mitsubishi.
- Changan respaldada por el concesionario Nexumcorp con más de 14 años de experiencia en el mercado y además por la firma japonesa Nissan.

En relación a la distribución de los vehículos de cada marca, en la provincia del Azuay todos los concesionarios cuentan con un establecimiento en el cantón Cuenca específicamente en la Av. España. Donde los posibles clientes pueden acercarse a informarse sobre el vehículo de su preferencia.

3.3.3. Plaza / Distribución

Para ofrecer sus vehículos al público cada marca automotriz dispone de un patio y salón de exhibición, con personal calificado en el área, para brindar la mejor atención posible a sus clientes, además ofrecen el servicio de revisión y mantenimiento a los vehículos de las marcas con las cuales trabajan.

En la provincia del Azuay se puede encontrar los concesionarios de las marcas en estudio en las siguientes direcciones:

Tabla 31. Ubicación en Azuay de concesionarios de las marcas en estudio

Marca	Concesionario	Cantón	Dirección
Great Wall	Automekano (Ambacar)	Cuenca	Av. España 10-35 (a 100 metros del Aeropuerto)
Soueast			
Chery	Cuencauto		Av. España 10-22 y Francisco Pizarro frente al aeropuerto Mariscal Lamar
Changan	Nexumcorp		Av. Gil Ramírez Dávalos 295 y Elia Liut, frente al Kiwi del CC Miraflores

Fuente: Portales web de las marcas en estudio

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 40. Plaza de distribución del concesionario Automekano



Fuente: Concesionario Automekano

Elaborado por: Los autores

Gráfico 41. Plaza de distribución del concesionario Cuencauto



Fuente: Concesionario Cuencauto
Elaborado por: Los autores

Gráfico 42. Plaza de distribución del concesionario Nexumcorp



Fuente: Concesionario Nexumcorp
Elaborado por: Los autores

3.3.4. Financiamiento

Pagos al contado, créditos directos e indirectos, hasta incluso aceptar vehículos usados como parte de pago, son algunas de las estrategias que usan las diferentes concesionarias para facilitarle a sus posibles clientes la adquisición de un vehículo.

- Great Wall y Soueast, son marcas distribuidas por el grupo de concesionarios Ambacar, aceptan vehículos usados como parte de pago, pagos al contado o financiamiento de hasta 5 a 6 años plazo dependiendo del perfil que tenga el cliente para el banco. Las tasas de interés están impuestas por la entidad bancaria y pueden estar aproximadamente entre un 14 y 16%.
- Chery es una marca distribuida por Cuenca Auto, acepta pagos al contado o financiamiento de hasta 5 a 6 años plazo dependiendo del perfil que tenga el cliente para el banco. Las tasas de interés están impuestas por la entidad bancaria y pueden estar aproximadamente entre un 14 y 16%.
- Changan es una marca automotriz que cuenta con su propia agencia en la provincia del Azuay, acepta pagos al contado y financiamiento a través de créditos directos e indirectos de hasta 5 a 6 años plazo dependiendo del perfil que tenga el cliente para el banco. Las tasas de interés están impuestas por la entidad bancaria y pueden estar aproximadamente entre un 14 y 16%.

3.3.5. Servicio post venta

La garantía, disponibilidad de repuestos y el mantenimiento juegan un papel crucial para los posibles clientes al momento de adquirir un vehículo. Los concesionarios que ofertan las marcas en estudio garantizan tener el stock de repuestos necesarios para poder asistir a los clientes ante cualquier problema que pudiera presentar el vehículo a futuro, grupo Ambacar, distribuidor de Great Wall y Soueast asevera que incluso si no dispone en stock, lo obtiene de un vehículo nuevo ya que prefieren esperar ellos un repuesto, que hacer esperar al cliente. Por otro lado, también ofrecen el mantenimiento y/o revisión técnica a precios amigables con el consumidor, y la garantía de cada una de las marcas en estudio:

Tabla 32. Garantía de los automóviles de las marcas en estudio

Marca	Modelo	Garantía
Great Wall	C30	10 años o 120.000 km
Soueast	A5	5 años o 100.000 km

Chery	Arrizo 3	7 años o 100.000 km
Changan	V3	5 años o 100.000 km

Fuente: Portales web de las marcas en estudio

Elaborado por: Los Autores

3.3.6. Promoción Digital (Comunicacional)

Las marcas en estudio también cuentan con información detallada de los productos y servicios que ofrecen mediante los portales web y redes sociales del concesionario que les representa o la misma marca.

Algunos de los servicios a los cuales el posible cliente puede acceder a través de estos medios digitales son:

- Ficha técnica y precio de los vehículos que se ofertan.
- Cotización.
- Fijación de citas para mantenimiento / revisión técnica del vehículo
- Posibilidad de Chatear con un asesor o solicitar que le llamen.
- Dirección de los concesionarios más cercanos a las que podría acercarse el posible cliente.

3.3.7. Prueba de conducción

Actualmente una estrategia muy común empleada por los concesionarios son las pruebas de conducción, llamadas también “test drive” la cual consiste en otorgar un periodo de tiempo limitado a los potenciales interesados para probar el vehículo en terreno. El único requisito es contar con una licencia de conducción y aunque el concesionario tiene previamente establecida la ruta para la prueba, el cliente también puede solicitar una alterna. Además, el cliente puede llevar un acompañante.

3.4. Análisis comparativo (evolución, tendencia y perspectivas) de marcas chinas y tradicionales

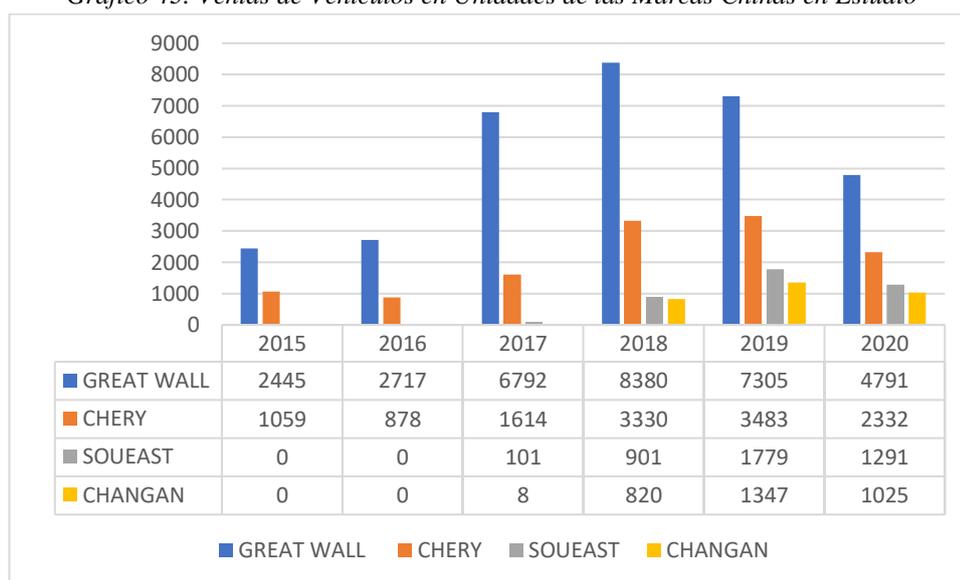
La industria automotriz en el país está integrada en su mayoría por dos actores a los cuales designaremos, marcas chinas y tradicionales, de las cuales se han tomado en cuenta únicamente aquellas que tengan el mayor porcentaje de participación del mercado, en base a datos de la AEADE.

Marcas Chinas

Las marcas chinas han logrado mantenerse y posicionarse en el mercado en los últimos años, las que resaltamos a continuación, tienen al menos una agencia representante en las principales provincias del País.

Great Wall, Chery, Soueast y Changan son algunas de las marcas chinas más relevantes en el mercado ecuatoriano y que han venido posicionándose exitosamente desde el año 2015.

Gráfico 43. Ventas de Vehículos en Unidades de las Marcas Chinas en Estudio



Fuente: AEADE

Elaborado por: Los autores

Como se puede observar en la tabla anterior, Great Wall es la marca con mayor número de vehículos vendidos a nivel nacional en todos los periodos estudiados, seguido de Chery, Soueast y Changan, las cuales si bien es cierto presentan un menor nivel de ventas, siguen en constante crecimiento. También se puede apreciar que entre 2019 y 2020 existe un decrecimiento en el total de vehículos vendidos por año, esto debido a los conflictos económicos por los que pasaba el país en el año 2019 y que se agravaron en el 2020 por la emergencia sanitaria que se dio a nivel mundial.

En base a las entrevistas realizadas a los diferentes concesionarios de la provincia del Azuay, el posicionamiento de la industria automotriz china, se ha venido desarrollando de forma paulatina y constante en los últimos 10 años, aunque no fue hasta el año 2016 donde las tendencias de consumo de la población tuvieron una mayor incidencia en los vehículos de esta industria.

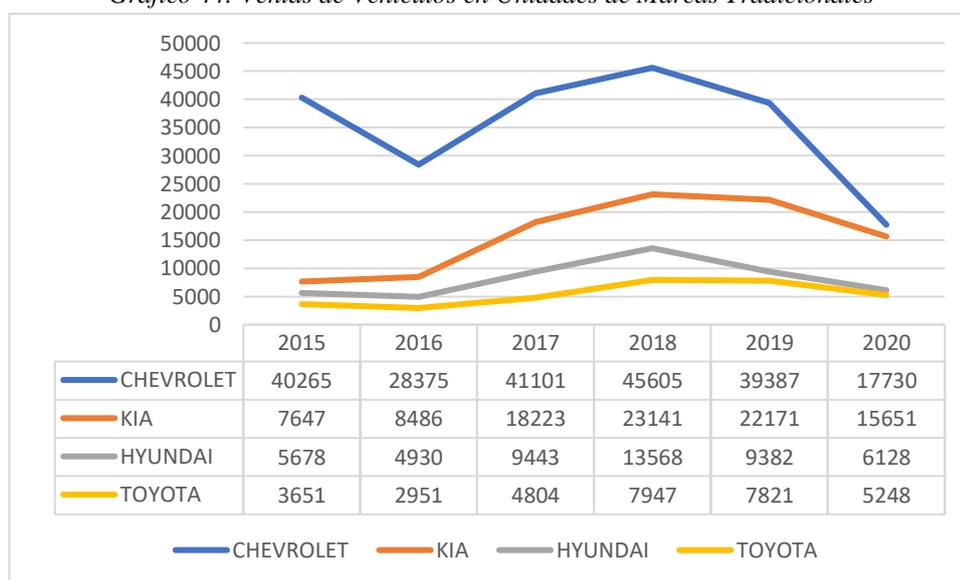
Los clientes se vieron principalmente atraídos por sus atractivos precios, que les permitían adquirir incluso tipos de vehículos que en el grupo de marcas tradicionales resultaban mucho más costosos, como los que pertenecen al segmento SUV y Camionetas.

En la actualidad existe solo una ensambladora de vehículos chinos en el país la cual se conoce como CIAUTO y trabaja con Great Wall en su línea de SUV y camionetas, la cual ha logrado mantenerse y ofrecer vehículos a precios competitivos, al reducir sus costos de importación de autopartes al usar alrededor de un 40 % de piezas producidas en el país, generando empleo y mejorando la economía del país.

Marcas Tradicionales

Según datos de la AEADE, algunas de las marcas tradicionales que tienen un mayor porcentaje de participación en el mercado automotriz son: Chevrolet, Kia, Hyundai y Toyota.

Gráfico 44. Ventas de Vehículos en Unidades de Marcas Tradicionales



Fuente: AEADE

Elaborado por: Los autores

Como se puede apreciar en la tabla anterior, Chevrolet es la marca con mayor participación en cuanto a vehículos vendidos a nivel nacional en todos los periodos investigados, seguido de Kia, Hyundai y Toyota, que si bien es cierto presentan un menor nivel de ventas, superan ampliamente a las chinas. También se puede apreciar que entre 2018 y 2020 existe un decrecimiento en el total de vehículos vendidos por año, esto debido a los conflictos económicos por los que pasaba el país en este periodo

y que se agravaron en el 2020 por la emergencia sanitaria que se dio a nivel mundial, además del fuerte incremento en la participación de las marcas chinas que han ido paulatinamente cambiando las preferencias del consumidor con sus precios bajos.

La latente pérdida de participación de las marcas tradicionales que se ha hecho más significativa en los últimos años, también se debe como ya se mencionó anteriormente, a las restricciones y sobrecargas a las importaciones de vehículos y autopartes, entre las cuales según datos de la AEADE se aplican los siguientes tributos:

- Arancel a las mercancías (ADVALOREM): 35 y 40% sobre los CIF (costo de la mercancía, flete y seguro).
- Fondo de desarrollo para la infancia (FONDINFA): 0,5% sobre los CIF
- Impuesto a la salida de divisas (ISD): 5% sobre el excedente de la cantidad límite libre de impuestos
- Impuesto a los consumos especiales (ICE): 5 y 35% según el precio del automotor, sobre los CIF
- Impuesto al valor agregado (IVA): 12%

Como podremos darnos cuenta estas medidas económicas tomadas por el estado sobre la importación de vehículos y sus partes encarecen en gran medida su precio final, es decir obligan al sector a ofrecer vehículos más costosos para el público en general. Estas medidas afectan especialmente a los modelos de las marcas que se ensamblan en el país, entre las cuales se ha visto principalmente afectada Chevrolet, que incluso tomó la decisión de establecer una de sus nuevas plantas en el país vecino Colombia como estrategia para eludir ciertos tributos y tratar de aprovechar al máximo el convenio de TLC que se mantiene entre los dos países.

CONCLUSIONES

Los vehículos de procedencia china que mayor incidencia tienen en el mercado automotriz azuayo son Great Wall, Soueast, Chery y Changan, todas estas marcas tienen altos estándares de calidad, que poco a poco se han ido posicionando en el país y han logrado demostrar que sus vehículos garantizan el diseño, tecnología, seguridad, confort que todo cliente pudiera esperar del automóvil a precios muy accesibles llegando así estar en el mismo nivel de las marcas tradicionales.

El constante crecimiento de participación de ventas de las marcas de automóviles de procedencia china se debe a un cambio de hábito de consumo por parte de la población en el Azuay, las personas buscan automóviles con un mejor equipamiento y prestaciones a precios económicos y lo encuentran en estos vehículos, además del excelente servicio al cliente tanto antes como después de comprar el automóvil que brindan los concesionarios o representantes de prestigio que existen actualmente en el país, esto ha hecho que los clientes tengan una mejor experiencia con estos automóviles, y se ha logrado extinguir un poco lo que son esas series de mitos de que automóvil chino es malo, o no posee la calidad que se espera, y esto más bien se ha dado porque otras marcas chinas han tenido una mala representación por parte de los concesionarios o marcas que representaban ya que, llegaban, se instalaban por un tiempo y luego dejaban a sus clientes sin una marca que los representen, al final toda esa serie de inconvenientes han generado desconfianza hacia estas marcas por parte de la población.

Como parte de la investigación se utilizó la herramienta de entrevista a profundidad, la cual consistió en entrevistar a los varios gerentes de los concesionarios ubicados en el cantón Cuenca, que comercializan vehículos de procedencia China, en donde todos coinciden que la industria automotriz china cada año va en crecimiento, así como también que sus marcas ya no compiten entre tradicionales sino que ahora están compitiendo entre ellas mismas, porque cada vez salen nuevos modelos, con la mejor tecnología y lo que es más con precios sumamente accesibles. Afirman haber mejorado los estándares y estar en el mismo nivel que las marcas tradicionales, con un excelente servicio y lo que es más disponibilidad de repuestos, y un buen servicio post venta, así como también el mantenimiento con que cuentan tienen precios muy llamativos a comparación de las marcas tradicionales.

En cuanto a la posibilidad de que en el Ecuador se incremente el número de ensambladoras de vehículos chinos, todos coinciden en que es imposible por el momento, debido a los impuestos y aranceles que se ven obligados a pagar al momento de importar las partes y piezas, además de que no se les da ningún incentivo por parte del gobierno, es por este motivo que a las empresas les resulta más factible el importar un vehículo listo para vender a que construir uno dentro del país.

Por otro lado, en la investigación cuantitativa se realizaron encuestas, dando como resultado en su mayoría personas del sexo masculino, estado civil casado, en un rango de edades comprendido entre 36 a 45 años, y con un nivel de estudios de tercer nivel finalizados con un nivel de ingresos de USD 601 a USD 1000, donde las razones por las que el cliente adquirió su automóvil son: el precio con un 89%, confort con 70% y seguridad con 41% de concordancia respectivamente. El 60% de los encuestados afirma que es muy probable que vuelvan a adquirir un vehículo de procedencia china, la marca de mayor preferencia dentro de la provincia es la Great Wall seguida de Chery, luego le sigue Soueast y por último Changan.

RECOMENDACIONES

El presente trabajo de investigación recopila información acerca de las marcas de procedencia china posicionadas en el mercado azuayo, la tendencia, participación de mercado, especificaciones de los vehículos por marca, de acuerdo al segmento estudiado, así como también las opiniones de clientes reflejadas en las encuestas realizadas, donde se puede observar la experiencia que han tenido con sus vehículos, por otro lado también se ha realizado entrevistas a profundidad donde se ha logrado obtener la opinión de varios gerentes de los concesionarios que comercializan estos vehículos, por tal motivo esta tesis servirá como una guía tanto profesional del sector de vehículos como académico, donde el lector puede encontrar información útil sobre las marcas en estudio, y de esta forma también tomar decisiones de acuerdo a sus gustos y preferencias.

BIBLIOGRAFÍA

- Carrillo, D. (2009). Diagnóstico del Sector Automotriz. *Instituto Nacional de Estadística y Censos*, 16.
- Fahey, L. (1986). *Análisis Macro Ambiental en Gestión Estratégica*.
- Galarza Cordero, M. A., & Vanegas Galindo, H. F. (2020). *Comportamiento del consumidor en la compra de vehículos de procedencia China, en la ciudad de Cuenca en los años 2016,2017 y 2018*. Cuenca.
- González, P. (22 de Noviembre de 2018). *Comex dispone tarifa arancelaria 0% para la importación de piezas y partes de vehículos*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/comex-politica-aranceles-ensamblaje-vehiculos.html>
- Pesantes, K. (5 de Junio de 2019). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuatorianos-prefieren-vehiculos-importados/>
- Pimienta Lastra, R. (2000). *Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas*.
- Porter, M. E. (2008). *Estrategia Competitiva*. Mexico: Grupo Editorial Ptria S.A.
- Prado Díaz, J. A. (2019). *Análisis del comportamiento de compra de marcas de vehículos chinos en la ciudad de Quito*. Quito.
- UNIVERSO, E. (5 de Noviembre de 2019). *Noticias* . Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/11/04/nota/7589138/autos-chinos-marcas-ecuador/>
- UNIVERSO, E. (17 de Enero de 2021). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2021/01/17/nota/9582019/venta-autos-chinos-domina-ecuador/>
- Vera Gracia, E. J. (2020). *Análisis de competencia en el sector automotriz de SUV marcas chinas ensambladas en Ecuador*. Quito.